

Campeiro
do Sul
PREFEITURA

Vol - 07

LICITAÇÃO Nº.: 006/2018

S - 101
E - 190
E - 191

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 DIGITAIS 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.

VOLUME 07

DATA DE EMISSÃO: 07 DE MAIO DE 2018.



**Be
boo**

[Handwritten signature]
[Handwritten signature]
[Handwritten signature]

A
14 50

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

10.1.1 - Relação de profissionais colocados a disposição da Prefeitura de Laranjeiras do Sul

Anderson Antikievicz Costa – Planejamento | Redação | Direção de arte

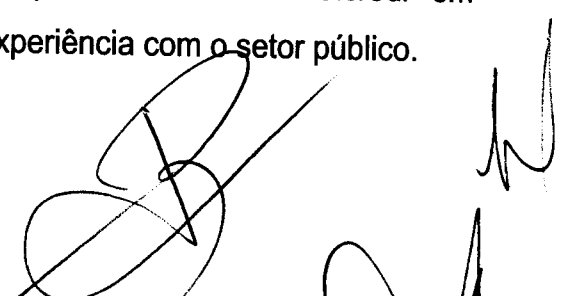
Jornalista, Especialista em Cinema pela UTP e mestre em Linguagem, Identidade e Subjetividade pela UEPG. Já lecionou no curso de publicidade e propaganda da Unicentro em Guarapuava/PR e atualmente leciona nos cursos de comunicação social da Univel em Cascavel/PR. Atua na área há mais de 8 anos.

Cristiano Luiz Brustolin – Planejamento | Redação | Diagramação | Criação – arte finalista
Designer gráfico a 5 anos. Já atuou como designer e social media na Donallu Propaganda e Marketing, também, como designer, diagramador e redator do Jornal O Tropeiro. Tem ampla experiência em diagramação e editoração de materiais publicitários de grande porte.

Daniel de Souza – Planejamento | Web design – arte finalista | Social Media | Produção Publicitário, Especialista em Comunicação, Multimeios e Negócios pela Unicentro de Guarapuava/PR, Produtor musical, web design, editor de vídeos e animações há mais 6 anos. Já trabalhou em outras agências de publicidade e produtoras de website.

Samuel Kruk – Atendimento | Planejamento | Mídia

Publicitário, MBA em Administração e Especialista em Comunicação, multimeios e negócios. Foi professor dos cursos de comunicação social da Unicentro em Guarapuava/PR e Assessor de Comunicação da Superintendência do Sicredi em Guarapuava/PR por 05 anos. Tem mais de 8 anos de experiência com o setor público.



G10 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

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.

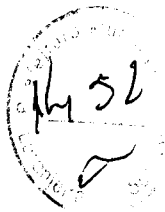
CLÁUSULA NONA: As deliberações sociais serão tomadas em reunião de sócios, cujo quorum de instalação e de decisão será a maioria simples do capital social, nos casos em que a lei não exigir quorum maior.

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 especial.



1453
2

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.

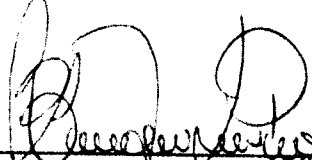
CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA: Fica eleito o foro da comarca de GUARAPUAVA para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

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.

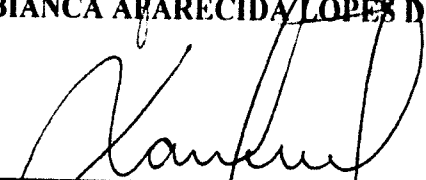
Candói – PR, 15 de Fevereiro de 2017.




RONALDO ALVES DOS SANTOS



BIANCA APARECIDA LOPES DE PAULA



SAMUEL KRUK



ANDERSON COSTA

IMARCEWSKI
OFICINA



3º Tabelionato de Notas

Rua Souza Naves, 3445
Cascavel - PR - CEP 85 001-120
(45) 3038-5733
CNPJ: 76.678.448/0001-66

Selo Digital nº 416293867604, Controle: SPV8X7Q13

Consulte esse selo em <http://funarpen.com.br>

Reconheço por Verdadeira a firma de **ANDERSON COSTA**

CPF nº 25824119 Dot. fe

Cascavel-Paraná 01 de maio de 2017

Em Teste da Verdade
Siviana Geradini Bueno - Escrevente

CARTÓRIO PACHECO DELSON LUIZ PACHECO - NOTÁRIO
SERVIÇO DISTRITAL DE CANDÓI / MUNICÍPIO DE CANDÓI - PR

R. André Pedro da Luz, 97 - Centro - Caixa Postal 94 - CEP nº 86.200 - 000 - Tel: (42) 3638.1138 - E-mail: delson@cartorio.com.br

Reconheço por VERDADEIRA a(s) firma(s) de
RONALDO ALVES DOS SANTOS

Em Teste da Verdade
Delson Luiz Pacheco - Notário

Candói, 02/03/2017

SERVIÇO DISTRITAL DE BOQUEIRÃO
TABELIONATO DE NOTAS E REGISTRO CIVIL

Alfeu Leite Agn Jr
Agente Delegado

Av. Prof. Moacyr Julio Silvestri, 1633 - Batel - CEP 85015-370 - Guarapuava-PR
Fone/Fax: (42) 3627-3448 - E-mail: boqueirao@funarpen.com.br - <http://funarpen.com.br>

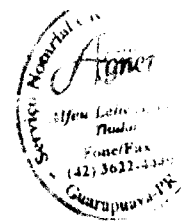
Valide esse selo em <http://funarpen.com.br>

Reconheço por VERDADEIRA a assinatura indicada de **SAMUEL KRUK** Dot. fe. Guarapuava/PR, 02/03/2017

Em Teste da Verdade

Clusos R\$7,93; VRC 43,60; Selo R\$0,75

PAULO CESAR TONON
Escrevente



Handwritten initials 'LSA' and a signature

1455

G10 COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA

CNPJ Nº. 10.660.477/0001-57

NIRE Nº. 41206411212

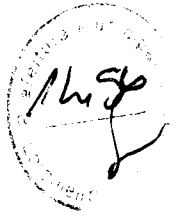
SEGUNDA ALTERAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL E CONSOLIDAÇÃO

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\$	%
ANDERSON COSTA	500	5.000.00	10.00
SAMUEL KRUK	4.500	45.000,00	90.00
Total	5.000	50.000,00	100,00

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 **Candóí, 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...

Be
top

DISTRITO JUD. DE CANDÓI
CONFERE COM ORIGINAL
Apresentado neste Cartório
08 Ago 2018
 Celson Luiz Pacheco - Tabelião
Candói, Paraná, 19/08/2018. Cr. Aut.

CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE DESIGNER GRÁFICO

Pelo presente instrumento particular, de um lado **COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA**, inscrita no cadastro nacional da pessoa jurídica, do Ministério da Fazenda, sob o número 10.660.477/0001-57, com sede na Avenida 27 de agosto, 2753, Sala 02, no bairro Pioneiros, na cidade e Comarca de Candói, no estado do Paraná, neste ato representada pelo seu sócio proprietário **SAMUEL KRUK**, brasileiro, solteiro, publicitário, portador da cédula de identidade de registro geral número 8.371.167 - 1 e do cadastro de pessoas físicas, do Ministério da Fazenda, número 049.068.799-77, residente e domiciliado na Avenida Anízio Pedro da Luz, 62, apto 01, Centro, na cidade e Comarca de Candói, no estado do Paraná, doravante denominado **CONTRATANTE** e, de outro lado **CRISTIANO LUIZ BRUSTOLIN**, brasileiro, solteiro, designer, CPF - 087.862.799-55, residente e domiciliado a Av. Alfredo Antonio Budel, 1000, bairro Votorões, na cidade de Candói/PR, proprietário da empresa **CRISTIANO LUIZ BRUSTOLIN ME**, sediada na Av. Alfredo Antonio Budel, 1000, sala 02, no bairro Votorões, na cidade de Candói, estado do PARANÁ, inscrita no CNPJ (MF) sob o nº 29.359.137/0001-19, doravante denominada simplesmente de **CONTRATADA**, ambas devidamente representadas na forma de seus respectivos Contratos Sociais, tem entre si, justo e contratado o presente Contrato de Prestação de Serviços, que se regerá pelas cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO - A CONTRATADA obriga-se a executar para o Contratante:

- Diagramação e editoração de revistas, tabloides, jornais, relatórios, folders, entre outros, indiferente da quantidade de páginas necessárias;
- Redação e revisão ortográfica de textos para os materiais citados no item anterior e outras campanhas publicitárias, conforme a necessidade da CONTRATANTE;
- Criação publicitária, conforme a necessidade da CONTRATANTE.

PARÁGRAFO PRIMEIRO - A CONTRATADA prestará os serviços constantes do "caput" desta cláusula sem qualquer exclusividade, desempenhando atividades para terceiros em geral, desde que não haja conflito de interesses com o pactuado no presente contrato.

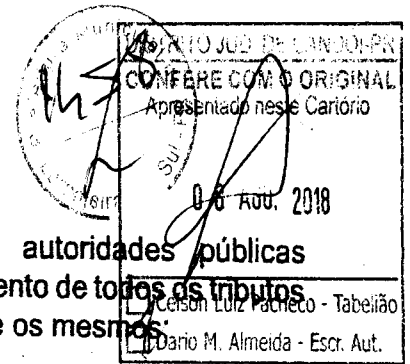
CLÁUSULA SEGUNDA – SERVIÇOS - Os serviços acima mencionados serão prestados pela CONTRATADA, através de sua estrutura física e pessoal. Todos os serviços só serão executados mediante prévia aprovação escrita da CONTRATANTE.

PARÁGRAFO PRIMEIRO - Para todos os trabalhos realizados deverá haver uma reunião de planejamento com a CONTRATANTE a fim de discutir as melhores práticas a serem adotadas na criação da peça e/ou campanha em questão.

CLÁUSULA TERCEIRA – PRAZO - Os serviços ora contratados serão prestados pelo prazo de 12 (doze) meses sendo que, findo o prazo e necessidade de aviso prévio por escrito considerar-se-á rescindido, sem qualquer ônus ou penalidade, podendo ainda haver renovação mediante acordo entre as partes, que deverá ser formalizado através de Aditamento do presente Contrato de Prestação de Serviços.

PARÁGRAFO PRIMEIRO - Os prazos de entrega dos trabalhos elaborados pela CONTRATADA serão previamente discutidos junto com o envio das informações.

Be
top



e) O cumprimento de todas as determinações impostas pelas autoridades públicas competentes, relativas aos serviços aqui contratados, bem como o pagamento de todos os tributos federais, estaduais e municipais que incidam ou venham a incidir sobre os mesmos;

f) A total responsabilidade pelas despesas decorrentes dos serviços ora contratados, seja por exigência legal ou em decorrência da necessidade dos serviços, nada podendo ser cobrado ou exigido do contratante, desde que não haja qualquer outra expressa previsão contratual em contrário.

g) Respeitar a legislação vigente aplicável a atividade publicitária, criando e produzindo materiais publicitários e/ou promocionais dentro das normas previstas no Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária, no Código de Defesa do Consumidor e demais em vigor.

- São obrigações exclusivas do contratante:

a) Efetuar o pagamento na forma e modo aprazados.

b) Comunicar a CONTRATADA sobre as reclamações feitas contra seus empregados/prepostos, bem como com relação a danos por eles causados.

c) Fornecer a CONTRATADA a documentação solicitada, executar os trabalhos de maneira criteriosa na forma de orientações escritas que serão encaminhadas - colocar à disposição as necessárias verbas pecuniárias e materiais necessários para desenvolver o trabalho - contratar por indicação do contratado os serviços complementares indicados.

d) aprovar em tempo hábil layouts, orçamentos, entre outros apresentados pela CONTRATADA, afim de respeitar as condições de prazo e pagamento pactuadas com os Clientes, Fornecedores e/ou Meios de Comunicação;

e) fornecer à CONTRATADA todas as informações necessárias à correta criação das peças/campanhas publicitárias;

f) manter em seu poder, para exibição a terceiros, os dados fáticos, técnicos e científicos que fundamentarem as mensagens publicitárias, conforme disposto no § único do art. 36 do Código de Defesa do Consumidor.

CLÁUSULA SEXTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

a) os serviços estabelecidos por este instrumento não possuem qualquer vinculação trabalhista com o CONTRATANTE, sendo de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA quaisquer relações legais com o pessoal necessário à execução dos serviços, possuindo este contrato um cunho independente e devendo a contratada manter em ordem as obrigações previdenciárias decorrentes da vinculação, assumindo responsabilidade integral e exclusiva quanto aos salários e demais encargos trabalhistas e previdenciários de seus empregados/prepostos, principalmente com relação a possíveis reclamações trabalhistas.

b) As alterações de valores que venham a ser discutidos e aprovados pelas partes, deverão necessariamente ser objeto de Termo Aditivo.

Be
bop



CONTRATO DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇO DE CRIAÇÃO PUBLICITÁRIA

Pelo presente instrumento particular, de um lado **COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA**, inscrita no cadastro nacional da pessoa jurídica, do Ministério da Fazenda, sob o número 10.660.477/0001-57, com sede na Avenida 27 de agosto, 2753, Sala 02, no bairro Pioneiros, na cidade e Comarca de Candói, no estado do Paraná, neste ato representada pelo seu sócio proprietário **SAMUEL KRUK**, brasileiro, solteiro, publicitário, portador da cédula de identidade de registro geral número 8.371.167 - 1 e do cadastro de pessoas físicas, do Ministério da Fazenda, número 049.068.799-77, residente e domiciliado na Avenida Anízio Pedro da Luz, 62, apto 01, Centro, na cidade e Comarca de Candói, no estado do Paraná, doravante denominado **CONTRATANTE** e, de outro lado **DANIEL LUIZ DE SOUZA**, brasileiro, solteiro, publicitário, CPF - 067.105.929-79, residente e domiciliado Rua Arlindo Ribeiro, 2100, bairro Batel na cidade de Guarapuava/PR, proprietário da empresa **DANIEL LUIZ DE SOUZA ME**, sediada na Rua Arlindo Ribeiro, 2100, sala 02, no bairro Batel, na cidade de Guarapuava, estado do PARANÁ, inscrita no CNPJ (MF) sob o nº 20.357.941/0001-94, doravante denominada simplesmente de **CONTRATADA**, ambas devidamente representadas na forma de seus respectivos Contratos Sociais, tem entre si, justo e contratado o presente Contrato de Prestação de Serviços, que se regerá pelas cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA - OBJETO - A CONTRATADA obriga-se a executar para o Contratante: a) Criação de layout e redação publicitária para campanhas e/ou peças, websites, fanpages e/ou aplicativos para mobile, conforme a necessidade da CONTRATANTE; b) Finalização de arquivos e acompanhamento de produção dos materiais por ela criados.

PARÁGRAFO PRIMEIRO - A CONTRATADA prestará os serviços constantes do "caput" desta cláusula sem qualquer exclusividade, desempenhando atividades para terceiros em geral, desde que não haja conflito de interesses com o pactuado no presente contrato.

CLÁUSULA SEGUNDA - SERVIÇOS - Os serviços acima mencionados serão prestados pela CONTRATADA, através de sua estrutura física e pessoal. Todos os serviços só serão executados mediante prévia aprovação escrita da CONTRATANTE.

PARÁGRAFO PRIMEIRO - Para todos os trabalhos realizados deverá haver uma reunião de planejamento com a CONTRATANTE a fim de discutir as melhores práticas a serem adotadas na criação da peça e/ou campanha em questão.

CLÁUSULA TERCEIRA - PRAZO - Os serviços ora contratados serão prestados pelo prazo de 12 (doze) meses sendo que, findo o prazo e necessidade de aviso prévio por escrito considerar-se-á rescindido, sem qualquer ônus ou penalidade, podendo ainda haver renovação mediante acordo entre as partes, que deverá ser formalizado através de Aditamento do presente Contrato de Prestação de Serviços.

PARÁGRAFO PRIMEIRO - Os prazos de entrega dos trabalhos elaborados pela CONTRATADA serão previamente discutidos junto com o envio das informações necessárias para a realização dos mesmos. Prazos que ficarem em desacordo com o que foi previamente tratado serão discutidos um a um e poderão acarretar em notificação, desconto de valores e até mesmo o cancelamento total deste contrato sem ônus a CONTRATANTE.

PARÁGRAFO SEGUNDO - Durante o prazo de aviso prévio, a CONTRATADA atenderá normalmente à CONTRATANTE, em todas as suas necessidades. Findo o prazo de aviso prévio, a CONTRATANTE obriga-se a pagar todas as despesas que se vencerem após tal término, desde que por ela prévia e expressamente autorizadas.

Be
bop



f) A total responsabilidade pelas despesas decorrentes dos serviços ora contratados, seja por exigência legal ou em decorrência da necessidade dos serviços, nada podendo ser cobrado ou exigido do contratante, desde que não haja qualquer outra expressa previsão contratual em contrário.

g) Respeitar a legislação vigente aplicável a atividade publicitária, criando e produzindo materiais publicitários e/ou promocionais dentro das normas previstas no Código Brasileiro de Auto-Regulamentação Publicitária, no Código de Defesa do Consumidor e demais em vigor.

- São obrigações exclusivas do contratante:

a) Efetuar o pagamento na forma e modo aprezados.

b) Comunicar a CONTRATADA sobre as reclamações feitas contra seus empregados/prepostos, bem como com relação a danos por eles causados.

c) Fornecer a CONTRATADA a documentação solicitada, executar os trabalhos de maneira criteriosa na forma de orientações escritas que serão encaminhadas - colocar à disposição as necessárias verbas pecuniárias e materiais necessários para desenvolver o trabalho - contratar por indicação do contratado os serviços complementares indicados.

d) aprovar em tempo hábil layouts, orçamentos, entre outros apresentados pela CONTRATADA, afim de respeitar as condições de prazo e pagamento pactuadas com os Clientes, Fornecedores e/ou Meios de Comunicação;

e) fornecer à CONTRATADA todas as informações necessárias à correta criação das peças/campanhas publicitárias;

f) manter em seu poder, para exibição a terceiros, os dados fáticos, técnicos e científicos que fundamentarem as mensagens publicitárias, conforme disposto no § único do art. 36 do Código de Defesa do Consumidor.

CLÁUSULA SEXTA - DISPOSIÇÕES GERAIS

a) os serviços estabelecidos por este instrumento não possuem qualquer vinculação trabalhista com o CONTRATANTE, sendo de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA quaisquer relações legais com o pessoal necessário à execução dos serviços, possuindo este contrato um cunho independente e devendo a contratada manter em ordem as obrigações previdenciárias decorrentes da vinculação, assumindo responsabilidade integral e exclusiva quanto aos salários e demais encargos trabalhistas e previdenciários de seus empregados/prepostos, principalmente com relação a possíveis reclusões trabalhistas.

b) As alterações de valores que venham a ser discutidos e aprovados pelas partes, deverão necessariamente ser objeto de Termo Aditivo.

c) Fica expressamente vedada, no todo ou em parte, a transferência ou cessão dos serviços de que trata o presente instrumento.

d) É expressamente vedado à CONTRATADA a utilização de trabalhadores menores, púberes ou impúberes, para a prestação dos serviços.

CLÁUSULA SÉTIMA - RESCISÃO - Qualquer das partes poderá rescindir unilateralmente, de pleno direito o presente contrato, a qualquer tempo, independente de notificação ou interposição judicial ou extrajudicial, sem que assista a outra parte qualquer direito a

10.1.2 - Sistemática de atendimento da Bebop Comunicação

Pensando incansavelmente no tempo escasso que as empresas possuem no seu dia-a-dia para receber visitas ou dispor de tempo para reuniões de briefing, adotamos um novo conceito em atendimento publicitário. Criamos um site totalmente interativo, onde os clientes podem fazer seus pedidos diretamente pela plataforma, citando exemplos, postando *vídeos selfie* explicativos, entre outros, ou se preferirem, fazemos normalmente nossas visitas para coleta de dados e alinhamentos gerais.

Vale lembrar que por mais que o atendimento da agência aconteça na maioria das vezes de forma *online*, sempre, após o planejamento inicial de uma campanha, fazemos questão de agendarmos uma reunião presencial, ou no mínimo por videoconferência, para alinhamentos, esclarecimentos, inclusão ou exclusão de algum item no projeto, antes mesmo da reunião de apresentação e aprovação do trabalho ser produzido e veiculado. No atendimento ao serviço público fazemos questão de o fazer presencialmente, pois, conhecendo as particularidades do setor e sabendo que, muitas vezes acontece o envolvimento de várias pessoas num único trabalho, não podemos abrir mão do contato pessoal para coletar de forma eficaz as informações necessárias para se criar uma campanha capaz de gerar resultados positivos ao poder público.

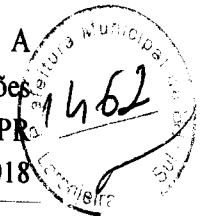
Por termos profissionais experientes nas mais variadas áreas da comunicação, conseguimos entregar um atendimento ágil, versátil e criativo. Trabalhamos com todas as áreas da agência de forma integrada, onde todos participam do planejamento de todas as campanhas que criamos, garantindo assim várias visões, opiniões e ideias diferenciadas para qualquer problema de comunicação a ser resolvido.

Nossos prazos para criação de campanhas se resumem basicamente em:

- Briefing (coleta de informações): 2 dias;
- Brainstorm (geração de ideias): 3 dias;
- Planejamento estratégico e de mídia: 3 dias;
- Criação e apresentação de layout para campanha e/ou peças avulsas: 2 dias;
- Alterações de formatos, dados, etc: 2 dias;
- Produção audiovisual ou materiais gráficos, incluindo a publicidade...



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



Possuímos uma significativa experiência em comunicação voltada a administração pública. Por entendermos e conhecermos muito bem as particularidades do setor, seus regramentos e a operacionalização das suas demandas, utilizamos sempre uma linguagem clara e objetiva, podendo garantir com isso que o nosso foco sempre será a busca por melhores resultados. Vale frisar que já trabalhamos com algumas prefeituras próximas a Laranjeiras do Sul (Candói e Virmond) e a partir disto e de outros trabalhos desenvolvidos na região, fomos construindo uma grande e saudável rede de relacionamento com fornecedores e a imprensa local e regional.

O objetivo da Bebop Comunicação e Marketing é, a partir de soluções inovadoras, variação de fornecedores e diversificação dos meios de comunicação, gerar resultado aos nossos clientes, sempre pensando na melhor aplicação e otimização dos recursos financeiros investidos.

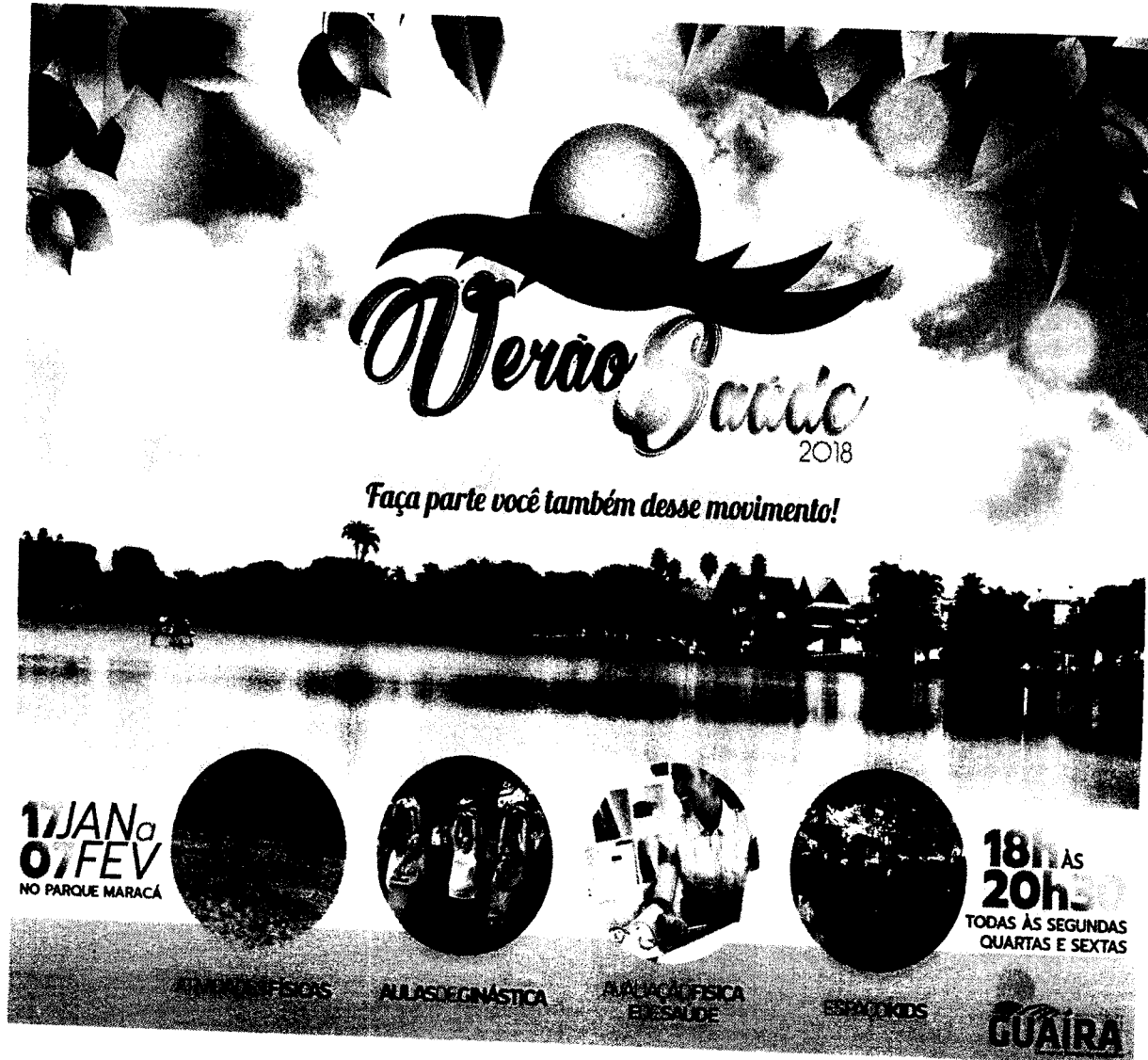
Sempre de prontidão e com profissionais de atendimento a disposição diariamente dos seus clientes, a Bebop Comunicação e Marketing é uma opção segura e eficaz para atender o município de Laranjeiras do Sul.



10.2 - Portfólio da Bebop Comunicação

10.2.2 - Materiais impressos

1) Anúncio de meia página de jornal



Ficha Técnica -

Bebop Comunicação e Marketing

Cliente: Prefeitura de Guairá/SP

Título: Verão Saúde 2018

Data de Veiculação: Janeiro e fevereiro de 2018.

Veículos utilizados: Jornal O Guairá / Jornal Opinião / Jornal A Cidade.

Objetivo: Reforçar a divulgação do Projeto Verão realizado pela Administração Municipal através da Secretaria Municipal de Saúde.



2) Anúncio de ¼ de página de jornal

16/05 Roby & Thiago

17/05 Jackson e Vinicius

18/05 Bruno & Gaspar

19/05 Trio Parada Dura

Realização:
Comissão Organizadora e Temporária
Assim:
Prefeitura e Câmara Municipal

LARANJEIRAS DO SUL

LNR

Realização:
Comissão Organizadora e Temporária
Assim:
Prefeitura e Câmara Municipal

[Handwritten signatures and scribbles]

Bebop

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

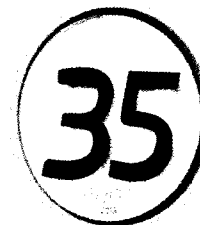
1465

3) Anúncio de Revista



Parabéns!

*Chegamos aos 35 anos graças a
você ASSOCIADO e ASSOCIADA
que utilizam diariamente nossas
soluções financeiras e AI REDITAM
na força da COOPERAÇÃO.*



Sicredi
Planalto das Águas

Ficha técnica -
Bebop Comunicação e Marketing
Cliente: Sicredi Planalto das Águas PR/SP

Handwritten signatures and initials.



10.2.3 - Materiais para rádio

Spot 1 – Loja Paranaense

Ficha técnica -

Bebop Comunicação e Marketing

Cliente: Loja Paranaense de Candói/PR

Título: Chegou a Coleção Primavera Verão

Data de produção: Setembro de 2017.

Data de veiculação: 04 (quatro) spots diários de 30" (segunda a sexta) nos meses de setembro e outubro de 2017.

Veículo utilizado: Rádio Vida FM 87,9 e Rádio Caminho FM 95,7.

Objetivo: Divulgar o lançamento da coleção Primavera Verão da Loja Paranaense para a população de Candói e municípios vizinhos.

Spot 2 – Prefeitura de Guaíra/SP

Ficha técnica -

Bebop Comunicação e Marketing

Cliente: Prefeitura Municipal de Guaíra/SP

Título: Campanha Nacional de Vacinação contra a Paralisia Infantil, Sarampo e Rubéola

Data de produção: Julho de 2018.

Data de veiculação: 08 (oito) spots diários de 30" na segunda quinzena do mês de julho e durante todo o mês de agosto de 2018.

Veículos utilizados: Rádio Cultura FM, Rádio Alternativa FM e Rádio Sefe FM.

Objetivo: Divulgar para as famílias guairenses a Campanha Nacional de Vacinação contra a Paralisia Infantil, Sarampo e Rubéola e quais os procedimentos necessários para vacinarem seus filhos.

Spot 3 – Hering Kids de Candói

Bebop Comunicação e Marketing

Cliente: Hering Kis de Candói/PR

Título: Inauguração da loja em Candói

Data de produção: Fevereiro de 2018.

Data de veiculação: 06 (seis) spots diários de 30" (segunda a sexta) nos meses de fevereiro e março de 2018.

Veículo utilizado: Rádio Vida FM 87,9 e Rádio Caminho FM 95,7.

Objetivo: Divulgar a inauguração da loja focada em roupas infantis em Candói e alguns municípios vizinhos.

**Be
bop**

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

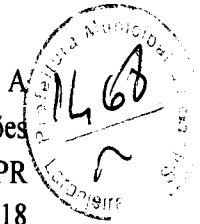


[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



10.2.4 - Descrição de 03 trabalhos

1) Verão Saúde 2018 – Prefeitura de Guaíra/SP

Desde novembro de 2017 a BeBop Comunicação e Marketing presta serviços publicitários à Prefeitura de Guaíra/SP, através do contrato 192/2017, firmado após a agência vencer a licitação Tomada de Preço 02/2017.

Até o início dos trabalhos não existia nenhum tipo de comunicação organizada e padronizada da atual administração com o seu público-alvo: os guairenses. Precisávamos de imediato criar um padrão gráfico e verbal a fim de identificar e “marcar” visualmente a atual administração municipal.

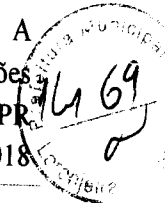
Inúmeros foram e continuam sendo os projetos desenvolvidos, porém, um em específico gerou excelentes resultados no início deste de 2018: o projeto Verão Saúde.

Problema

O Verão Saúde é desenvolvido desde 2009 no município de Guaíra/SP e tem como principal objetivo levar a população, de forma gratuita durante o verão, atividades físicas monitoradas por profissionais da área, avaliações físicas e de saúde, bem como, entretenimento aos cidadãos. Em 2017, por inúmeros motivos o projeto não aconteceu, porém, durante o ano todo a atual administração se organizou para realizar o Verão Saúde 2018 de uma forma mais completa, organizada e com estratégias e ações bem definidas. O principal objetivo da administração municipal a partir do Verão Saúde é promover a saúde, bem como, a conscientização dos guairenses sobre a importância do projeto.

Solução

A fim de gerar uma identidade visual completa ao projeto, de início criamos uma logomarca para o Verão Saúde, na sequência fomos desenvolvendo as peças de divulgação de forma padronizada, utilizando também traços da identidade visual já criada para a atual administração municipal. Nossa criação se ateu na objetividade do projeto, valorizando o local de sua realização que foi o Lago Maracá, cartão postal da cidade e convidando toda população a participar do Verão Saúde 2018.

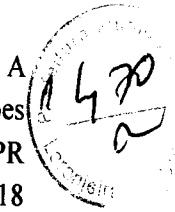


atividades que estariam sendo realizadas durante o evento, bem como, a importância de se praticar atividade física, manter uma boa alimentação, entre outros assuntos pertinentes.

Para dar mais visibilidade ao projeto e compartilhar de forma instantânea as experiências vividas durante o mesmo, várias ações foram criadas para as mídias sociais, entre elas, após cada dia do evento, que era realizado todas as segundas, quartas e sextas-feiras dos dias 17/01 a 07/02, eram lançados vídeos na página da prefeitura no facebook.

Resultados

A partir das ações apresentadas, as expectativas e resultados propostos para o projeto foram superados. A edição de 2018 bateu recorde de participantes e já se tornou oficialmente parte do calendário anual de atividades da Prefeitura. Além disso, a população agora é capaz de identificar visualmente o evento devido ao padrão criado para o Verão Saúde 2018.



2) 25ª Festa do Peão de Guaíra

A Festa do Peão de Guaíra/SP vem, ano após ano, se consolidando como uma das maiores festas de peão do interior do Estado de São Paulo. O evento, que em 2018 chegou a sua 25ª edição, é beneficente. O resultado é distribuído entre várias entidades carentes do município de Guaíra, extremo norte paulista.

Atualmente a comissão organizadora da Festa é composta por 06 (seis) voluntários dos mais variados setores econômicos do município: empresários, agricultores, pessoas públicas, comunicadores, entre outros.

O evento, que embora não tenha aporte financeiro público, foi realizado em 2018 de 16 a 19 de maio, junto às comemorações de emancipação político administrativa do município. A programação, voltada principalmente ao entretenimento dos guairenses e moradores de toda região, estava composta de shows com artistas de renome nacional, rodeio country, parques e praças de alimentação.

Problema

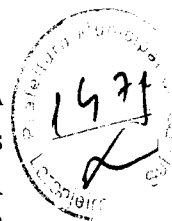
Até o ano de 2017, em inúmeras edições, toda a comunicação publicitária do evento era feita de diversas formas, por diversas pessoas e/ou empresas, enfim, sem um padrão de comunicação e, muitas vezes, técnica de criação e planejamento que pudessem, de forma eficaz, atingir o público-alvo. Por fim, o investimento publicitário empregado nas edições passadas não gerava os resultados esperados pelos organizadores quanto a imagem e a participação do público na Festa do Peão de Guaíra.

Solução

A partir de estudos das peças de anos anteriores e um briefing elaborado diante das necessidades da atual comissão e pensando principalmente na padronização estética e verbal do evento, agimos da seguinte forma:

- Aplicamos levemente melhores efeitos, contornos e cores mais vivas ao logo do evento, tomando cuidado para não descaracterizar nada do layout que já fora criado e utilizado em anos passados;

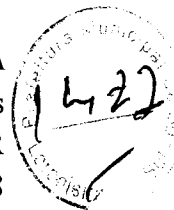
- Utilizamos diversos elementos visuais que remetessem ao tema "country".



- Aplicamos os elementos visuais e verbais criados nos mais variados formatos de anúncios, desenhando com isso uma padronização de comunicação da Festa do Peão de Guaíra;
- Criamos peças específicas para divulgação do evento em mídias sociais, inclusive algumas destacando atrações secundárias, de menor expressão, porém, extremamente importantes por fazerem parte da comunidade guairense e região. Exemplos: peças divulgando locutores e dj's locais, fotógrafos oficiais, comissão organizadora, entre outros. A partir dessas geramos comoção e o sentimento de "pertencimento" não só das pessoas envolvidas, mas também, da comunidade em geral.

Resultados

A partir das ações realizadas e da interação entre diversas plataformas midiáticas, conseguimos propor uma modernização e padronização visual para a 25ª Festa do Peão de Guaíra.



3) Comemoração de 35 anos - Sicredi Planalto das Águas PR/SP

A parceria da Bebop Comunicação com a Cooperativa Sicredi Planalto das Águas PR/SP teve início em maio deste ano.

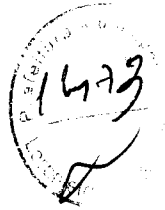
Cada uma das 116 cooperativas que integram o sistema Sicredi no Brasil tem características específicas de atuação devido a sua localização, perfil demográfico, concorrência, entre outros. Devido a essas particularidades, se faz necessário uma comunicação mais simples, ativa e, principalmente, local que possa transmitir de forma clara não só as soluções financeiras que o Sicredi oferece, mas também, a importância e os benefícios que se conquista ao se associar a uma Instituição Financeira Cooperativa.

A Sicredi Planalto das Águas PR/SP, com sua sede regional alocada em Guarapuava/PR, a anos necessitava de um trabalho especializado de criação mais próximo e com a agilidade que o dia-a-dia do mercado financeiro necessita e que servisse também como um "braço direito" a sua Assessoria de Comunicação. Assim surgiu essa parceria entre Bebop e Sicredi Planalto das Águas PR/SP, que vem gerando excelentes resultados na comunicação da Instituição não só especificamente em números, mas também, como uma marca próxima das comunidades onde está inserida. Um belo exemplo dessa aproximação entre Sicredi e comunidade é a campanha comemorativa aos 35 anos de fundação da cooperativa.

Problema

Precisávamos criar um material de comunicação visual que divulgasse para os associados e público em geral esse marco histórico da cooperativa, os 35 anos de sua fundação, comemorados no dia 10 de agosto de 2018. Além de informar sobre a data e celebrar o momento com seus associados tanto da área de atuação da cooperativa no estado do Paraná (Centro Oeste), quanto os do Noroeste Paulista (desde 2016 a sede do Sicredi em Guarapuava é responsável pela expansão do sistema para 49 municípios daquela região), o material não poderia perder a essência do cooperativismo e a linguagem simples e próxima da própria cooperativa, que é o "estar próximo, junto".

Solução



outros em prol de um bem comum. Junto a essa imagem criamos a frase “Comemorar juntos é o nosso maior presente”, que reforça ainda mais essa proximidade do Sicredi com os seus associados.

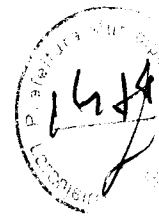
Para dar maior clareza a tudo que fossemos criar e ambientar com esse tema de 35 anos, criamos um selo comemorativo, que além de compor nossa ideia criativa indiferente do meio utilizado, poderia ser utilizado separadamente, de diversas formas, interna e externamente.

E por fim, criamos uma frase de apoio que além de agradecer todas as pessoas que fazem parte deste momento, também, evidencia um dos mais importantes princípios do cooperativismo, que é a “Cooperação”.

Alguns desdobramentos da campanha foram feitos para o público interno e durante todo o mês de julho o tema era reforçado através de um *email* marketing, *facecard* em grupos fechados, eventos e assim por diante.

Resultados

Conseguimos uma forte identificação dos mais de 160 colaboradores da cooperativa com a nossa campanha e também engajamento da maioria na replicação dos conteúdos postados. O selo comemorativo virou “avatar” de usuários nas redes sociais e assinatura de *email* corporativo, enfim, conseguimos criar um grande envolvimento. Quanto ao público externo, por se tratar de algo bastante recente não conseguimos mensurar ainda o real efeito causado pela campanha, o que sabemos é que elogios e replicação dos conteúdos nas redes sociais estão acontecendo a todo instante e de forma bastante intensa.

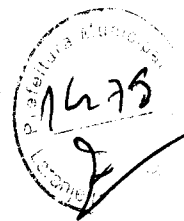


10.2.5 - Relação dos principais clientes atendidos pela BeBop Comunicação

- **25ª Festa do Peão de Guaíra/SP.** Comissão de Eventos. Cliente desde dezembro/17. Suporte da agência: Atendimento, criação e veiculação.
- **Andrade & Herzer Advogados.** Escritório de advocacia situado em Guarapuava/PR. Cliente desde fevereiro/18. Suporte da agência: Atendimento, criação e suporte para produção.
- **Bem me care.** Clínica de estética situada em Guarapuava/PR. Cliente desde novembro de 2016. Suporte da agência: Atendimento, planejamento, criação, produção e veiculação.
- **Centro de Ação Social Nossa Senhora D'Aparecida.** Asilo situado em Guaíra/SP. Cliente esporádico desde dezembro de 2017. Suporte da agência: Atendimento, Criação e editoração de conteúdo.
- **Del Lanches.** Lanchonete situada em Guaíra/SP. Cliente desde março de 2017. Suporte da agência: Atendimento, planejamento, criação e veiculação.
- **Figueira Imóveis.** Imobiliária situada em Guaíra/SP. Cliente desde janeiro de 2017. Suporte da Agência: Atendimento, planejamento, criação, produção e veiculação.
- **Hering Kids.** Loja de roupas infantis situada em Candói/PR. Cliente desde janeiro de 2018. Suporte da agência: Atendimento, planejamento, criação e veiculação.
- **Igreja Divino Espírito Santo.** Igreja situada em Candói/PR. Cliente esporádico desde março de 2017. Suporte da agência: Atendimento, criação e suporte para produção.
- **Jornal O Guaíra.** Jornal situado em Guaíra/SP. Cliente desde setembro de 2017. Suporte da agência: Atendimento, Criação e Diagramação.
- **Jornal Semanário da Integração.** Jornal situado em Guarapuava/PR. Cliente desde outubro de 2016. Suporte da agência: Diagramação de conteúdo.
- **Jornal Vale do Iguaçu.** Jornal situado em Candói/PR. Cliente desde novembro de 2016. Suporte da agência: Atendimento, Criação e editoração de conteúdo.
- **Loja Paranaense.** Loja de confecções e Calçados situada em Candói/PR. Cliente esporádico desde julho de 2017. Suporte da agência: Atendimento e Criação.
- **Mello Corretor de Imóveis.** Imobiliária situada em Candói/PR. Cliente esporádico (desde novembro de 2016). Serviços de criação e veiculação online. Suporte da agência: Atendimento e Criação.

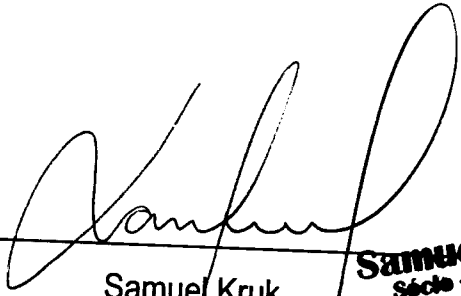


A
Comissão de licitações
Município de Laranjeiras do Sul/PR
CONCORRÊNCIA 006/2018



- **Prefeitura Municipal de Virmond/PR.** Administração Pública. Contrato 19/2010, aditado e renovado até início de 2015.
 - **Prefeitura Municipal de Guaíra/SP.** Administração Pública. Cliente desde novembro/17. Tomada de preço 02/2017. Contrato 192/2017 referente a contratação de agência de publicidade e propaganda.
 - **Sicredi Planalto das Águas PR/SP.** Instituição Financeira Cooperativa com sua sede regional situada em Guarapuava/PR, possui uma área de atendimento abrangendo 14 municípios da região Centro Oeste do Paraná e 49 do Noroeste e Paulista. Cliente desde maio/18. Suporte da agência: atendimento, planejamento, criação, suporte para produção e veiculação.
- Prazo de validade desta proposta: 90 dias.

Candói/PR, 09 de Agosto de 2018.


Samuel Kruk
Sócio - Gerente

Publicitário | Sócio Proprietário

RG – 8.371.167 – 1 | CPF – 049.068.799-77

Av. Anízio Pedro da Luz, 62, apto 01, Centro, Candói/PR

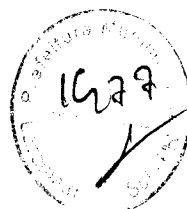
samuel@bebopcomunicacao.com.br

10.660.477/0001-57

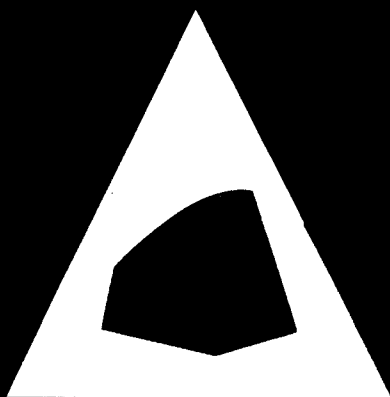
AA







**ENVELOPE Nº. 03 - DEMAIS INFORMAÇÕES INTEGRANTES DA
PROPOSTA TÉCNICA (CAPACIDADE DE ATENDIMENTO)
CONCORRÊNCIA Nº 006/2018
MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL/PR
COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA
CNPJ: 10.660.477/0001-57**



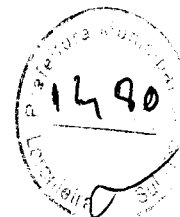
DUDACOM

MARKETING INTEGRADO

Prefeitura Municipal de
143
1987

IDADE

1987



MISSÃO

Envolver a propaganda, publicidade, mídia, produção, canais de divulgação diretamente com a estratégia corporativa de nossos clientes.

VISÃO

Tornar-se uma empresa de classe nacional.

VALORES

Preservar os valores éticos da publicidade.



A EMPRESA

Gestão de qualidade e capacidade de inovar. Este é o motor que move a Dudacom Marketing Integrado.

A direção da agência entende que boas práticas de gestão são a saída para a crise. Afinal, a reestruturação econômica que estamos vivendo está ocorrendo por meio do empreendedorismo. A Dudacom está consciente dessa realidade, por isso, trabalha com vontade e determinação em busca do sucesso, mesmo em um cenário volátil.

Nosso segredo foi escolher as pessoas certas para se dedicarem em atender bem nossos clientes. Adotamos um modelo de excelência em gestão e, em menos de um ano, conseguimos ampliar nossa carteira de clientes de forma significativa, apenas aplicando melhorias no dia a dia da gestão.

Hoje temos todas as atividades mapeadas e registradas usando a internet, acompanhando cada processo criativo por meio de métricas - inclusive os regimes de contratação. Nossos funcionários foram escolhidos com base no perfil definido no planejamento estratégico e são avaliados seguindo os critérios do Balanced Scorecard (BSC) – uma das mais conhecidas metodologias de avaliação de desempenho. O resultado foi a melhora na produtividade e a redução de custos.

Além disso, investimos em recursos tecnológicos proporcionando à nossa equipe acesso integral a equipamentos modernos. Por fim, o cuidado no atendimento, na qualidade e na



NOSSA EQUIPE



**Diogo
Tamoio**

PRODUÇÃO

Formado em Comunicação Social (UNIPAR), com experiência de 18 anos na área de Publicidade e Jornalismo. Atuou como assessor de imprensa do Núcleo Regional da Educação de Cascavel por 2 anos e como Diretor de Comunicação da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE) por 6 anos. Atualmente, cursa MBA em Gestão de Marketing.



**Heloísa P.
Pinto**

REDAÇÃO

Graduada em Jornalismo (UNIVEL), com cursos na área de produção textual, gramática, produção editorial e marketing. Possui experiência em produção de conteúdo para mídia impressa, eletrônica e online, assessoria de imprensa. Trabalhou como assistente editorial na



NOSSA EQUIPE



**Ana Caroline
K. Schimanko**

MÍDIA E ATENDIMENTO

Graduada em Sistemas de Informação (UNIPAR), com cursos na área de administração pública e licitações. Possui experiência em atendimento ao cliente, elaboração de planos de mídia, veículos de comunicação e na diretoria de compras e licitações da UNIOESTE.



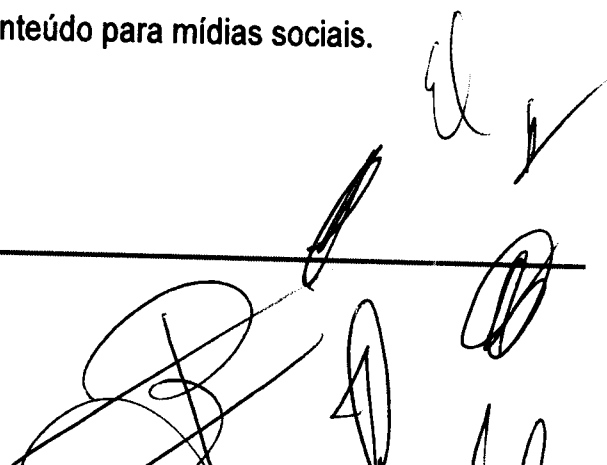
**Hellen C.
Paganotto**

ARTE FINALISTA

Acadêmica do 3º ano de Letras Português/Italiano (UNIOESTE), com cursos de produção textual, gramática e escrita criativa. Possui experiência como professora na área de Língua Portuguesa, com correção de textos e em produção de conteúdo para mídias sociais.



**Natália Zúniga
Markewicz**



TRABALHADOR

Esta é a sua Carteira de Trabalho e Previdência Social - CTPS, documento obrigatório para o exercício de qualquer emprego ou atividade profissional.

Nela deverão ser registrados todos os dados do Contrato de Trabalho, elementos básicos para o reconhecimento dos seus direitos perante a Justiça do Trabalho, bem como para a obtenção da aposentadoria e demais benefícios previdenciários, garantindo, ainda, sua habilitação ao seguro desemprego e ao Fundo de Garantia do tempo de serviço - FGTS.

O conjunto de anotações contido neste documento e o seu estado de conservação, espelham a conduta, a qualificação e as atividades profissionais do seu portador.

Pela sua importância, é seu dever protegê-la e cuidá-la, pois além de conter o registro de sua vida profissional e a garantia da preservação e validade de seus direitos como trabalhador e cidadão, contribui para assegurar o seu futuro e o de seus dependentes, tendo validade, também, como documento de identificação.

CONFECCIONADA COM RECURSOS DO FAT - FUNDO DE AMPARO AO TRABALHADOR.

ESTA CARTEIRA CONTÉM 50 PÁGINAS NUMERADAS

MINISTÉRIO DO TRABALHO
SECRETARIA DE POLÍTICAS DE EMPREGO E SALÁRIO

CARTEIRA DE TRABALHO E PREVIDÊNCIA SOCIAL

PTSP/MSGP
126.46730.53-7

NÚMERO 0031719 SÉRIE 0010 UF PR

Diogo Sacramento
ASSINATURA DO TITULAR



2º T. BELIANTO DE NOTAS
Rua São Paulo, 817 - 45.322-8025

A presente fotocópia é reprodução fiel do documento apresentado neste CARTÓRIO nesta data. DOU FÉ

10 JUN 2018
CASCABEL PR
Maira Cristina Leijn Maciel de Almeida
TABELIA

QUALIFICAÇÃO CIVIL 02

NOME: DIOGO TAMOJO VELASQUE FREDUMENTI
 LOC. DE NASC.: CASCAVEL PR
 FILIAÇÃO: VICTOR HUGO RIBAS FREDUMENTI
 MARLLI VELASQUE FREDUMENTI
 DOC. APRESENTADO: R.G. 75256400 SESP PR
 ESTADO CIVIL: SOLTEIRO
 RG: 75256400 CMH: 02537955919
 T. ELEIÇÃO: DATA:
 NATURALIZADO POR: M.I.N.P.
 LOCAL DA EMISSÃO: S.D.T. - CASCAVEL
 DATA DA EMISSÃO: 06/10/1997
 ASSINATURA E CARIMBO DO EMISSOR: *Jonas*

ALTERAÇÃO DE IDENTIDADE 03

FILIAÇÃO: _____
 DATA DE NASC. DE: / / PARA: / /
 DOCUMENTO: _____
 ASSINATURA E CARIMBO DO SERVIDOR: _____ MOTIVO: _____
 NOME: _____
 DOCUMENTO: _____
 ASSINATURA E CARIMBO DO SERVIDOR: _____ MOTIVO: _____
 NOME: _____
 DOCUMENTO: _____
 ASSINATURA E CARIMBO DO SERVIDOR: _____ MOTIVO: _____
 NOME: _____
 DOCUMENTO: _____
 ASSINATURA E CARIMBO DO SERVIDOR: _____ MOTIVO: _____

LEGENDA
 A - CASAMENTO C - DIVÓRCIO E - RECONHECIMENTO DE PATERNIDADE
 B - SEP. JUDICIAL D - ADOÇÃO F - MUDANÇA VOLUNTÁRIA G - DATA DE NASCIMENTO

A presente fotocópia é reprodução fiel do documento apresentado neste CARTÓRIO nesta data. DOU FÉ.

TRABALHADOR

Esta é a sua Carteira de Trabalho e Previdência Social - CTPS, documento obrigatório para o exercício de qualquer emprego ou atividade profissional.

Nela deverão ser registrados todos os dados do Contrato de Trabalho, elementos básicos para o reconhecimento dos seus direitos perante a Justiça do Trabalho, bem como para a obtenção da aposentadoria e demais benefícios previdenciários, garantindo, ainda, sua habilitação ao seguro desemprego e ao Fundo de Garantia do tempo de serviço - FGTS.

O conjunto de anotações contido neste documento e o seu estado de conservação, espelham a conduta, a qualificação e as atividades profissionais do seu portador.

Pela sua importância, é seu dever protegê-la e cuidá-la, pois além de conter o registro de sua vida profissional e a garantia da preservação e validade de seus direitos como trabalhador e cidadão, contribui para assegurar o seu futuro e o de seus dependentes, tendo validade, também, como documento de identificação.

CONFECCIONADA COM RECURSOS DO FAT - FUNDO DE AMPARO AO TRABALHADOR.



MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO

SECRETARIA DE POLÍTICAS PÚBLICAS DE EMPREGO

CARTEIRA DE TRABALHO E PREVIDÊNCIA SOCIAL

PIS/PASEP

131.24869.53-1

NÚMERO

2388226

SÉRIE

002-0

UF

PR

Helôisa Lara Perardt Pinto

ASSINATURA DO TITULAR

POLEGAR DIREITO



© 2004 SA MÓDULO 2004



A presente fotocópia é reprodução fiel do documento apresentado neste CARTÓRIO nesta data. DOU FÉ.

08 ABR 2018

CASCADEL PR

TABELIONATO DE NOTAS
Rua São Paulo, 617 - 45.328-6935

Maria Cristina Lenig Marciel de Almeida

TABELIA

02

QUALIFICAÇÃO CIVIL

BRASILEIRO

NOME: HELOISA LARA PERARDT PINTO
 LOC. DE NASC.: CAMPO GRANDE - MS
 FILIAÇÃO: SEBASTIAO PINTO
 TEREZINHA PERARDT PINTO
 DOC. APRESENTADO: RG 10559740 SESP PR
 CN 1664 EV 05 FL 464 COM DE AQUIDAUANA MS
 ESTADO CIVIL: SOLTEIRO
 LEI Nº 046, DE 18 DE MAIO DE 1995
 RG: 10559740
 T. ELEITOR: 085010350698
 SEÇÃO: 053
 CPF: 046.376.969-20
 ZONA: 165
 LOCAL DA EMISSÃO: PREF. MUNIC. LARANJEIRAS DO SUL
 EMISSÃO: 27/06/2007
Bruna Wanderley
 ASSINATURA DO EMISSOR

ALTERAÇÃO DE IDENTIDADE

03

FILIAÇÃO _____
 DATA DE NASC. DE ____/____/____ PARA ____/____/____
 DOCUMENTO _____
 ASSINATURA E CARIMBO DO SERVIDOR _____

NOME _____
 DOCUMENTO _____
 ASSINATURA E CARIMBO DO SERVIDOR _____

NOME _____
 DOCUMENTO _____
 ASSINATURA E CARIMBO DO SERVIDOR _____

NOME _____
 DOCUMENTO _____
 ASSINATURA E CARIMBO DO SERVIDOR _____

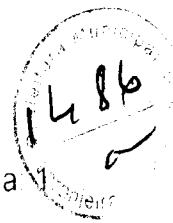
LEGENDA
 A - CASAMENTO | C - DIVÓRCIO | E - RECONHECIMENTO DE FILIAÇÃO | G - DATA DE NASCIMENTO
 B - SEP. JUDICIAL | D - ADOÇÃO | F - MUDANÇA DE NOME

TABELIONATO DE NOTAS
Rua São Paulo, 617 - 45.328-6935

A presente fotocópia é reprodução fiel do documento apresentado neste CARTÓRIO nesta data. DOU FÉ.

08 ABR 2018

CASCADEL PR




DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA.
TRANSFORMAÇÃO DE SOCIEDADE LIMITADA - LTDA. PARA EMPRESA
INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDADE LIMITADA - EIRELI
CNPJ Nº 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.

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, nº 435, Sala 01 DCE, Bairro Universitário, CEP nº 85819-170. Registrada na Junta Comercial do Estado do Paraná, sob o NIRE nº 41208387009, por despacho na sessão do dia 17/05/2016, e quarta alteração contratual sob nº 20183068319, por despacho na sessão do dia 21/06/2018, e inscrita no CNPJ sob nº 24.811.536/0001-55.

Resolve na melhor forma de direito e consoante com o artigo 1.033 e 980-A da Lei nº 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

14 P7

DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA.
TRANSFORMAÇÃO DE SOCIEDADE LIMITADA - LTDA. PARA EMPRESA
INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDADE LIMITADA - EIRELI
CNPJ N° 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.

Handwritten signatures and initials are present on the right side of the page, including a checkmark, a signature, and a circular stamp.

1488
2

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 enquadrada 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 Nº 24.811.536/0001-55

no CNPJ sob nº 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 a 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).

[Handwritten signatures and initials]



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
RUA SÃO PAULO, 517 - CENTRO
CASCAVEL - PARANÁ - CEP 85801-020
CNPJ 78.118.437/0001-11
FONES: (45) 3037-6935 / (45) 3223-6935

Selo nº oVtpP, jhWEA, fe6DH - nzt7u . ZzFTQ
Consulte esse selo em <http://funarpen.com.br>
Reconheço e dou fé por VERDADEIRO a(s) firma(s) Assinada(s)
ANA CAROLINE KUHN SCHIMANNO
Dou fé. Cascavel - Paraná, 27 de Junho de 2018
Emtestº _____ da Verdade.

RAFAEL EDUARDO LOCKY RECREVENTE
Escrivente de Direito
Emolumentos: R\$ 8,00 - VRC: R\$ 21,00 - Taxa de Registro: R\$ 50,00
FADSP: R\$ 2,10 - total: R\$ 81,10



Handwritten signatures and initials at the bottom right of the page.

1692

Aos 11 dias do mês de Junho de 2018, na cidade de CASCADEL as partes abaixo relacionadas celebram entre si o Acordo de Cooperação e Termo de Compromisso de Estágio.

INSTITUIÇÃO DE ENSINO: UNIVERSIDADE ESTADUAL DO OESTE DO PARANA - CAMPOS CASCADEL **CÓDIGO:** 392
ENDEREÇO: RUA UNIVERSITÁRIA, 2069
BAIRRO: JD UNIVERSITÁRIO
CIDADE: CASCADEL / PR **CEP:** 85814-110
CNPJ: 78.680.337/0001-84 **TELEFONE:** (45) 32203000
REPRESENTADA POR: ALEXANDRE ALMEIDA WEBBER

UNIDADE CONCEDENTE: GUIA NORTE PUBLICIDADE LTDA ME **CÓDIGO:** 989
ENDEREÇO: RUA RUBENS LOPES 435 SL 01
BAIRRO: JARDIM UNIVERSITARIO
CIDADE: CASCADEL / PR **CEP:** 85819-170
CNPJ: 24.811.536/0001-55 **TELEFONE:** (45) 30375107
REPRESENTADA POR: ANA CAROLINE KUHN SCHIMANKO - RG: 105751567 - CPF: 05687690905 - SÓCIA ADMINISTRADORA

ESTUDANTE: HELLEN CAROLINI PAGANOTTO **CÓDIGO:** 18315
ENDEREÇO: RUA FILOSOFIA, 1292
BAIRRO: UNIVERSITÁRIO
CIDADE: CASCADEL / **CEP:** 85819-210
RG: 105944535 / PR **TEL. CEL.:** 45 9 9981-4865
CURSO: LICENCIATURA EM LETRAS PORTUGUÊS/ITALIANO **CPF:** 077.690.069-29
ANO / PERÍODO: 3º Ano

D/N: 19/07/1996

O Acordo de Cooperação tem por objetivo formalizar as condições básicas para a realização de estágio do estudante da Instituição de Ensino junto à Unidade Concedente do Estágio. Através do Agente de Integração CENTRO DE INTEGRAÇÃO DE ESTUDANTES, CNPJ nº 03.233.240/0001-24, situado a Rua Azevedo Portugal, 1369 - Centro - CEP 85010-200 - Guarapuava - PR, fone (42) 3622-6799, com estatuto registrado em 29/08/2005, sob nº 1648/2005 - livro nº 1 do 1º Ofício de Protesto de Títulos e Documentos, o estudante, as Instituições de Ensino e a Unidade Concedente do Estágio celebram o seguinte termo de Estágio, de acordo com a Lei 11.788/08, sob as seguintes cláusulas:

CLÁUSULA 1ª - O Termo de Compromisso de Estágio não caracteriza vinculação empregatícia entre o estudante e a unidade Concedente, entendendo como Estágio um ato educativo escolar supervisionado, que integra o processo de ensino-aprendizagem, visando a preparação para o trabalho produtivo do educando.

CLÁUSULA 2ª - Na vigência do presente AC/TCE E PLANO DE ESTÁGIO e com base na legislação em vigor, o estagiário estará segurado pela apólice nº 591-150, da TOKIO MARINE SEGURADORA, contra acidentes pessoais em até R\$ 10.000,00 (morte acidental e invalidez permanente total ou parcial por acidente).

CLÁUSULA 3ª - O Plano de Estágio serve como instrumento de apoio ao acompanhamento da orientação, supervisão e avaliação do Estágio Obrigatório e não Obrigatório, o qual estabelece condições básicas de realização de Estágio. O plano de Estágio pode ser alterado ou substituído, ampliado ou reduzido, de acordo com a progressividade do Estágio, respeitando os aspectos legais.

PLANO DE ATIVIDADES DO ESTAGIÁRIO: ESTÁGIO CURRICULAR NÃO OBRIGATÓRIO

Setor: DEPARTAMENTO DE CRIAÇÃO
Horário do Estágio: 13:30 AS 17:30 SEG. A SEX.
Supervisor do Estágio na UCE: VANIA APARECIDA VELASQUE FEDUMENTI SAQUETE
Formação: ADMINISTRAÇÃO EM MARKETING
Coordenador/Orientador na IE: INDICADO PELA INSTITUIÇÃO DE ENSINO
Vigência do Estágio: 01/06/2018 até 31/05/2019
Valor da Bolsa Auxílio: R\$400,00 (quatrocentos reais) / mês
Aux. Transp. Outro: VALE SIM

Atividades a serem desenvolvidas

- AUX. A EQUIPE DE CRIAÇÃO;
- AUX. NA CORREÇÃO DE ESCRITAS;
- AUX. NO DESENVOLVIMENTO DE PEÇAS PARA CAMPANHAS;
- AUX. NA CRIAÇÃO DE LOGOMARCAS, BANNERS PARA MÍDIAS SOCIAIS E OUTRAS ATIVIDADES RELACIONADAS A CRIAÇÃO E MARKETING DIGITAL.

Poderão ser executadas atividades que visam a contextualização curricular e atividades

Handwritten signatures and initials on the right side of the document.

TRABALHADOR

Esta é sua Carteira de Trabalho - CTPS, criada pela Lei nº 2.246 de 29.10.1954 e posteriormente reformulada pelo Decreto nº 572 de 01.05.1955 que aprova o CTT. Ela serve como comprovante para o exercício de qualquer profissão, atividade profissional.

Devem ser registrados todos os dados do Contrato de Trabalho, elementos básicos para o reconhecimento dos seus direitos perante a Justiça do Trabalho, bem como para a obtenção da aposentadoria e demais benefícios Previdenciários, garantindo, ainda, sua habilitação ao seguro desemprego e ao fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS.

O conjunto de anotações contido neste documento e o seu estado de conservação espelham a conduta a qualificação e as atividades profissionais do seu portador.

Pela sua importância, é seu dever protegê-la e Cuidá-la, pois além de conter o registro de sua vida Profissional e a garantia da preservação e validade de seus direitos como trabalhador e cidadão, contribui para assegurar o seu futuro e o de seus dependentes, tendo validade, também, como documento de identificação.

CONFECIONADA COM RECURSOS DO FUNDOS DE AMparo AO TRABALHADOR

VISITE O PORTAL MTE: WWW.ALE.COM.BR



MINISTÉRIO DO TRABALHO E EMPREGO

CARTEIRA DE TRABALHO E PREVIDENCIA SOCIAL

130.11923.01-8

8934771

0040

PR

Natalia Zuniga Markewicz

ASSINATURA DO TITULAR



Este presente fotocópia e reprodução do documento apresentado neste CARTÓRIO nesta data. DOU FE

08 AGO. 2018

CASCADEL PR

Maria Cristina Leinig Magel de Almeida
TABELIÃ

QUALIFICAÇÃO CIVIL - BRASILEIRO



NATALIA ZUNIGA MARKEWICZ

FILIAÇÃO: ANTONIO CARLOS MARKEWICZ
 NASCIMENTO: 30/01/1997
 ESTADO CIVIL: SOLTEIRO
 NATURALIDADE: CASCADEL - PR
 DOCUMENTO: C. I. 94684187 17/12/2013 SESEP PR
 LEI Nº 9.049, DE 18 DE MAIO DE 1996
 CPF: 078.701.868-92
 TIT. ELEITOR: CNH: SEÇÃO: ZONA:

LOCAL/DATA DE EMISSÃO: GRTE CASCADEL/PR - 27/10/2014

ASSINATURA DO EMISSOR

ALTERAÇÃO DE IDENTIDADE

FILIAÇÃO _____
 DATA DE NASC. DE ____/____/____ PARA ____/____/____
 DOCUMENTO _____
 ASSINATURA E CARIMBO DO SERVIDOR _____ [MOTIVO]

NOME _____
 DOCUMENTO _____
 ASSINATURA E CARIMBO DO SERVIDOR _____ [MOTIVO]

NOME _____
 DOCUMENTO _____
 ASSINATURA E CARIMBO DO SERVIDOR _____ [MOTIVO]

NOME _____
 DOCUMENTO _____
 ASSINATURA E CARIMBO DO SERVIDOR _____ [MOTIVO]

LEGENDA
 A - CASAMENTO | C - DIVÓRCIO | E - RECONHECIMENTO DE PATERNIDADE | G - DATA DE NASCIMENTO
 B - SEP. JUDICIAL | D - ADOÇÃO | F - MUDANÇA VOLUNTÁRIA C2

03 DE NOV. 2018
 45.3223-95
 Este presente fotocópia e reprodução fiel do documento apresentado neste CARTÓRIO nesta data. DOU FE

SISTEMÁTICA



LARANJEIRAS DO SUL

Atendimento é o primeiro passo para a elaboração das campanhas. É nesse momento que agência e cliente captam as informações e transmitem através de briefings para o departamento de planejamento e criação.

A DudaCom propõe uma relação profissional, aberta e sincera para que possamos elaborar as campanhas com qualidade e indicar as melhores alternativas. Por isso, estamos sempre presentes no cotidiano do cliente e atualizados com o que ocorre no mercado.

EXCLUSIVIDADE

Para facilitar o atendimento e estar sempre disponível à Prefeitura, disponibilizamos um profissional em tempo integral.

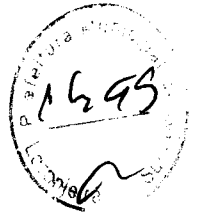
Além do profissional exclusivo para atendimento, é válido ressaltar que a DudaCom coloca à disposição da prefeitura toda a equipe de profissionais altamente qualificados que atenderão às necessidades da instituição.

VEÍCULOS

No atendimento aos veículos de comunicação, o representante da agência fará visitas constantes aos órgãos de imprensa, incentivando o bom relacionamento com estes profissionais, que serão os nossos contatos, além de criar a metodologia mais adequada para o atendimento cliente + veículo + agência, que será realizado em conjunto.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



SISTEMÁTICA

MARKETING, COMUNICAÇÃO E PESQUISA

Todos as pesquisas e dados atualizados de audiência relativas à televisão e ao rádio — em formato de ranking e separados por segmentos de hábito de consumo de mídia —, assim como jornais impressos, sites e mídia extensiva, outdoor e material impresso em geral, serão disponibilizados sem ônus para a prefeitura. Essas informações terão como referência os dados disponibilizados pelos institutos de referência de mercado, tais quais: Ibope, IVC, Marplan, entre outros.

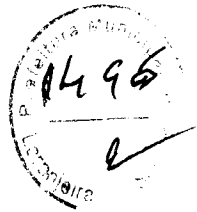
A DudaCom utilizará de todas as ferramentas necessárias e disponíveis para auditoria de mídia, que garantam as veiculações e tiragem de veículos auditados para comprovação de exibição nos meios contratados.

Também irá disponibilizar, durante a vigência do contrato, métodos, mapas e planos de mídia, peças criadas pela agência, roteiros de VT, Spot e anúncios, bem como materiais impressos e sua tiragem.

ORGANIZAÇÃO

A DudaCom nunca deixa de responder um questionamento ou retornar alguma solicitação. Em no máximo 8 horas, damos retorno com as informações necessárias para iniciar qualquer trabalho.

Além disso, o profissional exclusivo para atendimento à prefeitura de Laranjeiras do Sul irá acompanhar todo o processo de produção e distribuição dos materiais, seja em gráfica,



SISTEMÁTICA

PRAZOS

Trabalhamos de acordo com as necessidades dos nossos clientes, para isso utilizamos o sistema organizacional Operand, que contribui na agilidade dos processos.

Para idealizar, roteirizar e criar a identidade visual de uma campanha, solicitamos um prazo de dois dias.

Elaboração de plano de mídia podem ser executados em um prazo de dois dias.

Para peças avulsas, o prazo é de um dia.

CONDIÇÕES NORMAIS

1 DIA

CRIAÇÃO DE PEÇA AVULSA

1 DIA

CRIAÇÃO DE CAMPANHA

2 DIAS

SISTEMÁTICA



ROTINA

Ficará a critério da prefeitura a escolha das datas e dos horários para visitas, quando necessário, da equipe da DudaCom, sendo que deverão ser previamente informados à agência. Esse procedimento se faz necessário para que os materiais sejam providenciados quando se tratar de reuniões mais prolongadas e com a presença de veículos ou com as equipes internas da Assessoria de Comunicação da prefeitura, bem como para apresentação e discussão de resultados da campanha.

A equipe de comunicação da prefeitura é livre para visitas à agência sem data ou horário previamente agendados.

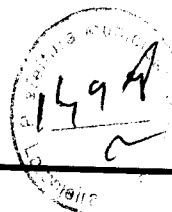
Salientamos que um profissional ficará em tempo integral à disposição da prefeitura, assim como a equipe estará sempre em contato, seja pessoalmente, via telefone, e-mail ou chat.

RELAÇÃO

A DudaCom preza pela ética e profissionalismo em todas as suas relações, sejam com a prefeitura de Laranjeiras do Sul ou com os veículos de comunicação, sempre respeitando os prazos dos contratos, normas e especificações de cada situação.

Essas relações profissionais e comerciais têm como objetivo o alcance da excelência técnica por meio da qualificação profissional e da diminuição dos custos das transações

ESTRUTURA

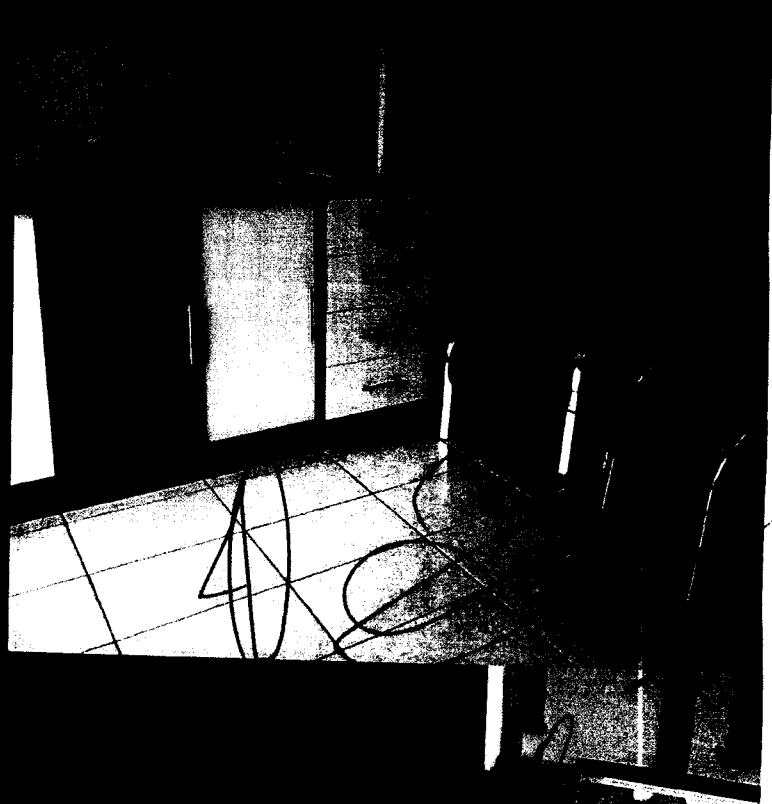


Contamos com uma estrutura física adequada para executar os diversos trabalhos que oferecemos aos nossos clientes. O espaço foi planejado para comportar nossos departamentos respeitando a área de atuação de cada colaborador, sendo dividido em: recepção, departamentos de estudo e planejamento, mídia e atendimento, jornalismo e produção e criação.

Nossos colaboradores trabalham com computadores extremamente modernos e adequados para edição gráfica, com plataforma de software específicos para o bom desenvolvimento dos trabalhos realizados na DudaCom. Possuímos também o software Operand, que integra todos os departamentos da agência, com 100% de segurança e agilidade.

1 (uma)	unidade	Impressora HP Deskjet Ink Advantage
1 (uma)	unidade	Impressora Kyocera KM-1820
2 (duas)	unidades	Notebooks HP Envy Intel core i7, 8GB, 1TB
3 (três)	unidades	Monitores 21"
1 (uma)	unidade	iMac 21" Intel Core i5, 8GB
3 (três)	unidades	Computadores de mesa Intel Core i7, 8GB, 1TB
1 (uma)	unidade	TV Samsung 24"
1 (uma)	unidade	Filmadora Sony HXR-MC2000 HD
1 (uma)	unidade	Câmera Canon Rebel T1i
1 (uma)	unidade	Balcão sob medida

GL





M T W T

2 9 10 16 17 23 24 25 30 31



FICHA TÉCNICA

CLIENTE: PREFEITURA DE GUARANIAÇU

MATERIAL: OUTDOOR

TÍTULO: CONSTRUÇÃO DE CASAS

PERÍODO: 30/07 a 15/08

VEÍCULO: VISION MÍDIA EXTERIOR

PROBLEMA: A prefeitura de Guaraniaçu pretendia divulgar para a população a parceria realizada com a Itaipu Binacional, que resultou em um investimento de R\$ 1 milhão e 310 mil para a construção de 20 casas no município.

SOLUÇÃO: A estratégia de comunicação foi planejada com o intuito de chamar a atenção dos cidadãos para a parceria entre o governo municipal e a hidrelétrica, através da veiculação de anúncios em diversas plataformas.

ll

✓

A

Ⓟ


REPERTÓRIO

Construção de casas - Outdoor

SIGNATURA CONVÊNIO

Um Investimento de
R\$ 1 MILHÃO E
310 MIL

20 CASAS



PRACON

entre Prefeitura de Guaraniãçu
Binacional Brasil

"É O GOVERNO MUNICIPAL
TRABALHANDO PARA O
BEM-ESTAR DA POPULAÇÃO."





FICHA TÉCNICA

CLIENTE: PREFEITURA DE GUARANIAÇU

MATERIAL: ANÚNCIO JORNAL

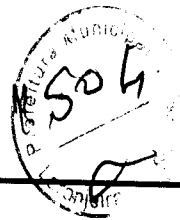
TÍTULO: REFORMA NAS ESCOLAS

PERÍODO: 28/06

VEÍCULO: JORNAL O PARANÁ

PROBLEMA: A prefeitura de Guaraniaçu presa pela qualidade de vida de sua população. Por isso investe em obras e reformas estruturais em áreas como saúde e educação. Porém, não utilizava os meios de comunicação para veicular campanhas divulgando tais ações.

SOLUÇÃO: Nosso planejamento organizou as diversas obras e ações e construiu um plano de mídia para veicular campanhas publicitárias, com o propósito de prestar contas a população de Guaraniaçu de como os recursos públicos estão sendo investidos em benefício de todos e todas.



Reforma nas escolas - Anúncio Jornal

REFORMA NAS ESCOLAS

▲ DUDACOM

Reforma da Escola Municipal
Prof. Joaquim Modesto da Rosa

Ampliação na Escola Municipal
Manoel Ribeiro de Magalhães

**+ de R\$320 mil reais
com recursos próprios**



"É O GOVERNO MUNICIPAL
TRABALHANDO PARA O



Handwritten signatures and initials on the right margin.



FICHA TÉCNICA

CLIENTE: BOA FÉ CORRETORA

MATERIAL: RODAPÉ JORNAL

TÍTULO: MENOS PREOCUPAÇÃO NA COPA

PERÍODO: JUNHO DE 2018

VEÍCULO: JORNAL O PARANÁ

PROBLEMA: Dando sequência na solução para alcançar maior exposição de seus serviços ao público alvo, a estratégia de comunicação observou a oportunidade de exposição da marca da corretora durante a Copa 2018.

SOLUÇÃO: A agência criou uma campanha para alcançar os leitores do caderno especial da Copa 2018 do Jornal O Paraná, com circulação em 52 municípios da região Oeste do Paraná.

Handwritten signature or initials.

Handwritten signature or initials.

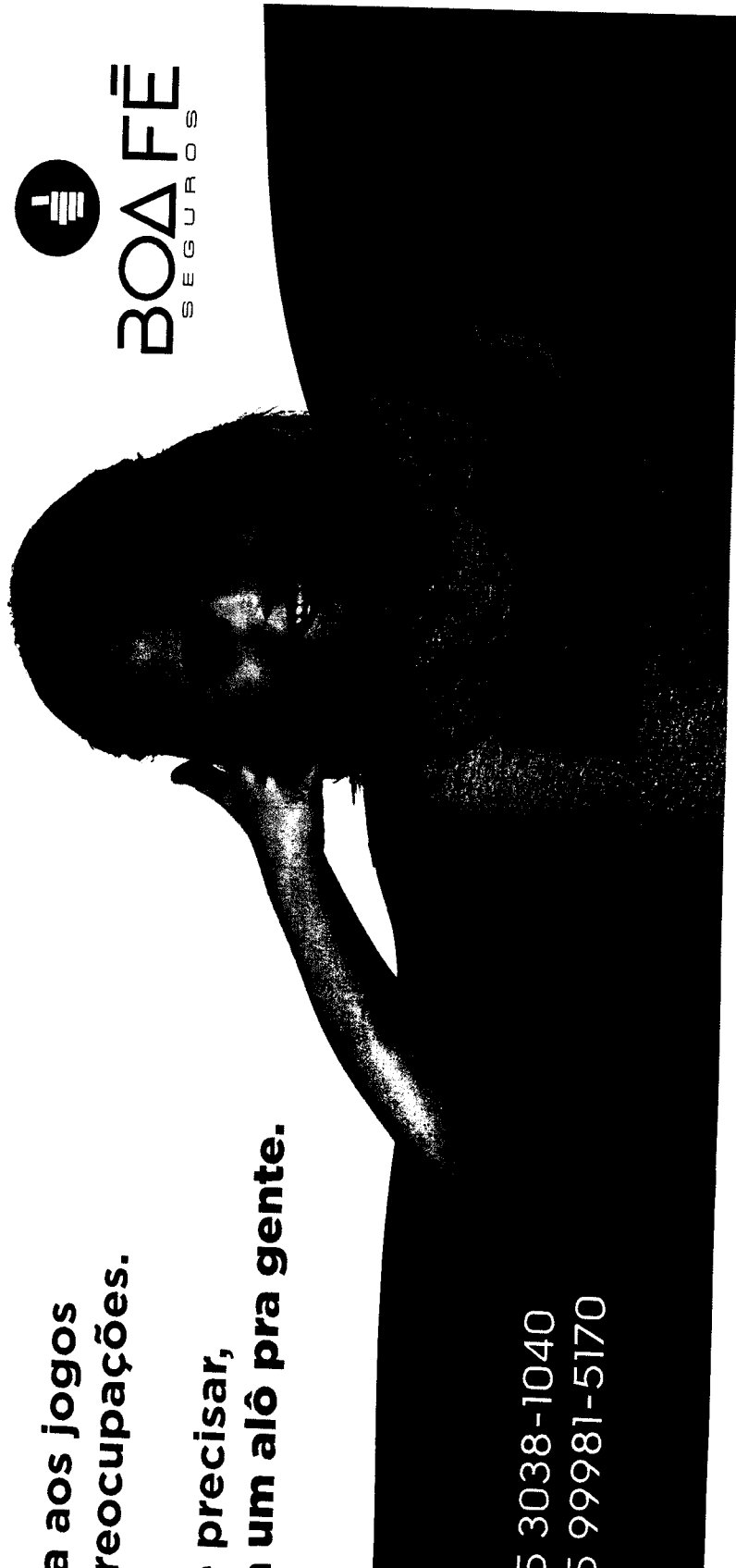
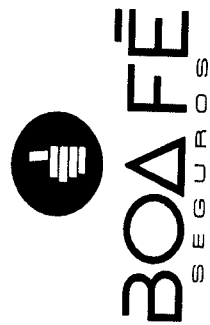
Handwritten signature or initials.

Handwritten signature or initials.

1506

REPERTÓRIO

Menos preocupação na Copa - Rodapé Jornal



a aos jogos
preocupações.

precisar,
um alô pra gente.

5 3038-1040
5 99981-5170

Handwritten signatures and initials.

FICHA TÉCNICA



CLIENTE: OBSERVATÓRIO SOCIAL DE CASCAVEL

MATERIAL: SPOT 30" EM RÁDIO

TÍTULO: INSTITUCIONAL

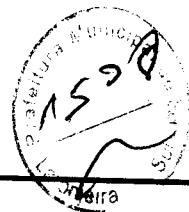
PERÍODO: 1º SEMESTRE 2017

VEICULAÇÃO DA MÍDIA: RÁDIO NORTE FM (104,9Mhz)

PROBLEMA: O Observatório Social de Cascavel é um espaço para o exercício da cidadania, que reúne o maior número possível de entidades representativas da sociedade civil com o objetivo de contribuir para a melhoria da gestão pública. Mas poucas pessoas têm conhecimento de seus objetivos em prol da população de Cascavel.

SOLUÇÃO: Assim, com o propósito de fazer a entidade mais conhecida e esclarecer sua atuação junto a população em geral, foi elaborada uma ação de divulgação institucional para veiculação exclusivamente em rádio, no intuito de alcançar a maior parcela possível da população que reside nos bairros de Cascavel.

FICHA TÉCNICA



CLIENTE: PREFEITURA DE GUARANIAÇU

MATERIAL: PROGRAMETE PARA RÁDIO - 15 MINUTOS

TÍTULO: GUARANIAÇU EM AÇÃO

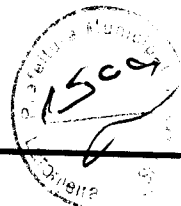
PERÍODO: DATA DE PRODUÇÃO: 22 DE JULHO / DATA DE VEICULAÇÃO: 25 DE JULHO

VEICULAÇÃO DA MÍDIA: RÁDIO CANTU FM E GUARANIAÇU FM

PROBLEMA: Por meio de pesquisas quantitativas, foi possível detectar a falta de comunicação em relação às ações da prefeitura em prol da cidade. Essa realidade dificultava a comunicação e a integração do poder público e a população residente..

SOLUÇÃO: As implantações das ações de comunicação tiveram, primeiramente, a intervenção com ações práticas como a produção do porgramete de rádio em formato informativo, divulgando os benefícios dos avanços estruturais e da melhoria dos serviços públicos através do rádio.

FICHA TÉCNICA



CLIENTE: PREFEITURA DE MARIPÁ

MATERIAL: SPOT 30"

TÍTULO: FESTA DAS ORQUÍDEAS E DO PEIXE

PERÍODO: AGOSTO DE 2018

VEICULAÇÃO DA MÍDIA: Rádios FM da região oeste do Paraná

PROBLEMA: A prefeitura de Maripá pretende dar destaque para a 20ª Edição da Festa das Orquídeas e do Peixe, evento tradicional do município e que movimentava o comércio local. Desta forma, a demanda solicitou um relato de maneira geral sobre a programação da festa, com destaque especial aos shows gratuitos como: André & Felipe (Gospel), João Bosco & Vinícius e Fernando & Sorocaba.

SOLUÇÃO: A agência produziu spots de 30", com o propósito de ampliar a abordagem através de divulgação extensa em diversas emissoras de rádio FM com abrangência regional. O objetivo com essa tática foi alcançar o público de toda a região Oeste do Paraná que, invariavelmente, ouve algum programa nessas emissoras em seus municípios.

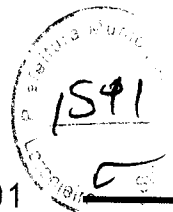
REPERTÓRIO



Handwritten marks and signatures at the bottom of the page, including a large checkmark, the number "22", a circled signature, and other illegible scribbles.

RÁDIO UNIVERSITÁRIA

CASE 01



O presente relato técnico pretende descrever os problemas de comunicação enfrentados pela rádio Univeritária (105,9Mhz). O cliente atua no mercado de comunicação de Cascavel, Paraná, transmitindo sua programação radiofônica em diversas platadormas como: frequência modulada (FM), rádio online e aplicativos mobile.

Composta por profissionais formados em jornalismo, a emissora não planejou a sua exposição ao público ouvinte prioritário. Assim, não definiu as responsabilidades de cada locutor e suas expectativas relacionadas à divulgação dos programas e promoções da rádio.

Além disso, a linguagem diferente entre os programas com o público alvo prioritário causava problemas na interação e na construção de sua imagem.

A partir do estudo, foi definido quais ações, baseadas na comuniação, deveriam ser aplicadas à situação. Através de pesquisa externa foi possível analisar as propostas para a solição dos problemas.

PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

As implantações das ações de comunicação tiveram primeiramente a observação, seguida da análise e, psoteriormente, a intervenção com ações práticas.

SITUAÇÃO/PROBLEMA

O projeto foi desenvolvido em empresa de comunicação. A rádio conta com dois funcionários. Tem uma estrutura tecnológica própria, além dos profissionais serem formados na área de atuação.

TIPO DE INTERVENÇÃO

Nessa fase foram identificados conflitos quanto ao departamento comercial, que não consegue fidelizar um público específico a fim de atrair novos patrocinadores.

A observação foi a prática utilizada, pois não se tratava de prévia análise e definição de protocolos de ação, mas de participação direta de uma situação problema de comunicação.

Foram adotados o levantamento bibliográfico e estudos de casos semelhantes. Também foi verificada a necessidade de se identificar cada pessoa envolvida, sua função, necessidades e expectativas em relação à rádio.

A solução foi implantação do endomarketing, estratégia adotada para fluir os processos de relação interpessoal. Causando um maior desenvolvimento da imagem da instituição perante seus colaboradores e clientes. Sugerimos o investimento em promoções constantes das publicações mais relevantes da área jurídica.

CONCLUSÃO

O Relato Técnico descreveu ações para a criação de sinergia nos trabalhos, o que possibilitou construir uma nova interpretação sobre o tema, junto às pessoas abordadas.



LOJA RENOVAÇÃO 88

CASE 02



O presente relato técnico pretende descrever os problemas de comunicação enfrentados pela campanha #Sou Doador, promovida pela Loja Maçônica Renovação n. 88 de Cascavel. O cliente é uma organização da sociedade civil e defende que o princípio da beneficência estabelece a obrigação moral de agir em benefício dos outros. Desta maneira, a entidade solicitou a criação de uma campanha publicitária a fim de divulgar suas ações em prol da conscientização das famílias sobre a importância da doação de órgãos.

PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

As implantações das ações de comunicação tiveram, primeiramente, a observação e a análise e, posteriormente, a intervenção com ações práticas.

SITUAÇÃO/PROBLEMA

Por se tratar de um tema polêmico com determinado tabu entre a população em geral, o problema estudado foi a identificação e a definição de quais ações, baseadas na Comunicação, deveriam ser aplicadas à situação. A pesquisa possibilitou análise e posteriores propostas para a solução dos problemas.



TIPO DE INTERVENÇÃO

A estratégia previu ação de divulgação com o objetivo de engajar o público-alvo através de postagens nas redes sociais utilizando a linguagem compatível com a plataforma online. Também foi utilizada a tática de abordagem presencial com folder e cartaz durante palestras de conscientização com a comunidade em geral. Esses eventos, organizados pela entidade, também preveem abordagens em colégios da Rede Estadual de Educação de Cascavel.

Nessa fase, foram identificados diversos conflitos e dúvidas quanto aos procedimentos a serem adotados pelas famílias. A orientação individual foi a prática utilizada, pois não se tratava de prévia análise e definição de protocolos de ação, mas de participação direta em uma situação em que faltava esclarecimento sobre o assunto.

O Relato Técnico descreve situações de conflitos e problemas relacionados com a falta de informação por parte dos públicos abordados, sendo marcante a interação entre os palestrantes e as famílias. Conforme Carvalho e Mirandola (2007), identificou-se que essa realidade gerava lacunas nos processos de comunicação. Isso ficava claro pela insatisfação nos grupos envolvidos.

CONCLUSÃO

O Relato Técnico descreveu ações para a criação de sinergia nos trabalhos, o que possibilitou construir uma nova interpretação sobre o tema, junto às pessoas abordadas.



O presente relato técnico pretende descrever os problemas de comunicação enfrentados pelo escritório de advocacia Palácio & BarONIO.

O cliente atua na área jurídica, especializado em demandas no poder público e empresarial. Composto por profissionais da área jurídica e administrativa, o escritório não implantou ações de marketing e identidade visual, com o propósito de pensar suas estratégias de comunicação e na promoção de seus negócios. Assim, não estavam bem definidas as responsabilidades de cada membro e suas expectativas relacionadas à divulgação das atividades da empresa.

O problema estudado era a identificação e a definição de quais ações, baseadas na comunicação, deveriam ser aplicadas à situação. A justificativa é a importância e quantidade de recursos humanos e monetários aplicados em comunicação.

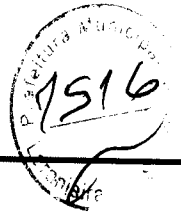
PROCEDIMENTO METODOLÓGICO

As implantações das ações de comunicação tiveram primeiramente a observação, a análise e posteriormente a intervenção com ações práticas.

SITUAÇÃO/PROBLEMA

O projeto é desenvolvido em empresa privada do setor jurídico. A empresa conta com cerca de seis funcionários. Atende clientes em todo o país. Conta com uma estrutura funcional e trabalha de forma matricial para o gerenciamento de serviços.

Além dos profissionais próprios, também trata com a contratação de terceiros. Como



TIPO DE INTERVENÇÃO

Nessa fase foram identificados diversos conflitos e insatisfações quanto ao andamento e entendimento dos requisitos do negócio.

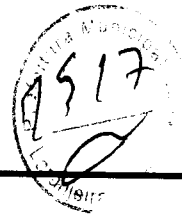
A observação foi a prática utilizada, pois não se tratava de prévia análise e definição de protocolos de ação, mas de participação direta em uma situação problema de comunicação.

Foram adotados o levantamento bibliográfico e estudos de casos semelhantes. Também foi verificada a necessidade de se identificar cada pessoa envolvida, sua função, necessidades, expectativas na empresa (Souza & Rodrigues, 2012).

CONCLUSÃO

O Relato Técnico descreveu ações para a criação de sinergia nos trabalhos, o que possibilitou construir uma nova imagem para a empresa.

CLIENTES



BOA FÉ SEGUROS

Outubro de 2017 - atual

Corretora de seguros

Gestão de mídias sociais; spot para rádio.

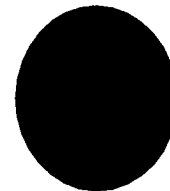


FRAN RODRIGUES MAKEUP

Novembro de 2017 - Janeiro de 2018

Estúdio de maquiagem

Desenvolvimento de identidade visual; cartão de visita; banner impresso.



MARCO INFORMÁTICA

Dezembro de 2017 - Janeiro de 2018

Técnico em informática

Desenvolvimento de identidade visual; cartão de visita; banner impresso; spot para rádio.

**MARCO
INFORMÁTICA**

LA CAFETERIA

Maio de 2018 - atual



CLIENTES

15/18

RÁDIO UNIVERSITÁRIA

Junho de 2017 - Dezembro de 2017

Emissora de rádio

Desenvolvimento de identidade visual; criação de site;
gestão de mídias sociais; elaboração de mídia kit;
anúncio para jornal e revista; adesivo para parede.



PREFEITURA DE GUARANIAÇU

Outubro de 2017 - atual

Prefeitura Municipal

Gestão de mídias sociais; spot para rádio; folder
institucional; outdoor; anúncios para jornal; TV
corporativa; banner para internet.



ORAL CASCAVEL

Março de 2018 - atual

Clínica odontológica

Desenvolvimento de identidade visual; cartão de visita;
papeleria completa; design de fachada.



OBSERVATÓRIO SOCIAL

1

Handwritten signatures and marks.

CLIENTES

1519

LOJA MAÇÔNICA RENOVAÇÃO 88

Abril de 2018 - atual

Organização da Sociedade Civil

Desenvolvimento de campanha; criação de flyers, cartaz e banner; gestão de redes sociais.



PREFEITURA DE MARIPÁ

Julho de 2018 - atual

Prefeitura Municipal

Produção de spot, VT e anúncio para divulgação da 20ª Festa das Orquídeas e do Peixe de Maripá.



[Handwritten signature]

PALÁCIO E BARONIO

Outubro de 2017 - atual

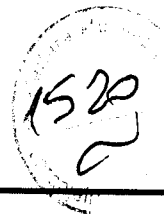
Escritório de advocacia

Desenvolvimento de identidade visual; cartão de



[Handwritten signature]

REFERENDO



Cascavel, 09 de Agosto de 2018.

A handwritten signature in black ink, positioned above a horizontal line.

Ana Caroline Kuhn Schimanko
RG: 10.575.156-7 / CPF: 056.876.909-05
Sócia Administradora
DudaCom Marketing Integrado.
CNPJ: 24.811.536/0001-55

A handwritten signature in black ink, located in the bottom right area of the page.

A handwritten signature in black ink, located in the bottom right area of the page, below the first signature.

A handwritten signature in black ink, located in the bottom right area of the page, below the second signature.



[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



DUDACOM

MARKETING INTEGRADO

ENVELOPE N.º 3 - DEMAIS INFORMAÇÕES INT
PROPOSTA TÉCNICA (CAPACIDADE DE ATEND

CONCORRÊNCIA N.º 006/2018

MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL/PR

RAZÃO SOCIAL: DUDACOM MARKETING INTEGRAD

CNPJ: 24.811.536/0001-55

Aos 3 dias do mês de setembro de 2018, a subcomissão técnica para avaliar o Processo de Licitação para contratação de uma Agência de Publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da Execução, Planejamento, Concepção, intermediação 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 logotipo e de outros elementos de comunicação visual, planejamento e execução de pesquisas e produção da Prefeitura de Laranjeiras do Sul, esteve reunida para avaliar/pontuação, a proposta de Capacidade de atendimento, proposta identificada, pertinentes às 9 (nove) agências licitantes proponentes na Concorrência nº006/2018, apresentando o seguinte resultado:

EMPRESA: BEPOP

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	7	8	8
10.3.2.2 – do edital	4	4	3
10.3.2.3 – do edital	13	13	13
10.3.2.4 – do edital	4	3	3
TOTAL	28	28	27

EMPRESA: OLÉ PROPAGANDA

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	10	9	10
10.3.2.2 – do edital	5	5	5
10.3.2.3 – do edital	15	15	15
10.3.2.4 – do edital	5	5	5
TOTAL	35	34	35

EMPRESA: DOPPS + LUCOM - COMUNICAÇÃO INTEGRADA

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	10	9.9	10
10.3.2.2 – do edital	5	3	4.5



**Laranjeiras
do Sul**
PREFEITURA

15
10/05/2017

EMPRESA: DUDACOM

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	8	7	8
10.3.2.2 – do edital	5	4	5
10.3.2.3 – do edital	13	10	14
10.3.2.4 – do edital	4	3	4
TOTAL	30	24	31

EMPRESA: NTV

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	10	10	10
10.3.2.2 – do edital	5	4,5	5
10.3.2.3 – do edital	15	15	15
10.3.2.4 – do edital	5	5	5
TOTAL	35	34,5	35

EMPRESA: HEY

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	9	9	10
10.3.2.2 – do edital	4	3	4
10.3.2.3 – do edital	13	13	13
10.3.2.4 – do edital	4,5	3	4
TOTAL	30,5	28	31

EMPRESA: BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO & MARKETING

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	10	9	10
10.3.2.2 – do edital	5	5	5
10.3.2.3 – do edital	15	13	14
10.3.2.4 – do edital	5	5	5
TOTAL	35	32	34

EMPRESA: META PROPAGANDA

152
P. Prefeitura Municipal
Laranjeiras

EMPRESA: CASA DA COMUNICAÇÃO.

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	9	9	10
10.3.2.2 – do edital	5	5	5
10.3.2.3 – do edital	15	15	15
10.3.2.4 – do edital	5	5	5
TOTAL	34	34	35

Nada mais havendo a se tratar a reunião foi encerrada e a ata será assinada por mim e pelos demais integrantes da subcomissão.

Plácido Damiani Neto
Plácido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica

Diana Pretto
Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica

Roberty A. Rohsler
Roberty Ary Rohsler/Membro da subcomissão técnica

ATA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE ATENDIMENTO

No período de 28 de agosto a 3 de setembro, na sala da Secretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Laranjeiras do Sul-PR, reuniram-se os membros da Subcomissão técnica abaixo assinados, para análise individualizada e da proposta de Capacidade de atendimento, proposta identificada, pertinentes às 9 (nove) agências licitantes proponentes na Concorrência nº006/2018. Foram avaliados os quesitos “Qualificação e Quantificação dos profissionais”; “Sistemática de atendimento”; “Portfólio da licitante” e “Relação de clientes”. Todas as observações constatadas durante o julgamento das agências participantes foram registrados nas planilhas de julgamento, conforme documentos anexos à esta ata.

EMPRESA: BEPOP

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	7	8	8
10.3.2.2 – do edital	4	4	3
10.3.2.3 – do edital	13	13	13
10.3.2.4 – do edital	4	3	3

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 10.3.2.1, “a1” – Não cumpriu com o exigido pelo edital, apresentando apenas quatro profissionais.

ITEM 10.3.2.1, “a2” – A empresa cumpre com os itens descritos em edital. O que se nota são os poucos profissionais disponíveis, e não há como não notar a remuneração abaixo do esperado para os contratados.

ITEM 10.3.2.1, “a3” – Possui quatro funcionários todos capacitados para a função. No entanto, o número é pequeno em virtude do número de empresas que a Agência atende.

ITEM 10.3.2.2, “a1” – Trabalham com todas as áreas da agência de forma integrada, onde todos participam do planejamento



**Laranjeiras
do Sul**
PREFEITURA

ITEM 10.3.2.3, "a1" – Apresenta um material intermediário. Mas exemplificou bem seus casos.

ITEM 10.3.2.3, "a2" – O material apresentando é de boa qualidade, mas poderia ser algo melhor elaborado nas mídias impressas e no material de rádio.

ITEM 10.3.2.3, "a3" – Criação convencionais e pouco originais. Baixa qualidade da execução de algumas peças, principalmente no material da festa do Peão em Guaíra. Nas outras peças informações prestadas com clareza.

ITEM 10.3.2.4, "a1" – Boa relação de clientes, porém, atende apenas quatro cidades.

ITEM 10.3.2.4, "a2" – Em que pese a empresa tenha 9 anos de existência, a relação de clientes apresentada é abaixo do esperado. Seu raio de ação está em apenas 4 cidades, visto que em uma delas, atualmente a empresa não atende mais.

ITEM 10.3.2.4, "a3" – Clientes de médio e pequeno porte e atendimento em somente quatro cidades e atendimento em somente quatro cidades.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

ITEM 10.3.2.1 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.2 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.3 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.4 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto a empresa BEPOP – comunicação e Marketing.

Plácido Damiani Neto

Plácido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica

Diana Patta

15/28
M

ATA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE ATENDIMENTO

No período de 28 a 31 de agosto, na sala da Secretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Laranjeiras do Sul-PR, reuniram-se os membros da Subcomissão técnica abaixo assinados, para análise individualizada e da proposta de Capacidade de atendimento, proposta identificada, pertinentes às 9 (nove) agências licitantes proponentes na Concorrência nº006/2018. Foram avaliados os quesitos “Qualificação e Quantificação dos profissionais”; “Sistemática de atendimento”; “Portfólio da licitante” e “Relação de clientes”. Todas as observações constatadas durante o julgamento das agências participantes foram registrados nas planilhas de julgamento, conforme documentos anexos à esta ata.

EMPRESA: OLÉ PROPAGANDA

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	10	9	10
10.3.2.2 – do edital	5	5	5
10.3.2.3 – do edital	15	15	15
10.3.2.4 – do edital	5	5	5

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 10.3.2.1, “a1” – Cumpriu todas as exigências, com seis profissionais qualificados e direcionados por áreas determinadas.

ITEM 10.3.2.1, “a2” – A empresa apresenta um bom time de profissionais, porem a quantidade poderia ser um pouco maior, visto que a carteira de clientes apresentada é um tanto extensa.

ITEM 10.3.2.1, “a3” – Profissionais com qualificações adequadas e profissionais experientes para o atendimento da Secretaria de Comunicação Social. Apresentação adequada para o atendimento.

ITEM 10.3.2.2, “a1” – Prazo para campanhas, peças e planos de mídia rápidos e com qualidade, facilitando o trabalho da Secretaria de



Laranjeiras
do Sul
PREFEITURA

ITEM 10.3.2.3, "a1" – Peças de qualidade: Jornal, Rádio e TV. Cumpriram com as exigências em um material adequado. Justificando as principais campanhas.

ITEM 10.3.2.3, "a2" – Os trabalhos de mídia impressa, e para o rádio foram bem elaborados, são dinâmicos e atuais.

ITEM 10.3.2.3, "a3" – Soluções criativas, adequadas e pertinentes. Boa qualidade de acabamento das peças apresentadas.

ITEM 10.3.2.4, "a1" – Vasta gama de clientes. Muitas prefeituras, algumas inclusive desde 2013, mostrando fidelidade ao trabalho apresentado.

ITEM 10.3.2.4, "a2" – Neste item, a nota máxima se dá pelo fato de a empresa apresentar um bom número de clientes atendidos, em sua maioria prefeituras.

ITEM 10.3.2.4, "a3" – Clientes de grande porte e de tradição. Evidencia a credibilidade da empresa e a fidelidade do trabalho apresentado.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

ITEM 10.3.2.1 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.2 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.3 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.4 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto a empresa OLÉ PROPAGANDA.

Placido Damiani Neto

Placido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica

Diana Pretto

Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica

Roberty A. Rohsler

Roberty Ary Rohsler/Membro da subcomissão técnica

ATA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE ATENDIMENTO

No período de 28 a 31 de agosto, na sala da Secretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Laranjeiras do Sul-PR, reuniram-se os membros da Subcomissão técnica abaixo assinados, para análise individualizada e da proposta de Capacidade de atendimento, proposta identificada, pertinentes às 9 (nove) agências licitantes proponentes na Concorrência nº006/2018. Foram avaliados os quesitos “Qualificação e Quantificação dos profissionais”; “Sistemática de atendimento”; “Portfólio da licitante” e “Relação de clientes”. Todas as observações constatadas durante o julgamento das agências participantes foram registrados nas planilhas de julgamento, conforme documentos anexos à esta ata.

EMPRESA: DOPPS + LUCOM - COMUNICAÇÃO INTEGRADA

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	10	9.9	10
10.3.2.2 – do edital	5	3	5
10.3.2.3 – do edital	15	15	15
10.3.2.4 – do edital	4	4	4

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 10.3.2.1, “a1” – Onze profissionais com currículos e experiências na área em questão, cumprindo com maestria as normas exigidas.

ITEM 10.3.2.1, “a2” – A empresa atente os requisitos pedidos em edital, com uma boa equipe de profissionais qualificados, porem apenas um deles não apresenta o tempo de atuação no mercado.

ITEM 10.3.2.1, “a3” – Onze experientes profissionais e com qualificações adequadas para o atendimento, cumprindo com as exigências do edital.

ITEM 10.3.2.2, “a1” – Possui um sistema organizacional muito consistente e organizado, que contribui efetivamente na agilidade de entrega de materiais sem prejuízo a qualidade do layout

ITEM 10.3.2.3, "a1" – Apresentou o exigido no edital, com produtos de qualidade exemplificando os cases.

ITEM 10.3.2.3, "a2" – Boa apresentação dos materiais, arte para revistas e jornais bem elaboradas. A mídia para o rádio também tem ótima qualidade.

ITEM 10.3.2.3, "a3" – Soluções criativas adequadas. Qualidade e acabamento das peças adequadas e clareza na exposição das informações.

ITEM 10.3.2.4, "a1" – Boa relação de clientes, porém apenas empresas privadas. Nenhuma prefeitura.

ITEM 10.3.2.4, "a2" – Apesar de ter um bom número de clientes atendidos, a empresa não apresentou nenhum trabalho para órgãos públicos.

ITEM 10.3.2.4, "a3" – Vasta carteira de empresas privadas. No entanto nenhuma pública.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

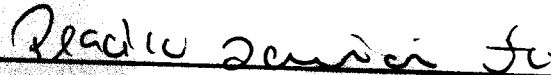
ITEM 10.3.2.1 – Não se aplica.

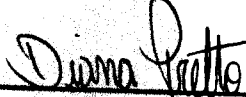
ITEM 10.3.2.2 – Não se aplica.

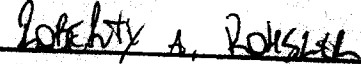
ITEM 10.3.2.3 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.4 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto a empresa DOPPS + LUCOM - COMUNICAÇÃO INTEGRADA.


Placido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica


Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica


Roberty Ary Rohsler/Membro da subcomissão técnica



**Laranjeiras
do Sul**
PREFEITURA



ATA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE ATENDIMENTO

No período de 28 a 31 de agosto, na sala da Secretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Laranjeiras do Sul-PR, reuniram-se os membros da Subcomissão técnica abaixo assinados, para análise individualizada e da proposta de Capacidade de atendimento, proposta identificada, pertinentes às 9 (nove) agências licitantes proponentes na Concorrência nº006/2018. Foram avaliados os quesitos “Qualificação e Quantificação dos profissionais”; “Sistemática de atendimento”; “Portfólio da licitante” e “Relação de clientes”. Todas as observações constatadas durante o julgamento das agências participantes foram registrados nas planilhas de julgamento, conforme documentos anexos à esta ata.

EMPRESA: DUDACOM

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	8	7	8
10.3.2.2 – do edital	5	4	5
10.3.2.3 – do edital	13	10	13
10.3.2.4 – do edital	4	3	4

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 10.3.2.1, “a1” – Não possui um funcionário para cada setor, exigido pelo edital.

ITEM 10.3.2.1, “a2” – A empresa apresentou um bom número de pessoas em sua equipe, porem na relação apresentada conta com um número considerável de estagiários, sendo assim os mesmos não possuem experiência comprovada na área de atuação.

ITEM 10.3.2.1, “a3” – Apresentação da qualificação de alguns profissionais feita de forma superficial. Em alguns setores somente estagiários enquanto que as demais empresas, todos profissionais com experiência.

ITEM 10.3.2.2, “a1” – Propõe uma relação profissional, com um funcionário



**Laranjeiras
do Sul**
PREFEITURA

ITEM 10.3.2.3, "a1" – Anúncios de qualidade intermediária. Cumpriu com o proposto pelo edital.

ITEM 10.3.2.3, "a2" – O material está abaixo do esperado, deixa a desejar nas mídias impressas e no material para o rádio.

ITEM 10.3.2.3, "a3" – Boa qualidade e acabamento das peças apresentadas. Porém sem muita originalidade.

ITEM 10.3.2.4, "a1" – Pequena relação de clientes, porém com qualidade.

ITEM 10.3.2.4, "a2" – Baixa representatividade na relação de clientes apresentadas.

ITEM 10.3.2.4, "a3" – Maioria dos clientes de porte médio e atuação regional. Apesar da qualidade número pequeno de clientes.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

ITEM 10.3.2.1 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.2 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.3 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.4 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto a empresa DUDACOM.

Plácido Damiani Neto
Plácido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica

Diana Pretto
Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica

Roberty Ary Rohsler
Roberty Ary Rohsler/Membro da subcomissão técnica

ATA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE ATENDIMENTO

No período de 28 a 31 de agosto, na sala da Secretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Laranjeiras do Sul-PR, reuniram-se os membros da Subcomissão técnica abaixo assinados, para análise individualizada e da proposta de Capacidade de atendimento, proposta identificada, pertinentes às 9 (nove) agências licitantes proponentes na Concorrência nº006/2018. Foram avaliados os quesitos “Qualificação e Quantificação dos profissionais”; “Sistemática de atendimento”; “Portfólio da licitante” e “Relação de clientes”. Todas as observações constatadas durante o julgamento das agências participantes foram registrados nas planilhas de julgamento, conforme documentos anexos à esta ata.

EMPRESA: NTV

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	10	10	10
10.3.2.2 – do edital	5	4,5	5
10.3.2.3 – do edital	15	15	15
10.3.2.4 – do edital	5	5	5

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 10.3.2.1, “a1” – Vinte e um profissionais formados e com ampla experiência nas áreas em que atuam.

ITEM 10.3.2.1, “a2” – Os profissionais da empresa estão em um número esperado para realizar os trabalhos necessários. Todos apresentam um bom tempo de experiência, o que deve gerar um bom resultado final.

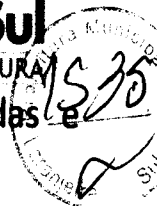
ITEM 10.3.2.1, “a3” – Profissionais com qualificações adequadas para o atendimento da Secretaria de Comunicação.

ITEM 10.3.2.2, “a1” – Comunicação full service, buscando pela atualização, oferecendo soluções inovadoras, com agilidade nos prazos em média de um dia.



**Laranjeiras
do Sul**

PREFEITURA MUNICIPAL



ITEM 10.3.2.3, "a1" – Alta qualidade com peças bem elaboradas e justificativas de casos consistente.

ITEM 10.3.2.3, "a2" – Os materiais apresentados neste item são de uma ótima qualidade. As mídias impressas e o material para o rádio estão dentro do esperado, são atuais e bem elaborados.

ITEM 10.3.2.3, "a3" – Soluções criativas originais e pertinentes. Qualidade e acabamento das peças adequados. Clareza na exposição das informações.

ITEM 10.3.2.4, "a1" – Diversos clientes de renome, dando seriedade ao trabalho.

ITEM 10.3.2.4, "a2" – Boa gama de clientes apresentada, e um bom tempo de atendimento para órgãos públicos.

ITEM 10.3.2.4, "a3" – Clientes de grande porte e tradição, demonstrando a credibilidade da empresa.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

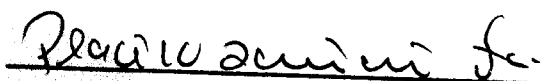
ITEM 10.3.2.1 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.2 – Não se aplica.

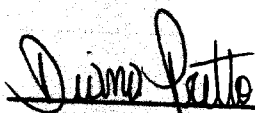
ITEM 10.3.2.3 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.4 – Não se aplica.

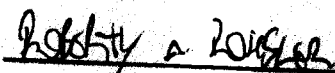
Era o que tínhamos a expor quanto a empresa NTV.



Placido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica



Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica



Roberty Ary Rohsler/Membro da subcomissão técnica



**Laranjeiras
do Sul**
PREFEITURA

36
2

ATA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE ATENDIMENTO

No período de 28 a 31 de agosto, na sala da Secretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Laranjeiras do Sul-PR, reuniram-se os membros da Subcomissão técnica abaixo assinados, para análise individualizada e da proposta de Capacidade de atendimento, proposta identificada, pertinentes às 9 (nove) agências licitantes proponentes na Concorrência nº006/2018. Foram avaliados os quesitos “Qualificação e Quantificação dos profissionais”; “Sistemática de atendimento”; “Portfólio da licitante” e “Relação de clientes”. Todas as observações constatadas durante o julgamento das agências participantes foram registrados nas planilhas de julgamento, conforme documentos anexos à esta ata.

EMPRESA: HEY

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	9	9	10
10.3.2.2 – do edital	4	3	4
10.3.2.3 – do edital	13	13	13
10.3.2.4 – do edital	4,5	3	4

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 10.3.2.1, “a1” – Cumpriu com o pedido, porém sem profissionais com experiência no ramo.

ITEM 10.3.2.1, “a2” – A empresa apresenta uma boa equipe para a elaboração dos trabalhos, porém há um número de profissionais com pouca experiência, além do esperado, isto pode refletir no resultado final.

ITEM 10.3.2.1, “a3” – Capacitação e quantificação dos profissionais apresentados cumpriu com o edital.

ITEM 10.3.2.2, “a1” – Visitas quinzenais ou quando forem necessários. Planejamento de execução e pesquisas, porém muito tempo para a entrega.

ITEM 10.3.2.3, "a1" – Produto de qualidade com propostas e casos bastante conciso.

ITEM 10.3.2.3, "a2" – A empresa apresentou um bom material de rádio, porem as mídias impressas estão a baixo do esperado.

ITEM 10.3.2.3, "a3" – Soluções criativas. Boa qualidade e acabamento das peças apresentadas. Faltou maior clareza na exposição das informações de algumas peças apresentadas.

ITEM 10.3.2.4, "a1" – Ampla gama de clientes, porém poucos órgãos públicos, que seria o caso específico.

ITEM 10.3.2.4, "a2" – Boa relação de clientes atendidos, mas apresentou apenas um órgão público nesta relação. O tempo de vigência destes relacionamentos é de apenas 5 anos.

ITEM 10.3.2.4, "a3" – Maioria dos clientes de porte médio e atuação regional. No entanto, poucos órgãos públicos, ou apenas um (Prefeitura de Guarapuava).

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

ITEM 10.3.2.1 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.2 – Não se aplica.

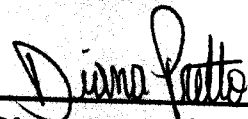
ITEM 10.3.2.3 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.4 – Não se aplica.

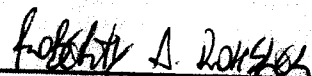
Era o que tínhamos a expor quanto a empresa HEY.



Placido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica



Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica



Roberty Ary Rohsler/Membro da subcomissão técnica



**Laranjeiras
do Sul**
PREFEITURA

538
LARANJEIRAS DO SUL

ATA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE ATENDIMENTO

No período de 28 a 31 de agosto, na sala da Secretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Laranjeiras do Sul-PR, reuniram-se os membros da Subcomissão técnica abaixo assinados, para análise individualizada e da proposta de Capacidade de atendimento, proposta identificada, pertinentes às 9 (nove) agências licitantes proponentes na Concorrência nº006/2018. Foram avaliados os quesitos “Qualificação e Quantificação dos profissionais”; “Sistemática de atendimento”; “Portfólio da licitante” e “Relação de clientes”. Todas as observações constatadas durante o julgamento das agências participantes foram registrados nas planilhas de julgamento, conforme documentos anexos à esta ata.

EMPRESA: BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO & MARKETING

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	10	9	10
10.3.2.2 – do edital	5	5	5
10.3.2.3 – do edital	15	13	15
10.3.2.4 – do edital	5	5	5

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 10.3.2.1, “a1” – Equipe composta por profissionais de qualidade e com ampla experiência na área.

ITEM 10.3.2.1, “a2” – A empresa mescla a experiência com juventude, todavia, os mais jovens da equipe apresentam pouca experiência para os serviços prestados.

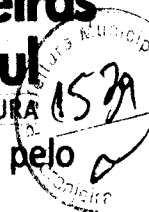
ITEM 10.3.2.1, “a3” – Profissionais com qualificações adequadas para o atendimento a Secretaria de Comunicação e todos com experiência.

ITEM 10.3.2.2, “a1” – Utilizam meios que facilitam a troca de informações internas e externas com os clientes.

ITEM 10.3.2.2, “a2” – Os prazos apresentados para os trabalhos são



**Laranjeiras
do Sul**
PREFEITURA



ITEM 10.3.2.3, "a1" – Material de qualidade, cumprindo o proposto pelo edital.

ITEM 10.3.2.3, "a2" – A empresa apresentou apenas um anúncio de seus trabalhos, uma embalagem e um convite, que talvez não se enquadrem requeridos pela contratante. Os trabalhos de mídia impressa e mídia de rádio estão a contento.

ITEM 10.3.2.3, "a3" – Soluções criativas adequadas e pertinentes. Boa qualidade e acabamento das peças apresentadas.

ITEM 10.3.2.4, "a1" – Vasta gama de clientes, incluindo prefeituras como a de Cascavel.

ITEM 10.3.2.4, "a2" – A relação de clientes apresentada é satisfatória, entre elas há atendimento há órgãos públicos.

ITEM 10.3.2.4, "a3" – Clientes de grande porte e tradição.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

ITEM 10.3.2.1 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.2 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.3 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.4 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto a empresa **BLANCOLIMA
COMUNICAÇÃO & MARKETING.**

Plácido Damiani Neto
Plácido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica

Diana Pretto
Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica

Roberty A. Rohsler
Roberty Ary Rohsler/Membro da subcomissão técnica



**Laranjeiras
do Sul**
PREFEITURA

SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO
59
10/08/2018

ATA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE ATENDIMENTO

No período de 28 a 31 de agosto, na sala da Secretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Laranjeiras do Sul-PR, reuniram-se os membros da Subcomissão técnica abaixo assinados, para análise individualizada e da proposta de Capacidade de atendimento, proposta identificada, pertinentes às 9 (nove) agências licitantes proponentes na Concorrência nº006/2018. Foram avaliados os quesitos “Qualificação e Quantificação dos profissionais”; “Sistemática de atendimento”; “Portfólio da licitante” e “Relação de clientes”. Todas as observações constatadas durante o julgamento das agências participantes foram registrados nas planilhas de julgamento, conforme documentos anexos à esta ata.

EMPRESA: META PROPAGANDA

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	10	10	10
10.3.2.2 – do edital	4,5	5	5
10.3.2.3 – do edital	14	14,5	14
10.3.2.4 – do edital	4	5	4

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 10.3.2.1, “a1” – Doze profissionais experientes, com formação nas áreas específicas.

ITEM 10.3.2.1, “a2” – A empresa possui um bom número de colaboradores e que apresentam experiência agradável na área de atuação.

ITEM 10.3.2.1, “a3” – Experiência dos profissionais e qualificações adequadas para o atendimento da Secretaria de Comunicação e que atinge todas as áreas estabelecidas no edital.

ITEM 10.3.2.2, “a1” – A sistemática e atendimento da agência prioriza o relacionamento com o cliente e o registro das informações.

ITEM 10.3.2.2, “a2” – A empresa demonstra ser rápida na prestação de serviços.



**Laranjeiras
do Sul**
PREFEITURA

591
18/07/2011

ITEM 10.3.2.3, "a1" – Material de qualidade, alinhado ao proposto e com justificativas consistentes.

ITEM 10.3.2.3, "a2" – A empresa apresentou bons trabalhos de mídia impressa, e para o rádio. O detalhe a ser observado é que no Jingle de 60 segundos, o material poderia ter sido melhor elaborado.

ITEM 10.3.2.3, "a3" – Criações corretas com boa qualidade de execução. Ideias criativas e adequadas, mas com baixa atratividade em alguns casos.

ITEM 10.3.2.4, "a1" – Ampla relação de clientes com diversas prefeituras no currículo.

ITEM 10.3.2.4, "a2" – A empresa apresenta uma boa relação de clientes atendidos, o tempo de relacionamento com estas empresas também agrada.

ITEM 10.3.2.4, "a3" – Clientes de grande porte e de tradição com atuação regional.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

ITEM 10.3.2.1 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.2 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.3 – Não se aplica.

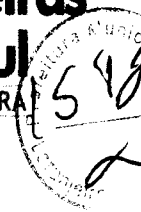
ITEM 10.3.2.4 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto a empresa META PROPAGANDA.

Plácido Damiani Neto
Plácido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica

Diana Pretto
Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica

Roberty Ary Rohsler
Roberty Ary Rohsler/Membro da subcomissão técnica



ATA DE JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE ATENDIMENTO

No período de 28 a 31 de agosto, na sala da Secretaria de Comunicação Social da Prefeitura de Laranjeiras do Sul-PR, reuniram-se os membros da Subcomissão técnica abaixo assinados, para análise individualizada e da proposta de Capacidade de atendimento, proposta identificada, pertinentes às 9 (nove) agências licitantes proponentes na Concorrência nº006/2018. Foram avaliados os quesitos “Qualificação e Quantificação dos profissionais”; “Sistemática de atendimento”; “Portfólio da licitante” e “Relação de clientes”. Todas as observações constatadas durante o julgamento das agências participantes foram registrados nas planilhas de julgamento, conforme documentos anexos à esta ata.

EMPRESA: CASA DA COMUNICAÇÃO

DA PONTUAÇÃO

Item avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1 – do edital	9	9	10
10.3.2.2 – do edital	5	5	5
10.3.2.3 – do edital	15	15	15
10.3.2.4 – do edital	5	5	5

DAS JUSTIFICATIVAS

ITEM 10.3.2.1, “a1” – Profissionais formados e com experiência na área.

ITEM 10.3.2.1, “a2” – A empresa tem um bom número de colaboradores, porém não explana o tempo de experiência de alguns integrantes.

ITEM 10.3.2.1, “a3” – Profissionais com qualificações adequadas para o atendimento à Secretaria de Comunicação.

ITEM 10.3.2.2, “a1” – Propõe um grupo de atendimento exclusivo, composto pelo tripé de departamentos – Atendimento, Mídia e Criação.

ITEM 10.3.2.2, “a2” – A proposta apresentada é boa, tempo de resposta atende a expectativa.

ITEM 10.3.2.2, “a3” – Instalações e infraestrutura adequadas atendendo



**Laranjeiras
do Sul**
PREFEITURA

ITEM 10.3.2.3, "a3" – Soluções criativas adequadas e pertinentes. Boa qualidade e acabamento das peças apresentadas. Clareza na exposição das informações.

ITEM 10.3.2.4, "a1" – Excelente gama de clientes incluindo DEZ prefeituras.

ITEM 10.3.2.4, "a2" – A empresa apresentou uma lista de clientes em potencial, que são atendidos, dentre eles vários órgãos públicos.

ITEM 10.3.2.4, "a3" – Clientes de grande porte e tradição, incluindo 10 entre prefeituras e Câmara de Vereadores.

Da reavaliação da pontuação (VII, artigo 6º da Lei 12.232/2010)

ITEM 10.3.2.1 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.2 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.3 – Não se aplica.

ITEM 10.3.2.4 – Não se aplica.

Era o que tínhamos a expor quanto a empresa CASA DA COMUNICAÇÃO.

Plácido Damiani Neto

Plácido Damiani Neto/Membro da subcomissão técnica

Diana Pretto

Diana Pretto/Membra da subcomissão técnica

Roberty Ary Rohsler

Roberty Ary Rohsler/Membro da subcomissão técnica

PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL
CNPJ Nº. 76.205.970/0001-95
PRAÇA RUI BARBOSA, 01 – FONE (042) 3635-8135
85.301-070 – LARANJEIRAS DO SUL - PARANÁ
ATO AVISO DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

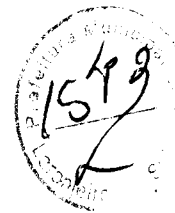
Objeto: Contratação de 01 (uma) agência de publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais e offline, elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual, planejamento e execução de pesquisas e produção.

O Presidente da Comissão comunica aos interessados que está marcada para a data de 17 de setembro de 2018 às 08hr e 15 min a sessão para verificação da pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica e elaboração da planilha de pontuações, bem como abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária e cotejo entre as vias.

Autorização: Jonatas Felisberto da Silva – Prefeito Municipal.

Informações Sobre Edital: A íntegra deste Edital e seus anexos estarão disponíveis para consulta no Departamento de Licitações, no site do município ou através do email licitacao@ls.pr.gov.br.
Laranjeiras do Sul-Pr, 10 de setembro de 2018.

Gilson Ferreira Cella
Presidente Comissão de Licitação



Ivaiporã

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE IVAIPORÃ-PR
Edital nº 478/2018 - Processo nº 4266/2018
TOMADA DE PREÇOS Nº 12/2018
ADIAMENTO

A Prefeitura Municipal de Ivaiporã, Estado do Paraná, torna público para conhecimento dos interessados, que fica adiada para o dia 28 de setembro de 2018 às 09:00 horas, na sala de licitações da Prefeitura Municipal de Ivaiporã, localizada na Rua Rio Grande do Norte, nº 1000, bairro Centro, a Tomada de Preços, tipo Menor Preço Global, objetivando a Contratação de Empresa Especializada para Execução de Pavimentação Poliédrica na Estrada Rural Jardim Iporã/Alecrim Conforme Convênio N.º 066/2018, celebrado Entre o Estado do Paraná, por Intermédio da Secretaria de Infraestrutura Logística - Seil, e o Município de Ivaiporã com a Intervenção do Departamento de Estradas de Rodagem - DER. O Edital da Tomada de Preços, com os detalhes da licitação, acha-se afixado no Quadro de Editais da municipalidade, ou pelo site: www.ivaipora.pr.gov.br. Ivaiporã, 10 de setembro de 2018. Rosemeiry Apª Alarcon. Presidente da Comissão de Licitação.

95062/2018

Jaguapitã

AVISO DE LICITAÇÃO
MUNICÍPIO DE JAGUAPITÃ
EDITAL DE PREGÃO PRESENCIAL Nº 053/2018

O MUNICÍPIO DE JAGUAPITÃ, torna público que às 09:00 horas do dia 10/04/2017, na sala de licitações da Prefeitura Municipal de Jaguapitã, realizará licitação na modalidade Pregão Presencial, REGISTRO DE PREÇOS PARA AQUISIÇÃO DE PNEUS E CAMARAS DE AR PARA ATENDER TODAS AS SECRETARIAS DO MUNICÍPIO DE JAGUAPITÃ, de acordo com especificações do edital. Informações e esclarecimentos relativos ao edital, modelos e anexos poderão ser solicitados junto ao Pregoeiro na Prefeitura de Jaguapitã, Paraná, Brasil - telefone (043) 3272-1122 E-mail: compras@jaguapita.pr.gov.br.

Jaguapitã, 10 de setembro de 2018.

CIRO BRASIL RODRIGUES DE OLIVEIRA E SILVA
Prefeito Municipal

95020/2018

Lapa

ESTADO DO PARANÁ
Município da Lapa
SECRETARIA MUNICIPAL DE ADMINISTRAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMPRAS, LICITAÇÕES E CONTRATOS
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES
AVISO DE CONVOCAÇÃO DE LICITANTES

A Secretaria Municipal de Administração - Departamento de Compras, Licitações e Contratos através da Comissão Permanente de Licitações, em face da rescisão unilateral do termo de Contrato de Empreitada nº 025/2018, firmado em 02 de março de 2018, derivado da Concorrência Pública nº 004/2017, firmado com a empresa Daltre Construções e Terraplenagem Ltda, conforme se infere do Decreto nº 23647 de 16 de julho de 2018, publicado no Diário Oficial dos Municípios do Paraná no dia 17.07.2018, edição 1549, e com fulcro no art. 24, XI, da Lei 8.666/93, **CONVOCA os licitantes abaixo relacionados, para que se manifestem, até a data de 14/09/2018, acerca do seu interesse na contratação do remanescente das obras, objeto dos Lotes 02 e 04** (pavimentos asfálticos em concreto betuminoso usinado a quente (CBUQ), sub-bases e bases em materiais pétreos, execução de redes de galerias pluviais e dissipadores de energia com o objetivo de pavimentar as Ruas dos Bairros Jardim Primavera, Novo Horizonte, Montreal, Esplanada e São José):
4ª Classificada - ASFALTOS DO PARANÁ INDUSTRIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO DE DERIVADOS DE PETRÓLEO LTDA EPP;
5ª Classificada - FORTE BRASIL ENGENHARIA EIRELI EPP;
6ª Classificada - E C EMPREENDIMENTOS LTDA EPP;
7ª Classificada - SOTU LTDA.

Laranjeiras do Sul

PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL
CNPJ Nº. 76.205.970/0001-95
PRAÇA RUI BARBOSA, 01 - FONE (042) 3635-8135
85.301-070 - LARANJEIRAS DO SUL - PARANÁ
ATO AVISO DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 - PMLS

Objeto: Contratação de 01 (uma) agência de publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais 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.

O Presidente da Comissão comunica aos interessados que está marcada para a data de 17 de setembro de 2018 às 08hr e 15 min a sessão para verificação da pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica e elaboração da planilha de pontuações, bem como abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária e cotejo entre as vias.

Autorização: Jonatas Felisberto da Silva - Prefeito Municipal.
Informações Sobre Edital: A íntegra deste Edital e seus anexos estarão disponíveis para consulta no Departamento de Licitações, no site do município ou através do email licitacao@ls.pr.gov.br.

Laranjeiras do Sul-Pr, 10 de setembro de 2018.

Gilson Ferreira Cella
Presidente Comissão de Licitação

95048/2018

Mandaguari

MUNICÍPIO DE MANDAGUARI
SEDU/PARANACIDADE - PAM
EDITAL DE PREGÃO ELETRÔNICO Nº 88/2018.

O MUNICÍPIO de MANDAGUARI, torna público que às 13:10 horas do dia 24/09/2018, na plataforma BLL, realizará licitação na modalidade Pregão eletrônico, do tipo menor preço, por meio da utilização de recursos de tecnologia da informação - INTERNET, de acordo com as especificações do edital, para aquisição de:

LOTE	OBJETO	QUANTI-DADE	VALOR TOTAL R\$	PRAZO (DIAS)
1	AUTOMÓVEL SEDAN-5 PASSAGEIROS	1	55.090,00	60

Informações e esclarecimentos relativos ao edital, modelos e anexos poderão ser solicitados junto ao Pregoeiro Lucivalva Sehnem de Souza, no Setor de Licitações da Prefeitura Municipal de Mandaguari, Paraná, Brasil - Telefone : (044) 3233.8440 - E-mail licitacao@mandaguari.pr.gov.br. A Pasta Técnica, com o inteiro teor do Edital e seus respectivos modelos, adendos e anexos, poderá ser examinada no seguinte endereço Av. Amazonas nº 500 - Centro, das 7:30 às 17:00 horas.

Mandaguari, 10 de Setembro de 2018..

ROMUALDO BATISTA - Prefeito Municipal

95139/2018

Marechal Cândido Rondon



PREFEITURA MUNICIPAL DE CIANORTE

AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 4/2018

O Município de Cianorte torna público que fará realizar, às 9 horas do dia 11 de Outubro do ano de 2018, na Sala de Reuniões da Divisão de Licitações, Paço Municipal, Centro Cívico nº 100 em Cianorte, Paraná/Brasil, CONCORRÊNCIA, sob regime de empreitada por preço global, tipo menor preço, a preços fixos e sem reajuste, da(s) seguinte(s) obra(s):

Local do objeto	Objeto	Quantidade e unidade de medida	Prazo de execução (dias)
Sede	Pavimentação CBUQ	23.912,39 m²	360

A Pasta Técnica com o inteiro teor do Edital e seus respectivos modelos, adendos e anexos, poderá ser examinada no endereço acima indicado, no horário comercial, ou solicitada através do e-mail licitacao@cianorte.pr.gov.br. Informações adicionais, dúvidas e pedidos de esclarecimento deverão ser encaminhados à Comissão de Licitação no endereço ou e-mail acima mencionados - Telefone 44-3619-6208

Cianorte-PR, 10 de setembro de 2018.
GUSTAVO GARCIA
Chefe da Divisão de Licitações

PREFEITURA MUNICIPAL DE COLOMBO

AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 14/2018

Objeto: Contratação de empresa por meio do Sistema de Registro de Preços, para prestação de serviços de aplicação de IMPERMEABILIZANTE RR-1C e CBUQ, sem o fornecimento de material de aplicação direta, para manutenção e melhorias em ruas do município de Colombo, conforme especificações contidas no edital. Data: 15 de outubro de 2018 às 09:00 horas. Local de Abertura: Sala de Licitações da Prefeitura. Endereço: Rua XV de Novembro, 105 - Centro - Colombo - PR. Preço Mínimo: Constante no edital. Critério de Julgamento: Menor Preço (maior desconto %). Informações Complementares poderão ser obtidas na Secretaria Municipal da Administração, sito a Rua XV de Novembro, nº 105 - Centro - Colombo / Paraná ou pelos fones: (041) 3656-8080 ou 3656-8002 ou pelo site: www.colombo.pr.gov.br

Colombo-PR, 11 de setembro de 2018.
IZABETE CRISTINA PAVIN
Prefeita

AVISO DE LICITAÇÃO PREGÃO PRESENCIAL Nº 90/2018

Objeto: Contratação de empresa especializada, através do Sistema de Registro de Preços, para manutenção de lataria, pintura, elétrica e mecânica de veículo ônibus da frota municipal da Prefeitura de Colombo, conforme quantidades e especificações constantes no Termo de Referência (Anexo VII), que integra o edital. Data: 26 de setembro de 2018 às 09:00 horas. Local de Abertura: Sala de Licitações, situada na Rua XV de Novembro Nº. 105, Centro, Colombo, Paraná. Preço Máximo: Constante no edital. Critério de Julgamento: Menor Preço. Informações Complementares poderão ser obtidas na Secretaria Municipal da Administração, sito a Rua XV de Novembro Nº. 105, Centro, Colombo - Paraná, ou pelos fones: (041) 3656-8080 ou 3656-8002 ou pelo site: www.colombo.pr.gov.br

Colombo-PR, 11 de setembro de 2018.
IZABETE CRISTINA PAVIN
Prefeita

PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA SECRETARIA MUNICIPAL DE OBRAS PÚBLICAS

AVISO DE LICITAÇÃO RDC Nº 3/2018-SMOP/OPF-FUC

O MUNICÍPIO DE CURITIBA, através da SECRETARIA MUNICIPAL DE OBRAS PÚBLICAS - SMOP da PREFEITURA MUNICIPAL DE CURITIBA torna público, para conhecimento dos interessados, que fará realizar LICITAÇÃO, através do Regime Diferenciado de Contratação (RDC) - PRESENCIAL, do tipo MAIOR DESCONTO, modo de disputa FECHADA, pelo Regime de Contratação EMPREITADA POR PREÇO UNITÁRIO, com fundamento legal no inciso II e § 1º do Art. 1º, da Lei nº 12.462 de 04 de agosto de 2011, visando a seleção e contratação de empresa empreiteira para execução de obras para a Construção do Terminal do Tatuquara, localizado em parte do Lote de Indicação Fiscal 89.045.004, entre as ruas Jornalista Emílio Zola Florenzano, Presidente João Goulart e Olivardo Koronoski Bueno, no bairro Tatuquara - Curitiba - Paraná, a serem executadas com recursos oriundos do Contrato de Financiamento e Repasse TC nº 0436.533-63 - BRT Leste-Oeste, celebrado entre a Caixa Econômica Federal e o Município de Curitiba, vinculado ao Programa Mobilidade Urbana e Transito - PAC2 Mobilidade - BRT Leste/Oeste. O envelope contendo a PROPOSTA DE PREÇOS deverá ser protocolado no Serviço de Protocolo da SMOP até o dia 08 de outubro de 2018 até às 17:00h. Os envelopes contendo as propostas de preços serão abertos em sessão pública às 09:30 horas do dia 09 de outubro de 2018, no endereço: Rua Jacarandá, 300 - Nações - Sala de Licitações da Prefeitura. O edital completo estará à disposição dos interessados entre os dias 12 a 27 de Setembro de 2018, no endereço eletrônico http://www.fazendariogrande.pr.gov.br/ e na Secretaria Municipal de Administração - Setor de Licitações.

Fazenda Rio Grande-PR, 11 de Setembro de 2018.
LUIZ RAFAEL LOPES
Presidente da CPL

PREFEITURA MUNICIPAL DE FIGUEIRA

EXTRATO DE TERMO ADITIVO

de Gerenciamento do Programa - UGP, na Rua Bom Jesus 669 - Cabral, Curitiba-Paraná. Os documentos que integram o ANEXO I - PROJETO EXECUTIVO serão disponibilizados somente em mídia digital a serem retirados na UGP, no endereço acima, de 2ª a 6ª feira (dias úteis), das 08h00 às 12h00 e das 14h00 às 18h00, mediante requerimento da licitante interessada à COMISSÃO, assinada pelo seu representante legal, devendo fornecer DVD para extração de cópias.

EDUARDO PIMENTEL SLAVIEIRO
Secretário Municipal de Obras Públicas

SECRETARIA DO GOVERNO MUNICIPAL SUPERINTENDÊNCIA EXECUTIVA COORDENADORIA DE REFERÊNCIA LEGISLATIVA

RESULTADO DE JULGAMENTO PREGÃO ELETRÔNICO Nº 243/2018 - SEPLAD

O MUNICÍPIO DE CURITIBA, através da SECRETARIA MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO E ADMINISTRAÇÃO - SEPLAD torna público, para conhecimento dos interessados, que realizará PREGÃO ELETRÔNICO, visando AQUISIÇÃO DE MATERIAL DE PROCESSAMENTO DE DADOS.

A Pregoeira, torna público a quem interessar possa, que os itens vencedores, e devidamente classificados, para as empresas abaixo, no PE nº 243 são: EMPRESA: BAGGIO § RIBEIRO LTDA-ME. Itens 1, 2, 3 e 5. Valor total da empresa: R\$ 18.693,50. EMPRESA: BROTHERS COMERCIO E SERVICOS LTDA.ME Itens 6, 7, 8, 9, 10, 11 e 12 Valor total da empresa: R\$ 21.025,2-TOTAL GERAL DO PROCESSO PREGÃO ELETRÔNICO nº 243/2018 SEPLAD - R\$ 39.718,70. Prazo para manifestação de recurso é até as 12h do dia 12/09/2018. Havendo manifestação, será aberto o prazo para apresentação de recurso até as 18h do dia 17/09/2018.

Curitiba-PR, 11 de setembro de 2018.
SANDRA TEREZINHA PEREIRA DOS SANTOS
Pregoeira

PREFEITURA MUNICIPAL DE FAZENDA RIO GRANDE

AVISO DE LICITAÇÃO TOMADA DE PREÇOS Nº 8/2018

Processo Administrativo nº. 156/2018 - Protocolo nº 2740/2018 Tipo: Menor Preço Global OBJETO: Contratação de empresa para execução de obra de engenharia para implantação da Rua "Largo Bom Gourmet", englobando serviços preliminares, terraplanagem e preparo, pavimento, instalações elétricas, águas pluviais, sinalização, paisagismo e limpeza final, conforme projeto básico e memorial descritivo. LEGISLAÇÃO: Lei nº. 8.666, de 21 de junho de 1.993, com as alterações introduzidas pela Lei nº. 8.883, de 08 de junho de 1.994, Lei Complementar nº123, de 14 de dezembro de 2006 e pela Lei nº. 9.648, de 28 de Abril de 1.998. Horário/Data da Abertura e Recebimento das Envelopes: às 09h00min do dia 27 de Setembro de 2018. Local: Prefeitura Municipal de Fazenda Rio Grande, situada à Rua Jacarandá, 300 - Nações - Sala de Licitações da Prefeitura. O edital completo estará à disposição dos interessados entre os dias 12 a 27 de Setembro de 2018, no endereço eletrônico http://www.fazendariogrande.pr.gov.br/ e na Secretaria Municipal de Administração - Setor de Licitações.

Fazenda Rio Grande-PR, 11 de Setembro de 2018.
LUIZ RAFAEL LOPES
Presidente da CPL

PREFEITURA MUNICIPAL DE FIGUEIRA

EXTRATO DE TERMO ADITIVO

008/2017, homologado em 21/09/2017, e será regido pela Lei Federal nº 8.666/93 e alterações, DO PRAZO: O presente tem por finalidade aditar o prazo de vigência e execução do contrato acima identificado para mais 60 (sessenta) dias, a contar de: 21/09/2018 com vencimento previsto para 21/11/2018, demais itens do contrato original, permanecem inalterados em sua integralidade. Data da assinatura: 10/09/2018, Comarca de Curitiba FIGUEIRA-PR, ASSValdir Garcia - CARPrefeito Municipal.

PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL

AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 6/2018 - PMLS

Objeto: Contratação de 01 (uma) agência de publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais 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.

O Presidente da Comissão comunica aos interessados que está marcada para a data de 17 de setembro de 2018 às 08hr e 15 min a sessão para verificação da pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica e elaboração da planilha de pontuações, bem como abertura dos envelopes com a via identificada do plano de comunicação publicitária e cotejo entre as vias.

Autorização: Jonas Felisberto da Silva - Prefeito Municipal.

Informações Sobre Edital: A íntegra deste Edital e seus anexos estarão disponíveis para consulta no Departamento de Licitações, no site do município ou através do email: licitacao@ls.pr.gov.br.

Laranjeiras do Sul-PR, 10 de setembro de 2018.
GILSON FERREIRA CELLA

PREFEITURA MUNICIPAL DE MANOEL RIBAS

AVISO DE LICITAÇÃO TOMADA DE PREÇOS Nº 11/2018

O Município de Manoel Ribas comunica a realização da Tomada de Preços nº 11/2018 - Processo Administrativo nº 100/2018. Julgamento: Empreitada integral a preço total global.

Objeto: Contratação de empresa especializada para execução de serviços de instalação de iluminação pública em rede subterrânea, no trecho da Rua 7 de Setembro, entre o trevo de acesso à PR 466 e a Rua Pedro Paulo Freiberger, com fornecimento de materiais, mão-de-obra e de todos os equipamentos e ferramental para execução do projeto. Regência: Lei Federal nº 8.666/93 e anexos. Realização: Dia 28/09/18, às 09h, em sua sede à Rua Sete de Setembro, nº 366. Edital completo e anexos disponíveis no site: www.manoelribas.pr.gov.br (Portal da Transparência - Licitações - Administração), pelo e-mail: licitacao@pmmrj@gmail.com, ou na Rua Sete de Setembro, nº 366, das 09 às 11h e das 14 às 16h. Informações: Fone/fax: (43) 3435-1223.

Manoel Ribas-PR, 10 de setembro de 2018.
ELIZABETH STIPP CAMILO
Prefeita

PREFEITURA MUNICIPAL DE MARIALVA

AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº 3/2018

Processo Administrativo Nº 165/2018 Licitação Com Reserva de Cota de 25% Para Microempresas - ME e Empresas de Pequeno Porte - Epp, Inclusive Microempreendedor Individual - MEI.

Objeto: Aquisição de Aparelho de Raio X Digital, Equipamentos de Ar Condicionado e Cortinas de Ar, destinados à Secretaria Municipal de Saúde de Marialva, pelo Menor Preço por Item. Obtenção do Edital: Prefeitura Municipal de Marialva Rua Santa Efigênia, 680 Marialva-Pr. Recebimento das Propostas: até o dia 15 de outubro de 2018 até às 16h00min. Abertura das Propostas: 16 de outubro de 2018 às 09h00min. Local de Abertura e Recebimento das Propostas: Rua Jacarandá, 300 - Nações - Sala de Licitações da Prefeitura. O edital completo estará à disposição dos interessados entre os dias 12 a 27 de Setembro de 2018, no endereço eletrônico http://www.fazendariogrande.pr.gov.br/ e na Secretaria Municipal de Administração - Setor de Licitações.



Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>

**ATO AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS**

1 mensagem

Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>
Para: producao@doppslucom.com.br

10 de setembro de 2018 14:50

PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL

CNPJ Nº. 76.205.970/0001-95

PRAÇA RUI BARBOSA, 01 – FONE (042) 3635-8135

85.301-070 – LARANJEIRAS DO SUL - PARANÁ

ATO AVISO DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

Objeto: Contratação de 01 (uma) agência de publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais 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.

O Presidente da Comissão comunica aos interessados que está marcada para a data de 17 de setembro de 2018 às 08hr e 15 min a sessão para verificação da pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica e elaboração da planilha de pontuações, bem como abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária e cotejo entre as vias.

Autorização: Jonatas Felisberto da Silva – Prefeito Municipal.

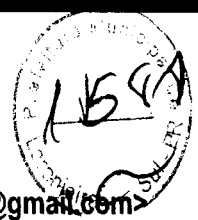
Informações Sobre Edital: A íntegra deste Edital e seus anexos estarão disponíveis para consulta no Departamento de Licitações, no site do município ou através do email licitacao@ls.pr.gov.br.

Laranjeiras do Sul-Pr, 10 de setembro de 2018.

Gilson Ferreira Cella
Presidente Comissão de Licitação

10/09/2018

Gmail - ATO AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS



Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacacaols@gmail.com>

ATO AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

1 mensagem

Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>
Para: Yasmin <recepcao2@casadacomunicacao.net>

10 de setembro de 2018 14:30

PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL

CNPJ Nº. 76.205.970/0001-95

PRAÇA RUI BARBOSA, 01 – FONE (042) 3635-8135

85.301-070 – LARANJEIRAS DO SUL - PARANÁ

ATO AVISO DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

Objeto: Contratação de 01 (uma) agência de publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais 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.

O Presidente da Comissão comunica aos interessados que está marcada para a data de 17 de setembro de 2018 às 08hr e 15 min a sessão para verificação da pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica e elaboração da planilha de pontuações, bem como abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária e cotejo entre as vias.

Autorização: Jonatas Felisberto da Silva – Prefeito Municipal.

Informações Sobre Edital: A íntegra deste Edital e seus anexos estarão disponíveis para consulta no Departamento de Licitações, no site do município ou através do email licitacao@ls.pr.gov.br.

Laranjeiras do Sul-Pr, 10 de setembro de 2018.

Gilson Ferreira Cella
Presidente Comissão de Licitação

10/09/2018

Gmail - ATO AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS



Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>



ATO AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

1 mensagem

Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>

10 de setembro de 2018 14:31

Para: Financeiro Hey Comunicação <financeiro@heycomunicacao.com.br>

PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL

CNPJ Nº. 76.205.970/0001-95

PRAÇA RUI BARBOSA, 01 – FONE (042) 3635-8135

85.301-070 – LARANJEIRAS DO SUL - PARANÁ

ATO AVISO DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

Objeto: Contratação de 01 (uma) agência de publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais 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.

O Presidente da Comissão comunica aos interessados que está marcada para a data de 17 de setembro de 2018 às 08hr e 15 min a sessão para verificação da pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica e elaboração da planilha de pontuações, bem como abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária e cotejo entre as vias.

Autorização: Jonatas Felisberto da Silva – Prefeito Municipal.

Informações Sobre Edital: A íntegra deste Edital e seus anexos estarão disponíveis para consulta no Departamento de Licitações, no site do município ou através do email licitacao@ls.pr.gov.br.

Laranjeiras do Sul-Pr, 10 de setembro de 2018.

Gilson Ferreira Cella
Presidente Comissão de Licitação



Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacacaols@gmail.com>



ATO AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

1 mensagem

Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>
Para: evandro@olepropaganda.com.br

10 de setembro de 2018 14:32

PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL

CNPJ Nº. 76.205.970/0001-95

PRAÇA RUI BARBOSA, 01 – FONE (042) 3635-8135

85.301-070 – LARANJEIRAS DO SUL - PARANÁ

ATO AVISO DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

Objeto: Contratação de 01 (uma) agência de publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais 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.

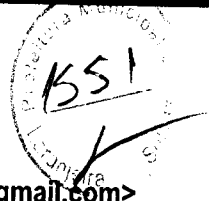
O Presidente da Comissão comunica aos interessados que está marcada para a data de 17 de setembro de 2018 às 08hr e 15 min a sessão para verificação da pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica e elaboração da planilha de pontuações, bem como abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária e cotejo entre as vias.

Autorização: Jonatas Felisberto da Silva – Prefeito Municipal.

Informações Sobre Edital: A íntegra deste Edital e seus anexos estarão disponíveis para consulta no Departamento de Licitações, no site do município ou através do email licitacao@ls.pr.gov.br.

Laranjeiras do Sul-Pr, 10 de setembro de 2018.

Gilson Ferreira Cella
Presidente Comissão de Licitação



Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacacaols@gmail.com>

ATO AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

1 mensagem

Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>
Para: contato@dudacom.net

10 de setembro de 2018 14:33

PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL

CNPJ Nº. 76.205.970/0001-95

PRAÇA RUI BARBOSA, 01 – FONE (042) 3635-8135

85.301-070 – LARANJEIRAS DO SUL - PARANÁ

ATO AVISO DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

Objeto: Contratação de 01 (uma) agência de publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais 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.

O Presidente da Comissão comunica aos interessados que está marcada para a data de 17 de setembro de 2018 às 08hr e 15 min a sessão para verificação da pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica e elaboração da planilha de pontuações, bem como abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária e cotejo entre as vias.

Autorização: Jonatas Felisberto da Silva – Prefeito Municipal.

Informações Sobre Edital: A íntegra deste Edital e seus anexos estarão disponíveis para consulta no Departamento de Licitações, no site do município ou através do email licitacao@ls.pr.gov.br.

Laranjeiras do Sul-Pr, 10 de setembro de 2018.

Gilson Ferreira Cella
Presidente Comissão de Licitação

10/09/2018

Gmail - ATO AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS



Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>



ATO AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

1 mensagem

Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>
Para: Luana <luana@olepropaganda.com.br>

10 de setembro de 2018 14:34

PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL

CNPJ Nº. 76.205.970/0001-95

PRAÇA RUI BARBOSA, 01 – FONE (042) 3635-8135

85.301-070 – LARANJEIRAS DO SUL - PARANÁ

ATO AVISO DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

Objeto: Contratação de 01 (uma) agência de publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais 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.

O Presidente da Comissão comunica aos interessados que está marcada para a data de 17 de setembro de 2018 às 08hr e 15 min a sessão para verificação da pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica e elaboração da planilha de pontuações, bem como abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária e cotejo entre as vias.

Autorização: Jonatas Felisberto da Silva – Prefeito Municipal.

Informações Sobre Edital: A íntegra deste Edital e seus anexos estarão disponíveis para consulta no Departamento de Licitações, no site do município ou através do email licitacao@ls.pr.gov.br.

Laranjeiras do Sul-Pr, 10 de setembro de 2018.

Gilson Ferreira Cella
Presidente Comissão de Licitação



Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>

**ATO AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS**

1 mensagem

Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>

10 de setembro de 2018 14:35

Para: Financeiro | Meta Propaganda <financeiro@metapropaganda.com.br>, francisco meta propaganda <francisco@metapropaganda.com.br>

PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL

CNPJ Nº. 76.205.970/0001-95

PRAÇA RUI BARBOSA, 01 – FONE (042) 3635-8135

85.301-070 – LARANJEIRAS DO SUL - PARANÁ

ATO AVISO DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

Objeto: Contratação de 01 (uma) agência de publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais 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.

O Presidente da Comissão comunica aos interessados que está marcada para a data de 17 de setembro de 2018 às 08hr e 15 min a sessão para verificação da pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica e elaboração da planilha de pontuações, bem como abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária e cotejo entre as vias.

Autorização: Jonatas Felisberto da Silva – Prefeito Municipal.

Informações Sobre Edital: A íntegra deste Edital e seus anexos estarão disponíveis para consulta no Departamento de Licitações, no site do município ou através do email licitacao@ls.pr.gov.br.

Laranjeiras do Sul-Pr, 10 de setembro de 2018.

Gilson Ferreira Cella
Presidente Comissão de Licitação

10/09/2018

Gmail - ATO AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS



Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>



ATO AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

1 mensagem

Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>
Para: Nilson Fante <nilson@ntv.com.br>

10 de setembro de 2018 14:36

PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL
CNPJ Nº. 76.205.970/0001-95
PRAÇA RUI BARBOSA, 01 – FONE (042) 3635-8135
85.301-070 – LARANJEIRAS DO SUL - PARANÁ
ATO AVISO DE LICITAÇÃO
CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

Objeto: Contratação de 01 (uma) agência de publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais 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.

O Presidente da Comissão comunica aos interessados que está marcada para a data de 17 de setembro de 2018 às 08hr e 15 min a sessão para verificação da pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica e elaboração da planilha de pontuações, bem como abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária e cotejo entre as vias.

Autorização: Jonatas Felisberto da Silva – Prefeito Municipal.

Informações Sobre Edital: A íntegra deste Edital e seus anexos estarão disponíveis para consulta no Departamento de Licitações, no site do município ou através do email licitacao@ls.pr.gov.br.

Laranjeiras do Sul-Pr, 10 de setembro de 2018.

Gilson Ferreira Cella
Presidente Comissão de Licitação

10/09/2018

Gmail - ATO AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS



Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacacaols@gmail.com>



ATO AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

1 mensagem

Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>
Para: mariarosa@dopps.com.br

10 de setembro de 2018 14:41

PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL

CNPJ Nº. 76.205.970/0001-95

PRAÇA RUI BARBOSA, 01 – FONE (042) 3635-8135

85.301-070 – LARANJEIRAS DO SUL - PARANÁ

ATO AVISO DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

Objeto: Contratação de 01 (uma) agência de publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais 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.

O Presidente da Comissão comunica aos interessados que está marcada para a data de 17 de setembro de 2018 às 08hr e 15 min a sessão para verificação da pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica e elaboração da planilha de pontuações, bem como abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária e cotejo entre as vias.

Autorização: Jonatas Felisberto da Silva – Prefeito Municipal.

Informações Sobre Edital: A íntegra deste Edital e seus anexos estarão disponíveis para consulta no Departamento de Licitações, no site do município ou através do email licitacao@ls.pr.gov.br.

Laranjeiras do Sul-Pr, 10 de setembro de 2018.

Gilson Ferreira Cella
Presidente Comissão de Licitação



REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA

NÚMERO DE INSCRIÇÃO 02.930.171/0001-45 MATRIZ	COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL	DATA DE ABERTURA 06/01/1999
NOME EMPRESARIAL DOPPS + LUCOM COMUNICACAO INTEGRADA LTDA		
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) DOPPS + LUCOM COMUNICACAO INTEGRADA		PORTE EPP
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 73.11-4-00 - Agências de publicidade		
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS Não informada		
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 206-2 - Sociedade Empresária Limitada		
LOGRADOURO R VICENTE MACHADO	NÚMERO 1415	COMPLEMENTO
CEP 85.812-150	BAIRRO/DISTRITO CENTRO	MUNICÍPIO CASCADEL
ENDEREÇO ELETRÔNICO mariarosa@dopps.com.br	TELEFONE (45) 3224-6239	UF PR
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****		
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA	DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 12/03/2005	
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL		
SITUAÇÃO ESPECIAL *****	DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****	

Aprovado pela Instrução Normativa RFB nº 1.634, de 06 de maio de 2016.

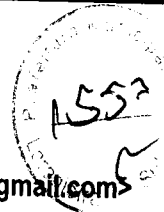
Emitido no dia 10/09/2018 às 14:41:12 (data e hora de Brasília).

10/09/2018

Gmail - Cadastro de Email - Costa e Kruk Comunicação Ltda



Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>



Cadastro de Email - Costa e Kruk Comunicação Ltda

2 mensagens

Samuel Kruk <samuel@bebopcomunicacao.com.br>
Para: licitacao@ls.pr.gov.br

9 de agosto de 2018 14:04

Pessoal, boa tarde!

Estou enviando este a fim de deixar cadastrado em vosso departamento, meus contatos para posterior recebimento de ata, resultados, avisos, entre outros documentos que porventura forem enviar sobre a Concorrência 006/2018.

Por favor, confirmar recebimento!

Desde já, obrigado!

Abs



Samuel Kruk

Diretor



42 | 3638 1641 - 42 | 99154 5990

Av. Anízio Pedro da Luz, 62, Sala 04, Centro, Cândói/PR

bebopcomunicacao.com.br

Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>

Para: Samuel Kruk <samuel@bebopcomunicacao.com.br>

10 de setembro de 2018 14:25

PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL

CNPJ Nº. 76.205.970/0001-95

PRAÇA RUI BARBOSA, 01 – FONE (042) 3635-8135

85.301-070 – LARANJEIRAS DO SUL - PARANÁ

ATO AVISO DE LICITAÇÃO

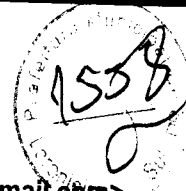
CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

Objeto: Contratação de 01 (uma) agência de publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais 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.

O Presidente da Comissão comunica aos interessados que está marcada para a data de 17 de setembro de 2018 às 08hr e 15 min a sessão para verificação da pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica e elaboração da planilha de pontuação.

10/09/2018

Gmail - ATO AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS



Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacacaols@gmail.com>

ATO AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

1 mensagem

Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>
Para: Elvis Candido lima <blancolima@blancolima.com.br>

10 de setembro de 2018 14:37

PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL

CNPJ Nº. 76.205.970/0001-95

PRAÇA RUI BARBOSA, 01 – FONE (042) 3635-8135

85.301-070 – LARANJEIRAS DO SUL - PARANÁ

ATO AVISO DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

Objeto: Contratação de 01 (uma) agência de publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais 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.

O Presidente da Comissão comunica aos interessados que está marcada para a data de 17 de setembro de 2018 às 08hr e 15 min a sessão para verificação da pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica e elaboração da planilha de pontuações, bem como abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária e cotejo entre as vias.

Autorização: Jonatas Felisberto da Silva – Prefeito Municipal.

Informações Sobre Edital: A íntegra deste Edital e seus anexos estarão disponíveis para consulta no Departamento de Licitações, no site do município ou através do email licitacao@ls.pr.gov.br.

Laranjeiras do Sul-Pr, 10 de setembro de 2018.

Gilson Ferreira Cella
Presidente Comissão de Licitação

10/09/2018

Gmail - Cadastro de Email - Costa e Kruk Comunicação Ltda

[Texto das mensagens anteriores oculto]



10/09/2018

Gmail - EMAIL CP 06/2018



Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>



EMAIL CP 06/2018


2 mensagens

Manoel Teixeira <manoel@casadacomunicacao.net>
Para: Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>

10 de agosto de 2018 10:37

Bom dia.
Segue email para recebimento de comunicados referentes à Concorrência Pública 06/2018.
Favor atestar recebimento.
Obrigado.
Sds,

Manoel Teixeira
Diretoria

 **CASA DA COMUNICAÇÃO**
R. Des. Lauro Lopes, 188 | Ponta Grossa - PR
CEP: 84015.710 | 42 3027.3519
www.casadacomunicacao.net

Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>
Para: Manoel Teixeira <manoel@casadacomunicacao.net>

10 de setembro de 2018 14:25

PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL

CNPJ Nº. 76.205.970/0001-95

PRAÇA RUI BARBOSA, 01 – FONE (042) 3635-8135

85.301-070 – LARANJEIRAS DO SUL - PARANÁ

ATO AVISO DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

Objeto: Contratação de 01 (uma) agência de publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais 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.

O Presidente da Comissão comunica aos interessados que está marcada para a data de 17 de setembro de 2018 às 08hr e 15 min a sessão para verificação da pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica e elaboração da planilha de pontuações, bem como abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária e cotejo entre as vias.

Autorização: Jonatas Felisberto da Silva – Prefeito Municipal.

Informações Sobre Edital: A íntegra deste Edital e seus anexos estarão disponíveis para consulta no Departamento de Licitações, no site do município ou através do email licitacao@ls.pr.gov.br.

Laranjeiras do Sul-Pr, 10 de setembro de 2018.

Gilson Ferreira Cella
Presidente Comissão de Licitação

10/09/2018

Gmail - ATO AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS



Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacacaols@gmail.com>

ATO AVISO DE LICITAÇÃO CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

1 mensagem

Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>

10 de setembro de 2018 14:23

Para: midia@metapropaganda.com.br, ademir@metapropaganda.com.br

PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL

CNPJ Nº. 76.205.970/0001-95

PRAÇA RUI BARBOSA, 01 – FONE (042) 3635-8135

85.301-070 – LARANJEIRAS DO SUL - PARANÁ

ATO AVISO DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

Objeto: Contratação de 01 (uma) agência de publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais 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.

O Presidente da Comissão comunica aos interessados que está marcada para a data de 17 de setembro de 2018 às 08hr e 15 min a sessão para verificação da pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica e elaboração da planilha de pontuações, bem como abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária e cotejo entre as vias.

Autorização: Jonas Felisberto da Silva – Prefeito Municipal.

Informações Sobre Edital: A íntegra deste Edital e seus anexos estarão disponíveis para consulta no Departamento de Licitações, no site do município ou através do email licitacao@ls.pr.gov.br.

Laranjeiras do Sul-Pr, 10 de setembro de 2018.

Gilson Ferreira Cella

Presidente Comissão de Licitação



Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacacaols@gmail.com>

E-mails META PROPAGANDA - Maringa- PR

2 mensagens

francisco meta propaganda <francisco@metapropaganda.com.br>

13 de agosto de 2018 10:12

Para: licitacao@ls.pr.gov.br

Bom dia

Segue e-mails da Meta Propaganda Ltda. EPP para recebimento de comunicados referente: C.P. 006/2018-PMLS

francisco@metapropaganda.com.br

midia@metapropaganda.com.br

ademir@metapropaganda.com.br

Atenciosamente

FRANCISCO MARAVIESKI

Meta Propaganda

Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>

10 de setembro de 2018 14:23

Para: francisco meta propaganda <francisco@metapropaganda.com.br>

PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL

CNPJ Nº. 76.205.970/0001-95

PRAÇA RUI BARBOSA, 01 – FONE (042) 3635-8135

85.301-070 – LARANJEIRAS DO SUL - PARANÁ

ATO AVISO DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

Objeto: Contratação de 01 (uma) agência de publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais 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.

O Presidente da Comissão comunica aos interessados que está marcada para a data de 17 de setembro de 2018 às 08hr e 15 min a sessão para verificação da pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica e elaboração da planilha de pontuações, bem como abertura dos invólucros com a via identificada do plano de comunicação publicitária e cotejo entre as vias.

Autorização: Jonatas Felisberto da Silva – Prefeito Municipal.

Informações Sobre Edital: A íntegra deste Edital e seus anexos estarão disponíveis para consulta no Departamento de Licitações, no site do município ou através do email licitacao@ls.pr.gov.br.

Laranjeiras do Sul-Pr, 10 de setembro de 2018.

Gilson Ferreira Cella

Presidente Comissão de Licitação

10/09/2018

Gmail - Concorrência 06/2018



Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>

Concorrência 06/2018

2 mensagens

Samuel Kruk <samuel@bebopcomunicacao.com.br>
Para: licitacao@ls.pr.gov.br

28 de agosto de 2018 14:12

Pessoal, boa tarde!

Enviei a alguns dias atrás um email a fim de deixar meu contato registrado com vocês para posteriores informações sobre a Concorrência 06/2018, porém, não recebi confirmação de recebimento.

Envio este novamente e deixo meus números de telefone a disposição para futuros contatos que fizerem com todos os participantes do certame.

Desde já obrigado!

Abs



Samuel Kruk

Diretor



42 | 3638 1641 - 42 | 99154 5990 ©

Av. Anízio Pedro da Luz, 62, Sala 04, Centro, Cândói/PR

bebopcomunicacao.com.br

Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>
Para: Samuel Kruk <samuel@bebopcomunicacao.com.br>

10 de setembro de 2018 14:21

PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL

CNPJ Nº. 76.205.970/0001-95

PRAÇA RUI BARBOSA, 01 – FONE (042) 3635-8135

85.301-070 – LARANJEIRAS DO SUL - PARANÁ

ATO AVISO DE LICITAÇÃO

CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018 – PMLS

Objeto: Contratação de 01 (uma) agência de publicidade para prestação de serviços de estudo, planejamento, concepção, criação, execução interna, intermediação e supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários para os meios digitais 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.

O Presidente da Comissão comunica aos interessados que está marcada para a data de 17 de setembro de 2018 às

10/09/2018

Gmail - Concorrência 06/2018



[Texto das mensagens anteriores oculto]



LEI Nº 7.116 DE 29/08/83

ASSINATURA DO DIRETOR

CURTIBA/PR

CPF: 251.781.139-34

C.CAS=14277, LIVRO=57B, FOLHA=154

DOC. ORIGEM: COMARCA=CASCAVEL/PR, 1 OFICIO

NATURALIDADE: CRUZEIRO DOESTE/PR DATA DE NASCIMENTO: 29/03/1959

FILIAÇÃO: CAROLINO RIBEIRO DE SOUZA ROSA PEREIRA DE SOUZA

NOME: DOMINGOS PASCOAL PEREIRA DE SOUZA

REGISTRO GERAL: 1.390.714-5 DATA DE EXPEDIÇÃO: 19/12/2013

VÁLIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL

REPUBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

SECRETARIA DE ESTADO DA SEGURANÇA PÚBLICA INSTITUTO DE IDENTIFICAÇÃO DO PARANÁ

RG: 1.390.714-5

POLEGAR DIREITO

ASSINATURA DO TITULAR

CARTEIRA DE IDENTIDADE

Confere com Original

17/09/16

Pref Mun Laranj do Sul

1565
2

PROIBIDO PLASTIFICAR

1440361460

VÁLIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL

1440361460

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL
MINISTÉRIO DAS CIDADES
DEPARTAMENTO NACIONAL DE HABITAÇÃO
ARTIGOS 181 E 182 DA CONSTITUIÇÃO DE 1964

Nome: PAULO DEOCLECIO MEISTER



Doc. Identidade / Org. Emissor / UF
7651052-0 SESP PR

Data Nascimento
031.556.549-70 31/05/1980

Filho de
LUIZ MEISTER FILHO

HORALINA FIGUEIRO
MEISTER

ACC B
E

VALIDADE 04/05/2022
1ª HABILITADO 01/08/2002

Observações

Observações

Assinatura do Portador

Paulo D Meister

LOCAL
GUARAPUAVA, PR

DATA EMISSÃO
04/05/2017

PARANA

15800687555
PR912605364

Conteúdo Original
17/09/17
Pref Mun Laranj do Sul

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

EVANDRO LUIZ BARATER
CC. IDENTIDADE / Org. EMISSOR / UF
 8009973-8 SESP PR

DATA NASCIMENTO
 007.784.679-61 24/05/1983

FILIAÇÃO
 OSMAR ANTONIO BARATER
 IDEZIA MEURER BARATER

PERMISSÃO ACC CAT. HAB.
 [] [] AD

VALIDADE 1ª HABILITAÇÃO
 04/10/2021 08/10/2001

1ª HABILITAÇÃO
 02053565765

DATA EMISSÃO
 04/10/2016

LOCAL
 PONTA GROSSA, PR

ASSINATURA DO PORTADOR
Evandro Luiz Barater

ASSINATURA DO EMISSOR
Jacobs (RAM)

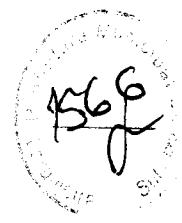
57154217461
PRO11511186

DETRAN-PR (PARANÁ)

PROIBIDO PLASTIFICAR
 1333355037

VALIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL
 1333355037

OBSERVAÇÕES
 A



Confere Com Original
17 / 08 / 13
 Pref Mun Laranj do Sul

1567

1686948854 1686948854 1686948854	27/04/2022 27/04/2022 27/04/2022	28/07/2022 28/07/2022 28/07/2022
--	--	--

Confere Com Original
 17 / 09 / 18
 Pref Mun Laranj do Sul

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

1568

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 R\$	% 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%
Totais	250.000	R\$ 250.000,00	100%

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.

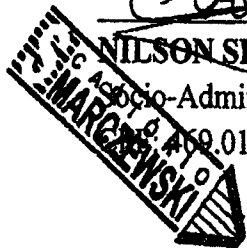
Cláusula Oitava: Permanecem inalteradas as demais cláusulas e condições vigentes do Contrato Social, que não colidirem com as disposições do presente instrumento.

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

Assoc. - Administrador
CPF: 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:

1571
2

ESTEVES
CARTÃO 4 - OFÍCIO DE NOTAS
Mônica Eduarda Santos
Rua 1491, 137-7100 - CASCAVEL, PARANÁ

Selo Digital 6aDv8.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

da Verdade
Francis F. Moraes do Nascimento - Escrivente Autorizada
SANTOS
CASCAVEL - PR

Tabellonate
Selo Digital N° neakc.9zMyC.UorZa, Controle: v9z5h.trtS
Consulte esse selo em <http://funarpen.com.br>
Reconheço por verdadeira a firma de **AUGUSTO CHEMIM**
0052 785468*. Dou fé.
Cascavel, Paraná. **SMARZEWSKI**
Em Te... da Verdade
Fernanda Lopata Ferreira de Moraes - Escrivente

2522

ESTEVES CARTORIO 4º OFÍCIO DE NOTAS
Rua São Francisco, 200 - Jd. Santa Helena - Cascavel - Paraná
Fone: (41) 3037-1444 - CASCAVEL - PARANÁ

Reconheço por Verdadeira a assinatura de **NILSON ALVES**
(1753). *0036 *771765*. Dou fé. Cascavel/PR, 28 de março
de 2012.

Em Testº *Cristine* da Verdade
CRISTINE APARECIDA JACOBS ZUBELDIA
Escrevente



DE NOTAS
EDP77472

ESTEVES CARTORIO 4º OFÍCIO DE NOTAS
Rua São Francisco, 200 - Jd. Santa Helena - Cascavel - Paraná
Fone: (41) 3037-1444 - CASCAVEL - PARANÁ

Reconheço por Verdadeira a assinatura de **NILSON SILVIO**
FANTE (43870). *0036 *811856*. Dou fé. Cascavel/PR, 28
de março de 2012.

Em Testº *Cristine* da Verdade
CRISTINE APARECIDA JACOBS ZUBELDIA
Escrevente



DE NOTAS
EDP77477

ESTEVES CARTORIO 4º OFÍCIO DE NOTAS
Rua São Francisco, 200 - Jd. Santa Helena - Cascavel - Paraná
Fone: (41) 3037-1444 - CASCAVEL - PARANÁ

Reconheço por Verdadeira a assinatura de **VITOR HUGO**
MARCON FANTE (90917). *0064 *349373*. Dou fé.
Cascavel/PR, 28 de março de 2012.

Em Testº *Cristine* da Verdade
CRISTINE APARECIDA JACOBS ZUBELDIA
Escrevente



1573

N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA. - EPP
SEXTA ALTERAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL — FOLHA Nº 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:

AS 274
2

N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA. - EPP
SEXTA ALTERAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL — FOLHA Nº 5/5
CNPJ Nº 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 nº 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 2.012.



NILSON SILVIO FANTE








NILSON ALVES


VITOR HUGO MARCON FANTE

Testemunhas:



Confere Com Original
17/03/12
of. Men. Paraná do Sur



N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA. EPP
SEXTA ALTERAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL — FOLHA Nº 1475
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.

1576

N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA. - EPP
SEXTA ALTERAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL — FOLHA Nº 35
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...

1574

N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA. - EPP
SEXTA ALTERAÇÃO DE CONTRATO SOCIAL — FOLHA Nº 05
CNPJ Nº 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 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 Terra Rocha, nº 1425, casa nº 303, Condomínio Lago Dourado, Jardim Nova Iorque, CEP nº 85816-360

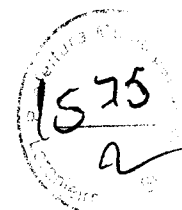
VITOR HUGO MARCON FANTE, brasileiro, solteiro, nascido em 30/06/1980,



MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

DIVISÃO DE LICITAÇÃO



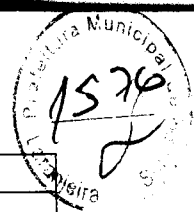
ATA DA 2ª SESSÃO DA LICITAÇÃO Nº 006/2018. MODALIDADE - CONCORRÊNCIA

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 dezessete dias do mês de setembro 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 proceder à abertura dos envelopes n.º 02 (Via identificada do plano de comunicação), realizar o cotejo entre as visa identificadas (envelope n.º 02) e vias não identificadas (envelope n.º 03) para identificação de sua autoria, elaboração da planilha geral com as pontuações atribuídas aos quesitos, e proclamação do resultado do julgamento da proposta técnica, 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.** Iniciados os trabalhos, verificou-se a presença das empresas DOPPS + LUCOM COMUNICACAO INTEGRADA LTDA inscrita no CNPJ sob o n.º 02.930.171/0001-45, sendo credenciado o Sr. Domingos Pascoal Pereira de Souza, 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, 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. Os envelopes n.º 02, que estavam acondicionados em uma caixa lacrada, a qual teve sua integridade atestada por todos os presentes, foram também conferidos quanto a sua integridade e posteriormente abertos. Realizado o cotejo entre as vias identificadas e não identificadas, verificou-se que as empresas obtiveram as seguintes pontuações conforme planilhas:

Pontuação referente envelope n.º 01:

DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA – Envelope n.º 01			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1	9	10	9
9.4.2	4	4	4
9.4.3	14	14	14
9.4.5	2		



9.4.3	12	13	14
9.4.5	4	4	4
TOTAL	28	29	31

MÉDIA ARITMÉTICA = 29,33

CASA DA COMUNICAÇÃO S/S LTDA – Envelope nº 01			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1	9	10	10
9.4.2	5	5	5
9.4.3	14	14	14
9.4.5	4	5	5
TOTAL	32	34	34

MÉDIA ARITMÉTICA = 33,33

DOPPS + LUCOM COMUNICACAO INTEGRADA LTDA – Envelope nº 01			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1	8	7	8
9.4.2	4	5	5
9.4.3	12	10	13
9.4.5	4	2	3
TOTAL	28	24	29

MÉDIA ARITMÉTICA = 27

COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA – Envelope nº 01			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1	7	6	8
9.4.2	4	4	4
9.4.3	12	13	13
9.4.5	4	4	4
TOTAL	27	27	29

MÉDIA ARITMÉTICA = 27,66

OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA – EPP – Envelope nº 01			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1	7	5	8
9.4.2	5	5	5
9.4.3	13	10	12
9.4.5	5	5	4
TOTAL	30	25	29

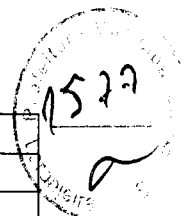
MÉDIA ARITMÉTICA = 28,00

N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA - EPP – Envelope nº 01			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1	8	7	9
9.4.2	3	3	4
9.4.3	15	15	15
9.4.5	4	4	5
TOTAL	30	29	33

MÉDIA ARITMÉTICA = 30,66

META PROPAGANDA LTDA – Envelope nº 01			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1	8	8	8
9.4.2	4	4	4

9.4.1	8	8	9
9.4.2	4	2	4
9.4.3	10	6	9
9.4.5	4	2	3
TOTAL	26	18	25
MÉDIA ARITMÉTICA = 23,00			



Pontuação referente envelope nº 03:

COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA – Envelope nº 03			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1	7	8	8
10.3.2.2	4	4	3
10.3.2.3	13	13	13
10.3.2.4	4	3	3
TOTAL	28	28	27
MÉDIA ARITMÉTICA = 27,66			

OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA – EPP – Envelope nº 03			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1	10	9	10
10.3.2.2	5	5	5
10.3.2.3	15	15	15
10.3.2.4	5	5	5
TOTAL	35	34	35
MÉDIA ARITMÉTICA = 34,66			

DOPPS + LUCOM COMUNICACAO INTEGRADA LTDA – Envelope nº 03			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1	10	9,9	10
10.3.2.2	5	3	4,5
10.3.2.3	15	15	15
10.3.2.4	4	4	4
TOTAL	34	31,9	33,5
MÉDIA ARITMÉTICA = 33,13			

DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA – Envelope nº 03			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1	8	7	8
10.3.2.2	5	4	5
10.3.2.3	13	10	14
10.3.2.4	4	3	4
TOTAL	30	24	31
MÉDIA ARITMÉTICA = 28,33			

N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA - EPP – Envelope nº 03			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1	10	10	10
10.3.2.2	5	4,5	5
10.3.2.3	15	15	15
10.3.2.4	5	5	5
TOTAL	35	34,5	35
MÉDIA ARITMÉTICA = 34,83			

HEY PROPAGANDA LTDA - EPP – Envelope nº 03			
--	--	--	--

1578
 2

BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA - EPP - Envelope nº 03			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1	10	9	10
10.3.2.2	5	5	5
10.3.2.3	15	13	14
10.3.2.4	5	5	5
TOTAL	35	32	34
MÉDIA ARITMÉTICA = 33,66			

META PROPAGANDA LTDA - Envelope nº 03			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1	10	10	10
10.3.2.2	4,5	5	5
10.3.2.3	14	14,5	14
10.3.2.4	4	5	4
TOTAL	32,5	34,5	33
MÉDIA ARITMÉTICA = 33,33			

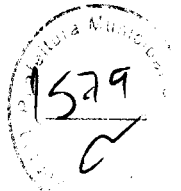
CASA DA COMUNICAÇÃO S/S LTDA - Envelope nº 03			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1	9	9	10
10.3.2.2	5	5	5
10.3.2.3	15	15	15
10.3.2.4	5	5	5
TOTAL	34	34	35
MÉDIA ARITMÉTICA = 34,33			

Pontuação Final:

	PONTUAÇÃO FINAL			
	Envelope 01	Envelope 03	Pontuação final	Classificação
COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA	27,66	27,66	55,32	8º
OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA - EPP	28,00	34,66	62,66	5º
DOPPS + LUCOM COMUNICACAO INTEGRADA LTDA	27,00	33,13	60,13	6º
DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA	30,33	28,33	58,66	7º
N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA - EPP	30,66	34,83	65,49	2º
HEY PROPAGANDA LTDA - EPP	23,00	29,83	52,83	9º
BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA - EPP	29,33	33,66	62,99	4º
META PROPAGANDA LTDA	30,00	33,33	63,33	3º
CASA DA COMUNICAÇÃO S/S LTDA	33,33	34,33	67,66	1º

Após elaboração das planilhas, verificou-se que nenhuma empresa teve somatório de notas inferior a 50 pontos, conforme item 15.10.6.1, e nenhuma empresa obteve nota zero em nenhum quesito, conforme item 15.10.6.2. Foi aberta a palavra aos representantes para questionamentos, não havendo nenhuma ressalva por parte dos mesmos. Realizados os trâmites acima, o Sr. Presidente informou aos presentes que será aberto prazo recursal de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recursos, e fica acordado que o prazo começará a contar da data de disponibilização dos documentos digitalizados. Nada mais havendo para tratar, foi encerrada a presente

[Handwritten signature]



Renan Langer
RENAN LANGER
MEMBRO
CPF: 091.267.469-56

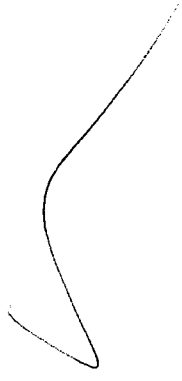
[Signature]
DOPPS + LUCOM COMUNICACAO INTEGRADA LTDA
CNPJ: 02.930.171/0001-45

[Signature]
N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA - EPP
CNPJ: 78.785.276/0001-10

[Signature]
DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA
CNPJ: 24.811.536/0001-55

[Signature]
OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA - EPP
CNPJ: 03.979.287/0001-31

Paulo Henrique Mink
HEY PROPAGANDA LTDA - EPP
CNPJ: 10.676.298/0001-08



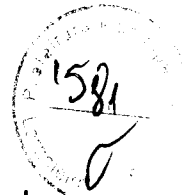
Raciocínio básico

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



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

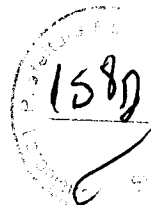
Na comunicação pública, entram em cena o direito e o dever da administração de informar e o direito e o dever do cidadão de ser informado. Infelizmente, este não exerce sua cidadania plenamente. Todo investimento realizado em obras e serviços pode passar despercebido pelo cidadão se não for impactado 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



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



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.

15 89

a mensagem chegue ao cidadão. O hábito de assistir multtelas simultaneamente mostra 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

1595
C

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 conteúdo 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.

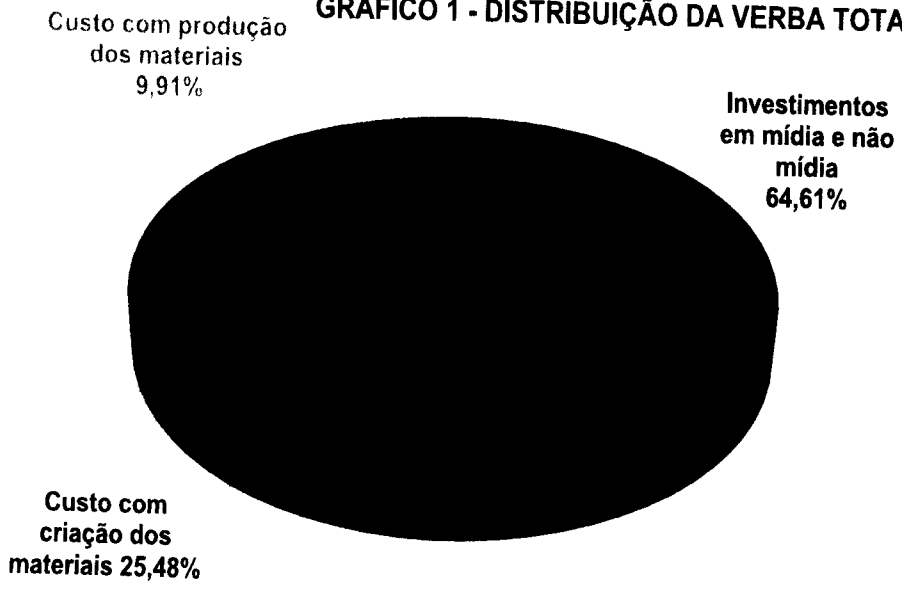
Esse esforço de comunicação integrada, utilizando os meios de comunicação tradicionais e as novas tecnologias digitais e eletrônicas como canais entre o poder público e a população, conquistará o apoio ao trabalho da administração, além de fomentar o desenvolvimento do município, criando um ambiente 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.

1576

Estratégia de mídia e não mídia

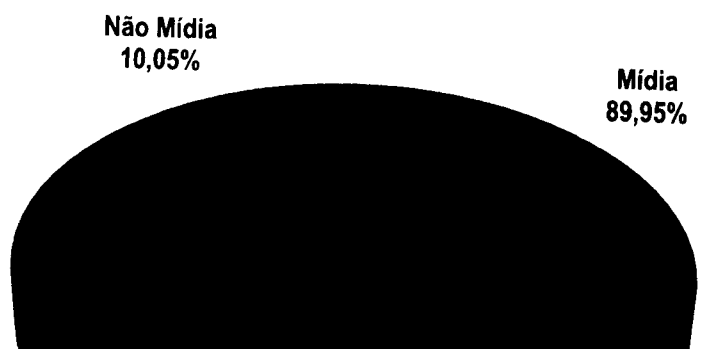
O público-alvo primário a ser atingido é a população de Laranjeiras do Sul, das classes ABCDE, num total estimado de 32.379 habitantes, a grande maioria na cidade, segundo dados do IBGE de 2017. O maior contingente populacional está nas classes CDE, haja vista dados do IBGE de 2016 que apontam rendimento 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.

GRÁFICO 1 - DISTRIBUIÇÃO DA VERBA TOTAL



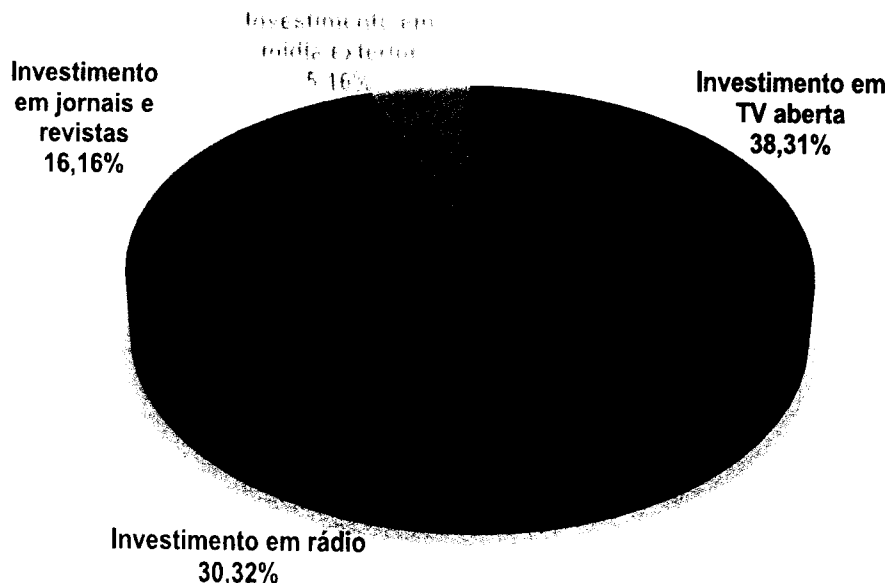
O valor utilizado para mídia e não mídia é de R\$ 94.531,60, como mostra o gráfico 2.

GRAFICO 2 - DISTRIBUIÇÃO DA VERBA EM MÍDIA E NÃO MÍDIA



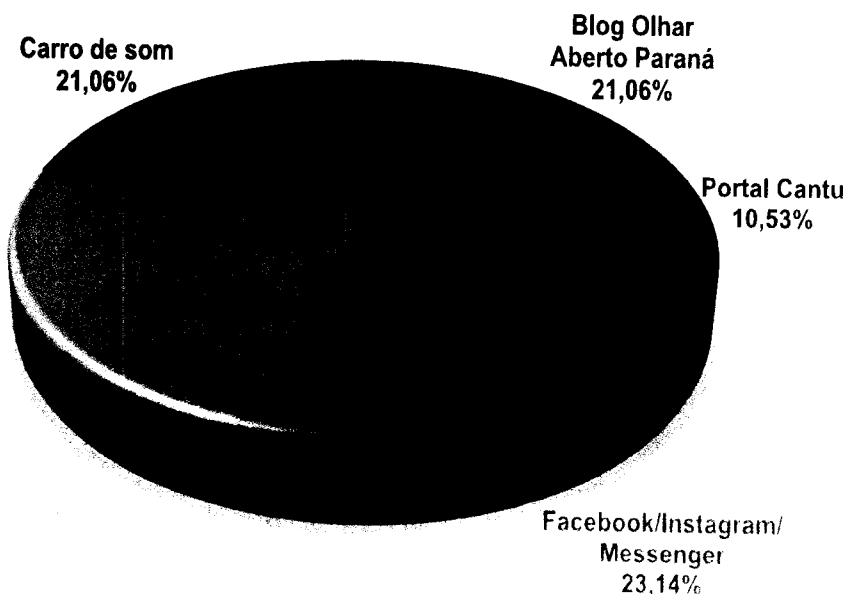
O valor destinado para difusão dos materiais em diferentes meios tradicionais é de R\$ 85.033,60, conforme o gráfico 3.

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 fatos.

1588

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.

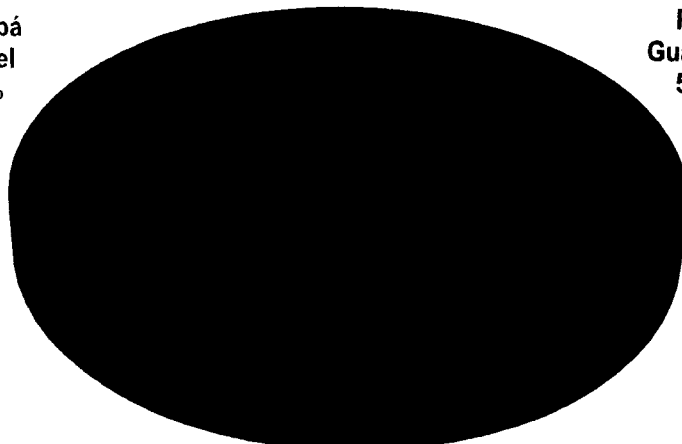
A emissora da RPC ficará com valor maior de investimento pela qualificação da audiência de sua programação. Os programas selecionados estão entre os de maior audiência individual e atinge todos os públicos que se quer impactar num total de 20 inserções. São programas jornalísticos e de entretenimento 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 de telespectadores.

4589

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.

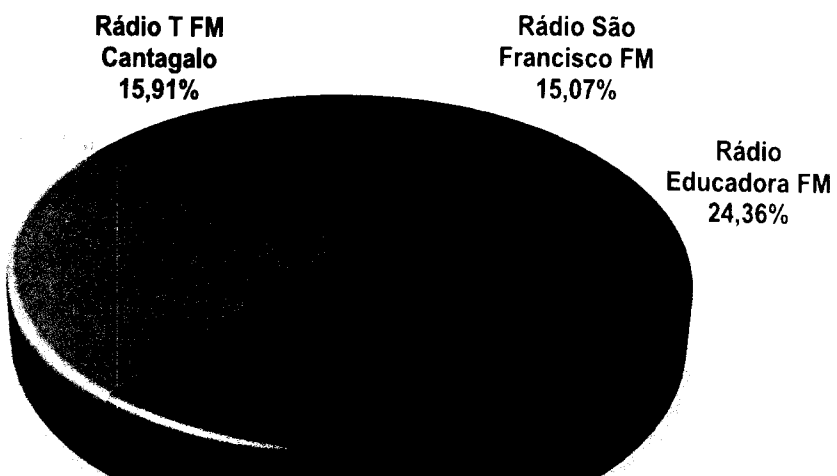
Rádio

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 aos 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



1599

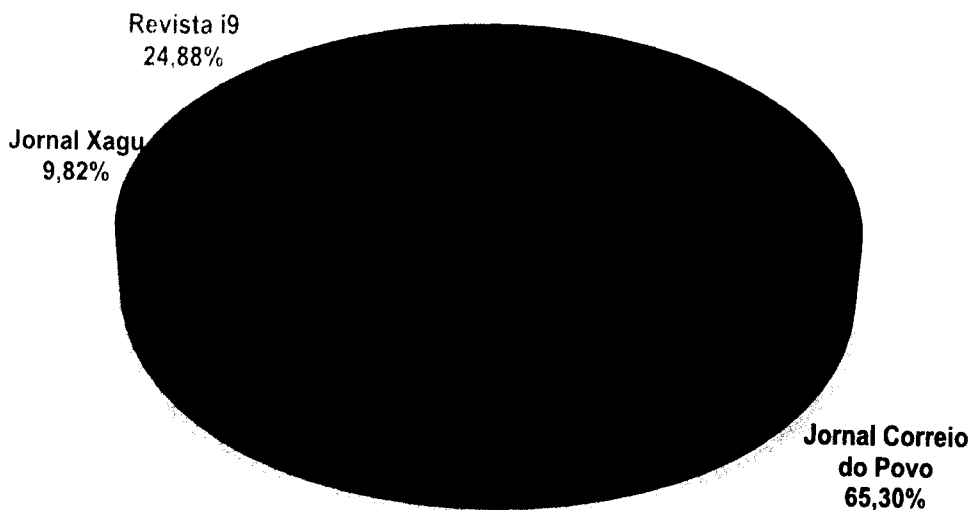
a grandeza do programa, a informação dos valores a fundo perdido, o total da área a ser beneficiada, estratificando em ruas e quadras, o novo jeito de administrar a cidade, que é o de mais realizações com menos dívidas, e, no final, o slogan e identificação da prefeitura municipal. Na semana seguinte, 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 incutidas 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



1591
2

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.

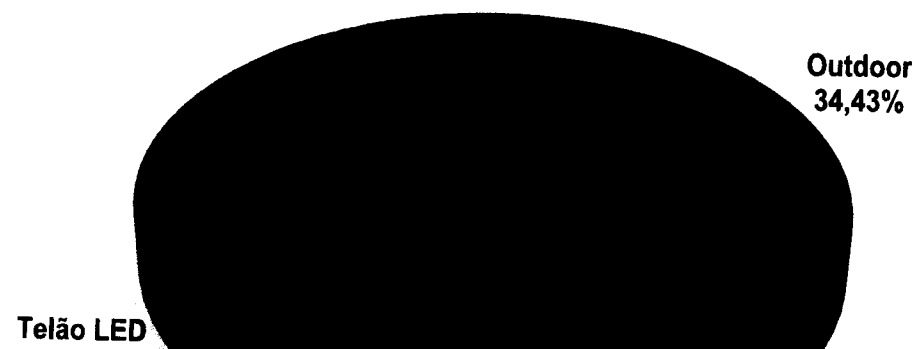
Revista - Em Laranjeiras do Sul é editada a Revista i9, com informações da cidade, dos eventos sociais, culturais, esportivos e artísticos atraindo a atenção de uma grande parcela de leitores, em especial dos mais jovens, que se identificam com o perfil editorial. De periodicidade mensal, a revista circula 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



1592

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



1593

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 e instituições

1594

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 l

1595
Sul

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			
em mídia	R\$94.531,60	64,61%	
em materiais	R\$37.280,00	25,48%	
em materiais	R\$14.494,00	9,91%	
Total:	R\$146.305,60	100,00%	

Resumo distribuição da em mídia e não mídia			
em mídia	R\$85.033,60	89,95%	
em não mídia	R\$9.498,00	10,05%	
Total:	R\$94.531,60	100,00%	

Resumo distribuição da verba por meios			
TV aberta	R\$36.213,00	42,59%	
rádio	R\$28.665,60	33,71%	
imprensa e revistas	R\$15.275,00	17,96%	
propaganda exterior	R\$4.880,00	5,74%	
Total:	R\$85.033,60	100,00%	

Resumo distribuição da verba TV aberta						
	Valor	Percentual	Inserções	Material	Tempo/Formato	Datas/Período
TV aberta	R\$21.093,00	58,25%	20	Filme	30seg	02 a 21/09
TV fechada	R\$15.120,00	41,75%	9	Filme	30seg	03-05-07-10-12-14-17-19-21/09
Total:	R\$36.213,00	100,00%	29			

Resumo distribuição da verba rádio						
	Valor	Percentual	Inserções	Material	Tempo	Período
rádio FM	R\$4.320,00	15,07%	144	Spot	60seg	03 a 08 - 10 a 15 - 17 a 22 - 24 a 29
rádio AM	R\$6.984,00	24,36%	144	Spot	60seg	03 a 08 - 10 a 15 - 17 a 22 - 24 a 29
rádio AM	R\$6.048,00	21,10%	144	Spot	60seg	03 a 08 - 10 a 15 - 17 a 22 - 24 a 29
rádio FM	R\$6.753,60	23,56%	144	Spot	60seg	03 a 08 - 10 a 15 - 17 a 22 - 24 a 29
rádio FM	R\$4.560,00	15,91%	25	Spot	60seg	03 a 07 - 10 a 14 - 17 a 21 - 24 a 28
Total:	R\$28.665,60	100,00%	601			

599

de verba meios impressos

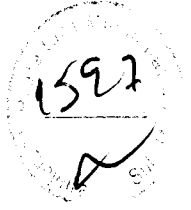
	Valor	Percentual	Inserções	Material	Tempo/Formato	Datas/Período
	R\$9.975,00	65,30%	3	Anúncio	Página/Cor	5-12-19/09
	R\$1.500,00	9,82%	2	Anúncio	Página/Cor	6 e 20/09
	R\$3.800,00	24,88%	1	Anúncio	Página dupla/Cor	Edição de setembro
Total:	R\$15.275,00		6			

de verba mídia exterior

	Valor	Percentual	Inserções	Material	Tempo/Formato	Datas/Período
tuol Ltda.	R\$1.680,00	34,43%	6	Anúncio	9x3m	03 a 16/09
	R\$3.200,00	65,57%	14.400	Filme Legendado	30seg	03 a 30/09
Total:	R\$4.880,00	100,00%	14.406			

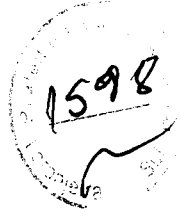
de verba não mídia

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



o distribuição da verba de mídia e não mídia

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



e ações

a																															Inserções	Valores				
	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						
	S																																	20	R\$21.093,00	
																																		9	R\$15.120,00	
																																		144	R\$4.320,00	
																																		144	R\$6.984,00	
																																		144	R\$6.048,00	
																																		144	R\$6.753,60	
																																		25	R\$4.560,00	
																																		6	R\$1.680,00	
																																		14.400	R\$3.200,00	
																																		3	R\$9.975,00	
																																		2	R\$1.500,00	
																																		1	R\$3.800,00	
																																		180.000	R\$2.000,00	
																																		280.000	R\$1.000,00	
																																		980.000	R\$2.198,00	
																																		123.600	R\$2.300,00	
																																		40	R\$2.000,00	
																																		Total:	1.578.682	R\$94.531,60

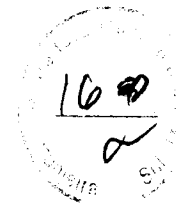


Qual e inserções na RPCTV em setembro - Filme de 30 segundos.

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	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S		2	R\$158,00	R\$316,00																											
			1							1					1													3	R\$235,00	R\$705,00																											
1				1			1				1				1													6	R\$580,00	R\$3.480,00																											
		1							1																			2	R\$1.272,00	R\$2.544,00																											
													1															3	R\$2.142,00	R\$6.426,00																											
			1						1																			2	R\$1.994,00	R\$3.988,00																											
						1																						2	R\$1.817,00	R\$3.634,00																											
Total:																											20																														

Qual e inserções na TV Tarobá em setembro - Filme de 30 segundos.

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																												
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		9	R\$1.680,00	R\$15.120,00																											
	1		1				1			1			1		1		1											9		R\$15.120,00																											
Total:																											9																														



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

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
T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	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	Total:	144	R\$4.320,00

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

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
T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	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	Total:	144	R\$6.984,00

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

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
T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	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	Total:	144	R\$6.048,00

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

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
T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	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	Total:	144	R\$6.753,60

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

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
T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S				
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



Qual 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	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S		3	5col x 35cm	R\$3.325,00	R\$9.975,00
1							1							1													Total: 3			R\$9.975,00

Qual 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	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S		2	5col x 35cm	R\$750,00	R\$1.500,00
1															1												Total: 2			R\$1.500,00

Qual 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	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S		1	20x30cm	R\$3.800,00	R\$3.800,00
																											Total: 1			R\$3.800,00

2602
2

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

Locais:

	Período	Produção	Colagem	Exibição	Total
lindo Bavaresco, esq. Rua XV de Novembro - MM Móveis	03 a 16/09	R\$120,00	R\$120,00	R\$280,00	R\$520,00
ont esq. Av. José Campigoto - Próximo ao Forum	03 a 16/09	R\$120,00	R\$120,00	R\$280,00	R\$520,00
tembro esq. Rua José Nogueira do Amaral	03 a 16/09	R\$120,00	R\$120,00	R\$280,00	R\$520,00
Rio Bonito do Iguaçu - Laranjeiras do Sul - Início Rua Santana	03 a 16/09	R\$120,00	R\$120,00	R\$280,00	R\$520,00
rio João Maria - Frente Supermercado Itálo	03 a 16/09	R\$120,00	R\$120,00	R\$280,00	R\$520,00
do Amaral - Lago Municipal	03 a 16/09	R\$120,00	R\$120,00	R\$280,00	R\$520,00
					R\$3.120,00

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

	Tempo:	Período:	Inserções:	Valor Unitário:	Valor Total:
mbro	30seg	03 - 30/09	7.200	R\$0,22	R\$1.600,00
ro	30seg	03 - 30/09	7.200	R\$0,22	R\$1.600,00
					R\$3.200,00

06/09
R

da verba e impressões nas plataformas Facebook

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	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	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																									
																														28.000	2,96	R\$83,00																									
																														100.000	3,33	R\$300,00																									
																														180.000	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																									
																														980.000	2,24	R\$2.198,00																									
Total:																																																									



o 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	
Total:																	123.600	18,60	R\$2.300,00														

verba e impressões no blog Olhar Aberto Paraná

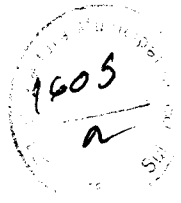
	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Visualizações	CPM	Valor Total
D	S	T	Q	Q	S	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S	S	S	T	Q	Q	S	S		180.000	11,11	R\$2.000,00
Total:																	180.000		R\$2.000,00													

verba e impressões no Portal Cantu

	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
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		280.000	3,57	R\$1.000,00
Total:																	280.000		R\$1.000,00													

verba e horas de carro de som

	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
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		20	50,00	R\$1.000,00
																														20	50,00	R\$1.000,00
Total:																	40		R\$2.000,00													



1606
 [Handwritten signature]
 [Circular stamp]

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
Total:	R\$37.280,00	100,00%		

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
Total:	R\$14.494,00	100,00%		

Quadro resumo distribuição de peças de mídia e não mídia

Meio/Meio/Empresa	Meio	Quantidade	Período	Investimento	Percentual
Filme 30"	TV Aberta	29 inserções	20 dias	R\$36.213,00	38,31%
Spot 01 60"	Rádio	301 inserções	24 dias	R\$14.424,00	15,26%
Spot 02 60"	Rádio	300 inserções	24 dias	R\$14.241,60	15,07%
Início 1 página	Jornal	5 inserções	5 dias	R\$11.475,00	12,14%
Início página dupla	Revista	1 inserção	1 mês	R\$3.800,00	4,02%
Carro - 32 folhas	Mídia Externa	6 Paines	14 dias	R\$1.680,00	1,78%
Carro - Painel LED	Mídia Externa	14.400 Inserções	28 dias	R\$3.200,00	3,39%
60" Carro de som	Não Mídia	20 horas	5 dias	R\$1.000,00	1,06%
60" Carro de som	Não Mídia	20 horas	5 dias	R\$1.000,00	1,06%
Book - vídeo	Não Mídia	120.000 visualizações	28 dias	R\$400,00	0,42%
Book - carrossel	Não Mídia	200.000 visualizações	28 dias	R\$300,00	0,32%
Book - post 1	Não Mídia	28.000 visualizações	7 dias	R\$83,00	0,09%
Book - post 2	Não Mídia	28.000 visualizações	7 dias	R\$83,00	0,09%
Book - post 3	Não Mídia	28.000 visualizações	7 dias	R\$83,00	0,09%
Book - post 4	Não Mídia	28.000 visualizações	7 dias	R\$83,00	0,09%
Book - post 5	Não Mídia	28.000 visualizações	7 dias	R\$83,00	0,09%
Book - post 6	Não Mídia	28.000 visualizações	7 dias	R\$83,00	0,09%
Book - canvas	Não Mídia	28.000 visualizações	7 dias	R\$83,00	0,09%
Gram - vídeo	Não Mídia	100.000 visualizações	28 dias	R\$300,00	0,32%
Gram - foto 1	Não Mídia	180.000 visualizações	28 dias	R\$250,00	0,26%
Gram - foto 2	Não Mídia	48.000 visualizações	28 dias	R\$62,50	0,07%
Gram - foto 3	Não Mídia	48.000 visualizações	7 dias	R\$62,50	0,07%
Gram - foto 4	Não Mídia	48.000 visualizações	7 dias	R\$62,50	0,07%
Gerger - banner	Não Mídia	48.000 visualizações	7 dias	R\$62,50	0,07%
Diário Aberto Paraná e Portal Cantu	Não Mídia	20.000 visualizações	7 dias	R\$200,00	0,21%
Rede Display Google	Não Mídia	180.000 visualizações	28 diárias	R\$2.000,00	2,12%
300x250 - 300x450	Não Mídia	280.000 visualizações	28 diárias	R\$1.000,00	1,06%
300x480	Não Mídia	100.000 visualizações	28 dias	R\$1.000,00	1,06%
YouTube	Não Mídia	20.000 visualizações	28 dias	R\$1.000,00	1,06%
Busca Google	Não Mídia	3.600 visualizações	28 dias	R\$300,00	0,32%
		1.578.682		R\$94.531,60	100,00%

1007



ENVELOPE Nº. 02 - PROPOSTA TÉCNICA
CONCORRÊNCIA Nº 006/2018
MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL/PR
NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA. EPP
CNPJ 78.785.276/001-10

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 Iguacu, 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 Agrocere PIC na unidade de Laranjeiras do Sul. A expansão dos negócios de uma empresa que emprega biotecnologia de ponta 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.

1612

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 ficaram 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.

1613

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

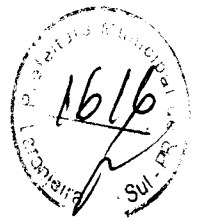


1615

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.

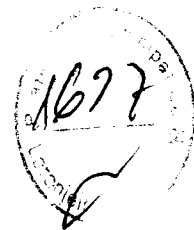
A seguir, apresentamos as funções táticas de todas as peças necessárias para execução da campanha, bem como sua alocação na estratégia de mídia e não mídia.

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%.

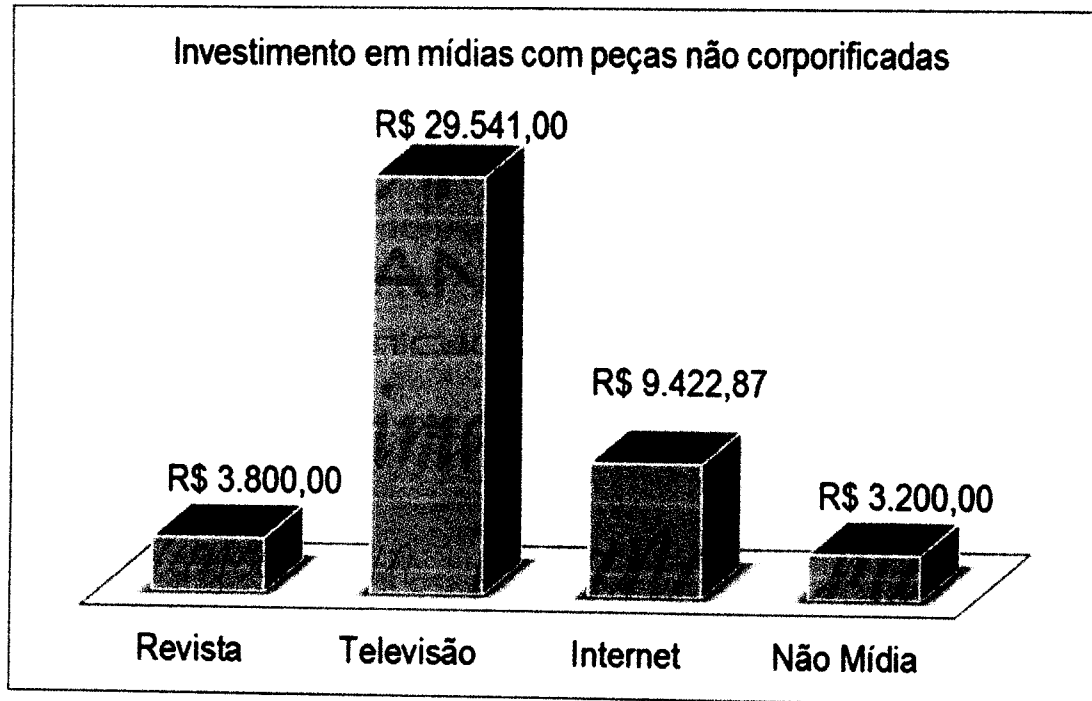
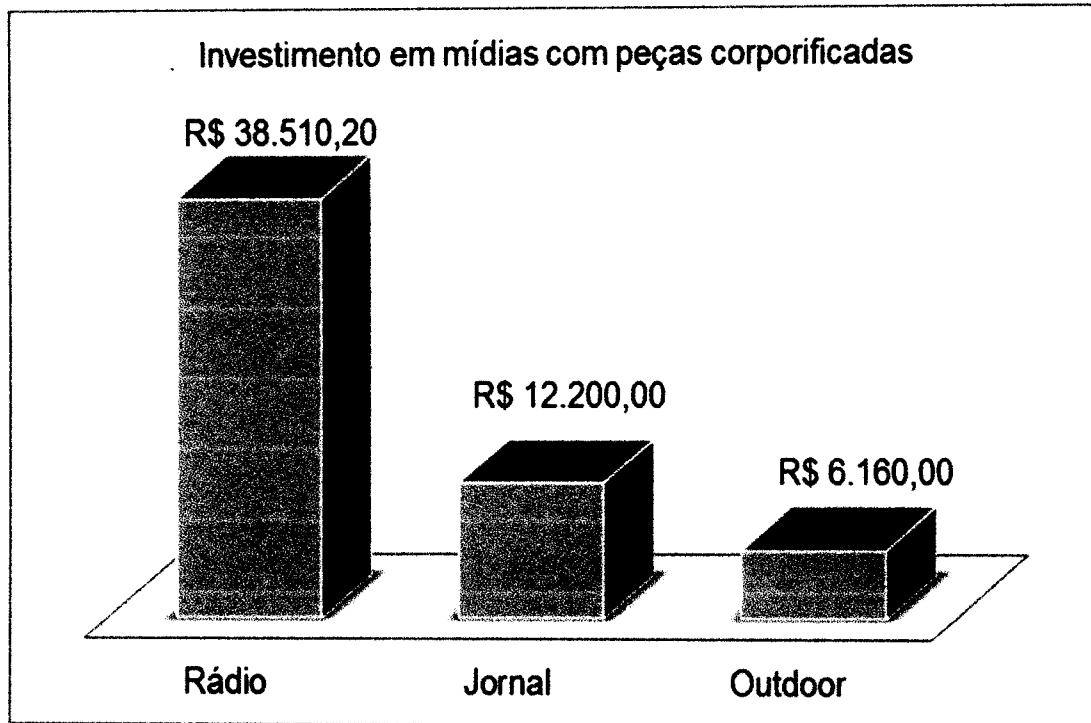
Consistência do plano simulado de distribuição de peças: ao todo, entre custos de criação, produção e veiculação, será investida a verba de R\$ 149.565,07 (cento e quarenta e nove mil, quinhentos e sessenta e cinco reais e sete centavos).

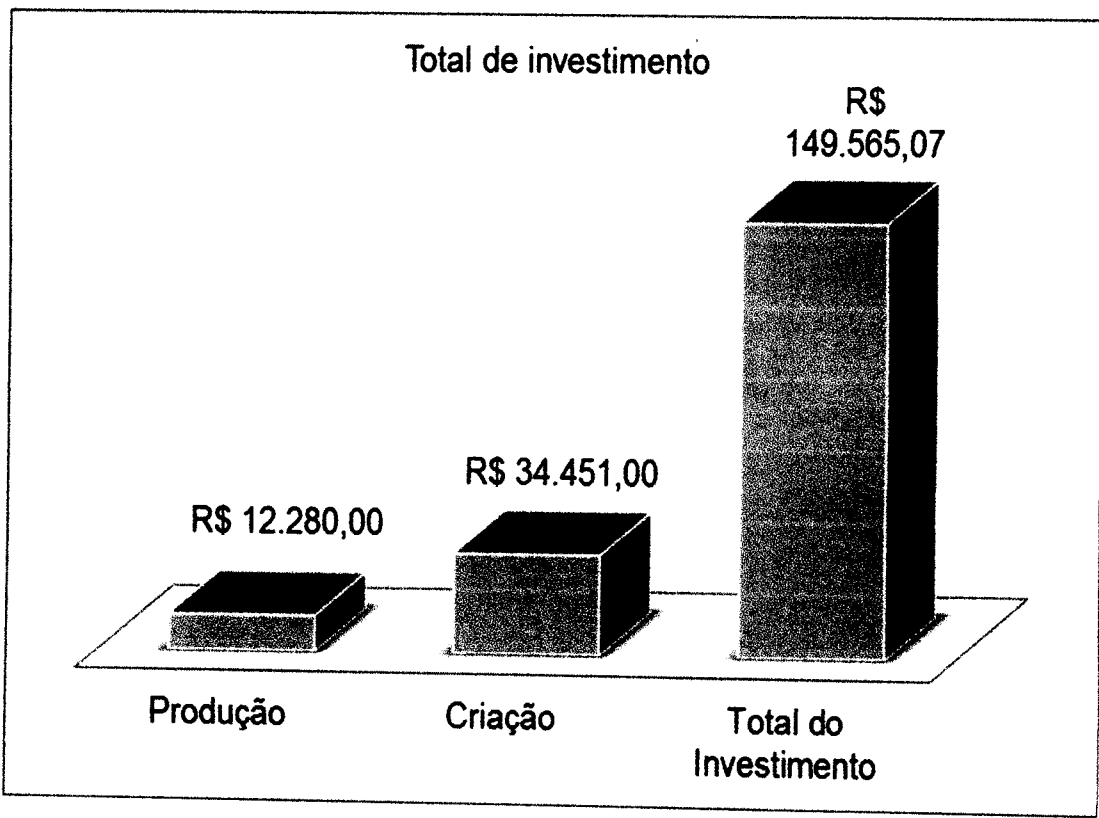
SIMULAÇÃO DE INVESTIMENTO DA CAMPANHA – Período: 30 dias – Setembro/2018				
Montante máximo: R\$ 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais)				
Demonstrativo de Investimento - VEICULAÇÃO				
Peças da campanha corporificadas				
Rádio	Produto	Qtde. Total	Custo Total (R\$)	% Geral
Rádio Educadora (E103Fm) – 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%

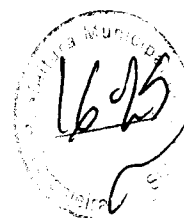
TV Tarobá Cascavel		12	14.716,00	9,839%
		Subtotal	29.541,00	19,751%
Mídia On-line	Produto	Qtde. Total	Custo Total (R\$)	% Geral
Blog Meia Hora	Banner lateral 195x120 pixels	30 dias	1.500,00	1,003%
Blog de Olho Paraná	Banner 200X200 pixels	30 dias	2.000,00	1,337%
Facebook/Instagram	Impulsioneamento	30 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%
Demonstrativo de Investimento – PRODUÇÃO				
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%
Demonstrativo de Investimento – CRIAÇÃO (Tabela Sinapro vigente até agosto 2018)				
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%
Criação (peças da campanha não corporificadas)				
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%
TOTAL:			149.565,07	100%

1622

16 27
P. Leitura M...
S...
C...sira







PLANILHAS, TABELAS E ORÇAMENTOS

rádio

Município de Laranjeiras do Sul
Setembro/2018

pot
0"

Esso 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	Valor Unit. (R\$)	Total Ins.	Valor Total (R\$)
	Programação	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		
Operativo 6 às 19hs	19		19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	18	18	18	18	18	18	18	18	25,50	468	11.934,00
Operativo 6 às 19hs	14		14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	13	24,90	338	8.416,20	
Operativo 6 às 19hs	21		21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	21	20	20	20	20	20	20	23,50	520	12.220,00	
Operativo 6 às 19hs			20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20			20	19	19	19	19	15,00	396	5.940,00		
																														Subtotal	1722	38.510,20	



normal
 Município de Laranjeiras do Sul
 Setembro/2018
 página - Tabloide
 anúncio

o seu 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	Valor Unit. (R\$)	Total Ins.	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
1 página colorida	1											1												1.700,00	6	10.200,00			
1 página colorida																								1.000,00	2	2.000,00			
																								Subtotal	8	12.200,00			

1624

revista

Município de Laranjeiras do Sul

Setembro/2018

página dupla

anúncio

o nosso compromisso é fazer a sua vida melhor!

Setembro

	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	Valor Unit. (R\$)	Total Ins.	Valor Total (R\$)
Programação	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				
Anúncio página dupla							1																									3.800,00	1	3.800,00
																																Subtotal	1	3.800,00

Assinatura
Caire

Rede Sociais
 o de Laranjeiras do Sul
 Post/Vídeo
 o/2018

Compromisso é fazer a sua vida melhor!

Setembro

Título	Tamanho	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	Total Ins.	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	30 dias	
Veia Hora	Banner Lateral 195X120 pixels	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	30 dias	1.500,00
Ilho Aberto Aná	Banner Lateral 600X400 pixels	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	30 dias	2.000,00
stemas e viços	Impulsioneamento Facebook/Instagram - Post e Vídeo	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	30 dias	5.922,87
																														Subtotal	9.422,87		

LED
 de Laranjeiras do Sul
 com legenda
 /2018

Compromisso é fazer a sua vida melhor!

Setembro

Título	Tamanho	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	Total Ins.	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	30 dias	
nação		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	30 dias	1.600,00
de Led	5,00 x 2,00m	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	30 dias	1.600,00
de Led	4,00 x 2,00 m	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	30 dias	1.600,00
																														Subtotal	3.200,00		

1630
 2



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

~~www.rádiodoeducadorado.com.br~~
~~www.rádiodoeducadorado.com.br~~

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

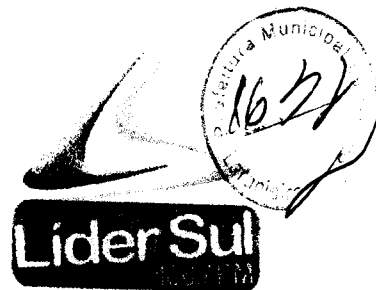


TABELA DE PREÇOS:

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

Rádio
CAMPITO

AM - 1020



MÍDIA KIT

06/23

26 38

TIMENTO

	15''	30''	45''	60''
DE				
H)	R\$15,00	R\$23,50	R\$35,00	R\$42,00
D)	R\$12,60	R\$22,50	R\$31,50	R\$39,00
O	R\$16,80	R\$29,00	R\$41,00	R\$52,00
L	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



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).

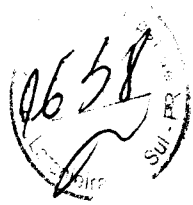
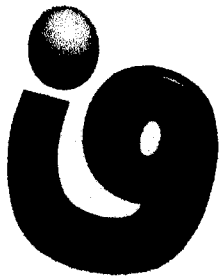
LONA IMPRESSA. VALORES PARA DUAS BISSEMANAS:

- 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.



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



Paranápolis RPC Paranápolis PRC	Guarapuava RPC Guarapuava GAV	P. Grossa RPC P. Grossa PGR	SC Estado SCE	SC Interior SC2	Florianópolis NSC TV Florianópolis SC1	Blumenau NSC TV Blumenau BLU	Chapecó NSC TV Chapecó CHA	Jouville NSC TV Jouville JOI	Orlândia NSC TV Orlândia ORI	Caçador NSC TV Caçador CAC	SUL
--	--	--------------------------------------	---------------------	-----------------------	---	---------------------------------------	-------------------------------------	---------------------------------------	---------------------------------------	-------------------------------------	-----

SEGUNDA A SEXTA / SÁBADO

138	138	214	1.332	987	425	265	132	221	177	112	HORA
182	158	279	2.988	1.878	1.110	688	201	525	298	157	BPRA
280	235	435	3.903	2.518	1.385	898	254	682	437	237	NBRA
253	219	428	3.422	2.222	1.200	755	217	611	433	208	MAVO
253	219	428	3.422	2.222	1.200	755	217	611	433	206	BEST
383	383	635	4.548	3.061	1.487	994	323	825	618	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	10.690	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	3.482	2.225	1.177	732	236	688	431	218	VIDE
324	300	427	2.346	1.555	791	508	174	422	296	169	TARA
439	441	761	4.110	2.721	1.398	853	304	746	545	279	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	7.983	4.048	2.745	819	2.891	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
1.983	1.288	2.078	17.378	11.185	6.191	3.848	1.186	3.150	2.018	1.808	N19H
2.340	2.142	3.783	29.168	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	6.478	2.048	5.411	3.413	1.768	N20H
968	909	1.445	9.486	6.122	3.364	2.887	679	1.653	1.096	607	TELA
1.331	1.253	2.098	15.418	10.844	5.374	3.387	1.817	2.858	1.839	943	SHT1
984	926	1.470	9.656	6.224	3.432	2.124	687	1.687	1.118	616	TNOB
782	672	993	6.584	4.308	2.286	1.512	488	1.158	754	424	PROF
1.331	1.253	2.098	15.418	10.844	5.374	3.387	1.817	2.858	1.839	943	SHQ1
984	926	1.470	9.656	6.224	3.432	2.124	687	1.687	1.118	616	SH05
1.331	1.253	2.098	15.418	10.844	5.374	3.387	1.817	2.858	1.839	943	REPO
985	886	1.428	8.588	5.565	2.941	1.848	635	1.488	1.027	574	SSUP
445	428	762	6.360	3.442	1.918	1.107	379	959	678	327	JGLO
282	311	371	2.815	1.882	933	582	223	492	385	208	BIAL
247	268	315	2.318	1.564	754	488	182	413	318	163	SAME

SÁBADO

88	86	188	832	578	254	157	88	149	113	71	VBRA
88	86	188	832	578	254	157	88	149	113	71	SERA
268	227	454	3.543	2.335	1.288	780	245	632	452	226	CASA
(a)	(a)	(a)	4.682	3.167	1.515	1.048	381	877	668	289	SCOM
405	362	643	4.877	3.294	1.583	1.084	312	914	684	308	ANGE
522	489	818	5.788	3.989	1.789	1.322	387	1.081	854	365	HUCK
947	841	1.383	8.304	5.448	2.856	1.882	624	1.456	1.082	564	ZORR
496	475	755	4.586	3.025	1.571	943	354	793	628	315	ALTA
381	349	527	3.164	2.139	1.025	648	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	268	178	96	EMPR
686	499	876	3.424	2.533	891	784	335	622	499	293	GRUD
788	581	1.090	7.587	5.337	2.250	1.886	533	1.587	999	492	AUTO
787	686	1.192	8.073	5.646	2.427	1.875	573	1.593	1.088	517	ESPO
543	587	858	5.457	3.688	1.777	1.198	382	984	763	351	SHOV
543	507	858	5.457	3.688	1.777	1.198	382	984	763	351	TMAX
1.187	1.833	1.771	11.652	7.755	3.897	2.487	868	2.176	1.524	738	DEAU
1.983	1.817	3.172	23.801	15.996	7.885	5.247					



Exibidora:	RPC TV Guarapuava
N.º de municípios:	26
População:	634.558
DTVs	187.559
Tespectadores potenciais:	608.676
IPC %	0,278

Fonte: dados de 2010. Fonte: dados de 2010. Fonte: dados de 2010.

Município	População	DTVs	Tespectadores 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	10100	0,003

16/8/18
 2018

LONDRINA - PR

CASCABEL - PR

TABELA DE PREÇOS - TV TAROBÁ LONDRINA e CASCAVEL - ABRIL a OUTUBRO/2018

Seg a Sex	07h00	Proibida Tropa	JOPH	Jornalismo	844,00	1.418,00	2.882,00	700,00	1.132,00	2.364,00
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	ATIA	Variedades	-	-	-	1.405,00	2.342,50	4.147,50
Seg a Sáb	12h00	Jornal Tarobá 1.ª Edição	JTA1	Jornalismo	1.800,00	-	-	1.800,00	-	-
Seg a Sáb	12h00	Tarobá Esportes	TAE5	Esportes	1.180,00	1.700,50	1.570,00	1.502,00	2.340,00	4.000,00
Seg a Sex	13h00	Tempo Quanta	TBQU	Policial	1.347,00	2.320,50	4.641,00	1.512,00	2.368,00	4.584,00
Seg a Sex	14h00	Variedades	VIRE	Variedades	1.132,00	1.800,00	1.906,00	1.194,00	1.701,00	2.402,00
Quarta	16h00	Liga dos Campeões	EURO	Futebol	4.665,00	-	-	12.385,00	-	-
Seg a Sex	15h00	Melhor da Tarde	MELH	Feminino	1.425,00	-	-	3.750,00	-	-
Seg a Sáb	16h00	Brasil Urgente - Nacional	BRUR	Jornalismo	1.400,00	-	-	3.755,00	-	-
Seg a Sex	17h00	Brasil Urgente Local	BRUL	Policial	-	-	-	1.512,00	2.368,00	4.584,00
Seg a Sex	18h00	Brasil Urgente Local	BRUL	Policial	1.900,00	2.374,50	4.740,00	-	-	-
Seg a Sex	18h40	Passa de Vinte	POV1	Comentário	-	-	-	1.512,00	2.368,00	4.584,00
Seg a Sex	18h50	Jornal Tarobá 2.ª Edição	JTA2	Jornalismo	1.834,00	-	-	1.632,00	-	-
Seg a Sáb	19h20	Jornal da Band	JBAN	Jornalismo	4855,00	-	-	12.940,00	-	-
Seg a Sáb	20h25	Amor proibido	AMPR	Novela	2.560,00	-	-	6.830,00	-	-
Seg a Sáb	22h10	VideoNews	VD20	Entretenimento	1.500,00	-	-	4.040,00	-	-
Ter a Sex	01h25	Cine+	CINM	Filme	425,00	-	-	1.160,00	-	-
Segunda	22h30	Planeta Terra	TERR	Documentário	2.985,00	-	-	7.950,00	-	-
Segunda	23h45	Viagens ao Redor do Mundo	VMU	Entretenimento	1.885,00	-	-	5.025,00	-	-
Segunda	01h25	Show Business	SBUS	Entretenimento	1.540,00	-	-	4.090,00	-	-
Terça	22h30	Pesadão na Cozinha	PECR	Reality	1.865,00	-	-	5.010,00	-	-
Terça	22h30	Master Chef	MACHE	Reality	5.735,00	-	-	15.440,00	-	-
Quarta	22h30	Quarta no Cinema	QUAC	Filmes	2.135,00	-	-	5.635,00	-	-
Quinta	22h30	Senhor dos Céus	CEUS	Serie	2.985,00	-	-	7.950,00	-	-
Quarta	22h40	Event / Sara Procto	QUES	Eventos	1.320,00	1.909,50	1.907,00	-	-	-
Sexta	22h30	Especto Musical	MUSI	Musical	3.465,00	-	-	9.110,00	-	-
Seg a Sex	00h30	Jornal da Noite	JNOI	Jornalismo	1.000,00	-	-	2.655,00	-	-
Sábado	00h00	Eventos que Faz	GEFA	Entretenimento	-	-	-	84,00	1.371,00	2.762,00
Sábado	07h00	Eventos / Sara Procto - Nopria	QUES	Entretenimento	1.320,00	1.909,50	1.907,00	-	-	-
Sábado	08h00	Tarobá Esportista	TAE5	Esportes	900,00	-	-	-	-	-
Sábado	08h00	Cine+ Paraná	CAPA	Musical	-	-	-	-	-	-
Sábado	10h00	Café e Fé (Cascavel)	FECA	Entretenimento	-	-	-	820,00	1.384,50	2.769,00
Sábado	10h00	Entrudendo	ENTR	Cinema	875,00	1.304,50	2.613,00	-	-	-
Sábado	11h15	TV Sorriso	TVSE	Entretenimento	875,00	-	-	-	-	-
Sábado	11h00	Canal Brasil	CMBE	Entretenimento	-	-	-	-	-	-
Sábado	11h50	Tempo Quanta	TBQU	Policial	1.347,00	2.320,50	4.641,00	820,00	1.384,50	2.769,00
Sábado	12h00	Tarobá Cineando	TANC	Entretenimento	-	-	-	1.512,00	2.368,00	4.584,00
Sábado	12h30	Os Simpson Sab	SISD	Serie	1.255,00	-	-	902,00	1.400,00	2.970,00
Sábado	13h30	NBB - Novo Basquete Brasil	NBBC	Esporte	2510,00	-	-	3.315,00	-	-
Sábado	14h00	Jogo Aberto Esportes	JGAB	Esporte	1.247,00	-	-	6.655,00	-	-
Sábado	18h00	Jogo Aberto Entrevista	JGAB	Entrevista	1.184,00	-	-	-	-	-
Sábado	22h00	Justiça Implacável	IMPS	Serie	1.500,00	-	-	1.512,00	-	-
Sábado	23h30	Amury Jr	AMJR	Show	1.540,00	-	-	4.040,00	-	-
Sábado	01h30	Cinema na Madrugada	CIMD	Filme	425,00	-	-	4.090,00	-	-
Domingo	06h00	Tarobá Rural	TARU	Agronegócio	-	-	-	1.160,00	-	-
Domingo	07h00	Santa Missa Local	SABL	Religioso	860,00	1.290,00	2.580,00	-	-	-
Domingo	07h40	Tarobá Rural	TARU	Agronegócio	-	-	-	-	-	-
Domingo	08h00	Missa do Paraná	MARA	Entretenimento	-	-	-	864,00	1.446,00	2.892,00
Domingo	08h00	Café e Fé (Londrina)	FECA	Religioso	-	-	-	-	-	-
Domingo	08h00	Mercedez e Companhia	MCOA	Veredas	-	-	-	-	-	-
Domingo	10h25	Hora de Adorar	HORA	Religioso	850,00	-	-	820,00	1.384,50	2.769,00
Domingo	08h00	Canção & Vozes	CAVI	Sertanejo	850,00	1.290,50	2.577,00	-	-	-
Domingo	10h00	Tarobá Entrevista	TAE5	Entrevista	-	-	-	-	-	-
Domingo	11h00	Amigos do Tardinho e Sampaio	AMTS	Entretenimento	-	-	-	1.200,00	-	-
Domingo	12h00	Tarobá Antomani	TAAU	Entretenimento	850,00	1.280,00	2.470,00	-	-	-
Domingo	11h00	Show do Mei	SMEI	Entretenimento	1.255,00	-	-	-	-	-
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	1.395,00	-	-	3.315,00	-	-
Domingo	17h00	Documentários BBC	BBCD	Entretenimento	1.380,00	-	-	3.655,00	-	-
Domingo	17h50	Terceiro Tempo	TEP3	Esporte	2.155,00	-	-	3.645,00	-	-
Domingo	19h45	Só Risos	RISO	Entretenimento	1.900,00	-	-	5.725,00	-	-



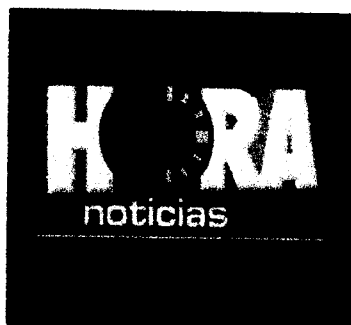
HANT

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
ANDRA	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 GAUÇA	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	2,6947
FRANCISCO ALVES	6.321	2.107	0,0472
FRANCISCO BELTRAO	83.776	27.925	0,7749
GENERAL CARNEIRO	13.757	4.586	0,0767
GOIOERE	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
IGUATU	2.254	751	0,0144
IPORA	14.684	4.895	0,1180
IRACEMA DO OESTE	2.488	829	0,0168
IRATI	58.145	19.382	0,4938
ITAIPULANDIA	9.859	3.286	0,0759
ITAPEJARA D'OESTE	11.107	3.702	0,0871
ITAJUNA DO SUL	3.348	1.116	0,0217
JACAREZINHO	39.424	13.141	0,3102
JESUITAS	8.840	2.947	0,0657
JURANDA	7.571	2.524	0,0524
JURANJEIRAS DO SUL			

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	0,0950
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 SUDESTE	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
PARANAVALI	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
PEROBA	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
PLANALTO	13.665	4.555	0,1007
PORTO BARREIRO	3.532	1.177	0,0231
PRANCHITA	5.490	1.830	0,0496
PRUDENTOPOLIS	50.205	16.735	0,3210
QUARTO CENTENARIO	4.760	1.587	0,0418
QUATRO PONTES	3.900	1.300	0,0432
QUEDAS DO IGUAÇU	32.035	10.678	0,2169
RAMILANDIA	4.271	1.424	0,0218
REALIZA	16.637	5.546	0,1432
RENASCENÇA	6.846	2.282	0,0562
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 ISABEL 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 SUDESTE	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			



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

26/9/20
2



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

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

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

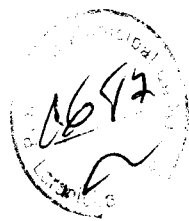
INCFAN SISTEMAS & SERVIÇOS LTDA - ME



A empresa Gráfica Editora Cantu Ltda - EPP, inscrita no CNPJ sob o N° 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



Av. Getúlio Vargas, 830 'A' * Centro
85340-000 * Rio Bonito do Iguçu * 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.

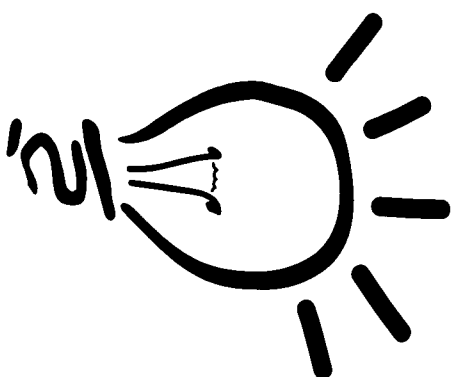
Qual é o tamanho do painel e sua resolução?

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 do Setembro possui 4m x 2m e sua resolução é p10.

BLANCO



CONCORRÊNCIA Nº 006/2018
MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL/RJ
BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA
CNPJ: 72.491.186/0001-30



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 km², 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 Iguaçu 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 Iguaçu. 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

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

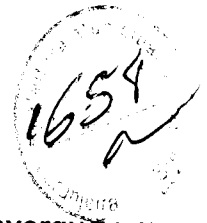
Estratégia de Comunicação Publicitária

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

olé



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 e 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.

o perfil de programação, do público, para o jornal a tiragem e o número de leitores, no 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 Correio do Povo e 4 anúncios no Jornal Xagu. O Jornal Correio 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.



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.

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%
Total em Mídia				R\$ 89.065,10	100%	84%

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%
Total em Produção			R\$ 2.938,00	100%	3%

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%
Total em Produção		R\$ 14.106,00	100%	13%

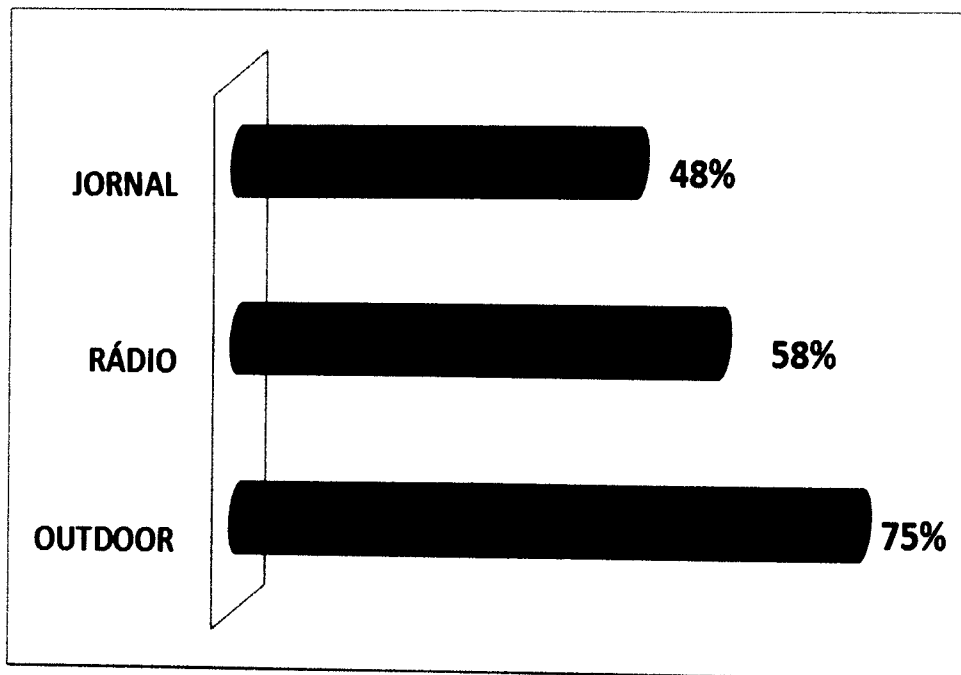
VALOR TOTAL		% Geral
VEICULAÇÃO	R\$ 89.065,10	84%
PRODUÇÃO	R\$ 2.938,00	3%
criação	R\$ 14.106,00	13%

VALOR TOTAL	R\$ 106.109,10	100%
--------------------	-----------------------	-------------

1661
~

Anexos de Mídia

1 - PENETRAÇÃO DOS MEIOS

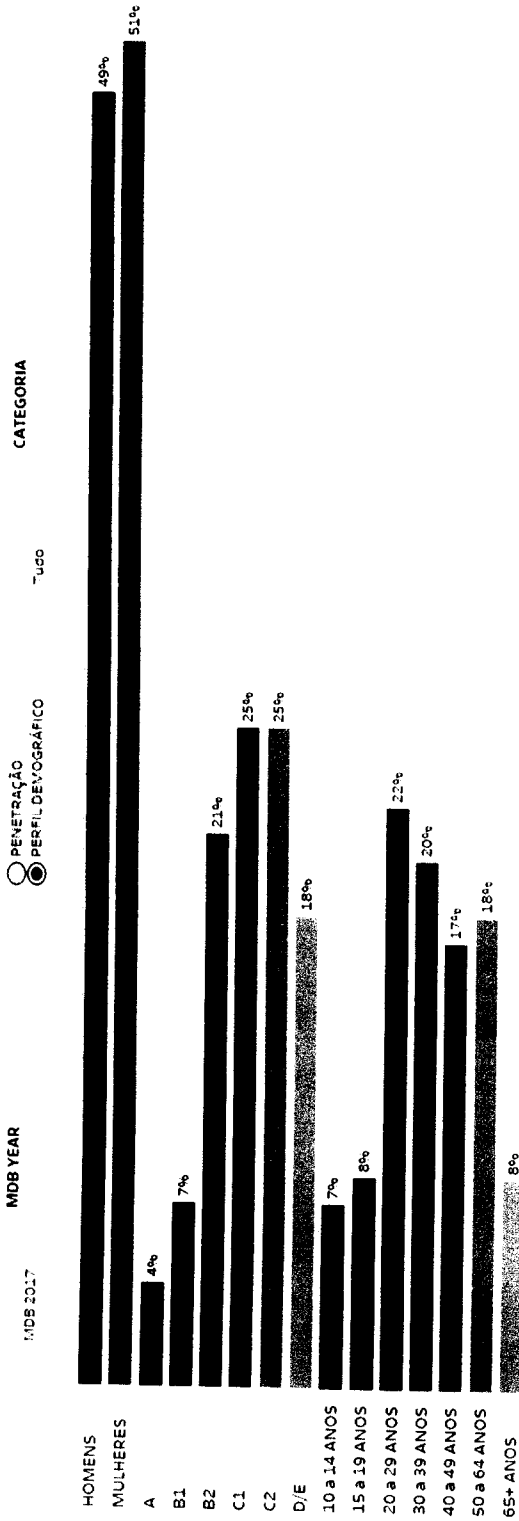


FONTE/SOURCE: Ipsos Connect: EGM Multimídia – janeiro a dezembro 2016 – 9 Mercados (SP, RJ, BH, CUR, POA, DF, REC, SAL, FOR) / Filtro: 10+ anos, 45.503.674 pessoas – Amostra do Filtro – 36.048

Perfil Demográfico e Penetração Dos Consumidores Do Meio
Radio Listener Profile And Penetration

2 - PERFIL DOS MEIOS

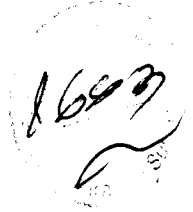
Rádio



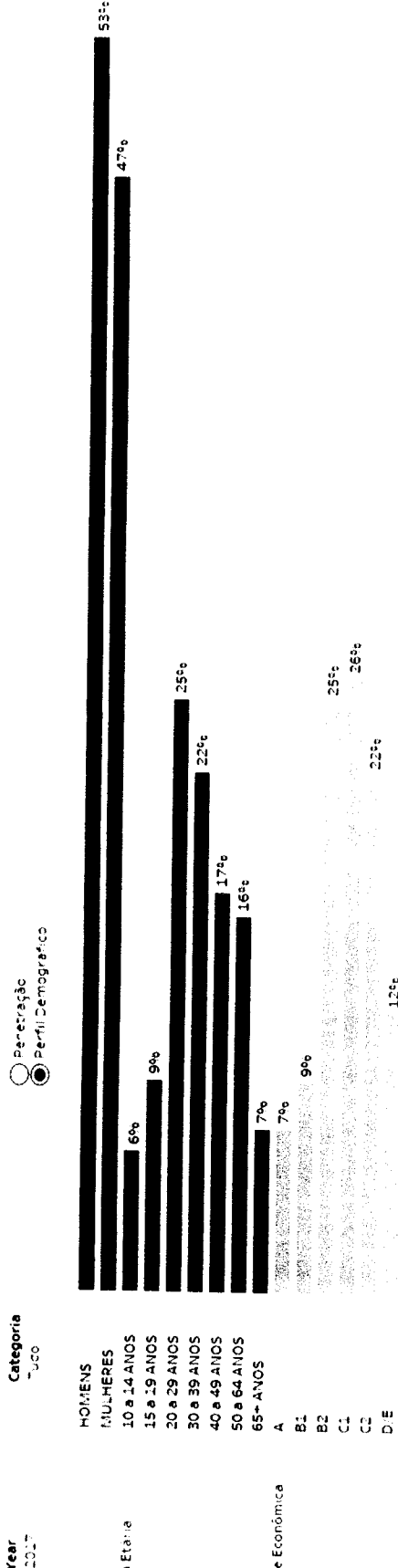
ESOURCE Ipsos Connect. EG1 Multimídia - Janeiro a dezembro 2016 - 9 Mercados (SP, RJ, B, C, D, P, O, F, REC, SAL, FOR)
 10+ anos 45.502.674 pessoas - Amostra com erro: 36 048



1602
 ~



Perfil dos consumidores (Jornal Impresso + digital)
 Consumers profile (Print + digital newspaper)



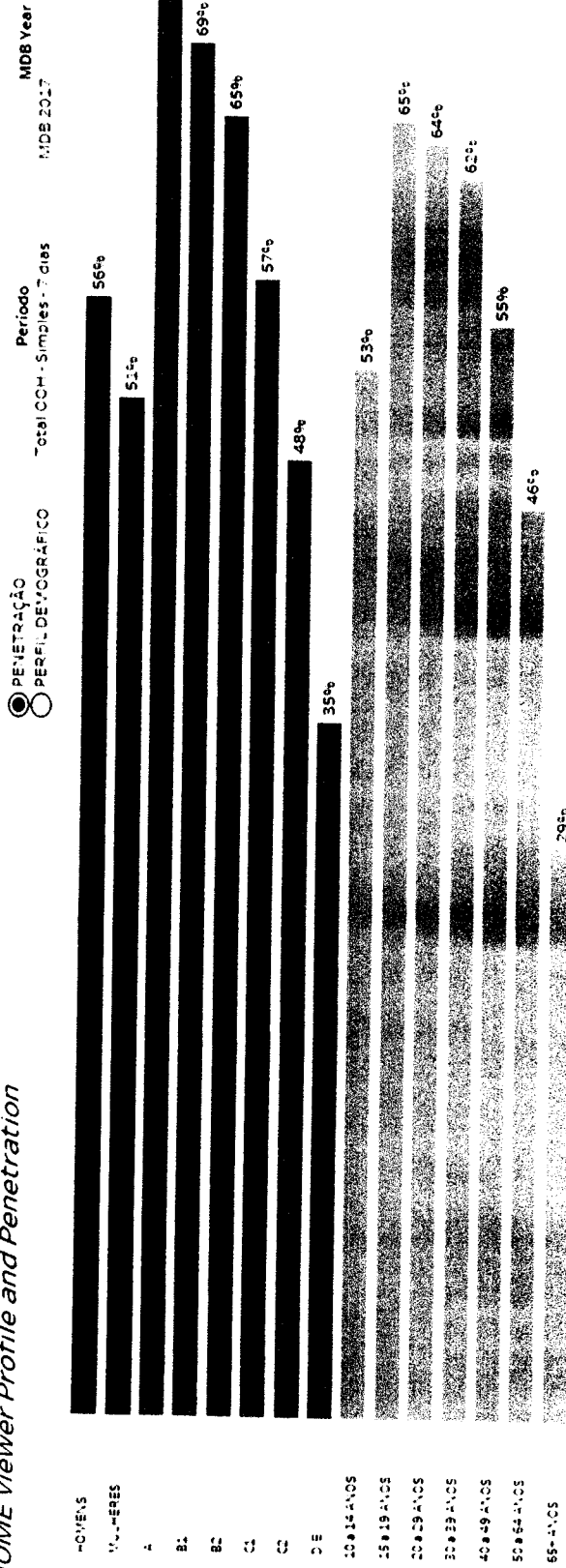
THE SOURCE Ipsos Connect 5011 Multicida - Janeiro a dezembro 2016 - 9 Mercados USP B - CUR POA DE REC SAL FOR
 e 10- anos 45 502 674 pessoas - amostra cc = 1170. 35 048

Outdoor



1665

Demográfico e Penetração dos Consumidores
F-HOME Viewer Profile and Penetration



GV - 11/2016 - Janeiro a dezembro 2016 - 9 Mercados SP RJ BH CUR POA DF REC SAL FOR
 45.503.574 pessoas - Amostra do filtro 35 C-48
 Total COH - nos últimos 30 dias 28.475.389 pessoas - Amostra do filtro 20 T88



ENVELOPE Nº. 02 - PROPOSTA TÉCNICA
CONCORRÊNCIA Nº 006/2018
MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL/PR
OLE PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA-EPP
03.979.287/0001-31

meta
PROPAGANDA



ENVELOPE Nº. 02 - PROPOSTA TÉCNICA
CONCORRÊNCIA Nº 006/2018
MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL/PR
META PROPAGANDA LTDA EPP

1662

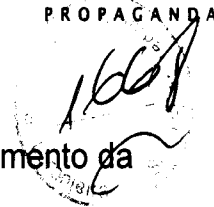
Raciocínio Básico

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.



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

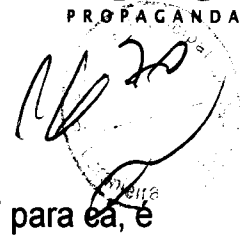
Estratégia de Comunicação Publicitária

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



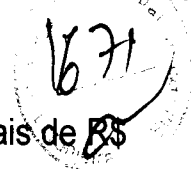
de trazer orgulho a qualquer laranjeirense.

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



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.

1792
a

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

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

16/07/14

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,

16/07
3/11

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,



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), bem como para o Facebook (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.

1698

Medio	Reservación	Paga	Costo Unitario	jul/18		D S T Q O S S D S T Q O S S D S T Q O S S D S T Q O S S D S T							Inserciones	Valor Total																						
Radio	30s	Outdoor	400,00	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	7	2.800,00
<p>Costo por línea: 400,00</p> <p>Costo por inserción: 400,00</p> <p>Costo por segundo: 13,33</p>																																				

Medio	Reservación	Paga	Costo Unitario	jul/18		D S T Q O S S D S T Q O S S D S T Q O S S D S T Q O S S D S T							Inserciones	Valor Total																						
Radio	30s	Outdoor	150,00	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	15000	2.250,00
<p>Costo por línea: 150,00</p> <p>Costo por inserción: 150,00</p> <p>Costo por segundo: 5,00</p>																																				

Hechado

1679

RESUMO GERAL

RESUMO DE MÍDIA

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%
	Outdoor (9m x 3m)		2.800,00	2,6%	2,0%
TOTAL			109.630,00	100,0%	77,1%

RESUMO DE CUSTOS E PREÇOS

PEÇAS	FORMATO	QUANTIDADE	VALOR R\$	% PRODUÇÃO	% GERAL
Normal	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%	16,7%

RESUMO DE PREÇOS E VALORES

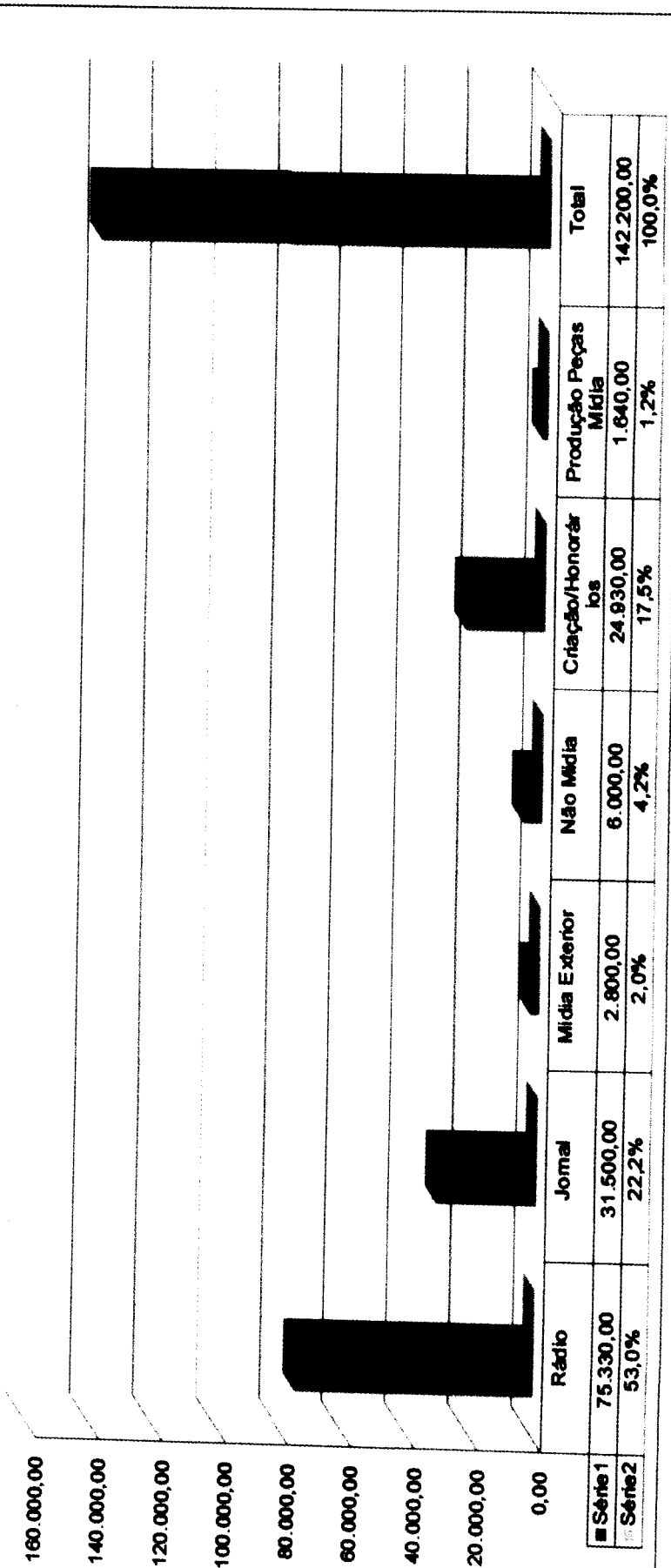
PEÇAS	FORMATO	QUANTIDADE	VALOR R\$	% PRODUÇÃO	% GERAL
Spot	60"	1	800,00	48,8%	
Outdoor	9m x 3m - em papel	7	840,00	51,2%	
TOTAL			1.640,00	100,0%	
TOTAL			2.46,00		
TOTAL			1.886,00		1,3%

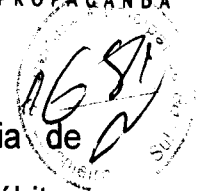
RESUMO DE PREÇOS E VALORES

PEÇAS	FORMATO	QUANTIDADE	VALOR FORNECEDOR	% PRODUÇÃO	% GERAL
Folder	Formato: 21 x 31cm(fechado), 4 x 4 cores- papel couché 150g	15.000	3.750,00	62,5%	
Folder	Via - Empresa Especializada	15.000	2.250,00	37,5%	
TOTAL			6.000,00	100,0%	
TOTAL			900,00		
TOTAL			6.900,00		4,9%



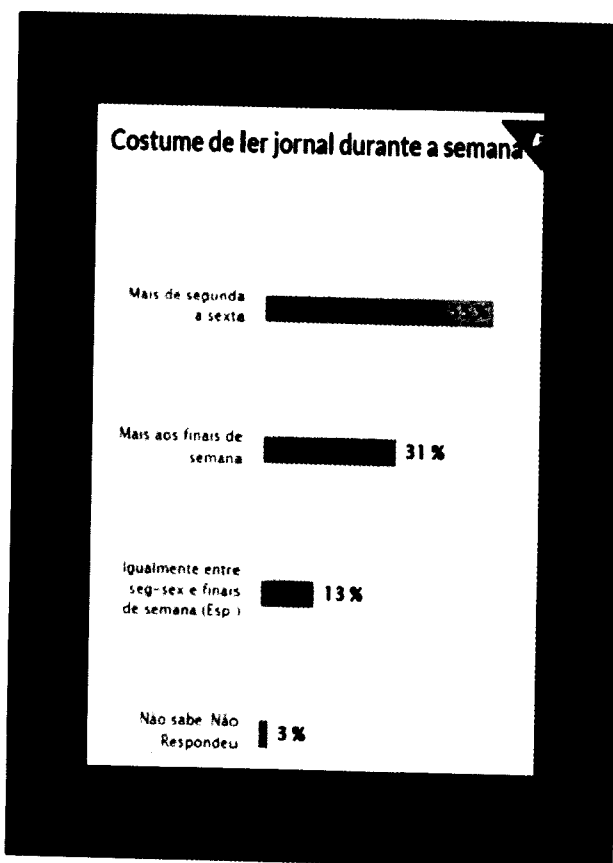
Resumo Geral





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



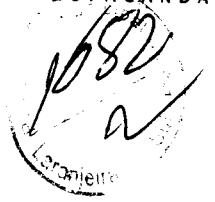
P13) O(a) sr(a) tem costume de ler jornais mais na versão impressa ou mais na versão digital, seja no computador, no celular ou no tablet? (RU)

Base: para quem costuma ler jornais (4665)

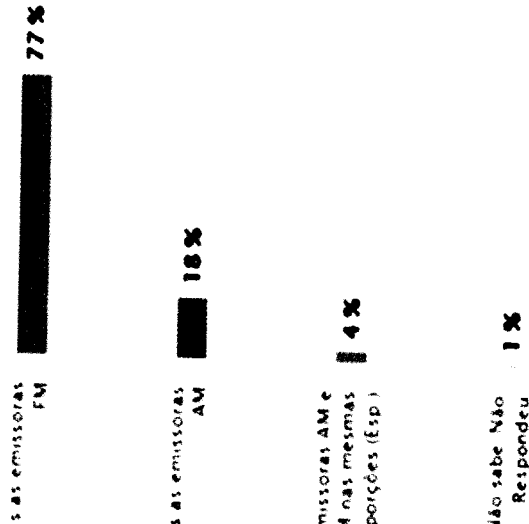
Mais na versão impressa	66%
Mais na versão digital	30%

Pesquisa Brasileira de Mídia 2016
 HÁBITOS DE CONSUMO DE MÍDIA PELA POPULAÇÃO BRASILEIRA

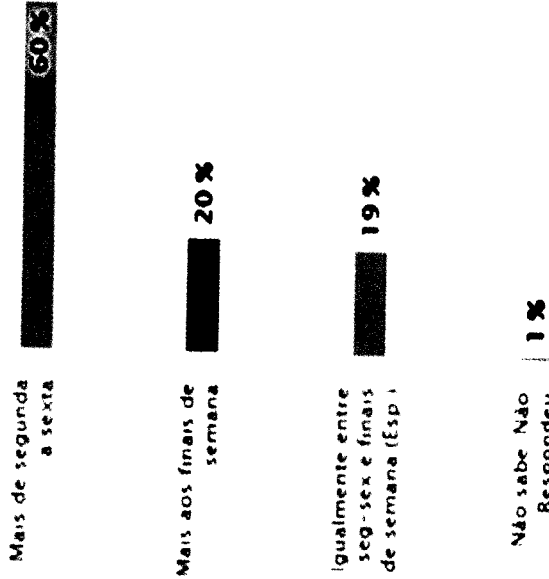
meta
 PROPAGANDA



Frequências de rádio mais ouvidas



Costume de ouvir rádio durante a semana





ANEXOS DE MÍDIA: PESQUISAS
 FONTE: MÍDIA DADOS BRASIL 2018
 (<http://midadados.org.br>)



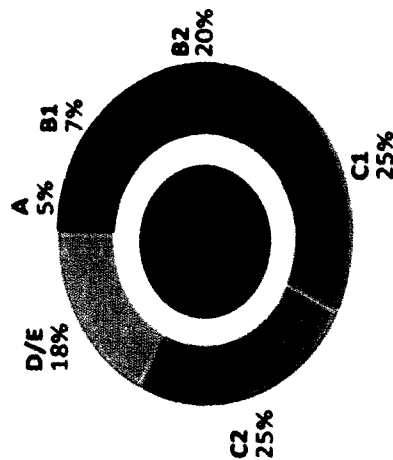
RÁDIO

Perfil dos consumidores
Viewers profile

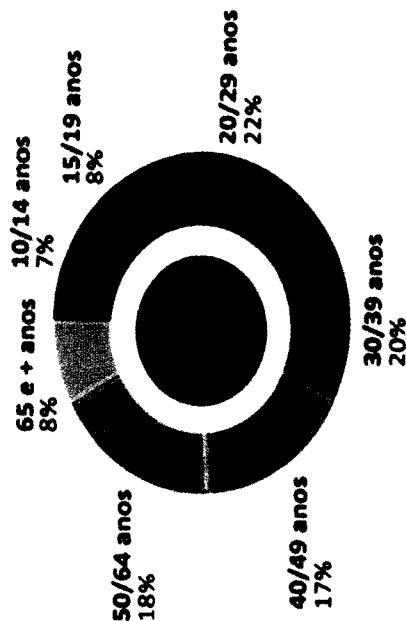
Sexo
Sex



Classe econômica
Economic class



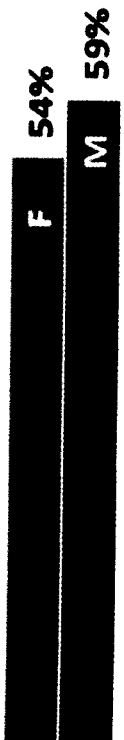
Faixa etária
Age group



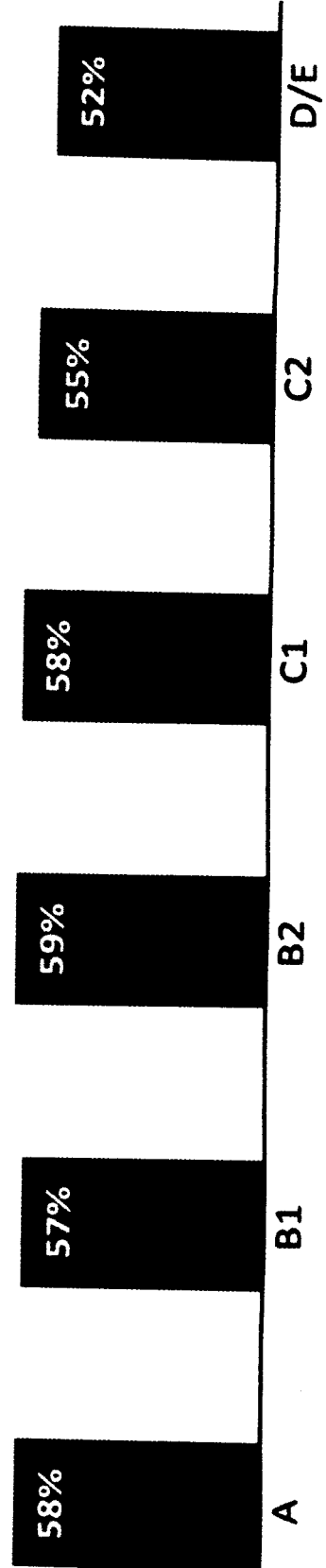
1688
2

Penetração penetration

sexo
sex



classe econômica economic class



JORNAL



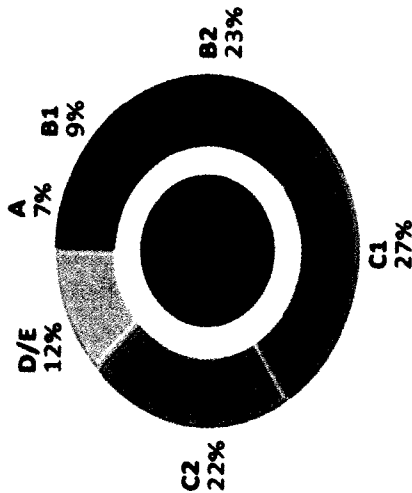
Perfil dos consumidores (Jornal Impresso + digital)

Viewers profile (Print + digital newspaper)

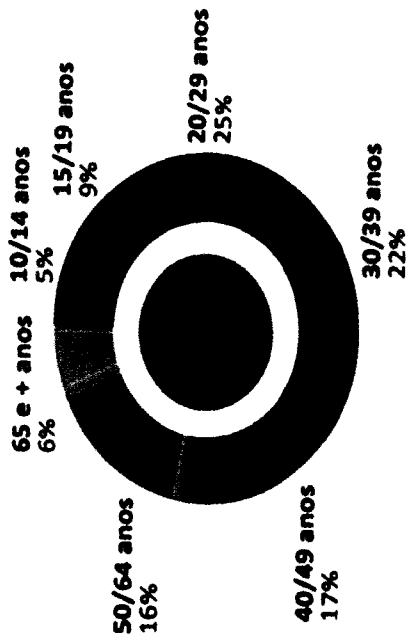
Sexo
Sex



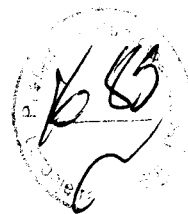
Classe econômica
Economic class



Faixa etária
Age group



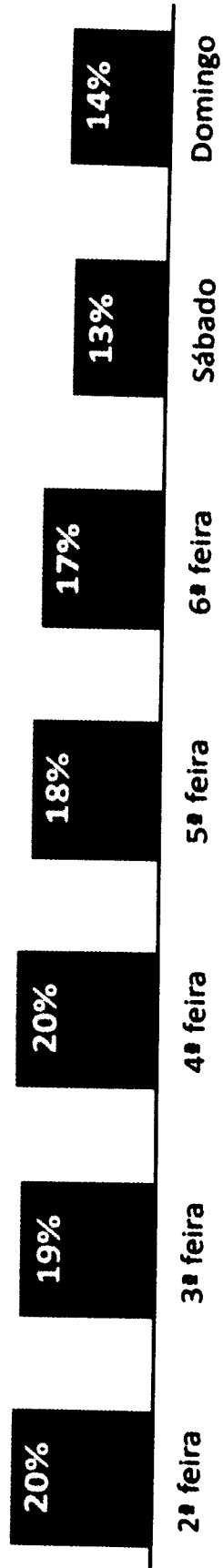
meta
PROPAGANDA



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%





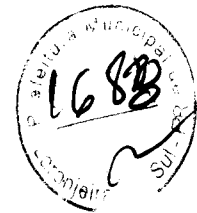
Esta é nossa proposta Técnica referente ao Plano de Comunicação Publicitária, válida por 90 dias, Edital de Concorrência Pública nº 006/2018 do Município de Laranjeiras do Sul - PR.

Maringá, 07 de agosto de 2018

Ademir Elizeu Lautenschlager

CPF: 481.993.469-49

Sócio Administrador



ENVELOPE Nº. 02 - PROPOSTA TÉCNICA
CONCORRÊNCIA Nº 006/2018
MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL/PR
META PROPAGANDA LTDA. EPP
CNPJ: 78.846.540/0001-88

me
PROPAGANDA