

do Sul  
PREFEITURA

VOL - 08

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 08

DATA DE EMISSÃO: 07 DE MAIO DE 2018

vagas nas creches e 6 ônibus foram comprados para garantir o transporte de universitários. A área da segurança é outra que recebeu enorme reforço. Laranjeiras do Sul comemora a instalação da Companhia da Polícia Militar, do Corpo de Bombeiros, da Delegacia Cidadão e do Ciretran. Isso tudo sem mencionar os R\$ 21 milhões obtidos para obras de saneamento e rede de água, a construção de 50 casas populares e a execução de um expressivo plano de regularização fundiária. Ao todo, R\$ 51,4 milhões viabilizados junto ao governo estadual nos primeiros 100 dias de mandato. Um recorde!

As pessoas em primeiro lugar - Por trás dos investimentos, entretanto, não estão apenas os milhares de metros quadrados de pavimentação e as diversas conquistas mencionadas. Para a administração, todos os esforços convergem para uma máxima: as pessoas estão em primeiro lugar. É por elas e para elas que o desenvolvimento é incentivado e o futuro é projetado. Trata-se de um governo que vislumbra o melhor a partir do que é feito agora e, assim, promove um ciclo de desenvolvimento contínuo e uma cidade mais humana para todos. Aliás, humanidade, respeito, tratamento igualitário para os cidadãos e eficiência são prerrogativas defendidas constantemente pelo prefeito e sua equipe. Com esses princípios, todas as áreas progridem; o trabalho não para!

Comunicação eficaz - Para que esse novo momento se consolide em Laranjeiras do Sul, é importante que a comunicação oficial cumpra o objetivo legal de informar e orientar a população. É essencial que a sociedade participe e reconheça os avanços conquistados. É isso o que o governo municipal deseja e é isso que buscamos.

Devemos desenvolver uma campanha que informe a comunidade sobre as obras de pavimentação e seu alcance social. Nosso objetivo é tornar límpida a percepção dos munícipes sobre a grandiosidade dos investimentos nessa área. E mais: é fundamental demonstrarmos o impacto positivo que provocam na vida dos moradores. O foco desta administração no bem-estar das famílias, na qualidade de vida e na prosperidade social precisa ficar evidente.

Diante do cenário, além do viés racional, nossa campanha precisa privilegiar a emoção. Queremos ganhar a mente das pessoas, mas também seus corações. E foi o que fizemos, seguindo o briefing e os parâmetros do edital, inclusive os que limitam o investimento a R\$ 150 mil e a veiculação ao período de 30 dias. Vejamos a seguir



## Estratégia de Comunicação Publicitária

Integração entre Poder Público e Cidadãos - A concepção de que a Prefeitura está focada em seguir em frente e ampliar ainda mais a eficiência de suas ações e serviços, passa pelo interesse de o governo municipal priorizar os cidadãos e suas necessidades. Isso significa respeitar o dinheiro público, tendo a consciência de que os recursos são essenciais para as obras de pavimentação, aos estudantes nas escolas, para os pacientes nas unidades de saúde, aos empreendedores que geram novas oportunidades de trabalho, aos produtores rurais que impulsionam a economia, enfim, para todos que integram a comunidade. Trata-se de uma visão construtiva, integradora e baseada na confiança, na responsabilidade e no desejo de evoluir.

Aqui está o contexto da nossa campanha. Nossa estratégia vai evidenciar os avanços promovidos pelo governo municipal na área de pavimentação e estradas rurais e, portanto, solucionar o problema de comunicação apresentado no briefing. E mais: além de cumprir integralmente esse objetivo, auxiliará em outros aspectos, tais como a valorização dos traços sociais culturais da cidade; a criação de relação construtiva entre Poder Público e comunidade, fundamentada no diálogo simples, franco e aberto; a demonstração do respeito do governo municipal com o cidadão e o dinheiro público; a exaltação das qualidades de Laranjeiras de Sul e da sua gente; a elevação da autoestima da população e do seu orgulho pelo município. Somados, todos esses elementos tornam possível a estruturação de um modelo ideal de comunicação, capaz de integrar poder público e os moradores de Laranjeiras do Sul, e permitir a manutenção do desenvolvimento local.

Partido Temático - Entendemos que a população acredita realmente na administração pública quando consegue identificar claramente os resultados da sua ação. Porém, para que isso ocorra, além da efetividade na prestação de serviços ou execução de obras, é necessário o reconhecimento de quem foi ou está sendo beneficiado. Ou seja, é providencial que o cidadão comum avalize a atuação pública para que esta conquiste a devida notoriedade. Por isso, precisamos alterar a forma com que a estrutura governamental se relaciona com os munícipes, amenizando o discurso político e introduzindo aspectos humanos, naturais e próximos da realidade diária da comunidade.

1693  
S

Pretendemos auxiliar na mudança da lógica burocrática da comunicação, destacando elementos conhecidos e que abordem o desafio exposto pelo briefing sob o prisma da população. Nesse sentido, vamos envolver a target através de uma mensagem inclusiva, perfil amistoso e repleto de simbologias conhecidas. Teremos o cidadão como protagonista absoluto da mensagem. Será ele o elemento principal.

De forma prática, selecionaremos uma idosa do município para demonstrar o benefício gerado pela pavimentação no cotidiano dos mais velhos. Crianças representarão a alegria e a ampliação da segurança proveniente das conclusões das obras. Uma família ilustrará o avanço da qualidade de vida a partir dos investimentos. Enfim, os próprios moradores de Laranjeiras do Sul serão os emissores da mensagem positiva e realista. Vale ressaltar que os personagens serão fotografados em pontos da cidade onde as obras já ocorreram, seguindo o projeto das peças da Ideia Criativa. O mesmo ocorrerá com a captação de imagens para o filme de 30" previsto. A produção garantirá que a população reconheça não apenas as pessoas que estrelam as peças, mas também os locais do município. A paleta de cores adotada remeterá às cores presentes no logotipo da Prefeitura, e a tipologia selecionada garantirá fácil leitura e compreensão. Um arranjo perfeito de imagens, textos e sons, que permitirá à população se relacionar com a campanha e atribuir à Prefeitura a responsabilidade pela transformação municipal.

O conceito – Para que seja eficiente, a comunicação publicitária precisa estar apoiada um conceito abrangente, que permite desdobramentos, visando convencer o amplo público da campanha. É diante dessa necessidade que alcançamos o insight ideal. Trata-se de uma abordagem direta, simples, verdadeira e com sonoridade extraordinária; a síntese que supera o problema, valoriza o trabalho já realizado e, ao mesmo tempo, projeta a importância das ações futuras.

“Em cada lugar uma nova história”. Esse é o conceito. Uma construção simples, mas que transcende a representação textual e propicia uma imagem clara no imaginário do receptor. Além de abrangente e eloquente, a mensagem traduz a nova atitude na maneira de conduzir as questões da cidade. Por meio dele, podemos entender que o governo municipal faz mais que obras, ele defende o respeito ao cidadão, a proximidade entre poder público e população; é sensível ao que realmente importa para as pessoas. Desta



forma, traduz o significado de uma nova forma de governar e sinaliza sua atuação prática na vida da cidade.

Importante ressaltar que, estando o eixo da nossa estratégia centrado em perfis variados de público, as peças da campanha terão enunciados múltiplos. Isso permitirá desdobramentos salutares à comunicação, além de promover a segmentação capaz de resolver o desafio de comunicação.

Padronização (como dizer) - Para que o novo posicionamento seja percebido com autenticidade é fundamental a unificação de elementos. Elevado padrão visual, perfil sonoro notável, aliados ao conceito, formam a arquitetura de *branding* que propomos.

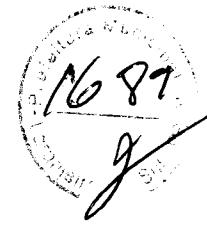
O que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer - Para implementar a estratégia formulada, nossa campanha está focada na estratificação de público A,B,C,D,E 16+. Adotamos a técnica de sobreposição de mídia, visando amplificar e fortalecer recepção da mensagem. Nossa campanha será lançada com filme 30", com forte abordagem emocional, que trabalha a melhoria da qualidade de vida do cidadão devido à pavimentação. A trilha do filme é formada por uma belíssima melodia que se intercala ao longo do comercial com interpretação dos personagens que materializam o impacto causado pelo plano de obras da Prefeitura. Além de veiculação aberta em TV aberta, o vídeo será disponibilizado via site da Prefeitura e poderá ser postado nos canais de redes sociais da Prefeitura. Um spot de 30 – peça presente na Ideia Criativa - ", com excelente interpretação e musicalidade, também será veiculado nas principais emissoras de rádio com audiência no município desde o primeiro dia da campanha; uma peça emocional e informativa. O meio jornal terá anúncio visando consolidar a mensagem junto ao público formador de opinião. Com o mesmo propósito, o meio revista – peça presente na Ideia Criativa - receberá inserção no início da veiculação, visando recall característico do canal. A internet será outra grande aliada da campanha. Difundiremos o conteúdo por meio de banner eletrônico veiculado nos portais de notícias com relevância em LS e também pelo site da Prefeitura. Pelas redes sociais, especificamente Facebook e Instagram, trabalharemos linguagem criativa, que provoque os cidadãos a expressar o benefício da pavimentação em suas ruas. Vamos promover uma mensagem inclusiva, que vai estimular o engajamento dos cidadãos, sendo eles os personagens centrais da



campanha. Propomos a criação de e-mail marketing com conteúdo dirigido aos servidores municipais e veículos de imprensa, promovendo o conceito central da campanha e expondo o cronograma de obras da Prefeitura. Será reforçada a tônica de que se trata do maior pacote de obras da história do município.

Pelo meio outdoor – peça presente na Ideia Criativa -, ampliaremos a capilaridade da campanha, expondo peça expressiva e mensagem direta. A peça ficará exposta durante todo o período da campanha. Já as ferramentas não mídia reforçarão a mobilidade da mensagem. Aplicaremos adesivos com o tema da campanha no vidro traseiro de parte da frota municipal. Ônibus e carros se tornarão outdoors itinerantes. E para arrematar a estratégia de comunicação, um jornal (house organ), com 4 páginas vai concentrar as informações centrais do programa de pavimentação, trazendo imagens expressivas e listas das ruas e estradas atendidas até o momento e que ainda serão beneficiadas. Relatos dos cidadãos também serão expostos, visando demonstrar a melhoria prática na vida das pessoas. O material será entregue nas residências do município.

Como se vê, criamos um grande arranjo comunicacional que, distribuído de forma eficaz via canais selecionados tecnicamente, se apresenta sólido e eficiente. Vejamos a seguir a Ideia Criativa, que exemplifica com três peças o Raciocínio Básico e a Estratégia de Comunicação desenvolvidos. Na sequência, apresentamos também a Estratégia de Mídia e Não Mídia, que permitirá a distribuição apropriada da mensagem.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL**  
**CONCORRÊNCIA PÚBLICA 06/2018**  
**ENVELOPE N. 02**  
**PROPOSTA TÉCNICA IDENTIFICADA**  
**CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**



## Raciocínio Básico

Um governo trabalhador - “O asfalto já é um marco importante da nossa administração. É o resultado de muita luta para trazer recursos a fundo perdido e investir com recursos próprios na implantação de melhorias para a população” – Discurso de Berto Silva, durante prestação de contas dos 100 primeiros dias de seu governo.

Desde que tomou posse, sendo o único prefeito eleito 3 vezes na cidade, Berto Silva adota a austeridade como princípio e defende uma tônica clara. Laranjeiras do Sul quer e vai avançar, recuperando o tempo perdido. Para isso, além de investir em áreas essenciais de atendimento à população, o governo municipal foca em um grande desafio: a pavimentação de 100% das ruas do município.

E está dando certo. Somente em 2017, administração conquistou R\$ 21 milhões para a execução de obras de pavimentação. Desses, R\$ 10 milhões obtidos a fundo perdido, R\$ 7 milhões financiados e R\$ 4 milhões de receitas próprias. Com os recursos, dezenas de ruas foram e serão beneficiadas em todas as regiões da cidade; e as estradas rurais receberão a recuperação e manutenção necessárias ao transporte das comunidades e escoamento da produção agrícola. Um programa de obras tão intenso, que ficará marcado como o maior plano de mobilidade urbana já executado em Laranjeiras do Sul.

Ao agir rápido, de forma transparente e dentro dos princípios básicos da gestão pública, o atual governo planeja e trabalha para que a população viva bem. Seu propósito maior é realizar transformações profundas, capazes de elevar a autoestima da cidade e fazer com que o cidadão sinta cada vez mais orgulho de morar em Laranjeiras do Sul. Por isso, além de alavancar a pavimentação, a Prefeitura não hesita em adotar métodos técnicos e firmes, capazes de atender quem mais precisa e incentivar o setor produtivo a prosperar, criar empregos e gerar riquezas. Entre os exemplos dessa conduta estão o fim da taxa de lixo na conta de água e a multiplicação dos investimentos em saúde, principalmente através da compra de medicamentos, novos equipamentos, contratação de mais médicos, modernização de estruturas de atendimento, aquisição de ambulâncias, implantação do Centro de Especialidades e a oferta de atenção qualificada nas áreas de oncologia e hemodiálise. Na educação, os alunos da rede municipal agora recebem gratuitamente uniforme completo, escolas foram remodeladas e ampliadas, complexos esportivos foram





## Estratégia de Mídia e Não Mídia

Cenário – Laranjeiras do Sul tem hoje, com base nos dados do IBGE – 2017, 32.379 habitantes, sendo aproximadamente 18% moradores da área rural e 82% da região urbana. Para uma compra de mídia mais eficiente, visando a otimização dos recursos, avaliamos os dados citados e também a área de cobertura geográfica dos municípios. No tocante aos meios de comunicação de massa e segmentados, aplicamos análise técnica considerando os perfis centrais de público citados na Estratégia de Comunicação.

Para obter a abrangência e sensibilização desejada dos grupos alvos, procuramos, a partir de diferentes plataformas de mídia, atingir o mais alto percentual de alcance (número de diferentes pessoas expostas a um ou mais veículo) e maior frequência (número de vezes que o indivíduo é exposto à mensagem em determinado período de tempo) dentro dos recursos financeiros disponíveis. Vale ressaltar que o plano simulado, recomenda o edital, deve ser todo elaborado utilizando-se as tabelas de preços dos veículos de comunicação. Sabe-se que esse procedimento, embora correto, faz com que a alocação de esforços fique prejudicada, pois a negociação proporciona economia e rentabilidade de recursos financeiros, permitindo ampliação do volume de mídia.

### Hábitos de consumo

O primeiro passo para uma estratégia bem-sucedida é entender o público-alvo. Para isso, desenvolvemos diversas análises observando os filtros estatísticos usados tecnicamente: sexo, classe socioeconômica, idade, grau de instrução/escolaridade e ocupação, além da afinidade das programações e locais de contato com os públicos, bem como as suas dinâmicas de consumo. Assim chegamos a um corte central. População geral: homens e mulheres, das classes sociais A, B, C, D, E com idade superior a 16 anos. A análise comportamental referente ao consumo de mídia será descrita nos gráficos a seguir. A seleção dos meios ocorreu considerando a relevância técnica dos canais conforme segue:

### Televisão

Meio de maior penetração, com índice de 80%, sendo 74% AB e 83% C e 87% DE. Com excelente cobertura geográfica, a televisão exerce um papel importante na sociedade, introduzindo hábitos e influenciando a linguagem. Pela sua abrangência e por influenciar o comportamento das pessoas, a televisão foi considerada um meio de grande impacto na estratégia da campanha.



### Rádio

Meio fundamental em termos penetração e mobilidade, como índice superior de 61%, sendo 60% nas classes AB e 60% na C e 64% DE. Fala diretamente com a comunidade local, prestando serviços, informando e proporcionando entretenimento. O rádio é um importante prestador de serviços, com jornalismo atuante.

### Jornal

Proporciona cobertura junto ao público formador de opinião, trazendo credibilidade à mensagem. Seus diversos cadernos abrangem acontecimentos do Brasil, Estado e principalmente do município, o que o torna um meio de grande relevância. 17% de penetração, sendo 22% na AB e 15% na C e 12% DE.

### Revista

Fonte de informação geral, profissional e de entretenimento. Atinge as classes socioeconômicas mais elevadas – A/B 33%, C 30% e DE 19%. Os índices de penetração são de 30%, e é um meio eficiente para influenciar os formadores de opinião. O envolvimento do leitor, a ambientação, a qualidade gráfica e o maior tempo de leitura disponível transferem para o anúncio o prestígio e a credibilidade do título.

### Exterior - OOH

As vantagens do uso desse meio são: sua localidade, pois não há meio mais local do que esse; mídia de grande impacto visual; sua universalidade do ponto de vista do mercado aberto, ainda que seja possível a seletividade de seu uso pela escolha de locais ou de diferentes modalidades; e sua instantaneidade de comunicação. Sempre com localização privilegiada para atingir pessoal em veículos e pedestres, a publicação é instalada em equipamentos com benefício direto a população como totens. Penetração de 48%, sendo 59% junto às classes AB, 46% C e 28% DE.

### Internet

Hoje a internet é o meio com maior crescimento de penetração, é o meio em que as pessoas mais prestam atenção no conteúdo. A internet é um dos poucos veículos que oferece a possibilidade de atingir seu público durante o horário de trabalho. Prova disso é a maior concentração da audiência durante o chamado horário comercial. Penetração de 75%, sendo 92% A, 89% B1, 83% B2, 77% C1, 60% C2 e 40% DE.



### Não Mídia

Teremos adesivo para aplicação no vidro traseiro dos veículos da frota municipal (90X120cm), material impresso de baixo custo e grande mobilidade - 25 mil unidades. Propomos também um jornal (House Organ) de 4 páginas, que reunirá imagens de grande impacto, lista das ruas beneficiadas e que ainda serão atendidas, e relatos dos moradores de diferentes regiões urbanas e rurais. Serão impressas 9.000 unidades do material, que será entregue pelos correios em 9 mil residências da cidade.

### Tática de Mídia e Não Mídia (simulação do plano)

A programação desenvolvida para atingir a população de Laranjeiras do Sul é composta pelos meios de comunicação televisão, rádio, jornal, revista, internet, mídia exterior e não mídia. (Quadro A).

### Rádio (Quadro A1)

Selecionamos as emissoras: Campo Aberto, Educadora, Líder Sul, Rádio T, Rádio Massa, 92 FM e Rádio Cultura Sul, que apresentam melhor qualificação e audiência para a campanha, seguindo como base o mapa apresentado em anexo. A programação é composta por spot 30" e permanece durante toda a campanha com frequência ótima. Também aplicaremos duas inserções em cada edição do Programa Institucional da Prefeitura. A distribuição adotada permite a otimização do investimento, totalizando 884 inserções. Investimento total: R\$ 146.909,00.

### Televisão (Quadro A2)

Além de analisar a verba disponível, avaliamos a audiência e programação das emissoras. A campanha será lançada em filmes 30" nas principais redes de televisão com cobertura no município: RPC Guarapuava e Rede Massa Naipi. Os programas escolhidos focam o perfil de público definido. A televisão é um dos principais meios da nossa campanha a programação permanece no ar com grande frequência durante todo o período. Trata-se do canal que ampliará de forma significativa a notoriedade da mensagem. No total, 24 inserções e investimento de R\$ 16.367,00.

### Revista (Quadro A3)

Teremos 2 anúncios de 1 página nas revistas I9 e Regional. A veiculação no início da campanha, permitindo o aproveitamento máximo dos veículos. Investimento: R\$ 2.280,00.



#### Exterior – Outdoor (Quadro A4)

Com esse meio, atingimos as pessoas que estão circulando por vias importantes de Laranjeiras do Sul, seja a pé ou em veículos. Serão 7 painéis, situados em locais estratégicos da cidade, com grande circulação, expostos por 30 dias. Investimento total: R\$ 4.900,00.

#### Jornal (Quadro A5)

Teremos 2 anúncios de ½ página no jornal Correio do Povo, no nono e vigésimo sexto dias da campanha. Investimento total: R\$ 9.772,00.

#### Internet (Quadro A6)

Teremos banner eletrônicos nos portais Portal Cantú (média de 133 mil views/dia), Olho Aberto (média de 7 mil views/dia) e Blog Meia Hora Notícias (média de 22 mil views/dia), além do site da Prefeitura. Investimento total: R\$ 5.150,00.

Os meios digitais próprios também não poderiam ficar de fora. São eles instagram, facebook, site e mailing. Investimento para promoção no facok ebook (3.050 seguidores na página da Prefeitura) será de R\$ 350,00 e terá alcance/impactos estimado de 147.000 pessoas, com idade 16+, considerando a cidade de Laranjeira do Sul e entorno (40 Km de raio). Outros R\$ 300,00 serão investidos no instagram (1.030 seguidores na página da Prefeitura) - mesmo público - com alcance/impacto estimado de 15.600 pessoas, também considerando a cidade de Laranjeira do Sul e entorno (40 Km de raio).

A ação se estenderá pelos 30 dias. E-mail marketing também será produzidos para levar a mensagem aos servidores municipais e veículos de imprensa, aproveitando o mailing da Prefeitura.

#### Não Mídia (Quadro B)

Adotaremos adesivo de frota para os vidros traseiros de 25 veículos da Prefeitura. Será uma ótima mídia itinerante, com baixo investimento, R\$ 4.070,00 no total. Também serão impressos em papel brighth 9.000 jornais no formato tablóide, 4 páginas, 4X4 cores, refilado. Serão distribuídos nas residências do município pelos Correios. O material tem grande relevância pela experiência diferenciada que propiciará ao *target*. A peça possui impacto visual e bom custo benefício. Custo de produção, R\$ 1.863,00 e em distribuição, R\$ 1.980,00.



**Criação (Quadro C)**

Conforme estabelece o edital, foram considerados todos os custos de serviços internos da campanha, tendo como base a tabela em vigor do Sinapro-PR.

**Produção (Quadro D)**

Vale ressaltar que a produção de todas as peças sugeridas e terceiros contratados atendem características técnicas de alta qualidade, assegurando padrão ideal para a campanha. Investimento total: R\$ 20.291,00.

**Síntese**

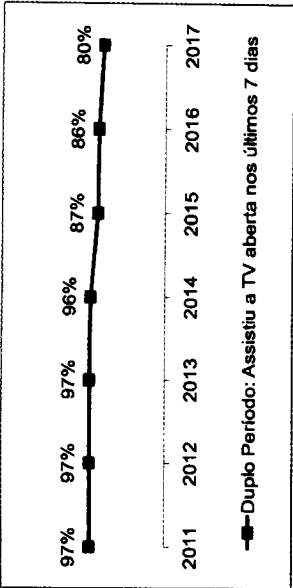
Como é possível comprovar, a Estratégia de Mídia apresentada encontra-se totalmente alinhada aos demais tópicos exigidos no presente edital: Raciocínio Básico, Ideia Criativa e Estratégia de Comunicação Publicitária. Além disso, o conteúdo global desta campanha simulada cumpre integralmente os parâmetros estabelecidos e responde com excelência ao problema de comunicação. Desta forma, esta licitante comprova aptidão para a execução integral dos trabalhos previstos neste certame.

Gráficos de Mídia  
Afinidade e Penetração dos Meios

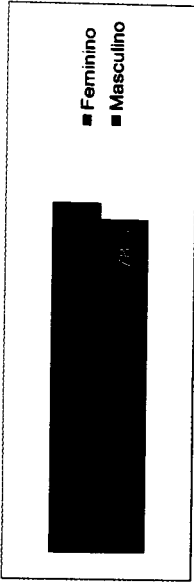




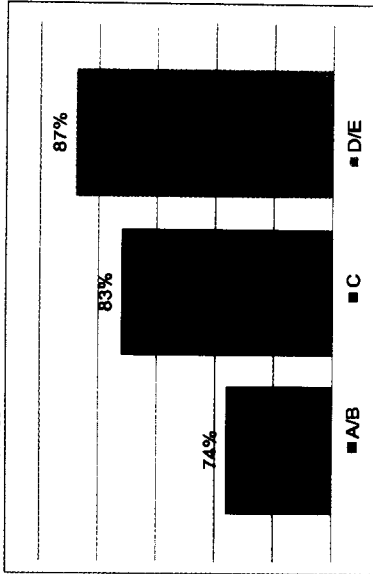
**Penetração do melo**  
Evolução



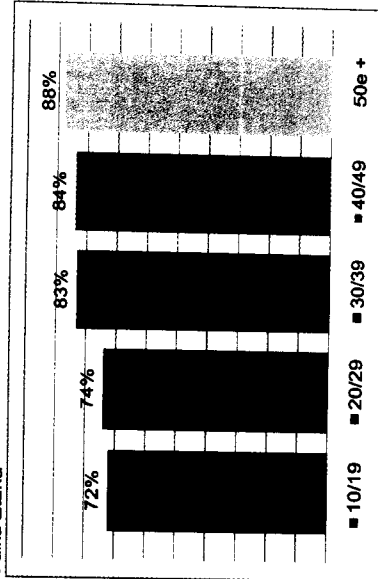
Sexo



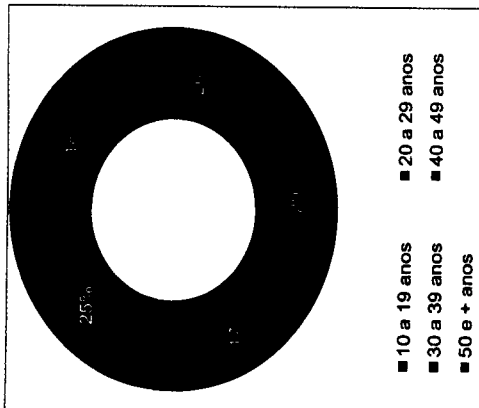
Classe Econômica

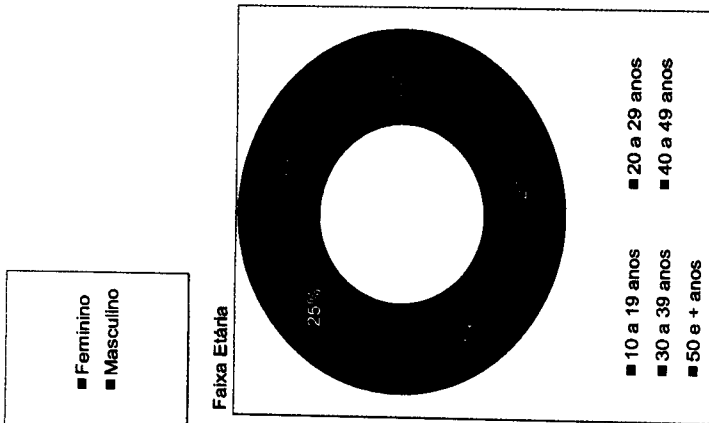
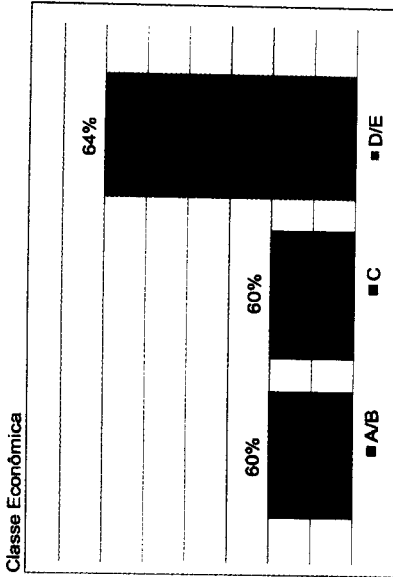
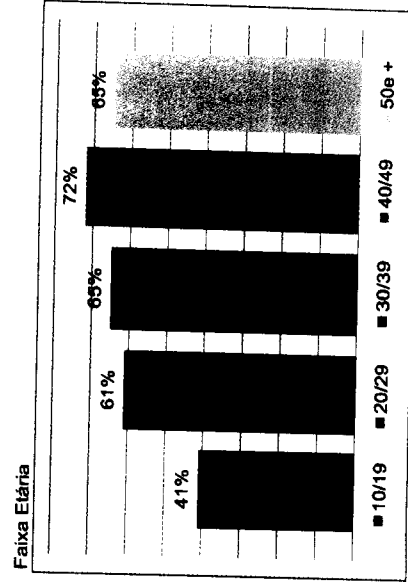
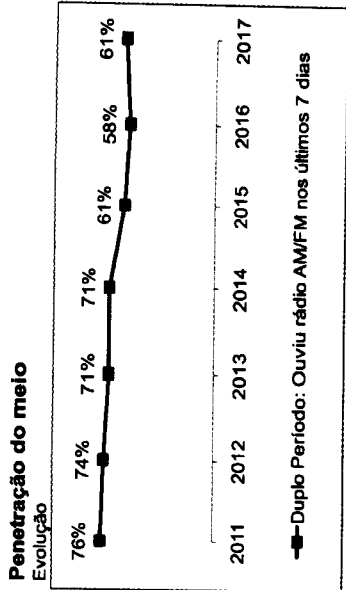
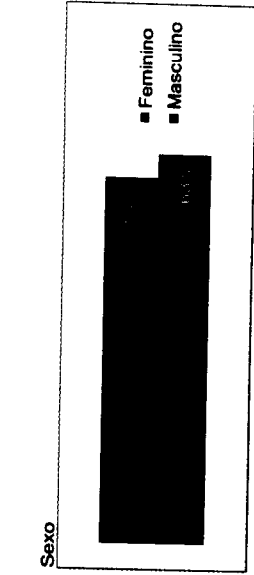
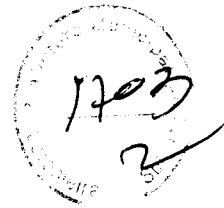


Faixa Etária

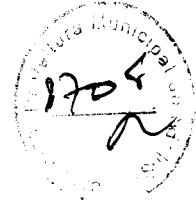


Faixa Etária

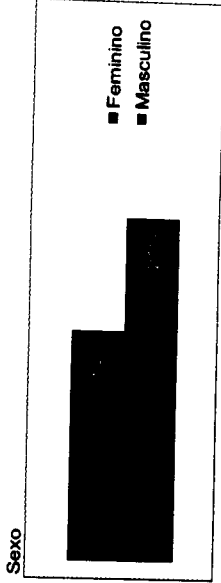
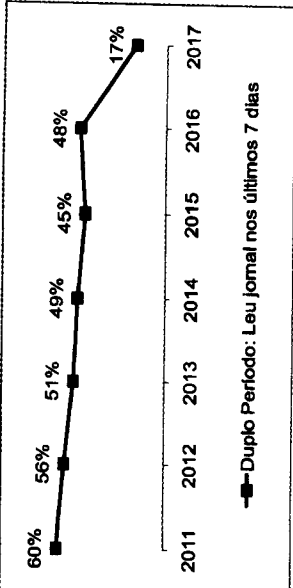




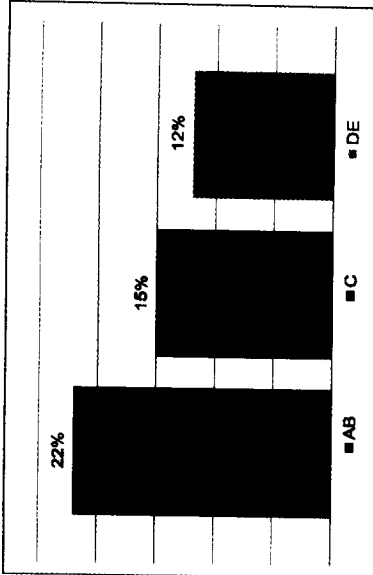




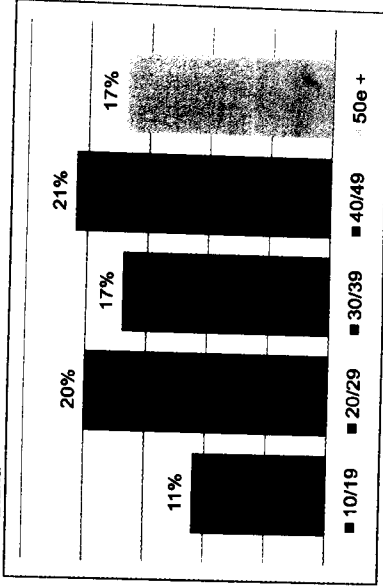
**Penetração do meio**  
Evolução



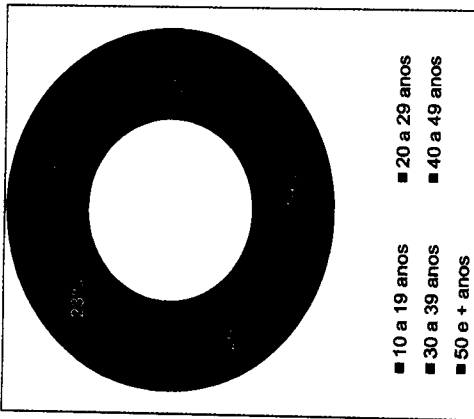
**Classe Econômica**

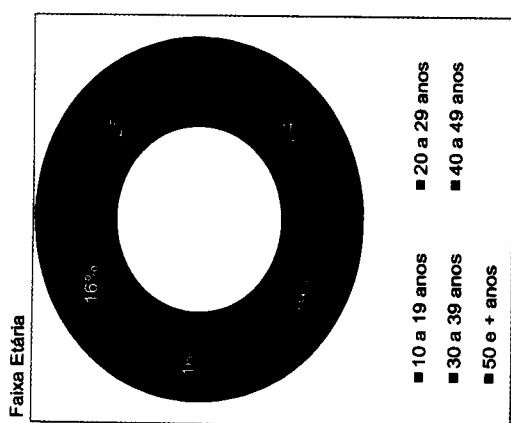
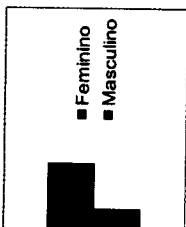
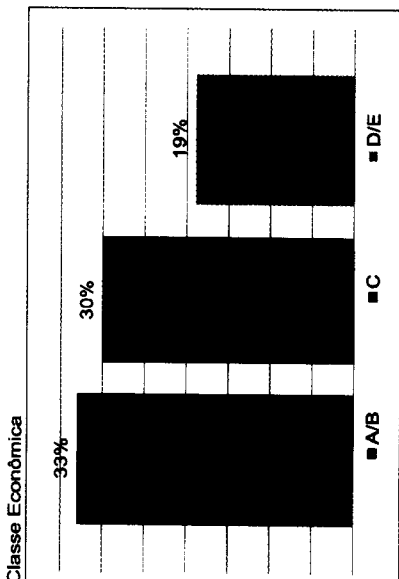
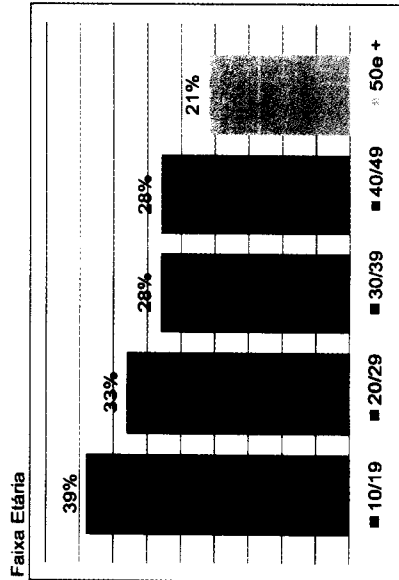
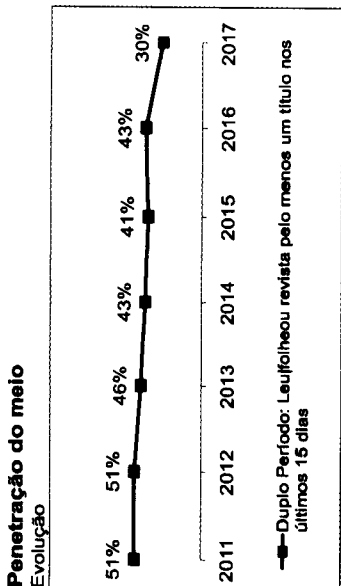
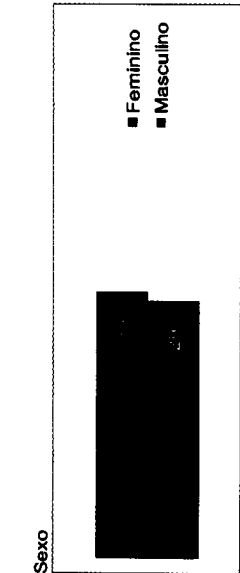


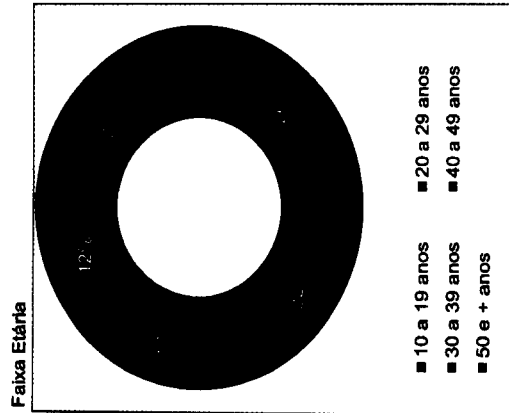
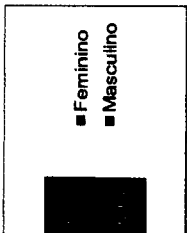
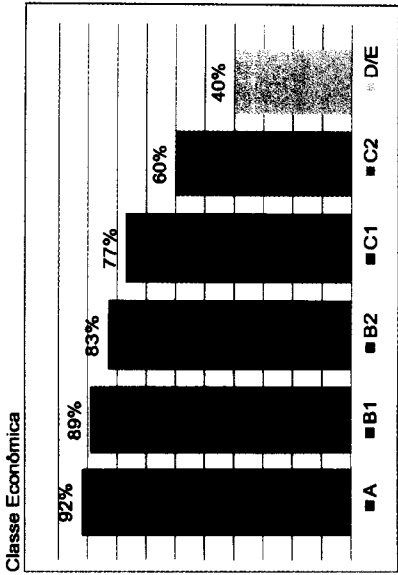
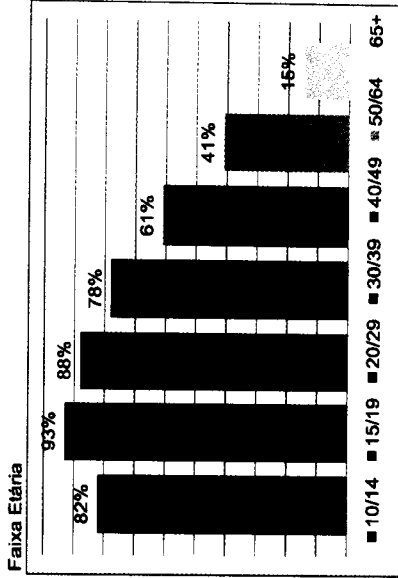
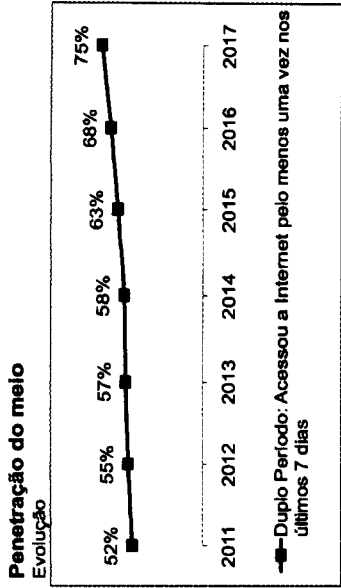
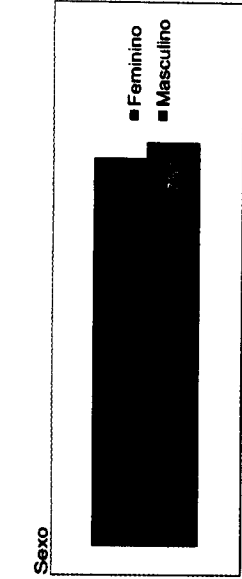
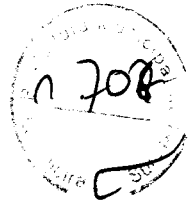
**Faixa Etária**

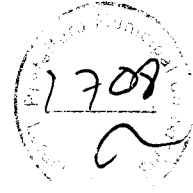


**Faixa Etária**







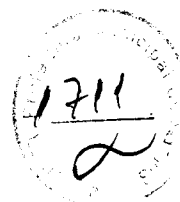


Gráficos de Mídia  
Cobertura de Mídia

1709  
2

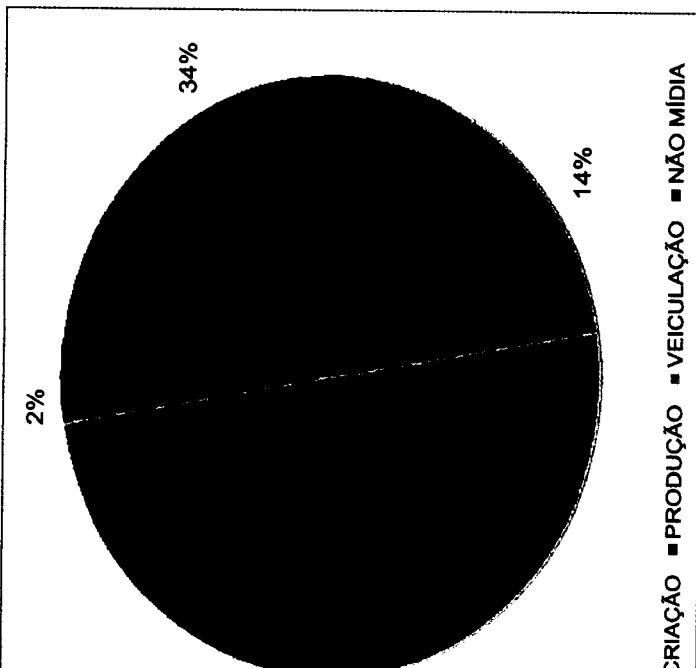
**DE MÍDIA POR MEIO**

SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4
[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]	[Redacted]



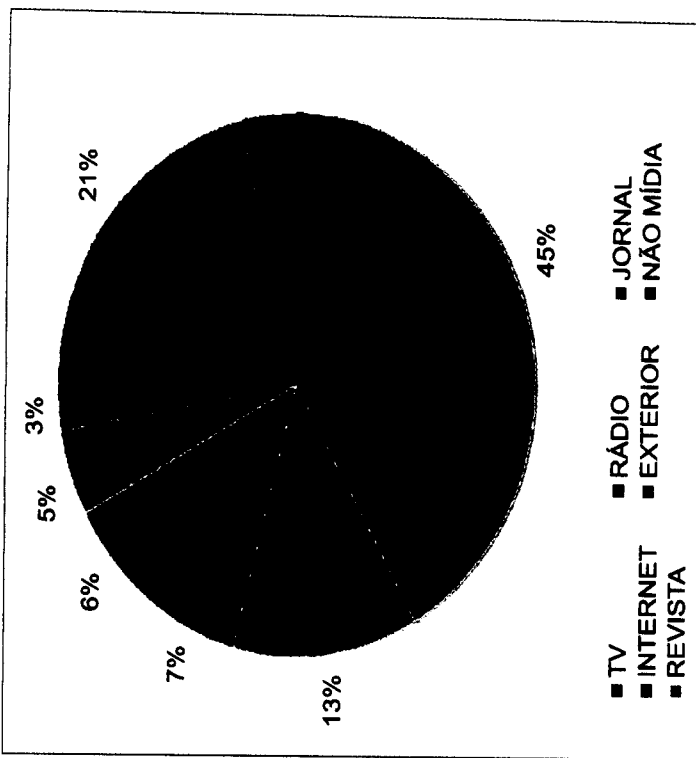
**ESTIMAMENTO DE MÍDIA**

**ESTIMAMENTO TOTAL**

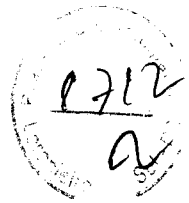


TOTAL GLOBAL: R\$ 148.181,00

**PARTICIPAÇÃO DOS MEIOS**



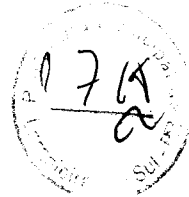
TOTAL VEICULAÇÃO: R\$ 77.896,00



Tática de Mídia  
Planilhas de Mídia





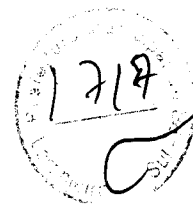


VEICULO   PROGRAMAÇÃO	FORMATO	TT   IN S																														VALOR UNITARIO   TAHEIRA	QUADRO AT   VALOR TOTAL BRUTO			
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30					
RADIO CAMPO ABERTO Programação dos 06 às 00h Intermitente	Spot 30"	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	190	R\$ 22,90	R\$ 4.050,00
RADIO LEZIR S/A, 19h Intermitente dos 08 às 00h	Spot 30"	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	190	R\$ 25,30	R\$ 4.590,00
RADIO BARBA Intermitente dos 06 às 19h	Spot 30"	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	190	R\$ 24,00	R\$ 4.482,00
RADIO BARBA Programa dos 06 às 00h	Spot 30"	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	R\$ 138,00	R\$ 10.125,00	
RADIO BARBA Programa dos 06 às 00h	Spot 30"	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	R\$ 80,00	R\$ 6.000,00	
RADIO CIA. TURIA SPM Intermitente dos 07 às 19h	Spot 30"	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	R\$ 25,00	R\$ 1.875,00	
PROGRAMA DE RADIO DA PREFEITURA Intermitente	Spot 30"	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	44	R\$ 50,00	R\$ 3.750,00	
																																	<b>R\$ 39.075,00</b>			





VEÍCULO / PROGRAMAÇÃO	FORMATO		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	TT INS	VALOR UNIDADE TABELA	QUADRO A3 VALOR TOTAL BRUTO			
	Letra Caixa	Letra Caixa																																				
REVISTA REGIONAL																																				RS 1.350,00	RS 1.350,00	
REVISTA 9																																					RS 890,00	RS 890,00
REVISTA 9 (Intermittente)																																					RS 630,00	RS 630,00



VEICULO   PROGRAMACAO		FORMATO	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	TT INS	VALOR UNITARIO TABELA	QUADRO A4 VALOR TOTAL BRUTO
OUTDOOR	Barridos a Mesquita	Bcm	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	2	R\$ 290,00	R\$ 580,00
	Rua Venâncio Aires - Bairro Santa Rosa - Curitiba	Bcm	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	2	R\$ 290,00	R\$ 580,00
	Rua XV de Novembro - Em frente a "Movel" - Curitiba	Bcm	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	2	R\$ 290,00	R\$ 580,00
	Av. Simeão Dumont esq. Av. José Campesato - Próximo ao FórumOAB	Bcm	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	2	R\$ 290,00	R\$ 580,00
	Rua São de Sabarino esq. José Nogueira de Arrese	Bcm	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	2	R\$ 290,00	R\$ 580,00
	Rua Francisco de Sales - Próx. ao Parque do Sol	Bcm	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	2	R\$ 290,00	R\$ 580,00
	Rua Expedicionários João Maria Flor - 88 - Subst. Primavera	Bcm	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	2	R\$ 290,00	R\$ 580,00
	Rua Orlado	Bcm	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	2	R\$ 290,00	R\$ 580,00
Rodovia BR 277 - Próximo ao Trav. de Acesso Lapaletas do Sul - Sentido Duro	Bcm	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	2	R\$ 770,00	R\$ 1.540,00
			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	2	R\$ 1.540,00	R\$ 3.080,00



JORNAL	VEÍCULO   PROGRAMAÇÃO	FORMATO	QUADRO A5																												VALOR UNITÁRIO TABELA	VALOR TOTAL BRUTO	
			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
	CONGRESSO DO SPVVO	12,50x25																														R\$ 4.695,00	R\$ 9.372,00
																																R\$ 4.695,00	R\$ 9.372,00



**CASA DA COMUNICAÇÃO**  
publicidade • propaganda • jornalismo • marketing

1729  
✓

VEICULO   PROGRAMAÇÃO		FORMATO	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	TT INS	VALOR UNITARIO TABELA	QUADRO A8 VALOR TOTAL BRUTO
WEB	FACEBOOK		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			RS 350,00
	Página Facebook	1 post	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			RS 350,00	
	INSTAGRAM		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			RS 0,00	
	Página Instagram	1 post	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			RS 0,00	
	http://www.jornalnoticias.pr.gov.br	720x211pxd		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			RS 0,00	
	MAILING		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			RS 0,00	
	E-mail marketing impressor	800x600 pd	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			RS 0,00	
	E-mail marketing impressor	800x600 pd	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			RS 0,00	
	E-mail marketing impressor	1200x300 pd	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			RS 1.000,00	
	BLOG JORNAL NOVA NOTÍCIAS		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			RS 1.500,00	
	Banner lateral	195x185pxd	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			RS 2.000,00	
	OLHO NA CÂMERA		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			RS 2.000,00	
	Banner lateral fixado	200x200pxd	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			RS 2.000,00	
	Banner lateral fixado	200x200pxd	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			RS 2.000,00	



NÃO MIDA	ADRENO PARA PROTA	FORMATO	QUADRO B																												VALOR UNITARIO TABELA	VALOR TOTAL BRUTO	
			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
		0,90X1,20	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	RS 79,00	RS 1.978,00
																																RS 220,00	RS 1.990,00

Distribuição Total

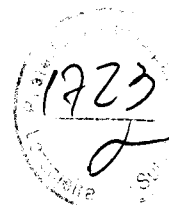
10/05/2011 10:00:00  
 P221  
 01/05/2011

TIPO DE CRIAÇÃO	FORMATO	TT INS	VALOR UNITÁRIO TABELA	QUANTIDADE	VALOR TOTAL BRUTO
SPOT 30"	30"	1	R\$ 3.722,00	1	R\$ 3.722,00
QUICK SPOTS	90x50m	1	R\$ 3.722,00	1	R\$ 3.722,00
ANUNCIO INCLUSA	Unif. 90x50m	1	R\$ 8.447,00	1	R\$ 8.447,00
VI	1/2 página	1	R\$ 7.050,00	1	R\$ 7.050,00
AVANÇO JORNAL	50x1,20m	1	R\$ 3.790,00	1	R\$ 3.790,00
APRESENTAÇÃO	60x800 B&W	1	R\$ 3.354,00	1	R\$ 3.354,00
PLANO	Jornal	1	R\$ 3.354,00	1	R\$ 3.354,00
HOUSE ORGAN NEWLETTER	1240x300px	4	R\$ 2.404,00	4	R\$ 9.616,00
POST SIMPLE/ ANUNCIO REDETEL SOCMIS	200x200px	1	R\$ 3.754,00	1	R\$ 3.754,00
BANNER WEB	730x211px	1	R\$ 3.754,00	1	R\$ 3.754,00
BANNER WEB - REPLICACAO FORMATO 1	730x211px	1	R\$ 437,00	1	R\$ 437,00
BANNER WEB - REPLICACAO FORMATO 2	730x211px	1	R\$ 437,00	1	R\$ 437,00
BANNER WEB - REPLICACAO FORMATO 3	730x211px	1	R\$ 437,00	1	R\$ 437,00
<b>TOTAL</b>					<b>R\$ 437,00</b>



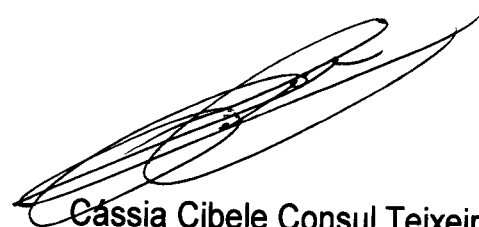


PRODUTOS	FORMATO	TT	INS	QUADRO D	
				VALOR LÍQUIDO	VALOR TOTAL BRUTO
SPOT 30"	30x30"	1		R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
PRODUÇÃO OUTDOOR - Brevê e Brevê	30x30"	0		R\$ 240,00	R\$ 1.440,00
PRODUÇÃO OUTDOOR - Brevê e Brevê	30x30"	1		R\$ 300,00	R\$ 1.800,00
PRODUÇÃO OUTDOOR - Brevê e Brevê	30x30"	8		R\$ 200,00	R\$ 1.600,00
FOTOS CAMPANHA	30"	30		R\$ 83,33	R\$ 2.500,00
PTOR JORNAL	25,5x37,4 DRE	0,00		R\$ 1.000,00	R\$ 8.500,00
ADRENOB FROTA	Quadr. 120	23		R\$ 11,70	R\$ 2.691,30



## DECLARAÇÃO

A Casa da Comunicação SS Ltda. atesta para os devidos ser este o conteúdo relacionado pela agência visando atender ao tópico "PLANO DE COMUNICAÇÃO VIA IDENTIFICADA - ENVELOPE 2", conforme estabelece a CONCORRÊNCIA PÚBLICA 06/2018 - Prefeitura de Laranjeiras do Sul.



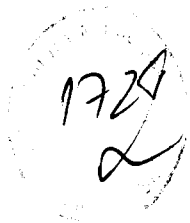
Cássia Cibele Consul Teixeira  
Sócia-Administradora / RG 6.060.897-0  
Casa da Comunicação SS Ltda.  
Ponta Grossa, 07 de agosto de 2018

**04.696.947/0001-30**

**CASA DA COMUNICAÇÃO  
S/S LTDA**

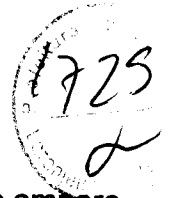
R: Desembargador Lauro Lopes, 100  
Jardim Carvelho

**CEP 84015-710 - Ponta Grossa - PR**



ENVELOPE Nº. 02 - PROPOSTA TÉCNICA  
CONCORRÊNCIA Nº 006/2018  
MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL/PR  
Casa da Comunicação S/S Ltda  
CNPJ Nº 04.696.947/0001-30

PUBLICIDADE  
PROPAGANDA  
MARKETING  
JORNALISMO



## Raciocínio Básico

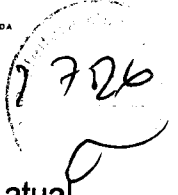
Laranjeiras do Sul surgiu no século XIX, como um povoado de beira de estrada que ampara os viajantes que saíam de Guarapuava com destino às terras da fronteira com Paraguai e Argentina. Em função da localização estratégica, se tornou também um posto policial no período de 1900 e tempos depois recebeu a denominação de colônia, Marechal Mallet. Em 1943 se tornou capital do então Território Federal do Iguaçu e após a sua extinção, no ano de 1946, foi criado o Município de Laranjeiras do Sul.

Com um pouco mais de 32 mil habitantes, o Município está próximo aos Municípios de Porto Barreiro, Porto Bonito do Iguaçu, Nova Laranjeiras, Virmond e Marquinho, distante 360km de Curitiba, capital do Paraná.

A visão de futuro da atual administração, por sua vez, permite Laranjeiras do Sul despontar como um Município modelo quanto a aplicação e emprego dos recursos públicos. Os investimentos em diversas áreas pela atual gestão executiva, seja através de reformas, ampliações, modernizações ou investimentos novos nos setores da educação, saúde, esporte, lazer, transporte, ação social, obras e serviços urbanos, vem contribuindo tanto para o desenvolvimento de Laranjeiras do Sul, como também garantindo aos moradores um lugar melhor para se viver, gerando confiança entre a população e despertando o sentimento de orgulho por parte das famílias que vivem na cidade e região.

Conforto, segurança, qualidade de vida são as principais premissas da atual Administração Municipal, que hoje é protagonista de um dos maiores Programas de Pavimentação de Asfalto do Estado do Paraná e também o maior plano de mobilidade urbana da história de Laranjeiras do Sul, levando asfalto, calçamento tanto no centro quanto nos bairros da cidade, além da recuperação das estradas do interior.

A campanha aqui proposta, portanto, visa reforçar a competência e a seriedade com que a atual gestão vem administrando o Município em seus diversos setores, através da prestação de contas da utilização do dinheiro público conquistado em 2017, que passa de R\$ 21 milhões, sendo R\$ 10 milhões a fundo perdido, R\$ 7 milhões em financiamento e R\$ 4 milhões de recursos próprios, como também mostrar à população os novos desafios que virão pela frente e que Laranjeiras do Sul é capaz de superar.



ainda reforçar sua postura legal, moral e eficiente, aqui representada pela atual administração que se pauta no rigor do trato do dinheiro público, onde as políticas públicas planejadas e voltadas ao bem-estar da população, vem se tornando exemplo de administração para o Estado, e por que não dizer nesse momento em que os brasileiros vivem um momento de descrédito político, a administração política, econômica e social de Laranjeiras do Sul vem se tornando modelo para todo o País.

1727  
C

## Estratégia de Comunicação Publicitária

Laranjeiras do Sul, a cidade que seus moradores escolheram para viver, criar seus filhos, netos, se transformou e avançou. Laranjeiras agora é outra, vem sendo corretamente administrada e só vem a melhorar. Esse é o conceito principal que será trabalhado nas peças, em formato de textos e imagens que poderão ser comunicados individualmente ou somados, nos principais veículos de comunicação do Município e da região.

E para garantir mais resultado, aqui referindo-se à maior compreensão do conteúdo e concordância, propõe-se uma comunicação amparada por atores representando os moradores. Essa estratégia garantirá que cada morador possa se projetar no lugar deste morador fictício e se identificar. Vamos transportar cada cidadão de Laranjeiras do Sul para dentro das peças de comunicação e permitir que se enxerguem também falando a frase "O lugar que eu escolhi para viver, se transformou e avançou!". É nesse momento que os moradores passarão a se questionar sobre os benefícios recebidos em prol da melhoria de sua cidade.

Esse é o caminho utilizado nesta campanha para aproximar ainda mais as pessoas que moram em Laranjeiras do Sul do atual prefeito e de toda a sua equipe. Esse é o momento de gerar confiança. É mostrar que todos têm o mesmo interesse, viver numa cidade melhor. A junção de imagens e textos propostos nessa campanha, permitirá reforçar a credibilidade da administração que vem sendo construída e o quanto a eficiência, legalidade e moralidade executadas dia após dia pelos atuais gestores do poder executivo, vem contribuindo para melhorar a vida da população. O conteúdo, para tanto, estará amparado por expressões positivas direcionadas à atual administração, demonstrando esta ser moderna, íntegra e correta quanto a aplicação dos recursos municipais públicos.

As cores propositalmente utilizadas, estão relacionadas ao brasão utilizado pela atual administração, como forma de chamar a atenção para o trabalho pelo Município pela atual gestão, nesse caso falando nos diferentes tons de azul, amarelo e verde. As cores repassam a mensagem subliminar de que esta comunicação é da atual administração. A comunicação como um todo, por tanto, cumpre nessa campanha o objetivo de deixar os moradores não apenas confiantes, mas também orgulhosos de ter a base de sua família



Nesta linha, a comunicação está expressamente amparada em conteúdo, muito mais do que layout visual, como forma de demonstrar aos moradores que fala-se de uma gestão administrativa moderna e profissional. Conceito este amparado também pela frase "... um novo modelo de gestão que vem beneficiando e mudando a qualidade de vida de todos". O foco da comunicação, entre todos os investimentos feitos pela Prefeitura, está nos R\$ 21 milhões investidos em obras e serviços que tornaram a cidade um lugar melhor para se viver. Investimentos esses que justificam o maior Programa de Pavimentação do Município e um dos maiores do Paraná, garantindo a recuperação ou novo asfalto e calçamento tanto no centro, quanto nos bairros e estradas do interior da cidade.

A frase de apoio e assinatura dos materiais, que traz a mensagem "orgulho de viver aqui", vem reforçar que a qualidade de vida da população melhorou com tantos investimentos e vai melhorar ainda mais pela atual administração.

Textos de apoio servirão para endossar essa grande transformação vivida pelos moradores da cidade e garantir a compreensão exata de que a cidade se transformou e avançou.

#### Materialização da Campanha

A utilização de diferentes veículos de comunicação dentro do Município vem contribuir para atingir o maior número de moradores da cidade, considerando seus diferentes hábitos e comportamentos cotidianos. Considera-se ainda, as diferentes profissões, cargos e papéis exercidos por cada cidadão, que o possibilitam compreender a mensagem com perspectivas e análises diferenciadas, sejam eles donos de casa, agricultores, comerciantes, estudantes, prestadores de serviço, autônomos, representantes de órgãos civis, militares e dos meios de comunicação, a imprensa.

Cada qual com suas características, serão impactados por diferentes peças de comunicação, com mensagens objetivas e que se complementam, uma comunicação verdadeiramente estruturada. Entre as peças e, conseqüentemente meios e veículos considerados, estão: anúncio para mídia impressa, outdoor, filme para mídia televisiva, spot para rádio, card para facebook e banner digital para utilização em site.

A modernidade que acompanha a atual Administração de Laranjeiras do Sul, estará presente nas peças, e permitirá aos moradores se sentir parte da



A peça anúncio, em se tratando de uma mídia destinada a um público mais crítico e formador de opinião, apresenta-se de maneira mais efetiva, com conteúdos mais completos, destacando os investimentos realizados em pavimentação e destacando ainda o olhar 360 graus da prefeitura, frente à outros setores, como por exemplo, a saúde.

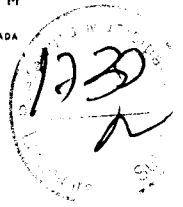
A peça do outdoor, em se tratando de uma mídia mais objetiva e expressiva, devido ao alto alcance, destaca os principais conteúdos em resposta ao problema do briefing, reforçando o trabalho positivo da atual administração frente ao desenvolvimento da cidade, despertando na população o sentimento de orgulho em ser cidadão de Laranjeiras do Sul e de ser protagonista de sua evolução e os investimentos expressivos realizados no setor de pavimentação em favor dos munícipes.

A spot para rádio por sua vez, transcreve em locução a história de moradores que estão sendo beneficiados pelo crescimento e desenvolvimento da cidade de Laranjeiras. O objetivo dessa peça é permitir que os moradores se projetem nessa condição de vida e se imaginem construindo um futuro nesta cidade, que bem administrada, vem mudando e transformando a vida de todos.

#### Período de Abordagem

Com o objetivo de consolidar a comunicação que enfatiza esse período positivo de mudanças em benefício de toda a população, propõe-se a divulgação no período de 1 a 30 de novembro de 2018, período de um novo caminhar para o País após as eleições, especialmente, que antecede o Natal, época festiva do ano onde as pessoas estão mais propensas a serem impactadas com boas notícias e passam a absorver a comunicação de maneira mais leve e agradável, conseqüentemente, vivenciando e absorvendo melhor o conteúdo e as informações.





## Estratégia de Mídia e Não Mídia

Comunicação é um insumo básico de qualquer ação que venha a ser realizada e precise ser comunicada, especialmente quando se trata do setor público, que com sua transparência tem o dever de informar, educar e prestar contas para toda a população, que por sua vez, tem o direito de receber as informações governamentais, compreender e participar dos benefícios garantidos por uma boa administração.

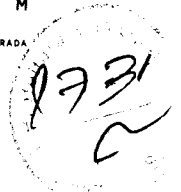
A comunicação vem contribuir para aproximar os objetivos do poder público do entendimento de toda a população, potencializando e maximizando esse contato.

A presente estratégia de mídia e não mídia está baseada em informações extremamente técnicas, onde buscou-se obter maior amplitude e frequência nos meios e veículos de comunicação escolhidos, sendo que os meios de comunicação aqui apresentados estão diretamente relacionados ao hábito de consumo de mídia da população do município de Laranjeiras do Sul, permitindo uma mídia com grande alcance e impacto no diferentes cidadãos que vivem na cidade, considerando a verba estimada no briefing e o prazo reduzido para o trabalho. E aqui vale ressaltar o profissionalismo da agência ao executar esta atividade de maneira técnica para garantir a escolha assertiva dos meios de comunicação para a divulgação desta campanha, considerando o desafio de um prazo curto e o uso de tabela cheia.

Portanto, a comunicação está alicerçada por três pilares: 1. Elevar o orgulho da população em fazer parte de uma cidade que oferece qualidade de vida para se viver; 2. Valorizar os investimentos e a preocupação da Prefeitura Municipal perante à sua população; 3. Demonstrar que a atual Administração está transformando e permitindo o avanço de Laranjeiras do Sul, porque trata todas as pessoas, moradores, com respeito.

A mídia apresentada considera, hipoteticamente, que a campanha será realizada de 1 a 30 de novembro de 2018, período que antecede uma época festiva.

A divulgação da campanha está voltada a toda a população de Laranjeiras do Sul, aqui representados por diferentes públicos, como donos de casa, agricultores, comerciantes, empresários, formadores de opinião, prestadores de serviço, médicos, professores, estudantes, além de inúmeros outros profissionais autônomos, autoridades, etc.



propõe-se a soma da mídia e não mídia para os melhores resultados desta campanha. Foram selecionadas os seguintes meios e veículos de mídia e não mídia para realização da campanha dando amplitude e visibilidade à comunicação, que podem ser observadas na defesa a seguir e reafirmadas tecnicamente nas tabelas de distribuição que acompanham este plano. Reforça-se aqui a contemplação de veículos locais, também comunitários, que hoje são de importante valia para os moradores do Município de Laranjeiras do Sul.

#### Televisão

A mídia em televisão alia som, imagem, cor, movimento e emoção. Ela reúne, todas as qualidades de uma única vez, presentes em outros meios estabelecendo um elo emocional com o telespectador.

#### RPC (Rede Globo)

A RPC Tv Guarapuava, afiliada da Rede Globo, tem cobertura no município de Laranjeiras do Sul. Entre as emissoras, é a que tem uma grade de programação linear, voltada para todos os públicos e quando não é a líder de audiência é vice-líder em quase todos os horários, e as pesquisas de Ibope 2018 demonstram a liderança deste veículo tornando-o fundamental neste plano.

#### Rádio

É um veículo que permite estar presente nos carros, casas, estabelecimentos comerciais, no ônibus, e espaços de lazer 24h por dia e que acompanha o ouvinte onde quer que ele vá.

#### Rádio São Francisco Fm

Rádio que representa a voz da comunidade, está há mais de 15 anos no ar e conta hoje com mais de 10 funcionários e colaboradores, oferecendo informação, música e ações com premiações para a comunidade de Laranjeiras do Sul.

#### Rádio Sul Fm Ltda

Iniciou suas atividades em caráter experimental em novembro de 2009 e foi ao ar em dezembro deste mesmo ano com uma programação versátil e atualizada, levando alegria, entretenimento e informação para os moradores do Laranjeiras do Sul.



### Rádio Educadora de Laranjeiras do Sul Ltda

Destaca-se pelo jornalismo investigativo e pelos programas de comunicação interativa, com influências sociais notáveis e necessárias aos tempos modernos, na cidade de Laranjeiras do Sul.

### Rádio Campo Aberto

Foi ao ar pela primeira vez no dia 13 de fevereiro de 1990 e foi pioneira na região no sistema de transmissão na rede mundial, internet. Possui programação que prioriza os valores da família e tem um quadro de 18 funcionários.

### Jornal

Possui alto nível de credibilidade, de forma que as inserções neste meio, além de impactarem o público-alvo pelo apelo visual da arte gráfica, permitem aos formadores de opinião da cidade, gerarem comentários espontâneos, ampliando a exposição desta mídia.

### Jornal Correio do Povo do Paraná

Fundado no dia 21 de setembro de 1991 e se consolidou como grande jornal do médio oeste e centro-oeste do Paraná. Respeito pelo leitor e integração da equipe, são os valores da empresa.

### Mídia Digital

### Portal Cantu

Portal que atinge diretamente a população de Laranjeiras do Sul e também dos municípios vizinhos, além da projeção sem fronteiras garantida pela mídia digital. Leva eventos, informação e programação musical através da rádio.

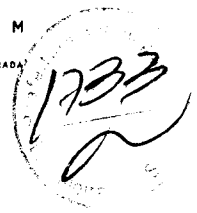
### Ação

### Mídia Exterior

### Outdoor

Em mídia exterior, o outdoor é a mídia mais utilizada, fato facilmente justificado pelo grande apelo visual que a peça gráfica gera em seus 27 m<sup>2</sup>. Esta mídia fica "no ar" 24 horas por dia, durante 14 dias, cada campanha. É uma mídia de alto impacto e os pontos visam cobrir a cidade por completo.

### Vision Mídia Exterior



Empresa que tem por objetivo prestar serviços com qualidade e eficiência na área de publicidade. Atendem de acordo com a necessidade do cliente, com qualidade de impressão e velocidade na colagem.

**Não Mídia**

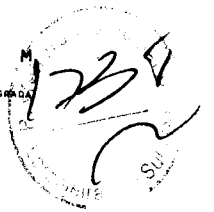
A comunicação digital, especificamente, as redes sociais como o facebook e vem de encontro a estratégia desta campanha, quanto ao objetivo de informar e engajar as pessoas nos assuntos relacionados ao crescimento do Município de Laranjeiras do Sul. Gerar conteúdos orgânicos na página oficial do facebook da Prefeitura, permitirá criar um relacionamento com a população ainda maior.

Nesse mesmo sentido, a assessoria de imprensa oficial do Município de Laranjeiras do Sul também garantirá de maneira espontânea que as informações cheguem até a população de maneira sempre rápida e atualizada, valorizando o crescimento da cidade em benefício de todos.

**Resumo de Criação**

Material	Quantidade	Valores
Spot de 30"	1	
Vt de 30"	1	
Cartaz 32 folhas	1	
Anuncio de Página Inteira para Jornal	1	
Anuncio Digital Pop Up	1	
Card para Facebook	1	
Total Geral Referencial Tabela Sinapro	6 peças	R\$ 34.650,00

**Resumo da Produção**



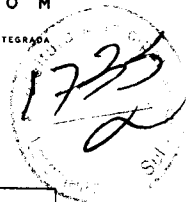
Mídia	Quantidade	Valores
Produção de spot de 30"	1	R\$ 280,00
Produção de vt de 30"	1	R\$ 5.500,00
Impressão de cartaz de outdoor	8	R\$ 1040,00
<b>Total Geral</b>	<b>10 peças</b>	<b>R\$ 6.820,00</b>

**Resumo do investimento em Mídia e Não Mídia**

Veículos	Quantidade	Valores
Rádios	844 inserções	R\$ 17.451,60
Jornal	2 inserções	R\$ 14.136,50
Mídia exterior - outdoor	8 pontos	R\$ 4.160,00
Televisão	90 inserções	R\$ 67.189,00
Portal	14 inserções	R\$ 1.400,00
Não Mídia		
Mídia Digital (Facebook)	20 inserções	R\$ 1.000,00
<b>Total</b>	<b>970 inserções e 08 pontos</b>	<b>R\$ 105.337,10</b>

**Resumo total do investimento da campanha**

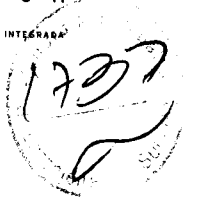
Investimento	Valor	Percentual
Criação	R\$ 34.650,00	23,60%
Mídia	R\$ 105.337,10	71,75%



Produção	R\$ 6.820,00	4,65%
Total Geral	R\$ 146.807,10	100%

A seguir, detalhamento da distribuição na planilha da mídia.





**EDITAL DE LICITAÇÃO - MODALIDADE: CONCORRENCIA PUBLICA 06/2018 - TIPO: MELHOR TÉCNICA E PREÇO**

**MOTORA: PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL / PR**

LOGRAMAÇÃO		Veículo												RÁDIO																						
		Mês												NOVEMBRO/2018																						
DIA	HORA	Q	S	D	S	D	S	D	S	D	S	D	S	D	S	TT	Ins.	Unitário	Total																	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30					
Sul	S/SX 06 às 19 hs	8	8																	8	8	8	8	8										176	25,50	4.488,00
<b>Total de Inserções</b>																176																				
<b>Laranjeiras do Sul , 09 de Agosto de 2018.</b>																<b>Vir. A pagar</b>		4.488,00																		





EDITAL DE LICITAÇÃO - MODALIDADE: CONCORRENCIA PUBLICA 06/2018 - TIPO: MELHOR TÉCNICA E PREÇO

MOTORA: PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL / PR

OGRAMAÇÃO	DIA	HORA	Veículo																															RADIO					
			Mês																															NOVEMBRO/2018					
			Q	S	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	TT	Ins.	Unitário	Total	
S/SX	06 às 19 hs	8	8							8	8	8	8																							176		15,00	2.640,00
Total de Inserções																												176	Vir. A pagar		2.640,00								

Laranjeiras do Sul, 09 de Agosto de 2018.





















ENVELOPE Nº. 02 - PROPOSTA TÉCNICA  
CONCORRÊNCIA Nº 006/2018  
MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL/PR  
DOPPS + LUCOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA  
LTDA  
CNPJ: 02.930.171/0001-45



# HEL4!

☎ 42 3035 4550  
🌐 agenciahey.com.br  
📱 /agenciahey

1258  
2

## Raciocínio básico

Fundado em 1946, o município de Laranjeiras do Sul com seus 72 anos está à frente de outros municípios do mesmo porte, considerando sua rápida evolução e sua renda per capita de R\$6.804,00. Segundo pesquisas do IBGE, o público eleitor de Laranjeiras do Sul representa cerca de 80% dos mais de 30 mil habitantes. Sabe-se também que esta mesma porcentagem representa o público alfabetizado e que, cerca de 26% da população possui de 25 a 44 anos, 26% acima de 45 anos e 10% de 15 a 19 anos, com população estimada em 2017 de 32.379 pessoas, sendo mais de 66% por cento residentes em área urbana.

Todos esses números representam o resultado de uma estratégia conduzida com determinação por uma nova forma administração, iniciada em janeiro de 2017 e que, desde já mostra seus bons efeitos. Dentro deste cenário, a Prefeitura Municipal de Laranjeiras do Sul fortalece um modelo de gestão pautado no rigor do trato do dinheiro público, em que as políticas públicas planejadas, voltadas ao bem-estar e ao crescimento da cidade tornaram-se boas referências de uma administração municipal que pode agregar resultados e que beneficiam toda a comunidade. Mas, além de dar continuidade e consolidar esse modelo, a prefeitura visa ampliar ainda mais o diâmetro de sua eficiência, voltados à prestação de serviços com máxima qualidade, aliados aos princípios da legalidade, moralidade, impessoalidade, publicidade e eficiência. Como podemos observar, a filosofia de trabalho da prefeitura tem se mostrado de grande eficiência e competência, tudo com um único objetivo: qualidade e satisfação de seus moradores. É um trabalho que realmente almeja a melhoria de vida de cada habitante. Todo esse esforço e dedicação devem ser mostrados à população, para que haja o reconhecimento do que tem sido feito por ela e, para que os munícipes reconheçam o valor que possuem para a administração da Prefeitura de Laranjeiras do Sul. Um dos maiores objetivos dessa licitação é, justamente, ressaltar estas informações para que haja também o reconhecimento e a percepção popular de crescimento e assim, aumentar o orgulho da população e sua autoestima em relação a cidade e também em fazer parte de um momento de transformação tão importante na história.



# HEY!

☎ 42 3035 4550  
🌐 [agenciahey.com.br](http://agenciahey.com.br)  
📱 /agenciahey

17/19  
a

Outra necessidade do município que o presente edital pede solução é mostrar aos seus moradores através de uma campanha institucional, de fortalecimento de marca e também de prestação de contas em relação a aplicação do recurso conquistado em 2017, que passa de R\$21 milhões no maior plano de mobilidade urbana da história do município, que está levando asfalto e calçamento no centro, bairros e recuperando as estradas do interior através do Programa de Pavimentação de Laranjeiras do Sul, demonstrando quanto o município avançou, criando condições para novas propostas de desenvolvimento. Assim, ressaltar que Laranjeiras do Sul vem passando por uma grande transformação e, com essa essência, motivar sua população, tornando-se vetor de um trabalho que se transforma em oportunidades.



# HEY!

☐ 42 3035 4550  
🌐 [agenciahey.com.br](http://agenciahey.com.br)  
📍 /agenciahey

1730  
2

## Estratégia de Comunicação Publicitária

Em um momento nacional em que a política está presente em todos os noticiários associada a problemas éticos e falta de atenção com a necessidade do povo, o município de Laranjeiras do Sul vem na contramão com uma administração pública que mantém o foco no desenvolvimento de projetos que promovem a valorização do município.

Observa-se um cuidado no trato dos ativos públicos, comunidade, infraestrutura, desenvolvimento e qualidade de vida. Tudo isso fica evidente através do Programa de Pavimentação, onde a Prefeitura asfaltou mais de 76mil m<sup>2</sup> de vias. O resultado final é o bom desempenho dessas regiões que foram beneficiadas pelo programa, proporcionando um movimento diário no sentido do progresso das pessoas, transmitindo sensações de que coisas boas estão acontecendo.

Por isso é tão importante criar canais de comunicação que sensibilizem as pessoas, levando informações de que os avanços não são obras do acaso, e sim, resultado de trabalho e visão estratégica. Quando o poder público inclui as pessoas, mostra seu interesse por elas e torna-as protagonistas de vitórias, as comunidades tendem a reagir positivamente.

Para reforçar a importância do grande investimento em asfalto, precisamos tornar evidente que se trata de uma necessidade de infraestrutura que abre caminho para o que toda a cidade deseja: desenvolvimento.

A campanha proposta apresenta uma cidade que busca uma evolução constante em prol da qualidade de vida dos seus moradores, uma gestão que entende e atende os laranjeirenses-do-sul, preocupa-se com seu desenvolvimento socioeconômico, infraestrutura e qualidade de vida, garantindo o presente e o futuro do município. Uma Prefeitura preparada para os novos desafios que virão pela frente, que a partir de agora poderão ser encarados de forma mais confiante, mostrando que sua cidade pode ser sim, um lugar ainda muito melhor para se viver.

A estratégia principal da campanha é reforçar a importância de investir em algo duradouro para a cidade, que possibilita o crescimento, oferece mais qualidade de vida aos moradores e ainda acende a chama da esperança em dias melhores. que virão e chegarão na



# HEU!

☐ 42 3035 4550  
🌐 agenciahey.com.br  
📍 /agenciahey

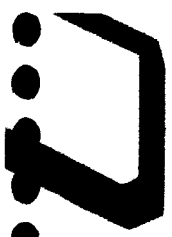
1251

A força central da campanha é associar Laranjeiras do Sul com a ideia de movimento, sugerindo avanço, progresso e desenvolvimento. Mas toda ideia precisa de um conceito forte para se impor e tornar-se uma solução eficaz de comunicação. Resolvemos essa questão construindo algo extremamente feliz do ponto de vista conceitual e que se harmoniza com perfeição aos elementos visuais da campanha, algo igualmente importante.

Para tanto, um cuidadoso estudo foi efetivado de modo a chegarmos aos melhores formatos, garantir diversidade e capacidade desdobramento do conceitos-mensagens, alcance de todos os públicos almejados, cores, personagens e ícones urbanos utilizados como pano de fundo das peças. Tudo levará nossos públicos a relacionar qualidade de vida, desenvolvimento, avanço e melhorias ao trabalho realizado pelo poder público em todos os bairros da cidade. Reconhecido em sua importância, o público alvo será representado todas as peças da campanha, com o objetivo de gerar o orgulho de fazer parte de um lugar onde ele recebe o respeito que merece. O mote possibilita uma abordagem com vários desdobramentos, sempre apresentando uma situação em que as pessoas se surpreendem com a cidade após ela passar por essa transformação. O asfaltamento melhora inclusive a estética da cidade, que será ressaltada nas peças, onde afirmaremos que a cidade está, inclusive, mais bonita.

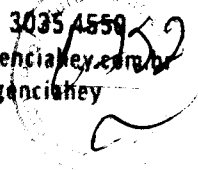
Desta maneira, afirmaremos que a prefeitura construiu novos caminhos para o desenvolvimento. Isso pode ser interpretado para o que o futuro reserva, e ainda, o desenvolvimento e valorização das regiões da cidade que receberam asfalto novo. Construimos novos caminhos para o desenvolvimento.

A campanha intitulada "Com asfalto o desenvolvimento chega mais rápido" vem seguida do slogan - Laranjeiras do Sul, novos caminhos para o desenvolvimento! O layout foi trabalhado com foco na valorização da marca através de cores e elementos que representam positivamente a Prefeitura Municipal de Laranjeiras do Sul. E o ponto alto da proposta são peças humanizadas, com objetivo de proporcionar a identificação do público estratégico e a escolha dos elementos ascendentes que lembram um fluxograma, refletem uma administração pública que está sempre em movimento, proporcionando melhorias, desenvolvimento e qualidade.



# HE4!

☐ 42 3035 4559  
🌐 [agenciahey.com.br](http://agenciahey.com.br)  
📱 /agenciahey



Uma considerável estrutura de divulgação estará a serviço dessa ideia: plataformas online, veículos de comunicação como TV, rádio, outdoor, jornais, revistas e mídias sociais. Ao termino desse esforço, a população associará facilmente o trabalho da prefeitura à melhora da qualidade de vida nos mais diversos níveis.



# HE4!

42 3035 4560  
agenciah4y.com.br  
/agenciah4y

2753

## Estratégia de mídia e não mídia

Com esta campanha, buscamos posicionar o conceito para o público com o objetivo de despertar o interesse através de peças que os atraiam pela curiosidade. Nas peças criadas, o público será impactado por uma novidade e, ao conferir o conteúdo completo, terá acesso a informações que valorizam sua própria cidade, fazendo-os reconhecer a dedicação da Prefeitura de Laranjeiras do Sul. Isso ficará evidente nos textos que apresentam um dos maiores projetos da administração de maneira leve, clara e atrativa, onde a principal estratégia é ressaltar que a cidade está sendo dirigida de maneira diferente, saindo de onde estava e seguindo rumo ao desenvolvimento. É importante ressaltar que campanha tem duração de 30 dias, e sua abrangência será trabalhada otimizando a verba estipulada e aplicada aos veículos de massa, fortalecendo o objetivo da campanha.

**Jornal:** são essenciais por sua credibilidade. O jornal oferece a possibilidade de textos maiores, mais explicativos e fundamentais no processo de agregar valor à marca. Será usado o Correio do Povo, com a veiculação de anúncio de uma página, por limite verba, inserimos apenas uma (01) inserção. A circulação do jornal ocorre de terça-feira a sábado, com tiragem de 6.000 exemplares distribuídos em Laranjeiras do Sul e mais 22 municípios.

**Rádio:** excelente mídia para alcançar o público de massa. Além de gerar identificação, é uma mídia muito associada a informação-afetiva, quando o público se identifica com o perfil de uma rádio e sua programação, é facilmente impactado e influenciado por suas informações publicitárias. Tem grande alcance, levando a comunicação a outras cidades da região, reforçando a imagem do município entre seus circunvizinhos. Assim trabalharemos com as rádios Educadora, Líder Sul e São Francisco com 5 e 6 inserções por dia, de segunda a sexta (dias e horários de maior audiência), totalizando 110 inserções no mês em cada rádio.

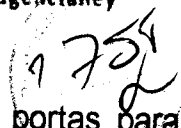
**Televisão:** veículo de comunicação em massa com grande abrangência e credibilidade. Conquista o público por sua programação e assim permite a seletividade de stakeholders. Com o sinal digital, esta mídia vem mudando significativamente em Laranjeiras do Sul, visto que até então, a maioria do público tinha acesso apenas a programação do Rio de Janeiro através de sinais de antes parabólicas.





# HE4!

☎ 42 3035 4550  
🌐 agenciahey.com.br  
📱 /agenciahey



Agora, o alto índice de audiência em Laranjeiras do Sul e região abre as portas para disseminar informações estratégicas para o público local. Por isso, a escolha deste veículo faz-se importante neste momento, através de um mapa na RPC que fortalecerá a imagem da prefeitura com seu público-alvo.

**Redes Sociais:** Com o crescimento dos meios digitais, a população tem sido integrada ao ambiente web através de acessibilidades na aquisição de smartphones. Desta maneira, a internet está se popularizando a cada dia, e vem atingindo uma grande fatia da população brasileira. Segundo o gerenciador de negócios do Facebook, cerca de 15 a 20mil (entre 50 a 67%) da população de Laranjeiras do Sul está ativa no Facebook. Destas pessoas, cerca de 53% são mulheres e 47% homens, 50% são casados e os outros 50% são divididos em solteiros, em um relacionamento sério e noivos. 64% concluíram ou estão cursando o ensino superior, e apenas 4% possuem pós-graduação (2018, Audience Insights). Hoje, a página da Prefeitura de Laranjeiras conta com 2.906 curtidores e 2.967 seguidores, os posts com maior engajamento são os de vídeos e não há muito engajamento em álbuns de fotos atualmente. Assim, sugerimos uma campanha com conteúdo programado e impulsionado com postagens mais interativas, transmissões ao vivo de eventos e fortalecimento de campanhas da gestão através das ferramentas de MKT digital.

**Outdoor:** Excelente mídia para reforço de marca, aumento de visibilidade e promoção institucional. Através de 4 pontos estratégicos, atingiremos o objetivo de alcance da campanha.

**Revista:** Mídia estratégica para alcançar um público mais seletivo, completando assim a estratégia de mídia que atinge as principais faixas etárias e classes sociais, através do anúncio de 1 página na Revista i9.

Peça	Especificações	Inserções	Criação	Produção	Veiculação	%
Rádiora	30"	110	R\$ 3.722,00	R\$ 400,00	R\$ 1.705,00	4%
Sul	30"	110	-	-	R\$ 2.739,00	2%
ancisco	30"	110	-	-	R\$ 1.980,00	1%
ovo	1 página	4	R\$ 4.549,00	-	R\$ 27.465,20	21%
Outdoor	Mensal	8	R\$ 5.835,00	R\$ 2.560,00	R\$ 3.200,00	8%
Revista	Mensal	1	R\$ 5.447,00	-	R\$ 1.000,00	4%
TV	Filme de 30" RPC	30 dias	R\$ 7.058,00	R\$ 1.700,00	R\$ 44.607,00	36%
Site	Super Slide (1240x300px)	30 dias	R\$ 3.734,00	-	R\$ 1.000,00	3%
	ponto digital 4 (300x600px)	30 dias	R\$ 1.638,00	-	R\$ 600,00	1%
Posts	1 por semana	4	R\$ 26.832,00	-	R\$ 1.000,00	19%
			-	R\$ 699,00	-	0%
			<b>R\$ 58.815,00</b>	<b>R\$ 5.359,00</b>	<b>R\$ 85.296,20</b>	<b>100%</b>
			<b>R\$</b>		<b>149.470,20</b>	

Veiculação Total		% Geral
Criação	R\$ 58.815,00	39%
Produção	R\$ 5.359,00	4%
Veiculação	R\$ 85.296,20	57%
Total	R\$ 149.470,20	
Verba Disponível	R\$ 150.000,00	
Varição	R\$ 529,80	

HE4!

☐ 42 3035 4550  
 🌐 agenciahey.com.br  
 📍 /agenciahey

1255  
 2

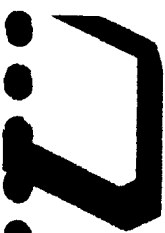
# HEL!

42 3035 4550  
 @agenciapheyl.com.br  
 /agenciapheyl

### Plano de mídia

Rádio			setembro, 2018																												Total de inserções	Valor unitário	Valor total				
Veículo	Formato	Horário	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		
Rádio Educadora	30"	Rotativo																																	110	R\$ 15,50	R\$ 1.705,00
Rádio São Francisco	30"	Rotativo																																	110	R\$ 18,00	R\$ 1.980,00
Rádio Líder Sul	30"	Rotativo																																	110	R\$ 24,90	R\$ 2.739,00
Total Rádio																															330	R\$	6.424,00				
Mídias Impressas			setembro, 2018																												Total de inserções	Valor unitário	Valor total				
Veículo	Formato	Veiculação	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		
Jornal Correio do Povo	1 página	Ter à sáb																																	4	R\$ 6.866,30	R\$ 27.465,20
Outdoor	4 pontos	2 bissemanas																																	8	R\$ 400,00	R\$ 3.200,00
Revista I9	1 página	1 edição/mês																																	1	pacote/mês	R\$ 1.000,00
Total Mídia impressa																															13	R\$	31.665,20				
Mídias Digitais			setembro, 2018																												Total de inserções	Valor unitário	Valor total				
Veículo	Formato	Veiculação	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		
Facebook	carrossel	4 post																																	4	R\$ 250,00	R\$1.000,00
Portal Cantu	Super Slide (1240x300px)	Mensal																																	30	pacote/mês	R\$ 1.000,00
Portal Cantu	Ponto 4 (1240x300px)	Mensal																																	30	pacote/mês	R\$ 600,00
Total Mídias Digitais																															0	R\$	2.600,00				
Televisão RPC			setembro, 2018																												Total de inserções	Valor unitário	Valor total				
Programa	Formato		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		
ALTAS HORAS	30"																																		2	R\$ 475,00	R\$ 950,00
BEM ESTAR	30"																																		4	R\$ 219,00	R\$ 876,00
BOM DIA BRASIL	30"																																		4	R\$ 235,00	R\$ 940,00
BOM DIA PARANÁ	30"																																		2	R\$ 158,00	R\$ 316,00
CALDEIRÃO DO HUCK	30"																																		2	R\$ 489,00	R\$ 978,00
DOMINGÃO DO FAUSTÃO	30"																																		3	R\$ 1.033,00	R\$ 3.099,00
É DE CASA	30"																																		2	R\$ 227,00	R\$ 454,00
ENCONTRO F. BERNARDES	30"																																		2	R\$ 303,00	R\$ 606,00
ESPORTE ESPETACULAR	30"																																		2	R\$ 606,00	R\$ 1.212,00
ESTUDIO C	30"																																		2	R\$ 339,00	R\$ 678,00
FANTASTICO	30"																																		2	R\$ 1.817,00	R\$ 3.634,00
GLOBO ESPORTE	30"																																		2	R\$ 875,00	R\$ 1.350,00
GLOBO RURAL DM	30"																																		3	R\$ 499,00	R\$ 1.497,00
JORNAL HOJE	30"																																		3	R\$ 634,00	R\$ 1.902,00
JORNAL NACIONAL	30"																																		5	R\$ 219,00	R\$ 1.095,00
MAIS VOCÊ	30"																																		3	R\$ 930,00	R\$ 2.790,00
NOVELA I	30"																																		4	R\$ 1.208,00	R\$ 4.832,00
NOVELA II	30"																																		3	R\$ 1.994,00	R\$ 5.982,00
NOVELA III	30"																																		4	R\$ 580,00	R\$ 2.320,00
PARANÁ TV 1ª EDIÇÃO	30"																																		3	R\$ 1.272,00	R\$ 3.816,00
PARANÁ TV 2ª EDIÇÃO	30"																																		3	R\$ 332,00	R\$ 996,00
VÍDEO SHOW	30"																																		3	R\$ 332,00	R\$ 996,00
Total Televisão																															62	R\$	44.607,00				

RESUMO DOS INDICADORES DO PLANO	
Descrição do Target	UNIVERSO
Universo do Target	602.303
Número de Inserções	65
TARP	1.041
Alcance Percentual	80
Alcance Absoluto (pessoas)	484.738
Frequência	12,9
Impactos	6.269.625
CPM (Custo por Mil Alcance - R\$)	



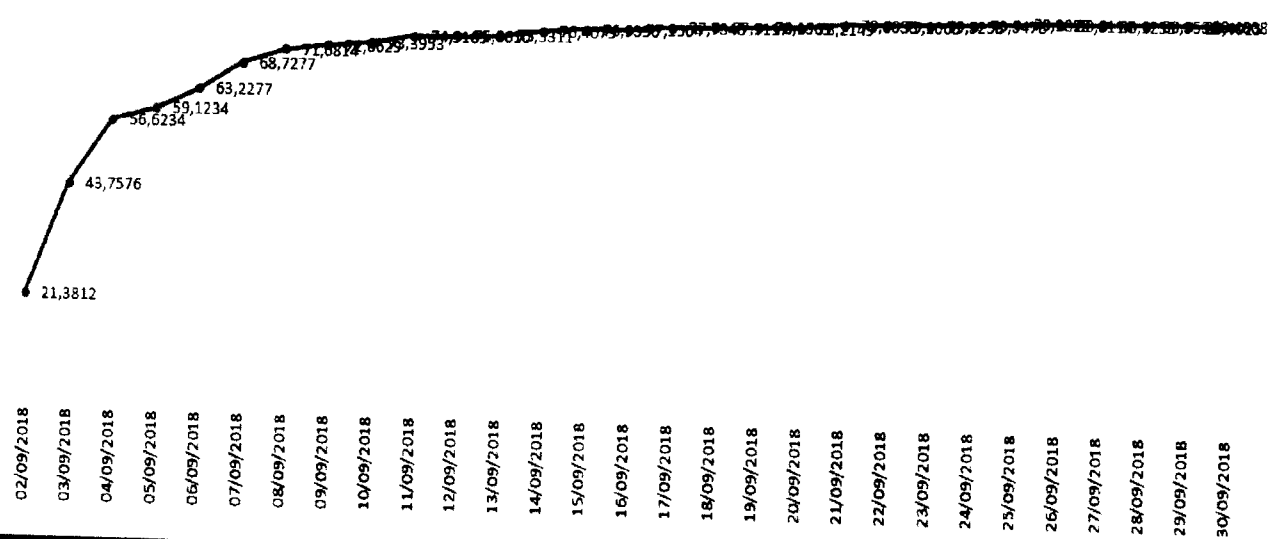
# HEY!

☐ 42 3035 4550  
 🌐 agenciahey.com.br  
 📍 /agenciahey

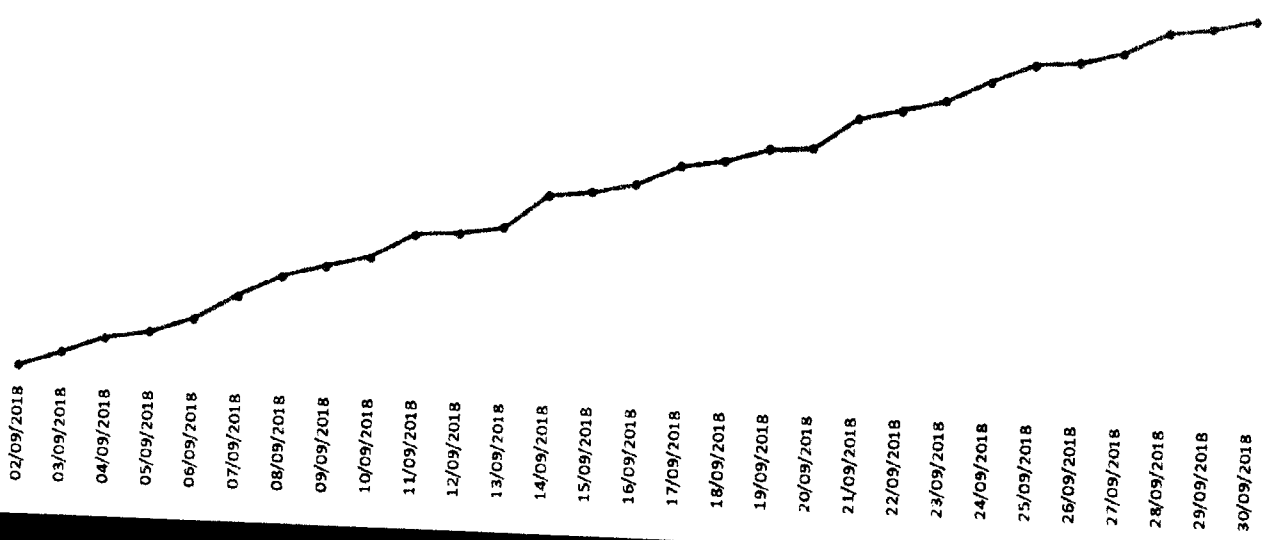
1757

## Indicadores de desempenho de mídia por dia

### Evolução do Alcance



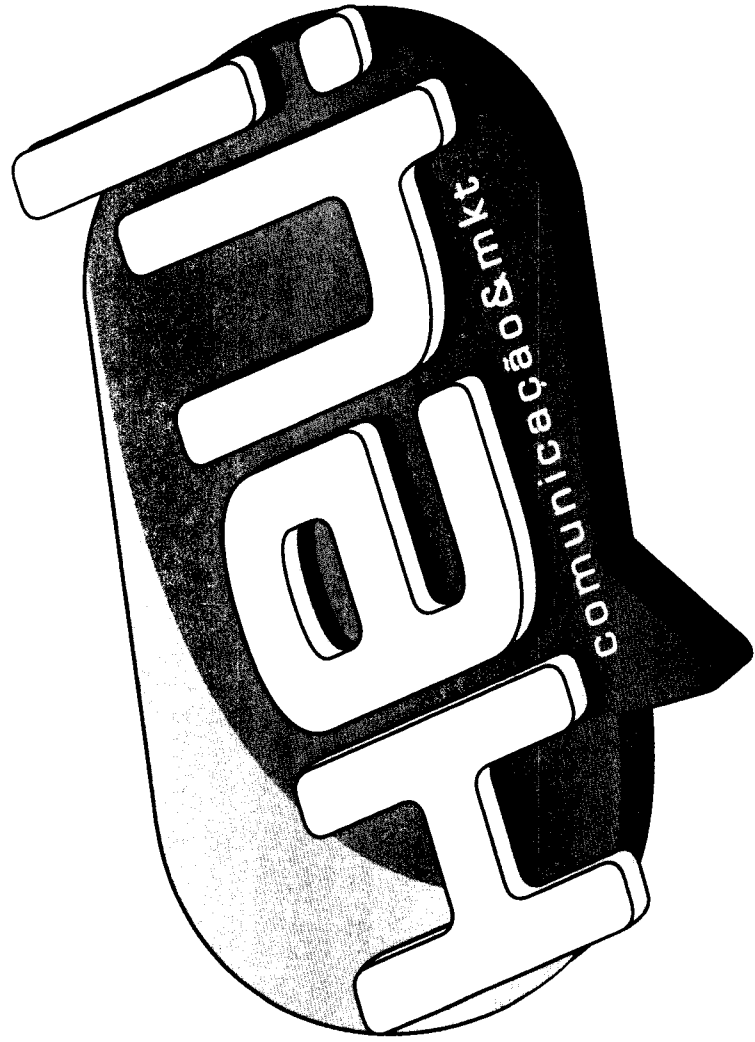
### Evolução do TARP



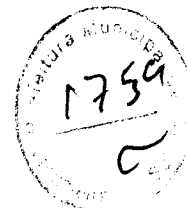
### Evolução da Frequência



**ENVELOPE Nº. 02 - PROPOSTA  
TÉCNICA  
CONCORRÊNCIA Nº 006/2018  
MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO  
SUL/PR  
HEY PROPAGANDA LTDA  
CNPJ: 10.676.298/0001-08**



1758



## Raciocínio básico

O município de Laranjeiras do Sul está localizado às margens da BR 277, no Centro Oeste Paranaense. Possui, de acordo com o IBGE (estimativa de 2017), pouco mais de 32,3 mil habitantes e é considerado um importante polo regional da região da Cantuquiriguaçu, associação formada por 21 municípios do Médio Centro Oeste Paranaense que tem como objetivo buscar, através da união de forças dos seus integrantes, um desenvolvimento cada vez mais eficaz para a região.

Geograficamente Laranjeiras do Sul está localizada em um ponto privilegiado e extremamente estratégico no Estado. Fica praticamente no meio do caminho entre a capital Curitiba e a cidade de Foz do Iguaçu e, ainda, possui um entroncamento rodoviário que possibilita também a ligação da região com importantes cidades do sudoeste e sul paranaense, como Francisco Beltrão, Coronel Vivida, Pato Branco, entre outras.

O município, que tem suas atividades econômicas voltadas principalmente ao agronegócio, possui também uma movimentação significativa de indústrias dos mais variados segmentos e vem se tornando um importante polo de educação para a microrregião. Através das instalações de algumas faculdades particulares, Estaduais e Federais, com destaque para o Campus Avançado da Universidade do Centro-Oeste (Unicentro) e a Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), Laranjeiras do Sul recebe, diariamente, alunos de diversos municípios de toda região.

Além da educação, Laranjeiras do Sul também é destaque regional pela realização de grandes eventos esportivos e culturais, entre eles, os Jogos Abertos do Paraná, Jogos Abertos da Cantuquiriguaçu (Jarcan's), qual terá mais uma edição sediada por Laranjeiras do Sul em setembro de 2018 e os Jogos Escolares do Paraná, aliás, este último teve uma de suas fases macrorregionais realizadas na cidade no final do último mês de junho. Vale destacar aqui também os campeonatos regionais de futebol, o "Laranja da Canção" um dos maiores festivais de interpretação musical do Estado, a "ExpoAgro – Feira Agroindustrial", considerada uma das maiores vitrines do agronegócio estadual e, ainda, o "Inverno Gastronômico", que tem como principal objetivo o desenvolvimento turístico e da gastronomia regional.

Diante dos fatos apresentados e de tantas outras realizações não citadas neste plano



se transformando. A atual administração, liderada desde o início de 2017 pelo prefeito municipal “Berto Silva”, em seu terceiro mandato frente à gestão pública do município, não só tem dado continuidade aos trabalhos iniciados anteriormente e que se encontravam paralisados ou em condições desfavoráveis ao desenvolvimento da cidade, bem como, tem conquistado, através de parcerias nas mais diversas esferas públicas, recursos importantes para novos projetos em todas as repartições públicas. Um exemplo são as obras de infraestrutura, foco deste plano de comunicação e as de saneamento básico, tão importantes para a prevenção de inúmeros problemas e fundamentais para a melhoria da qualidade vida da população, que tem dado ao modelo de gestão de Laranjeiras do Sul certa notoriedade até mesmo frente a outros grandes municípios do Estado, que diante de um cenário econômico e político nacional incerto e conturbado, pouco estão conseguindo fazer localmente.

Sabemos que hoje são os municípios que administram os aspectos que tem um impacto mais direto na vida das pessoas – a educação básica, o atendimento básico à saúde, as vias urbanas, o zoneamento da cidade, o desenvolvimento do agronegócio, o transporte público e assim por diante. Porém, sabemos também que mesmo diante da importância de tais ações, são os municípios que mais sofrem quando o assunto é arrecadação e repasses de recursos. Hoje a maior parte dos impostos arrecadados ficam na esfera federal e estadual. Para os municípios resta o recolhimento de impostos locais (Ex.: IPTU, ISS e ITBI), alguns repasses feitos pela União e as verbas de projetos do Governo Federal. Diante de um cenário com recursos financeiros apertados, para se colocar em prática grandes projetos resta aos gestores municipais buscar parcerias, estaduais e/ou federais que consigam viabilizar recursos financeiros e auxiliem na execução de tais projetos. Por isso é importante termos nos municípios além de eficiência na gestão e na aplicação de recursos, líderes sempre engajados com o desenvolvimento local e melhoria da qualidade de vida da população.

Nosso plano de comunicação tem como principal objetivo divulgar e enfatizar esse trabalho recheado de grandes conquistas e destacar Laranjeiras do Sul como um lugar cada vez melhor para se viver, um verdadeiro canteiro de obras do interior do Paraná.



## Estratégia de Comunicação

Como já citado, Laranjeiras do Sul desde o início de 2017 vem passando por uma verdadeira transformação. A preocupação com o desenvolvimento e o bem-estar da população tem sido prioridade para o poder público, por isso, desenvolvemos nosso plano em cima de três importantes pilares estratégicos para que essa comunicação entre administração municipal e população seja ainda mais eficaz. São eles: a) Confiança: a partir de uma linguagem clara e objetiva, com imagens aplicadas nas nossas peças publicitárias que relembram vários segmentos prioritários para o atual governo, queremos fazer com que, muito além de se sentirem informados sobre as ações da prefeitura, os laranjeirenses possam retomar a confiança no poder público e o sentimento de orgulho pela cidade ao ver que o desenvolvimento está sendo retomado através de melhorias em todos os setores; b) Informação: outra ação importante para essa retomada de confiança é manter os cidadãos informados de forma clara, interativa e objetiva sobre os acontecimentos, ações e conquistas da administração pública; e c) Transparência: a divulgação de valores detalhados dos recursos que estão sendo investidos, sua origem e destinação dão mais credibilidade à informação que está sendo transmitida, afinal, em meio a um cenário econômico nacional retraído, ambiente político turbulento e cheio de incertezas, desemprego em alta, entre tantos outros fatores que deixam os brasileiros cada vez mais incrédulos com a política em geral, conquistar em um ano praticamente R\$ 22 milhões de reais e aplicá-los em obras de mobilidade urbana, garantindo assim a melhoria da qualidade de vida e o bem-estar dos moradores de Laranjeiras do Sul é, sem sombra de dúvidas, um fato marcante na história do município.

Embora não seja o foco principal dessa campanha, vale aqui também frisar outras recentes e importantes realizações da atual administração, como por exemplo, a entrega de novos uniformes para os alunos da rede municipal de ensino, aquisição de novos ônibus para o transporte escolar, a ampliação da frota de veículos especializados para a secretaria de saúde e a instalação de leitos de UTI no Hospital São José, entre outros.

O objetivo central do nosso plano de comunicação é, através de uma campanha publicitária institucional, destacar o município de Laranjeiras do Sul como um verdadeiro canteiro de obras da região Centro Oeste do Paraná, diante das inúmeras ações



Be  
bop



urbana que está sendo executado na cidade, já considerado como o maior programa de pavimentação asfáltica da história de Laranjeiras do Sul e região.

Nossa campanha evidencia as obras de infraestrutura ligadas a pavimentação asfáltica através da apresentação dos valores investidos nesse projeto, quantidade de ruas que serão asfaltadas, origem desses recursos, e ainda, através de imagens que representam a Saúde, Esporte, Educação e Agricultura, buscamos demonstrar em segundo plano que além dessa área, os investimentos estão acontecendo em todos os setores.

Para sintetizar todas as particularidades do briefing criamos o seguinte tema para a nossa campanha: Laranjeiras do Sul. Um verdadeiro canteiro de obras. Este, associado ao slogan "Aqui tem Futuro", valoriza ainda mais a importância das obras que vem sendo realizadas pelo governo municipal, instigando os cidadãos a "curtirem" com mais qualidade a cidade e seu dia-a-dia e olharem cada vez mais esperançosos para o futuro de Laranjeiras do Sul.

O conteúdo das peças é altamente explicativo. Para o conceito visual do material impresso, desenvolvemos traços e cores que vão de encontro ao que já é utilizado pelo município, principalmente em sua "logo". Utilizamos como imagem central o Lago Municipal, um dos cartões postais da cidade, afim de criar instantaneamente uma forte identificação visual do nosso público-alvo com as nossas peças gráficas, também utilizamos em segundo plano imagens das obras de pavimentação asfáltica que já estão acontecendo, reafirmando a interação da nossa campanha com a população, principalmente, os que já tiveram ou estão tendo suas ruas asfaltadas e, como já citado anteriormente, numa espécie de mosaico de imagens, também em segundo plano, conseguimos aplicar fotos que lembram o agronegócio, a saúde, a educação e o esporte, áreas que também estão colocando Laranjeiras do Sul em evidência no Estado. As peças se aproximam do público de forma simpática, próxima e atraente, o que faz com que a comunicação seja assimilada e transmitida de maneira assertiva.

Considerando a verba disponível optamos por utilizar mídias locais direcionadas principalmente aos cidadãos laranjeirenses, porém, sabemos que ao utilizar diferentes meios de comunicação, juntamente com ações direcionadas as mídias sociais, acabaremos atingindo um público muito maior e de toda a região.

Be  
bop



Nossa campanha terá duração de 30 dias e acontecerá entre os dias 01 e 30 de setembro. Levamos em consideração para escolha da data, a dispersão de atenção que teríamos se fizéssemos em outubro devido a reta final do período eleitoral, bem como, não optamos pelo mês de novembro, por ser o mês de comemoração dos 72 anos de emancipação de Laranjeiras do Sul (fundado em 30 de novembro de 1946) e o foco da comunicação, provavelmente ser outro.

Para conseguirmos atingir o maior número de cidadãos laranjeirenses em 30 dias de campanha utilizaremos um *mix* de mídia formado por jornal, rádios, outdoor, painéis digitais, site oficial, flyer/panfleto e as principais redes sociais onde a prefeitura de Laranjeiras possui perfil cadastrado. Todos os meios de comunicação propostos para este plano são locais e atingem os mais variados segmentos da população.

O jornal é um meio de comunicação de massa, tem uma segmentação de público, na maioria das vezes, um pouco diferente do rádio e da TV. Alcança um público mais crítico, geralmente voltado às classes A, B e em alguns casos a C. Como um meio de comunicação prestador de serviços, o jornal, seja impresso ou online, favorece a crítica e o debate devido a sua alta credibilidade. Utilizaremos em nosso plano de mídia o Jornal Correio do Povo, um dos mais tradicionais jornais impressos de toda região.

Já o rádio é um dos mais tradicionais meios de comunicação de massa. É ainda, bastante utilizado como meio de entretenimento e informação, principalmente em cidades menos populosas. Uma das suas principais vantagens é não demandar a atenção visual dos ouvintes, por isso, mesmo após o domínio da internet como ferramenta de entretenimento e busca por informação, o rádio acompanha uma boa parte da população durante várias horas do dia. Outra vantagem é que se comparado a TV por exemplo, tem um baixo custo de veiculação e produção. Utilizaremos 4 emissoras de rádio locais, extremamente tradicionais e conhecidas e com um poder de cobertura (alcance) bastante grande em toda região: Rádio Campo Aberto Am, Rádio Educadora 103 FM, Rádio Líder Sul FM 106,7 e Rádio São Francisco FM 87,9.

O outdoor é considerado uma mídia de apoio aos meios tradicionais, gera excelentes resultados divulgando uma mensagem curta e principal. Compõe a paisagem



visibilidade da mensagem. Tem um alto grau de repetição e exposição de impacto devido ao tamanho veiculado, na maioria das vezes com nove metros de largura e três metros de altura. Consideramos o outdoor para o nosso plano de comunicação extremamente importante, já que nossa mensagem principal é informar os munícipes sobre as obras de pavimentação asfáltica que estão sendo realizadas em Laranjeiras do Sul. Utilizaremos 04 (quatro) pontos de outdoor durante as duas "bi semana" de campanha (30 dias).

O painel digital ou painel de *led*, tem um conceito muito parecido com a do outdoor tradicional, porém, neste meio conseguimos dar movimento e interatividade ao conteúdo, atraindo assim com mais facilidade a atenção do espectador, outra vantagem do painel digital é conseguirmos trocar facilmente o conteúdo sem demandar produção de algum tipo de material utilizado no outdoor por exemplo. A mensagem também precisa ser curta e direta e o alto grau de repetição e exposição favorece a quantidade de vezes que uma pessoa poderá se deparar com determinado conteúdo. Em Laranjeiras do Sul utilizaremos 02 (dois) painéis instalados em áreas estratégicas do município e com um excelente custo x benefício.

O Flyer ou Panfleto como também é conhecido, serve como um impresso de apoio a divulgação de maiores detalhes da nossa campanha. Concentramos nele as informações detalhadas sobre o cronograma das obras, valores investidos e informações de contato para maiores informações sobre as realizações da administração municipal de Laranjeiras do Sul. Devido a importância do conteúdo e o custo x benefício ser relativamente baixo, precisamos fazer chegar a praticamente toda a população laranjeirense esse material.

Quanto às mídias sociais, é notório que atualmente as pessoas passam a maior parte dos seus dias conectadas, seja através de um smartphone ou computador. São de extrema importância para qualquer plano de comunicação de qualquer segmento, se destacando pelos resultados gerados, na maioria dos casos até mesmo se comparado com os meios de comunicação tradicionais. Sua principal vantagem é ser um meio de comunicação de baixo custo, em muitos casos até gratuito, possui um grande alcance com forte interação virtual, possibilitando segmentar e intensificar a exposição de uma mensagem para qualquer público-alvo.

Be  
bop



### Estratégia de mídia e não mídia

Para manter-se informada, mais do que nunca a população brasileira tem buscado opções e meios de comunicação bastante segmentados, seja por perfil de conteúdo, plataformas *on e/ou offline*, classes sociais, faixa etária, entre outros, por isso, identificar o perfil do público-alvo e dos meios de comunicação propostos faz-se fundamental para o resultado positivo de uma campanha.

Dados do IBOPE/PBM2016, publicados pela Secretaria de Comunicação da Presidência da República – SECOM, referente aos hábitos de consumo de mídia da população brasileira, das classes ABCDE de 16 a 55 anos, afirmam que a TV Aberta ainda predomina como o principal meio de comunicação utilizado na busca de informações por este público (89%), em seguida já figura a internet (49%), logo após o rádio (30%), a mídia impressa (12%) e as mídias externas – Out of Home (3%). Foi com base na análise dos índices de alcance e frequência dos meios, na cobertura, hábitos e costumes da população e, sobretudo, nos objetivos a serem alcançados pela nossa campanha, que optamos pela utilização de meios de comunicação de massa, mídias sociais e mídias *off-line* (jornal, rádio, outdoor, painel digital, internet e *flyers*).

Em que pese a TV figurar como a principal fonte de informação dos brasileiros, cabe aqui ressaltar que a escolha por não a utilizar na nossa campanha se deve um pouco à economicidade do nosso plano de mídia e por se tratar de uma ação voltada principalmente aos moradores de Laranjeiras do Sul, não necessitando, portanto, o alcance regional gerado pelo meio. Enfim, consideramos que a TV não apresentaria um custo x benefício atrativo aos objetivos aqui propostos.

Como precisamos alcançar o maior número de pessoas definidas como nosso público-alvo principal numa campanha de curto prazo (30 dias), precisamos ser assertivos quanto ao alcance/cobertura e a frequência de nossas mensagens publicitárias nos meios de comunicação sugeridos.

A distribuição de verba e integração entre as plataformas propostas durante os trinta dias de campanha, da maneira como foi feita, nos possibilita uma alta frequência de exposição da mensagem e uma alta cobertura/alcance no município de Laranjeiras do Sul e região.

**Jornal** – utilizaremos o Jornal Correio do Povo, que possui uma tiragem diária de 6 mil exemplares e circula de terça a sábado em 23 municípios da região, abrangendo um público geral superior a 300 mil pessoas. Ao todo serão 06 anúncios de uma página colorida publicada na contracapa do jornal a fim de se conseguir chamar mais atenção e consequentemente uma maior visualização da nossa peça publicitária.

**Rádio** – utilizaremos as 04 (quatro) emissoras de rádio locais: Rádio Campo Aberto AM, Rádio Educadora 103 FM, Rádio Líder Sul 106,7 FM e a Rádio São Francisco FM. Esta última por ser comunitária tem uma limitação significativa de alcance, porém, é uma emissora bastante tradicional na cidade. Cada uma possui suas particularidades quanto a audiência, segmentação de público, perfil de conteúdo e programação, porém, todas se utilizadas de forma integrada gerarão excelentes resultados para nossa campanha. Serão 4 spots diferentes, 01 (um) utilizado para divulgar a campanha em si e os outros (03) para divulgar o cronograma de execução das obras de pavimentação asfáltica, bem como, as ruas e bairros que estarão prestes a ser contemplados com a ação. Utilizaremos durante os 30 (trinta) dias, na programação rotativa de cada uma, 7 (sete) inserções diárias de 30” nos finais de semana (sábados).

Be  
bop



Outdoor – Sugerimos para a campanha 04 (quatro) pontos distribuídos pela região central e de acesso a cidade. O primeiro está localizado na Rua XV de Novembro, o segundo na Rua Expedicionário João Maria, o terceiro na Av. Ivan Ferreira do Amaral próximo ao Lago Municipal e o quarto na Rua Vereador Arlindo Bavaresco, esquina com a XV de Novembro. Todos terão uma veiculação de 2 bi semanas e serão produzidos em papel 32 folhas.

Site da prefeitura – Sugerimos a criação e publicação de um *web banner*, tamanho 728 x 90px, no site da prefeitura com a chamada principal da campanha convidando todos a conhecerem melhor o “maior programa de pavimentação asfáltica de todos os tempos” em Laranjeiras do Sul. Ao clicar no anúncio o internauta será direcionado ao endereço eletrônico que traz maiores detalhes sobre o programa, como exemplo, investimentos, cronograma de execução e fotos.

Redes Sociais – Para alcançarmos o maior número de laranjeirenses possíveis, utilizaremos o perfil da Prefeitura no Instagram e a *fanpage* no Facebook para divulgar 04 posts. A estratégia aqui é muito parecida com a do rádio, ou seja, um dos posts falará sobre a campanha em si e os outros (03) divulgarão maiores detalhes do programa de pavimentação asfáltica. Vale frisar que a *fanpage* (página) da prefeitura no Facebook tem mais de 2,9 mil curtidas (dados de 06/08/2018) e o perfil oficial da prefeitura no Instagram tem pouco mais de 1mil seguidores (dados de 06/08/2018). Ambas as redes sociais já cumprem a função de divulgar serviços, ações, projetos e eventos do município e por isso atraem milhares de seguidores, porém, tentaremos aumentar ainda mais essa exposição das mensagens através do impulsionamento de conteúdo, semanalmente, na *fanpage* do Facebook.

Painel digital – Em Laranjeiras do Sul temos dois painéis instalados em locais extremamente estratégicos. Um na rua XV de Novembro medindo 5m (L) x 2m (A) e outro na rua 7 de setembro medindo 4m x 2m. Utilizaremos nessa mídia, de forma intercalada, o mesmo material criado para as redes sociais (devido suas proporções serem praticamente iguais), com isso intensificaremos o conteúdo dos 04 *posts* já criados para as redes sociais. Afinal, cada inserção nesse meio tem 240 aparições no dia em cada painel.

Flyer / Panfletos - O tamanho sugerido é o padrão utilizado na maioria das campanhas publicitárias, 15cm (L) x 21cm (A), frente e verso, impresso em papel couchê 120g. Considerando uma população total de pouco mais de 32 mil habitantes, sugerimos a produção de 30 mil unidades do material a serem distribuídos por toda cidade.

Por fim, analisados e escolhidos os meios de comunicação a serem utilizados e a forma como trabalharemos com cada um, apresentamos na sequência nossos custos totais com a campanha institucional “Laranjeiras do Sul. Um verdadeiro canteiro de obras”, bem como os custos de produção e criação, planilha de inserções com especificação da quantidade de inserções e os dias utilizados para cada meio de comunicação, além dos orçamentos apresentados. Vale lembrar que o valor estipulado pelo briefing deste certame licitatório para os 30 dias de campanha foi de R\$ 150 mil e utilizamos de forma coerente e eficaz R\$ 112.482,00. Mesmo tendo utilizado somente 74,9% do valor estipulado, acreditamos que, muito além de gerar economia para a administração municipal, nossa campanha possui uma linguagem simples e local, é atraente e conseguimos com a distribuição de inserções



uma excelente cobertura e frequência de veiculação das peças publicitárias que divulgarão as realizações da administração municipal de Laranjeiras do Sul.

### VISÃO GERAL DOS CUSTOS COM MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Campanha: Laranjeiras do Sul. Um verdadeiro canteiro de obras

Jornal	R\$ 28.350,00	52,47%
Rádio	R\$ 17.521,00	32,43%
Painel digital	R\$ 3.200,00	5,92%
Outdoor	R\$ 4.160,00	7,70%
Facebook	R\$ 800,00	1,48%
<b>CUSTO TOTAL</b>	<b>R\$ 54.031,00</b>	

### SIMULAÇÃO DE CUSTOS COM CRIAÇÃO

Qtd	Item	Valor Unitário	Custo Total
4	Spots de 30" para rádio	R\$ 3.722,00	R\$ 14.888,00
1	Outdoor	R\$ 5.835,00	R\$ 5.835,00
1	Página de Jornal	R\$ 4.549,00	R\$ 4.549,00
4	Post para Facebook e Instagram	R\$ 5.550,00	R\$ 22.200,00
1	Web banner para o site da prefeitura	R\$ 5.499,00	R\$ 5.499,00
<b>CUSTO TOTAL</b>			<b>R\$ 52.971,00</b>

### SIMULAÇÃO DE CUSTOS COM PRODUÇÃO

Qtd	Item	Valor Unitário	Custo Total
4	Spots de 30" para rádio	R\$ 140,00	R\$ 560,00
8	Outdoor impresso em papel com colagem	R\$ 240,00	R\$ 1.920,00
30.000	Flyer/Panfleto 15x21, 4x4, couchê 120g	R\$ 0,10	R\$ 3.000,00
<b>CUSTO TOTAL</b>			<b>R\$ 5.480,00</b>

### VISÃO GERAL DOS CUSTOS

Campanha: Laranjeiras do Sul. Um verdadeiro canteiro de obras

Custos com Produção	R\$ 5.480,00	4,87%
Custos com Veiculação	R\$ 54.031,00	48,04%
Custos com Criação	R\$ 52.971,00	47,09%
<b>CUSTO TOTAL</b>	<b>R\$ 112.482,00</b>	

BOP

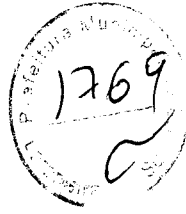
1768  
Prestadora Municipal de Serviços  
Comércio

**SIMULAÇÃO DE VEICULAÇÃO E CUSTOS DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO - PREFEITURA DE LARANJEIRAS DO SUL/PR**

set/18

MEIO / PROGRAMA	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	TOT INIS	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL																																	
Trabalho Corral do Povo - Contrôla Capa Colorida	1			X	X	X	X											X	X	X	X	1			X	X	X	X	6		R\$ 4.725,00	R\$ 28.350,00																																		
Trabalho de Iniciação Profissional - 30% - 2018	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	180		R\$ 22,80	R\$ 4.378,00																																	
Trabalho de Iniciação Profissional - 30% - 2018	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	180		R\$ 26,80	R\$ 4.848,00																																	
Trabalho de Iniciação Profissional - 30% - 2018	6	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	180		R\$ 22,80	R\$ 4.378,00																																	
Trabalho de Iniciação Profissional - 30% - 2018	7	7	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	270		R\$ 18,00	R\$ 4.968,00																																	
Trabalho de Iniciação Profissional - 30% - 2018	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	7200		R\$ 1,8 mil / mês	R\$ 1.800,00																																	
Trabalho de Iniciação Profissional - 30% - 2018	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	240	7200		R\$ 1,8 mil / mês	R\$ 1.800,00																																	
Trabalho de Iniciação Profissional - 30% - 2018	1																													2		R\$ 880,00	R\$ 1.040,00																																	
Trabalho de Iniciação Profissional - 30% - 2018	1																													2		R\$ 880,00	R\$ 1.040,00																																	
Trabalho de Iniciação Profissional - 30% - 2018	1																													2		R\$ 880,00	R\$ 1.040,00																																	
Trabalho de Iniciação Profissional - 30% - 2018	1																													2		R\$ 880,00	R\$ 1.040,00																																	
Trabalho de Iniciação Profissional - 30% - 2018	X	X	1							1														1						4		R\$ 200,00	R\$ 800,00																																	
																																		TOTAL BRUTO																												R\$ 54.031,00				
																																		COMISSÃO																																
																																		LÍQUIDO																																R\$ 54.031,00

■ Dias em que não há circulação  
- continuação da veiculação contratada durante o período restante



ENVELOPE N.º 02 - PROPOSTA TÉCNICA  
CONCORRÊNCIA N.º 006/2018  
MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL/PR  
COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA  
CNPJ: 10.660.477/0001-57



## Plano de Comunicação Publicitária

### Raciocínio Básico

Laranjeiras do Sul, localizada na região Centro-oeste do Paraná, acolhe 32.732 pessoas que a escolheram para chamar de lar. É por essas pessoas que a atual administração trabalha para que a aplicação inteligente dos recursos financeiros e o planejamento correto das políticas públicas possam promover o desenvolvimento da cidade e proporcionar bem-estar à população.

A partir disso, é possível notar os avanços estruturais que Laranjeiras do Sul vem passando desde 2017, garantindo qualidade de vida a toda população, aumentando assim o orgulho em viver nesta cidade.

Percebe-se, dessa forma, a necessidade de mostrar à população, por meio de campanhas publicitárias de caráter informativo e educativo, as atividades realizadas pela prefeitura municipal através do anúncio de obras e serviços, mas indo além e utilizando essa ferramenta como forma de prestação de contas dos recursos públicos utilizados no município.

Como exemplo de transformação, podemos citar o maior plano de mobilidade urbana da história de Laranjeiras do Sul, levando asfalto e calçamento ao centro e aos bairros da cidade e a recuperação das estradas rurais. Além das reformas nas escolas e na rodoviária municipal e dos investimentos feitos na agricultura.

Essas ações impactam na vida dos cidadãos laranjeirenses de forma geral: com estradas rurais de qualidade a safra segue o seu caminho trazendo riqueza à cidade; estradas urbanas proporcionam melhora no tráfego e bem-estar à população; com escolas seguras e confortáveis, os profissionais da educação e alunos rendem muito mais; uma rodoviária bonita e funcional recebe com aconchego seus visitantes.

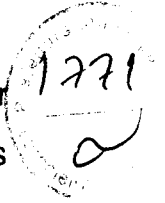
Dessa forma, à medida que as obras e os serviços são realizados, é preciso mostrá-los à população, para que, ao tomar conhecimento das ações, orgulhem-se da cidade onde vivem e sintam-se parte dela.

### Problema Específico de Comunicação

Desenvolver ações comunicacionais e de marketing atendendo as especificidades e as linguagens de cada meio em apoio ao bom serviço realizado pela Assessoria de Imprensa do município. Esta estratégia de comunicação baseia-se no princípio de que é um direito da população receber as informações, e um dever da prefeitura de informar sobre...



realizadas. O projeto deve vincular-se a objetivos sociais de interesse público, com caráter educativo, informativo e de orientação social. Também deverá observar as características étnicas e culturais estabelecidas pela colonização do município, sobretudo, ao trabalho de divulgação considerando o importante mapeamento das estratégias de comunicação e marketing para atender todos os públicos.



## Estratégia de Comunicação Publicitária

A promoção da imagem acolhedora de Laranjeiras do Sul, transcende a transformação que o município vive neste momento. Para conquistar o olhar da população – e em segundo plano dos empresários, possíveis investidores – é preciso intensificar as notícias dos avanços estruturais do município promovidos pela atual gestão.

Essa é a premissa básica da campanha. Utilizar imagens de obras, serviços e eventos que estão sendo executados ou criados para melhorar a infraestrutura e a qualidade de vida da população, com apoio de imagens de pessoas residentes em Laranjeiras, para aproximar a campanha ao perfil do público-alvo. Assim, promovemos o engajamento da população neste projeto com o propósito de enaltecer o seu envolvimento social, histórico e cultural com o município.

Mas e o que dizer?

Comunicar os avanços na qualidade de serviços com a aplicação de recursos públicos em obras que melhoram o cotidiano da população, desperta o desejo a interação com todo esse projeto.

E quais seriam as estratégias?

Promover o engajamento da população não é fruto de magia. É preciso fazer a comunicação de forma estratégica para incentivar e fortalecer o vínculo com os moradores. E isso deve ser provocado de forma emocional.

Dessa forma, pretende-se iniciar a campanha ressaltando as qualidades estruturais de Laranjeiras do Sul e, logo em seguida, comunicar os avanços na qualidade e na ampliação de serviços básicos com a aplicação de recursos públicos em obras que melhoram o cotidiano da população, utilizando como apoio imagens de servidores públicos e dos próprios moradores de Laranjeiras, ou ainda de pessoas que foram atendidas com determinada ação do município, despertando o desejo de interação de toda a população.

Além disso, abrir espaço para o cidadão poder apontar suas demandas também será uma estratégia desse plano de comunicação. Às vezes, o cidadão tem problemas estruturais em sua comunidade ou ainda ideias a compartilhar, mas não encontra meios que possibilitem isso. Engajamento envolve oferecer oportunidades para o diálogo e trazer mudanças. Para isso, é preciso escutá-lo, incentivar sua criatividade e, através da comunicação, continuar viabilizando os projetos que beneficiam o cotidiano daquela comunidade.

Essa ação será possível a partir da simples implantação de um aplicativo mobile – o APP Fala Cidadão – no qual será possível ao cidadão enviar ideias e até mesmo reclamações com foto pelo próprio celular.

E é aí que entra a construção da agenda positiva com a mídia. Dar retorno é importante para o cidadão. O feedback é uma ferramenta construtiva, que deve incentivar o crescimento e motivar o diálogo. Daremos retornos positivos e negativos por meio da mídia. Essa medida demonstra comprometimento.

Concomitantemente à campanha publicitária na mídia e a implantação de novas tecnologias de informação, essa estratégia de comunicação propõem a implantação de técnicas de *endomarketing*, pois é fato que dentro das organizações governamentais existe um fluxo constante de informações, que podem chegar de maneira escassa ou até mesmo não ser recebidas pelos devidos receptores da mensagem. Fato que ocorre quando o emissor não averigua quais os meios de comunicação mais eficazes para específicos públicos nas quais eles desejam informar. Essa comunicação interna chamada de *endomarketing* é o estudo estratégico adotado pelas organizações para fluir com mais clareza os processos de relação interpessoal em suas formas vertical (do gestor para seus subordinados) e horizontal (entre subordinados). Causando um maior desenvolvimento da imagem da instituição pública perante seus servidores e, conseqüentemente, a população.

#### Planejamento

Este planejamento foi desenvolvido, no sentido de otimizar os recursos e ampliar a abrangência da campanha promovendo os programas, os projetos e as ações da administração municipal de Laranjeiras do Sul, em paralelo aos esforços para o engajamento da população com o propósito de construir um ambiente melhor para todos.

#### Objetivos

Fortalecer a imagem do município enaltecendo suas atividades econômicas e agrícolas, prestação de serviços e o seu potencial educacional; divulgação dos serviços desenvolvidos pela Prefeitura de forma educativa e comunitária; divulgar novas ações e novos programas de governo em benefício da população; divulgar os atrativos econômicos, turísticos e culturais de Laranjeiras do Sul; promover o aumento na arrecadação dos tributos municipais; Intensificar o uso das novas tecnologias de informação a fim de aproximar a

administração da população local; valorização do funcionalismo público; construir a imagem institucional para que seja criado um ambiente mais pleno possível em qualidade de vida.

#### Público-alvo Prioritário

O público-alvo prioritário é composto pela população residente no município de Laranjeiras do Sul, em todas as faixas etárias, que buscam por serviços públicos de qualidade e melhorias na infraestrutura do município, proporcionando maior qualidade de vida para seus familiares. O perfil psicográfico é bastante variável, considerando que existem munícipes de todas as idades, escolaridade e condições econômicas variáveis.

#### Público-alvo Secundário

População que reside em outras cidades, em especial nos municípios da região Oeste; empresários com potencial para se instalarem ou investirem em Laranjeiras do Sul; público interno da administração; jornalistas e veículos de comunicação.

#### Mercados Prioritários

O mercado prioritário é o município de Laranjeiras do Sul, sobretudo os municípios vizinhos. Paralelo a isso, há uma parcela destinada a atingir outros municípios importantes do Paraná.

#### Como dizer?

A divulgação das obras de infraestrutura na cidade e no campo, do avanço qualitativo dos serviços da área de saúde prestados para população e dos projetos culturais deve ser massiva, abrangente e apresentar linguagem coloquial, compatível com os públicos-alvo prioritário e secundário, para valorizar e fortalecer a gestão pelo que ela representa.

Neste sentido, a estratégia de comunicação proposta quer valorizar, através da ideia criativa com as peças da campanha, os pontos fortes da administração e mostrar ao público as vantagens que os avanços em infraestrutura para fomentar o comércio local e o agronegócio, na prestação de serviços públicos com qualidade e nos projetos culturais, podem proporcionar, não só no conforto da população, mas com a atração de novos estudantes e empresários para fomentar a economia local, gerando renda para o comércio e pequenos agricultores.

O argumento principal da comunicação se apropria do slogan: *"Orgulho de Viver Aqui!"*, incrementando as peças com imagens de obras ou serviços, com o objetivo de dar sentido

1273

para toda a campanha, que busca demonstrar aos públicos que quem realmente tem orgulho de Laranjeiras do Sul, trabalha comprometido com a coisa pública resultando em investimentos e melhores serviços para a população.

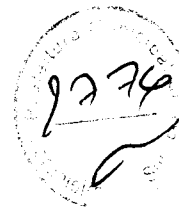
As informações aplicadas nas peças publicitárias levam em consideração as particularidades de cada evento, ação, obra ou serviço prestado pelo município, com tamanho, quantidade, duração e versões variadas de mídia (TV, rádio, jornal, outdoor, mídias sociais) e não mídia (folder, cartaz, banner em lona, jornal informativo institucional) para serem distribuídos de forma direcionada, com conteúdo específico contendo informações relacionadas a obras, serviços e programas de governo, além das tradicionais festas e outros eventos que estão sendo incluídos no planejamento da agenda cultural do município.

O apelo visual é expressivo e atual, com conceito em relação à direção de arte que confere seriedade, elegância e modernidade à campanha e, conseqüentemente, à administração atual.

A campanha será composta por mídia televisiva, rádio, mídia impressa, *online e comunitária*, com apelo a merchandising e anúncios publicitários relativos às obras e aos serviços oferecidos pela Prefeitura Municipal de Laranjeiras do Sul. A informação será transmitida de forma dinâmica e informativa. Sugerimos também exposições internas através da implantação de mídia indoor com propagandas e filmes institucionais variados a fim de promover o *endomarketing*.

Ideia Criativa

Relação das Peças da Campanha



Descrição Briefing	Peça Apresentada
Outdoor	Obras - 21 milhões em investimentos
Spot 30" para rádio	Asfalto - Programa de Pavimentação
Anúncio para jornal	Asfalto - Programa de Pavimentação

## Estratégia de Mídia e Não Mídia

A presente proposta para veiculação da campanha publicitária pretende auxiliar a Prefeitura Municipal de Laranjeiras do Sul na divulgação dos programas e projetos de governo mostrando os destaques do município.

### Planejamento Estratégico

Nosso planejamento prevê esforço de comunicação em período contínuo (30 dias) dividido em várias táticas e ações de mídia que serão realizadas concomitantemente.

A primeira tática utilizará mídia online nos principais portais de notícias da região, além de inserções no portal próprio da Prefeitura de Laranjeiras do Sul. Também será promovido o impulsionamento constante em redes sociais próprias do município, além da utilização de táticas de Inbound Marketing, através das ferramentas adequadas, a fim de promover as qualidades do município em blogs, podcasts, vídeos, e-Books, newsletters, whitepapers e outras formas de marketing de conteúdo.

Faremos divulgação de spots nas principais emissoras de Rádio FM e Comunitárias de Laranjeiras, com inserções diárias reforçando toda a campanha e outdoor espalhados pelo município.

De forma mais concentrada, utilizaremos divulgação de VT de 30" em emissoras de TV com audiência confirmada no município, a fim de impactar o público-alvo. Esta ação será realizada por um período de 15 dias.

Sugerimos a produção de um jornal institucional semestral com o propósito de prestar contas à população de forma mais detalhada de todas as ações, projetos e programas de governo. Além da implantação de formas inovadoras de comunicação, utilizando ferramentas como mídia indoor e de um aplicativo mobile.

Com esse planejamento estratégico, fica garantido o crescimento sólido da campanha, a efetivação do engajamento dos públicos com os nossos objetivos e preservada a economicidade dos recursos.

### Penetração dos meios

Nossa estratégia levou em consideração a análise dos dados extraídos de um levantamento de hábitos de consumo de mídia da população brasileira. Este parâmetro nos garante ações assertivas alcançando, assim, o resultado esperado. Nele observamos que 61% da população têm na TV o principal meio de informação. Já a internet está em segundo lugar, como meio preferido de 29% dos entrevistados e citada como uma das duas principais fontes de informação por 49%.

Dessa forma, os dados revelaram que o consumo de internet é frequente e abundante. Nesse processo, surpreende a confiança moderada nas notícias recebidas pela rede de computadores, sobretudo se comparada aos demais meios, em especial jornais, rádio e TV. É expressiva a forma como as pessoas se conectam, mas elas ainda buscam nos meios tradicionais a validação daquilo que veem na rede.

Os dados são da "Pesquisa Brasileira de Mídia - Hábitos de Consumo de Mídia pela População Brasileira", divulgada pela Secretaria de Comunicação Social do Governo Federal.

### Planejamento tático

#### Mídia online

O planejamento prevê a exibição linear durante toda a campanha no meio online, através da veiculação de banners, informes publicitários e vídeos nos principais portais de notícias da cidade e da região. Além dos portais de notícias, iremos promover o impulsionamento constante em redes sociais e plataformas de marketing online, quais sejam:



Instagram - considerada como a segunda rede social mais utilizada na atualidade entre os jovens. Esta plataforma permite mostrar de maneira mais real o dia a dia, garantindo a visibilidade da Prefeitura Municipal através das postagens.

Youtube - a rede social de vídeo mais acessada no mundo moderno, alcançando aproximadamente 100% da população brasileira conectada à internet. Vamos exibir através desta plataforma, todo o material criado pela Prefeitura de Laranjeiras do Sul.

Inbound Marketing - através desta tática promoveremos a gestão e geração de conteúdo, focado na promoção e direcionamento de tráfego para o site da Prefeitura de Laranjeiras do Sul, através de publicações nas redes sociais.

#### Rádio FM e Comunitária

Para as emissoras de Rádio com cobertura nas áreas de abrangência de Laranjeiras, iremos incentivar a interação com as redes sociais específicas da campanha e dos meios próprios da prefeitura e, paralelamente, com veiculação de spots de 30" sobre obras e serviços realizadas pela gestão municipal. Para tanto, definimos as seguintes emissoras: Rádio Educadora AM, Rádio Campo Aberto AM, Rádio Líder Sul FM e Rádio São Francisco FM.

#### TV Aberta

Selecionamos as emissoras de abrangência regional: RPC TV/Globo, RIC/Record, Tarobá/Band e TV Naipi/Massa. Buscamos variar os programas de maior audiência, com o propósito de atingir o maior público possível. O material que deverá ir ao ar nessa etapa da campanha será um VT de 30". Adotamos essa estratégia para impactar ainda mais o público-alvo prioritário com o propósito de engajamento. Adotando essa estratégia, os investimentos em TV aberta serão rentabilizados e o alcance da mensagem aumenta ao final do período.

#### Outdoor

Mídia com ampla cobertura local da população em trânsito com grande poder de impacto visual. Serão veiculados pelo menos quatro outdoors mensais, que permanecerão expostos durante toda campanha. Também pretendemos disponibilizar exposições nas principais rodovias que dão acesso ao município.

#### Não mídia

Os folders, cartazes, banners em lona e o jornal institucional usarão o tema principal da campanha reforçando os serviços, ações e programas municipais, sobretudo os avanços estruturais que colocam Laranjeiras do Sul na condição de um micropolo regional. Este material será distribuído nas escolas municipais e estaduais, clubes de serviços (a exemplo do Rotary e Lions Club), associações de classe, no comércio em geral e nas repartições públicas. Além disso, eles serão disponibilizados em eventos promovidas no município, com o objetivo de alcançar o público-alvo prioritário.

#### Formas inovadoras de comunicação

A criação e o desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária em consonância com novas tecnologias têm o objetivo de expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias aqui propostas. Para tanto, este planejamento de comunicação prevê a implantação de mídia indoor e do APP Fala Cidadão.

Mídia Indoor - ferramenta que possui grande agilidade na transmissão de informações em tempo real e interatividade junto a todos os públicos. Na verdade, esta ferramenta nada mais é que a evolução tecnológica do antigo jornal mural. Pois através dela é possível o detalhamento da informação, com imagens que reforçam o conteúdo textual. Corporações públicas que detêm diversas unidades, espalhadas pelo município, precisam de agilidade na comunicação interna para manter os servidores atualizados.

0229  
50

App Fala Cidadão – abrir espaço para o cidadão poder apontar suas demandas também será uma estratégia desse plano de comunicação. O APP Fala Cidadão nada mais é que um aplicativo mobile 100% gratuito para os usuários. Um canal de comunicação com toda população, possibilitando diálogo entre usuários e prefeitura de forma ágil e direta. Ele pode ser usado como sistema único de ouvidoria da cidade, pois contempla todas entradas via Website (prefeitura), aplicativo mobile e painel para quem vai até a prefeitura solicitar uma ocorrência.

Produção e veiculação da campanha institucional  
 Verba: R\$ 150.000,00

1780  
 2

Valores Média: TV				
Período: 16 à 30 de setembro de 2018				
Veículo: RPC TV	Formato	Inserções Total	Custo Unitário R\$	Custo Total R\$
Bom dia Brasil	VT 30"	5	235,00	1.175,00
Bem Estar	VT 30"	5	219,00	1.095,00
Paraná TV 1ª Edição	VT 30"	5	580,00	2.900,00
Novela II	VT 30"	4	1.208,00	4.832,00
Jornal Nacional	VT 30"	2	2.142,00	4.284,00
Plug RPC	VT 30"	4	469,00	1.876,00
Caldeirão do Huck	VT 30"	5	489,00	2.445,00
Caminhos do Campo	VT 30"	5	207,00	1.035,00
	<b>Total:</b>	<b>35</b>	<b>R\$</b>	<b>19.642,00</b>

Valores Média: TV				
Período: 16 à 30 de setembro de 2018				
Veículo: TV Tarobá	Formato	Inserções Total	Custo Unitário R\$	Custo Total R\$
Atualidades	VT 30"	1	1.438,00	1.438,00
Tarobá Esporte	VT 30"	1	1.502,00	1.502,00
Tempo Quente	VT 30"	1	1.454,00	1.454,00
Jornal Tarobá 2ª Ed.	VT 30"	2	1.454,00	2.908,00
Canta Paraná	VT 30"	2	888,00	1.776,00
Tarobá Rural	VT 30"	2	927,00	1.854,00
	<b>Total:</b>	<b>9</b>	<b>R\$</b>	<b>10.932,00</b>


Valores Média: TV				
Período: 16 à 30 de setembro de 2018				
Veículo: RIC TV	Formato	Inserções Total	Custo Unitário R\$	Custo Total R\$
Jornal da Record	VT 30"	1	3.879,00	3.879,00
Hoje em Dia	VT 30"	1	1.214,00	1.214,00
Fala Brasil	VT 30"	2	1.123,00	2.246,00
Esporte Fantástico	VT 30"	4	900,00	3.600,00
	<b>Total:</b>	<b>8</b>	<b>R\$</b>	<b>10.939,00</b>

1791  
2

Valores Mídia: TV				
Período: 16 à 30 de setembro de 2018				
Veículo: TV Naipi	Formato	Inserções Total	Custo Unitário R\$	Custo Total R\$
Destaque	VT 30"	1	1.336,00	1.336,00
Pitadas do Tempero	VT 30"	1	1.336,00	1.336,00
Show de Bola	VT 30"	1	1.336,00	1.336,00
Tribuna da Massa	VT 30"	4	698,00	2.792,00
Negócios da Terra	VT 30"	2	1.376,00	2.752,00
Caminhos do Oeste	VT 30"	1	1.343,00	1.343,00
	Total:	10	R\$	10.895,00

Valores Mídia: Rádio				
Período: 01 à 30 de setembro de 2018				
Veículo: Rádio	Formato	Inserções Total	Custo Unitário R\$	Custo Total R\$
Rádio Educadora AM	Spot 30"	150	25,50	3.825,00
Rádio Líder Sul FM	Spot 30"	150	24,90	3.735,00
Rádio Campo Aberto AM	Spot 30"	150	23,50	3.525,00
Rádio São Francisco FM	Spot 30"	150	15,00	2.250,00
	Total:	600	R\$	13.335,00

Valores Mídia: Portal de Notícias				
Período: 01 à 30 de setembro de 2018				
Veículo: Internet	Formato	Inserções Total	Custo Unitário R\$	Custo Total R\$
Cantu em Foco	Banner Home Page – 1200x350px	Mensal	500,00	500,00
Portal Cantu	Banner Home Page – 700x400px	Mensal	2.000,00	2.000,00
Correio do Povo do Paraná	Super Banner Home Page – 950x250px	15 dias	37,50	3.937,50
Olho Aberto Paraná	Banner Home Page – 200x200px	Mensal	2.000,00	2.000,00
Meia Hora Notícias	Banner Home Page – 200x200px	Mensal	1.500,00	1.500,00
	Total:			

1782  


Valores Média: Jornal				
Período: 01 à 30 de setembro de 2018				
Veículo: Jornal	Formato	Inserções Total	Custo Unitário R\$	Custo Total R\$
Correio do Povo do Paraná	Meia página, indeterminada, colorida	3	4.886,00	14.658,00
Cantu em Foco	Meia página, indeterminada, colorida	1	500,00	500,00
Folha do Xagu	Meia página, Contracapa, colorida	6	600,00	3.600,00
	<b>Total:</b>	<b>10</b>	<b>R\$</b>	<b>18.758,00</b>

Valores Média: Mídias Sociais		
Período: 01 à 30 de setembro de 2018		
Mídias Sociais	Tipo	Custo Total R\$
Youtube	Patrocinado	600,00
Facebook	Patrocinado	700,00
Instagram	Patrocinado	700,00
Inbound Marketing	Ferramenta	400,00
	<b>Total:</b>	<b>R\$ 2.400,00</b>

Valores Média: Exterior - Outdoor				
Período: 16 à 30 de setembro de 2018				
Local	Formato	Pontos de exibição	Custo Unitário R\$	Custo Total R\$
Rua Vereador Arlindo Bavaresco, esquina XV de Novembro	9x3	01	280,00	280,00
Rua XV de Novembro	9x3	01	280,00	280,00
Av. Santos Dumont esq. Av. José Campigoto	9x3	01	280,00	280,00
Rua Sete de Setembro esq. José Nogueira do Amaral	9x3	01	280,00	280,00
BR 158 - Trevo Rio Bonito do Iguazu - Laranjeiras do Sul	9x3	01	280,00	280,00
Rua Expedicionário João Maria	9x3	01		

1283  
2

Valores Média: Indoor				
Período: 01 à 30 de setembro de 2018				
Local	Formato	Pontos de exibição	Custo Unitário R\$	Custo Total R\$
UBS Água Verde	Comodato	1	450,00	450,00
UBS Monte Castelo	Comodato	1	450,00	450,00
UBS Centro	Comodato	1	450,00	450,00
UBS Jardim Iguaçu	Comodato	1	450,00	450,00
UBS Cristo Rei	Comodato	1	450,00	450,00
UBS Celeste	Comodato	1	450,00	450,00
UBS Presidente Vargas	Comodato	1	450,00	450,00
	<b>Total:</b>	<b>7</b>	<b>R\$</b>	<b>3.150,00</b>

Valores Produção: Peça Não Mídia				
Não Mídia	Formato	Quantidade Total	Custo Unitário R\$	Custo Total R\$
Folder 150gr – Frente e verso	A5 – 01 dobra	10.000	0,10	1.000,00
Cartaz - Frente	A3	500	1,00	500,00
Banner em Lona	1,20 x 0,90m	30	35,00	1.050,00
Informativo – 12 páginas	Tabloide	10.000	0,45	4.500,00
Fala Cidadão	Aplicativo	Licença Mensal	600,00	600,00
	<b>Total:</b>		<b>R\$</b>	<b>7.650,00</b>

Valores Produção: Peça para Mídia				
Produção	Tipo	Quantidade	Custo Unitário R\$	Custo Total R\$
Spot	30"	1	180,00	180,00
VT	30"	1	1.300,00	1.300,00
Papel Outdoor	9x3m	6	120,00	720,00
	<b>Total:</b>	<b>2</b>	<b>R\$</b>	<b>2.200,00</b>

Valores: Distribuição/Colagem				
Produção	Tipo	Quantidade	Custo Unitário R\$	Custo Total R\$
Distribuição de Material de Não Mídia	Milheiro	20	50,00	1.000,00
Colagem Outdoor	9x3m	6	120,00	720,00
	<b>Total:</b>	<b>7</b>	<b>R\$</b>	<b>1.720,00</b>

1285  
 2

Valores: Criação

Produção	Tipo	Quantidade	Custo Unitário R\$	Custo Total R\$
Criação de conceito de campanha integrada: Planejamento de mídia offline e online – apresentação de até 7 (sete) peças finalizadas	Valor de Custeio	1	34.650,00	34.650,00
Total:		1	R\$	34.650,00

Valores (absolutos e percentuais) por tipo

Tipo	Valores	Percentual %
Veiculação Mídia	101.668,50	68,74
Produção Não Mídia	7.650,00	5,18
Distribuição/Colagem	1.720,00	1,17
Produção Mídia	2.200,00	1,49
Criação	34.650,00	23,42
Total Geral:	147.888,50	100

Valores (absolutos e percentuais) por meio

Tipo	Valores	Percentual %	Quantidades
Veiculação Rádio	13.335,00	9,02	600 inserções
Veiculação TV	52.408,00	35,43	62 inserções
Veiculação Portal	9.937,50	6,72	30 dias
Veiculação Jornal	18.758,00	12,68	10 inserções
Mídias Sociais	2.400,00	1,62	30 dias
Mídia Exterior	1.680,00	1,14	06 pontos
Mídia Indoor	3.150,00	2,13	07 pontos
Produção Folder	1.000,00	0,68	10.000 unidades
Produção Cartaz	500,00	0,34	500 unidades
Produção Banner	1.050,00	0,71	30 unidades
Produção Informativo	4.500,00	3,04	10.000 unidades
Fala Cidadão	600,00	0,41	Licença
Distribuição Não Mídia	1.000,00	0,68	20 milheiros
Colagem Outdoor	720,00	0,49	06 pontos
Produção Spot	180,00	0,12	01 spot
Produção VT	1.300,00	0,88	01 VT
Produção Papel Outdoor	720,00	0,49	06 pontos
Criação	34.650,00	23,42	01 campanha
Total Geral:	R\$ 147.888,50	100	



1283  
2

Cascavel, 09 de agosto de 2018.

  
Ana Caroline Kuhn Schimanko  
Dudacom Marketing Integrado Eireli  
CNPJ: 24.811.536/0001-55





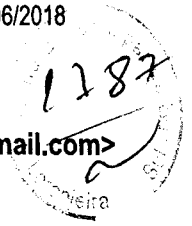
# **DUDACOM**

**MARKETING INTEGRADO**

- **ENVELOPE N.º 2 - PROPOSTA TÉCNICA**  
**CONCORRÊNCIA N.º 006/2018**  
**MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL/PR**  
**RAZÃO SOCIAL: DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI**  
**CNPJ: 24.811.536/0001-55**



Prefeitura Laranjeiras do Sul &lt;licitacaols@gmail.com&gt;

**Llink para download dos arquivos digitalizados referentes ao envelopes 01, 02 e 03 da Concorrência 006/2018**

1 mensagem

Licitação - Laranjeiras do Sul &lt;licitacao@ls.pr.gov.br&gt;

25 de setembro de 2018 15:36

Para: ~~producao@doppel.com.com.br~~, Yasmin <recepcao2@casadacomunicacao.net>, Financeiro Hey Comunicação <financeiro@heycomunicacao.com.br>, ~~evandro@olepropaganda.com.br~~, contato@dudacom.net, Luana <luana@olepropaganda.com.br>, Financeiro | Meta Propaganda <financeiro@metapropaganda.com.br>, franciseo meta propaganda <franciseo@metapropaganda.com.br>, Nilson Fante <nilson@ntv.com.br>, mariareza@dopps.com.br, Samuel Kruk <samuol@bobocomunicacao.com.br>, Elvis Candido Lima <blancolima@blancolima.com.br>, Manoel Teixeira <manoel@casadacomunicacao.net>, ~~midia@metapropaganda.com.br~~, ~~ademir@metapropaganda.com.br~~

Boa tarde, encaminho o link para download dos arquivos digitalizados referentes ao envelopes 01, 02 e 03 da Concorrência 006/2018.

O prazo para recursos inicia-se no dia 26/09/2018 até 02/10/2018.

Favor acusar o recebimento, retornando o e-mail com resposta afirmativa do recebimento.

Atenciosamente,

Gilson Ferreira Cella  
Presidente CPL

LINK PARA DOWLOAD:

[www.laranjeirasdosul.pr.gov.br/licita/arquivosdigitaiscp0062018.rar](http://www.laranjeirasdosul.pr.gov.br/licita/arquivosdigitaiscp0062018.rar)

01/10/2018

Gmail - Link para download dos arquivos digitalizados referentes ao envelopes 01, 02 e 03 da Concorrência 006/2018

Rose | Meta Propaganda <midia@metapropaganda.com.br>  
Para: Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>

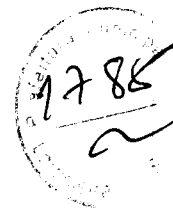
26 de setembro de 2018 10:08

Bom dia!

Conseguimos.

Muito obrigada.

[Texto das mensagens anteriores oculto]



Rose Uller

Diretora de Midia e Atendimento

midia@metapropaganda.com.br

44 3262-9669



www.metapropaganda.com.br


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

26 de setembro de 2018 10:40

Caro Gilson, bom dia.  
Link recebido.  
O prazo começou a contar ontem, correto?  
Obrigado

Em 25/09/2018 15:36, Licitação - Laranjeiras do Sul escreveu:  
[Texto das mensagens anteriores oculto]

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>

26 de setembro de 2018 10:45

Bom dia.  
O prazo para recursos inicia-se no dia 26/09/2018 até 02/10/2018

[Texto das mensagens anteriores oculto]


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

26 de setembro de 2018 11:20

Obrigado

[Texto das mensagens anteriores oculto]

Manoel Teixeira  
Diretoria

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

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

1 de outubro de 2018 09:54

Bom dia, solicito a comissão de Licitação que nos encaminhe a documentação referente a análise da sub comissão, com suas notas e justificativas.

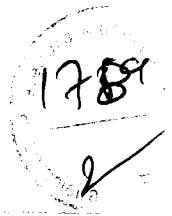
Também solicito que o prazo para recurso seja prorrogado, pois com a falta da documentação da sub comissão...

01/10/2018

Gmail - Link para download dos arquivos digitalizados referentes ao envelopes 01, 02 e 03 da Concorrência 006/2018

Olé Propaganda e Publicidade.

42 99964-2565



**De:** Licitação - Laranjeiras do Sul [mailto:licitacao@ls.pr.gov.br]

**Enviada em:** terça-feira, 25 de setembro de 2018 15:37

**Para:** producao@doppslucom.com.br; Yasmin; Financeiro Hey Comunicação; evandro@olepropaganda.com.br; contato@dudacom.net; Luana; Financeiro | Meta Propaganda; francisco meta propaganda; Nilson Fante; mariarosa@dopps.com.br; Samuel Kruk; Elvis Candido lima; Manoel Teixeira; midia@metapropaganda.com.br; ademir@metapropaganda.com.br

**Assunto:** Link para download dos arquivos digitalizados referentes ao envelopes 01, 02 e 03 da Concorrência 006/2018

[Texto das mensagens anteriores oculto]

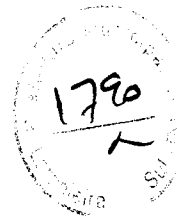


# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070

CNPJ: 76.205.970/0001-95 - Fone: (42) 3635-8100 - Fax: (42) 3635-8136



## PRORROGAÇÃO PRAZO RECURSAL

De: Gilson Ferreira Cella  
Presidente Comissão de Licitação

Data: 01 de outubro de 2018.

Referente: Prazo para Recursos.

Venho por meio desta comunicar que os documentos com as notas e justificativas dadas pela subcomissão técnica estão disponíveis no site do município desde o dia 17 de setembro de 2018. Demais documentos digitalizados referentes aos envelopes 01, 02 e 03 foram mandados via link no email tendo em vista o site não comportar arquivos daquele tamanho. Entretanto, foi questionado por uma proponente o não envio das justificativas com as notas, pedindo dilação do prazo recursal.

Visando não prejudicar nenhuma proponente, fica PRORROGADO o prazo recursal até o dia 08 de outubro de 2018.

Atenciosamente,

  
Gilson Ferreira Cella  
PRESIDENTE CPL



Prefeitura Laranjeiras do Sul &lt;licitacacaols@gmail.com&gt;

**PRORROGADO o prazo recursal até o dia 08 de outubro de 2018**

1 mensagem

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

1 de outubro de 2018 13:33

Para: producao@doppslu.com.br, Yasmin <recepcao2@casadacomunicacao.net>, Financeiro Hey Comunicação <financeiro@heycomunicacao.com.br>, evandro@olepropaganda.com.br, contato@dudacom.net, Luana <luana@olepropaganda.com.br>, Financeiro | Meta Propaganda <financeiro@metapropaganda.com.br>, ademir@metapropaganda.com.br, francisco meta propaganda <francisco@metapropaganda.com.br>, Nilson Fante <nilson@ntv.com.br>, mariarosa@dopps.com.br, Samuel Kruk <samuel@bebopcomunicacao.com.br>, Elvis Candido lima <blancolima@blancolima.com.br>, Manoel Teixeira <manoel@casadacomunicacao.net>, Rose | Meta Propaganda <midia@metapropaganda.com.br>

**Boa tarde, favor re-enviar o e-mail confirmando o recebimento.****PRORROGAÇÃO PRAZO RECURSAL**

De: Gilson Ferreira Cella  
Presidente Comissão de Licitação

Data: 01 de outubro de 2018.

Referente: Prazo para Recursos.

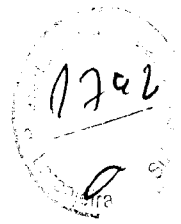
Venho por meio desta comunicar que os documentos com as notas e justificativas dadas pela subcomissão técnica estão disponíveis no site do município desde o dia 17 de setembro de 2018. Demais documentos digitalizados referentes aos envelopes 01, 02 e 03 foram mandados via link no email tendo em vista o site não comportar arquivos daquele tamanho. Entretanto, foi questionado por uma proponente o não envio das justificativas com as notas, pedindo dilação do prazo recursal.

Visando não prejudicar nenhuma proponente, fica **PRORROGADO** o prazo recursal até o dia 08 de outubro de 2018.

Atenciosamente,

01/10/2018

Gmail - PRORROGADO o prazo recursal até o dia 08 de outubro de 2018



 **ATA 2ª SESSÃO.pdf**  
199K

 **DILAÇÃO RECURSO C.P. 006-2018.doc**  
53K

 **ATA SUBCOMISSÃO ENVELOPE 03.pdf**  
613K

 **ATA SUBCOMISSÃO ENVELOPE 01.pdf**  
958K

REPUBLICA FEDERATIVA DE BRASIL  
 COMISSÃO DE REGISTRAÇÃO DE CANDIDATOS  
 DO TRIBUNAL ELEITORAL DO BRASIL

1264618731

VALOR EM REAIS  
 2 TRINTA E OCHO REAIS

0271227932


21/02/2021 26/08/2021

REGIÃO: S  
 CDT: S


MUNICÍPIO: SÃO CARLOS - SP  
 REGISTRO: 267932

CANDIDATO: MARIO SERVIDOR ALVES

CANDIDATURA: REGULAR



1793







# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070

CNPJ: 76.205.970/0001-95 - Fone: (42) 3635-8100 - Fax: (42) 3635-8136



## CERTIFICADO AUTENTICAÇÃO DE DOCUMENTOS

De: Gilson Ferreira Cella  
Comissão de Licitação

Data: 09 de novembro de 2018.

Referente: Autenticação de Documentos.

Certifico que em 09 de novembro de 2018 compareceu neste Departamento de Licitação o Sr. Elvis Candido Lima, representante da empresa BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA, conforme intimação datada de 05 de novembro de 2018, portando os documentos originais de comprovação de vínculo empregatício e funções exercidas exigidos no Item 10.1.1. do edital C.P. 006/2018-PMLS, sendo que procedi à análise e cotejo entre todos os documentos apresentados em cópias no Envelope nº 03 e os documentos originais apresentados e **CERTIFICO** que os mesmos são cópias fiéis aos originais sendo portanto autênticos.

Atenciosamente,

Gilson Ferreira Cella  
Presidente da Comissão de Licitação  
Decreto 004/2018-PMLS

Recebido  
9/11/18  
Elvis C. Lima

1793  
2

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

SECRETARIA DE ESTADO DA SEGURANÇA PÚBLICA  
INSTITUTO DE IDENTIFICAÇÃO DO PARANÁ

RG: 5.334.089-0

POLEGAR DIREITO

ASSINATURA DO TITULAR

CARTEIRA DE IDENTIDADE

Caligrafia Brasileira

VÁLIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL

REGISTRO GERAL: 5.334.089-0 DATA DE EX

NOME: MANOEL HENRIQUE FOLTRAN TEI

FILIAÇÃO: JOANI TEIXEIRA  
DIRCEIA MARIA FOLTRAN TEIXEIRA

NATALIDADE: CAMPO MOURÃO/PR DATA DE NASC

DOC. ORIGEM: COMARCA=PONTA GROSSA/PR, 1º OFÍCIO  
C.CAS=23872, LIVRO=1288, FOLHA=173

CURITIBA/PR

LEI Nº 7.116 DE 29/08/83

Caligrafia Brasileira

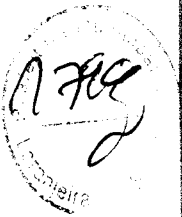


# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 - Centro - Cx. Postal 121 - 85301-070

CNPJ: 76.205.970/0001-95 - Fone: (42) 3635-8100 - Fax: (42) 3635-8136



## CERTIFICADO AUTENTICAÇÃO DE DOCUMENTOS

De: Renan Langer  
Comissão de Licitação

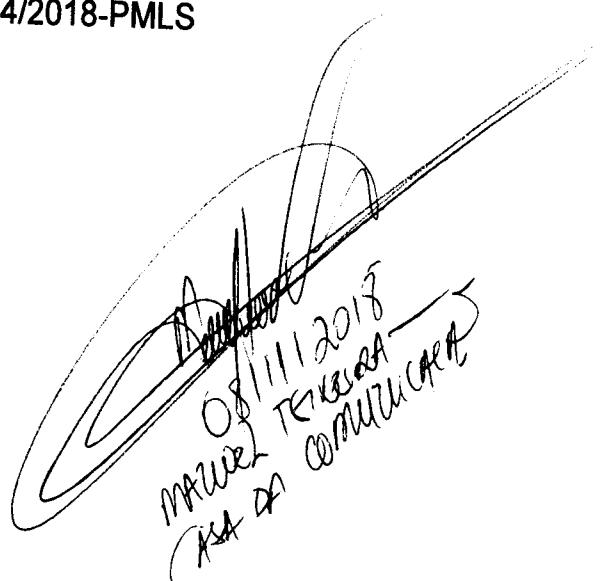
Data: 08 de novembro de 2018.

Referente: Autenticação de Documentos.

Certifico que em 08 de novembro de 2018 compareceu neste Departamento de Licitação o Sr. Manoel Henrique Foltran Teixeira, representante da empresa CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA, conforme intimação datada de 05 de novembro de 2018, portando os documentos originais de comprovação de vínculo empregatício e funções exercidas exigidos no Item 10.1.1. do edital C.P. 006/2018-PMLS, sendo que procedi à análise e cotejo entre todos os documentos apresentados em cópias no Envelope nº 03 e os documentos originais apresentados e **CERTIFICO** que os mesmos são cópias fiéis aos originais sendo portanto autênticos.

Atenciosamente,

Renan Langer  
Comissão de Licitação  
Decreto 004/2018-PMLS

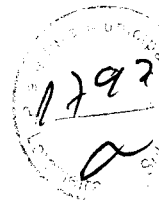
  
08/11/2018  
MANOEL TEIXEIRA  
CASA DA COMUNICAÇÃO



# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070  
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136



## CONCORRÊNCIA Nº 006/2018

### AVISO CONCLUSÃO DE DILIGÊNCIAS E ABERTURA ENVELOPE Nº 04 – PROPOSTA COMERCIAL

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.

Considerando o fim do prazo para realização de diligências (apresentação de documentos de comprovação de vínculo empregatício e funções exercidas exigidos no Item 10.1.1 do edital), as empresas CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA e BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA compareceram no Departamento de Licitação onde o Presidente da Comissão de Licitação procedeu ao cotejo entre cópias e documentos originais e atestou a autenticidade dos documentos alocados no envelope nº 03, razão pela qual mantêm-se inalteradas as notas das empresas CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA e BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.

Já a empresa META PROPAGANDA LTDA não compareceu ao Departamento de Licitação nem encaminhou a documentação original, razão pela qual tem atribuída nota zero ao quesito 10.3.2.1. (qualificação e quantificação dos profissionais) conforme informado na Decisão de Recurso, passando sua nota para:

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
9.4.3	14	14	14
9.4.5	4	4	4
TOTAL	30	30	30
MÉDIA ARITMÉTICA = 30,00			

\*Notas que sofreram alterações

META PROPAGANDA LTDA – Envelope nº 03			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1	0*	0*	0*
10.3.2.2	15	15	15



# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070  
CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100 Fax: (42) 3635-8136

2298  
[Handwritten signature]

PONTUAÇÃO FINAL			
	Envelope 01	Envelope 03	Pontuação final
META PROPAGANDA LTDA	30,00	23,33	53,33


Deste modo, a classificação da proposta técnica passa a ser:

PONTUAÇÃO FINAL				
	Envelope 01	Envelope 03	Pontuação final	Classificação
CASA DA COMUNICAÇÃO S/S LTDA	33,33	34,33	67,66	1º
N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA - EPP	30,66	34,83	65,49	2º
BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA - EPP	29,33	33,66	62,99	3º
OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA - EPP	28,00	34,66	62,66	4º
DOPPS + LUCOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA	27,00	33,13	60,13	5º
DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA	30,66	28,66	59,32	6º
COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA	27,66	27,66	55,32	7º
META PROPAGANDA LTDA	30,00	23,33	53,33	8º
HEY PROPAGANDA LTDA - EPP	23,00	29,83	52,83	9º

## ABERTURA DOS ENVELOPES Nº 04 – PROPOSTA COMERCIAL

O Presidente da Comissão de Licitação comunica que a abertura dos Envelopes nº 04 – Proposta Comercial - será realizada no dia 19 de novembro de 2018, às 09h15min, no Departamento de Licitação da Prefeitura Municipal de Laranjeiras do Sul.

Laranjeiras do Sul/PR, 13 de novembro de 2018.

  
**Gilson Ferreira Cella**  
Presidente CPL  
Decreto 004/2018

articular celebraram entre si, de sua livre e cômoda vontade, o seguinte contrato de prestação de serviços de manutenção de equipamentos eletrônicos...

CONTRATO Nº 006/2018  
AGÊNCIA Nº 006/2018  
VICAS E ABERTURA ENVELOPE Nº 04 -  
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE PARA  
PLANEJAMENTO, CONCEPÇÃO,  
INTERMEDIÇÃO E SUPERVISÃO DA  
DIFUSÃO DE MENSAGENS PEGAS E MATERIAS  
DIGITAIS E OUTRAS ELABORAÇÃO DE  
MATERIAL DE PROPAGANDA E DE OUTROS  
MATERIAIS DE PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DE

realização de diligências (apresentação de documentação e liberação de recursos financeiros) para a execução de serviços de manutenção de equipamentos eletrônicos...

MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná  
Cidade de Laranjeiras do Sul - Paraná  
DECRETO Nº 172/2018  
MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL  
Estado do Paraná  
DECRETO Nº 172/2018  
MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL  
Estado do Paraná

O Prefeito Municipal de Laranjeiras do Sul, Estado do Paraná, no uso de suas atribuições legais, resolve, em conformidade com o disposto no art. 16 da Lei nº 1.354/2008, nomear para o cargo de Secretário Municipal de Educação, Sr. JONATAS FELISBERTO DA SILVA, brasileiro, nascido em 15/05/1978, inscrito no CPF nº 030.770.000-08, com endereço em Rua Manoel de Barros, nº 01, JARDIM SANTA LUCIA, bairro de Colônia de Laranjeiras do Sul, Município de Laranjeiras do Sul, Estado do Paraná, para exercer as funções de Secretário Municipal de Educação, a partir de 15/11/2018, com o prazo de validade de 02 (dois) anos.

MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL  
Estado do Paraná  
DECRETO Nº 172/2018  
MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL  
Estado do Paraná

O Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de Laranjeiras do Sul, Estado do Paraná, no uso de suas atribuições legais, torna público, com base na Lei Federal nº 10.099/00, Lei Municipal 07/91 e 15/09/2, aprovada pela Lei Municipal nº 07/2010, de 26 de novembro de 2010, alterada pela Lei Municipal nº 05/2013, de 03/12/2013, e ainda a Lei Municipal 43/2016 de 18/08/2016 torna público:

1. A CONVOCAÇÃO DA CONSELHEIRA TITULAR BURLANTE, abaixo relacionadas, para ocupar o CARGO DE CONSELHEIRA TITULAR INTERINA pelo período de 30 (trinta) dias.

PREFEITURA MUNICIPAL DE VIRMOND

Estado do Paraná  
Cidade de Virmond - Paraná  
DECRETO Nº 172/2018  
PREFEITURA MUNICIPAL DE VIRMOND  
Estado do Paraná  
DECRETO Nº 172/2018  
PREFEITURA MUNICIPAL DE VIRMOND  
Estado do Paraná

O Prefeito do Município de Virmond, Estado do Paraná, no uso de suas atribuições legais, resolve, em conformidade com o disposto no art. 16 da Lei nº 1.354/2008, nomear para o cargo de Secretário Municipal de Educação, Sr. JONATAS FELISBERTO DA SILVA, brasileiro, nascido em 15/05/1978, inscrito no CPF nº 030.770.000-08, com endereço em Rua Manoel de Barros, nº 01, JARDIM SANTA LUCIA, bairro de Colônia de Laranjeiras do Sul, Município de Laranjeiras do Sul, Estado do Paraná, para exercer as funções de Secretário Municipal de Educação, a partir de 15/11/2018, com o prazo de validade de 02 (dois) anos.

MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL  
Estado do Paraná  
DECRETO Nº 172/2018  
MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL  
Estado do Paraná

O Conselho Municipal dos Direitos da Criança e do Adolescente de Laranjeiras do Sul, Estado do Paraná, no uso de suas atribuições legais, torna público, com base na Lei Federal nº 10.099/00, Lei Municipal 07/91 e 15/09/2, aprovada pela Lei Municipal nº 07/2010, de 26 de novembro de 2010, alterada pela Lei Municipal nº 05/2013, de 03/12/2013, e ainda a Lei Municipal 43/2016 de 18/08/2016 torna público:

1. A CONVOCAÇÃO DA CONSELHEIRA TITULAR BURLANTE, abaixo relacionadas, para ocupar o CARGO DE CONSELHEIRA TITULAR INTERINA pelo período de 30 (trinta) dias.

Table with multiple columns containing administrative data, including names, addresses, and contact information for various municipal offices.

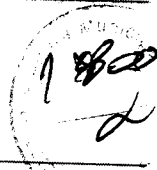




Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacacaols@gmail.com>

## AVISO CONCLUSÃO DE DILIGÊNCIAS E ABERTURA ENVELOPE N° 04 – PROPOSTA COMERCIAL

1 mensagem



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

13 de novembro de 2018 16:05

Para: producao@doppslucom.com.br, Yasmin <recepcao2@casadacomunicacao.net>, Financeiro Hey Comunicação <financeiro@heycomunicacao.com.br>, evandro@olepropaganda.com.br, contato@dudacom.net, Luana <luana@olepropaganda.com.br>, Financeiro | Meta Propaganda <financeiro@metapropaganda.com.br>, ademir@metapropaganda.com.br, francisco meta propaganda <francisco@metapropaganda.com.br>, Nilson Fante <nilson@ntv.com.br>, mariarosa@dopps.com.br, Samuel Kruk <samuel@bebopcomunicacao.com.br>, Elvis Candido lima <blancolima@blancolima.com.br>, Manoel Teixeira <manoel@casadacomunicacao.net>, Rose | Meta Propaganda <midia@metapropaganda.com.br>

### CONCORRÊNCIA N° 006/2018

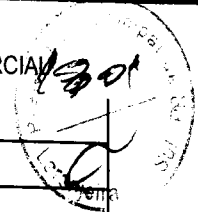
## AVISO CONCLUSÃO DE DILIGÊNCIAS E ABERTURA ENVELOPE N° 04 – PROPOSTA COMERCIAL

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.

Considerando o fim do prazo para realização de diligências (apresentação de documentos de comprovação de vínculo empregatício e funções exercidas exigidos no Item 10.1.1 do edital), as empresas CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA e BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA compareceram no Departamento de Licitação onde o Presidente da Comissão de Licitação procedeu ao cotejo entre cópias e documentos originais e atestou a autenticidade dos documentos alocados no envelope n° 03, razão pela qual mantêm-se inalteradas as notas das empresas CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA e BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.

Já a empresa META PROPAGANDA LTDA não compareceu ao Departamento de Licitação nem encaminhou a documentação original, razão pela qual tem atribuída nota zero ao quesito 10.3.2.1. (qualificação e quantificação dos profissionais) conforme informado na Decisão de Recurso, passando sua nota para:

META PROPAGANDA LTDA – Envelope n° 01			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1	0		



## META PROPAGANDA LTDA – Envelope n° 03

Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1	0*	0*	0*
10.3.2.2	4,5	5	5
10.3.2.3	14	14,5	14
10.3.2.4	4	5	4
TOTAL	22,5	24,5	23
MÉDIA ARITMÉTICA = 23,33			

\*Notas que sofreram alterações

PONTUAÇÃO FINAL			
	Envelope 01	Envelope 03	Pontuação final
META PROPAGANDA LTDA	30,00	23,33	<b>53,33</b>

Deste modo, a classificação da proposta técnica passa a ser:

PONTUAÇÃO FINAL				
	Envelope 01	Envelope 03	Pontuação final	Classificação
CASA DA COMUNICAÇÃO S/S LTDA	33,33	34,33	67,66	1°
N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA - EPP	30,66	34,83	65,49	2°
BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA - EPP	29,33	33,66	62,99	3°
OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA – EPP	28,00	34,66	62,66	4°
DOPPS + LUCOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA	27,00	33,13	60,13	5°
DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA	30,66	28,66	59,32	6°
COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA	27,66	27,66	55,32	7°
META PROPAGANDA LTDA	30,00	23,33	53,33	8°
HEY PROPAGANDA LTDA - EPP	23,00	29,83	52,83	9°

**ABERTURA DOS ENVELOPES N° 04 – PROPOSTA COMERCIAL**

O Presidente da Comissão de Licitação comunica que a abertura dos Envelopes n° 04 – Proposta Comercial - será realizada no dia 19 de novembro de 2018, às 09h15min, no Departamento de Licitação da Prefeitura Municipal de Laranjeiras do Sul.

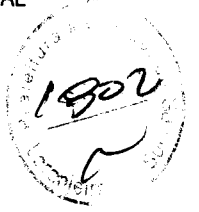
Laranjeiras do Sul/PR, 13 de novembro de 2018.

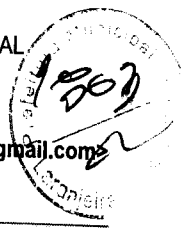


13/11/2018

Gmail - AVISO CONCLUSÃO DE DILIGÊNCIAS E ABERTURA ENVELOPE N° 04 – PROPOSTA COMERCIAL

 **AVISO ABERTURA PROPOSTA COMERCIAL C.P. 006-2018.pdf**  
193K




 Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacacaols@gmail.com>
 
**AVISO CONCLUSÃO DE DILIGÊNCIAS E ABERTURA ENVELOPE N° 04 – PROPOSTA COMERCIAL**

9 mensagens

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

13 de novembro de 2018 16:05

Para: producao@doppslucom.com.br, Yasmin &lt;recepcao2@casadacomunicacao.net&gt;, Financeiro Hey Comunicação &lt;financeiro@heycomunicacao.com.br&gt;, evandro@olepropaganda.com.br, contato@dudacom.net, Luana &lt;luana@olepropaganda.com.br&gt;, Financeiro | Meta Propaganda &lt;financeiro@metapropaganda.com.br&gt;, ademir@metapropaganda.com.br, francisco meta propaganda &lt;francisco@metapropaganda.com.br&gt;, Nilson Fante &lt;nilson@ntv.com.br&gt;, mariarosa@dopps.com.br, Samuel Kruk &lt;samuel@bebopcomunicacao.com.br&gt;, Elvis Candido lima &lt;blancolima@blancolima.com.br&gt;, Manoel Teixeira &lt;manoel@casadacomunicacao.net&gt;, Rose | Meta Propaganda &lt;midia@metapropaganda.com.br&gt;

**CONCORRÊNCIA N° 006/2018**
**AVISO CONCLUSÃO DE DILIGÊNCIAS E ABERTURA ENVELOPE N° 04 – PROPOSTA COMERCIAL**

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.

Considerando o fim do prazo para realização de diligências (apresentação de documentos de comprovação de vínculo empregatício e funções exercidas exigidos no Item 10.1.1 do edital), as empresas CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA e BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA compareceram no Departamento de Licitação onde o Presidente da Comissão de Licitação procedeu ao cotejo entre cópias e documentos originais e atestou a autenticidade dos documentos alocados no envelope n° 03, razão pela qual mantêm-se inalteradas as notas das empresas CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA e BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.

Já a empresa META PROPAGANDA LTDA não compareceu ao Departamento de Licitação nem encaminhou a documentação original, razão pela qual tem atribuída nota zero ao quesito 10.3.2.1. (qualificação e quantificação dos profissionais) conforme informado na Decisão de Recurso, passando sua nota para:

META PROPAGANDA LTDA – Envelope n° 01			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1	8	8	8
9.4.2	4	4	4
9.4.3	14	14	14
9.4.5	4	4	4
TOTAL	30	30	30
MÉDIA ARITMÉTICA = 30,00			

\*Notas que sofreram alterações

META PROPAGANDA LTDA – Envelope n° 03			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
10.3.2.1	0*	0*	0*
10.3.2.2	4,5	5	5
10.3.2.3	14	14,5	14
10.3.2.4	4	5	4
TOTAL	22,5	24,5	23
MÉDIA ARITMÉTICA = 23,33			

\*Notas que sofreram alterações

14/11/2018

Gmail - AVISO CONCLUSÃO DE DILIGÊNCIAS E ABERTURA ENVELOPE N° 04 – PROPOSTA COMERCIAL

N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA - EPP	30,66	34,83	65,49	2°
BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA - EPP	29,33	33,66	62,99	3°
OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA - EPP	28,00	34,66	62,66	4°
DOPPS + LUCOM COMUNICACAO INTEGRADA LTDA	27,00	33,13	60,13	5°
DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA	30,66	28,66	59,32	6°
COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA	27,66	27,66	55,32	7°
META PROPAGANDA LTDA	30,00	23,33	53,33	8°
HEY PROPAGANDA LTDA - EPP	23,00	29,83	52,83	9°



### ABERTURA DOS ENVELOPES N° 04 – PROPOSTA COMERCIAL

O Presidente da Comissão de Licitação comunica que a abertura dos Envelopes n° 04 – Proposta Comercial - será realizada no dia 19 de novembro de 2018, às 09h15min, no Departamento de Licitação da Prefeitura Municipal de Laranjeiras do Sul.

Laranjeiras do Sul/PR, 13 de novembro de 2018.

**Gilson Ferreira Cella**  
Presidente CPL  
Decreto 004/2018

anexo aviso de abertura da proposta comercial

AVISO ABERTURA PROPOSTA COMERCIAL C.P. 006-2018.pdf  
193K

Financeiro Hey Comunicação <financeiro@heycomunicacao.com.br>  
Para: Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>

13 de novembro de 2018 16:08

Boa tarde,

recebido.

**HEY!** **ROSANA ALVES**



42 3035 4550  
agenciahey.com.br  
/agenciahey

[Texto das mensagens anteriores oculto]

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

13 de novembro de 2018 16:14

Recebido e ciente. Obrigado!

14/11/2018

Gmail - AVISO CONCLUSÃO DE DILIGÊNCIAS E ABERTURA ENVELOPE N° 04 – PROPOSTA COMERCIAL

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

13 de novembro de 2018 16:15

1805  
C  
Teixeira

Recebido. Obrigada.

Em 13/11/2018 16:05, Licitação - Laranjeiras do Sul escreveu:

19 de novembro de 2018, às 09h15min, no Departamento de Licitação da Prefeitura Municipal de Laranjeiras do Sul.

Yasmin Gasparello  
Recepção

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

Jennifer | Dopps + Lucom <producao@doppslucom.com.br>  
Para: Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>

13 de novembro de 2018 16:19

recebido

Estou a disposição para eventuais dúvidas.

Atenciosamente,



**JENNIFER DE LIMA**

AUXILIAR ADMINISTRATIVO

.....

+55 45 3224 6239 / +55 45 99971 0565

RUA VICENTE MACHADO, 1415. CASCAVEL-PR.

**WWW.DOPPSLUCOM.COM.BR**

**De:** Licitação - Laranjeiras do Sul [mailto:licitacao@ls.pr.gov.br]

**Enviada em:** terça-feira, 13 de novembro de 2018 16:05

**Para:** producao@doppslucom.com.br; Yasmin; Financeiro Hey Comunicação; evandro@olepropaganda.com.br; contato@dudacom.net; Luana; Financeiro | Meta Propaganda; ademir@metapropaganda.com.br; francisco meta propaganda; Nilson Fante; mariarosa@dopps.com.br; Samuel Kruk; Elvis Candido lima; Manoel Teixeira; Rose | Meta Propaganda

**Assunto:** AVISO CONCLUSÃO DE DILIGÊNCIAS E ABERTURA ENVELOPE N° 04 – PROPOSTA COMERCIAL

[Texto das mensagens anteriores oculto]

Manoel Teixeira <manoel@...>

14/11/2018

Gmail - AVISO CONCLUSÃO DE DILIGÊNCIAS E ABERTURA ENVELOPE N° 04 – PROPOSTA COMERCIAL



Manoel Teixeira  
Diretoria

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

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

14 de novembro de 2018 15:53

Recebido.

Abs



**Samuel Kruk**

Diretor  
@ @ @ @

42 | 3638 1641 - 42 | 99154 5990  
Av. Anízio Pedro da Luz, 62, Sala 04, Centro, Cândói/PR  
bebopcomunicacao.com.br

[Texto das mensagens anteriores oculto]

[Texto das mensagens anteriores oculto]

<AVISO ABERTURA PROPOSTA COMERCIAL C.P. 006-2018.pdf>

Rose | Meta Propaganda <midia@metapropaganda.com.br>

14 de novembro de 2018 16:53

Para: Licitação - Laranjeiras do Sul <licitacao@ls.pr.gov.br>, producao@doppslucom.com.br, Yasmin <recepcao2@casadacomunicacao.net>, Financeiro Hey Comunicação <financeiro@heycomunicacao.com.br>, evandro@olepropaganda.com.br, contato@dudacom.net, Luana <luana@olepropaganda.com.br>, Financeiro | Meta Propaganda <financeiro@metapropaganda.com.br>, ademir@metapropaganda.com.br, francisco meta propaganda <francisco@metapropaganda.com.br>, Nilson Fante <nilson@ntv.com.br>, mariarosa@dopps.com.br, Samuel Kruk <samuel@bebopcomunicacao.com.br>, Elvis Candido lima <blancolima@blancolima.com.br>, Manoel Teixeira <manoel@casadacomunicacao.net>

ok! Confirmando recebimento.

Muito obrigada.

[Texto das mensagens anteriores oculto]

**Rose Uller**

Diretora de Mídia e Atendimento

midia@metapropaganda.com.br

44 3262-9669



www.metapropaganda.com.br

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

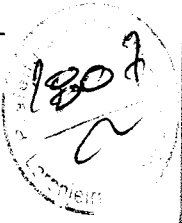
14 de novembro de 2018 16:56

Recebido, obrigada.

Em 2018-11-13 16:05, Licitação - Laranjeiras do Sul escreveu:  
CONCORRÊNCIA N° 006/2018

14/11/2018

Gmail - AVISO CONCLUSÃO DE DILIGÊNCIAS E ABERTURA ENVELOPE N° 04 – PROPOSTA COMERCIAL

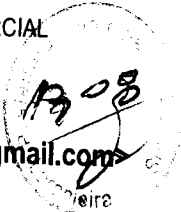


[Texto das mensagens anteriores oculto]  
GILSON FERREIRA CELLA

Presidente CPL

Decreto 004/2018

anexo aviso de abertura da proposta comercial


 Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacacaols@gmail.com>
 
**AVISO CONCLUSÃO DE DILIGÊNCIAS E ABERTURA ENVELOPE Nº 04 – PROPOSTA COMERCIAL**

2 mensagens

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

14 de novembro de 2018 16:48

**FAVOR CONFIRMAR RECEBIMENTO**
**CONCORRÊNCIA Nº 006/2018**
**AVISO CONCLUSÃO DE DILIGÊNCIAS E ABERTURA ENVELOPE Nº 04 – PROPOSTA COMERCIAL**

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.

Considerando o fim do prazo para realização de diligências (apresentação de documentos de comprovação de vínculo empregatício e funções exercidas exigidos no Item 10.1.1 do edital), as empresas CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA e BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA compareceram no Departamento de Licitação onde o Presidente da Comissão de Licitação procedeu ao cotejo entre cópias e documentos originais e atestou a autenticidade dos documentos alocados no envelope nº 03, razão pela qual mantêm-se inalteradas as notas das empresas CASA DA COMUNICAÇÃO SS LTDA e BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA.

Já a empresa META PROPAGANDA LTDA não compareceu ao Departamento de Licitação nem encaminhou a documentação original, razão pela qual tem atribuída nota zero ao quesito 10.3.2.1. (qualificação e quantificação dos profissionais) conforme informado na Decisão de Recurso, passando sua nota para:

META PROPAGANDA LTDA – Envelope nº 01			
Item Avaliado	Avaliador 1	Avaliador 2	Avaliador 3
9.4.1	8		
9.4.2	4	8	8
9.4.3	14	4	4
9.4.5	4	14	14
TOTAL		4	

10.3.2.2	4,5	5	5
10.3.2.3	14	14,5	14
10.3.2.4	4	5	4
TOTAL	22,5	24,5	23
MÉDIA ARITMÉTICA = 23,33			

\*Notas que sofreram alterações

PONTUAÇÃO FINAL			
	Envelope 01	Envelope 03	Pontuação final
META PROPAGANDA LTDA	30,00	23,33	53,33

Deste modo, a classificação da proposta técnica passa a ser:

PONTUAÇÃO FINAL				
	Envelope 01	Envelope 03	Pontuação final	Classificação
CASA DA COMUNICAÇÃO S/S LTDA	33,33	34,33	67,66	1º
N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA - EPP	30,66	34,83	65,49	2º
BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA - EPP	29,33	33,66	62,99	3º
OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA – EPP	28,00	34,66	62,66	4º
DOPPS + LUCOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA	27,00	33,13	60,13	5º
DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA	30,66	28,66	59,32	6º
COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA	27,66	27,66	55,32	7º
META PROPAGANDA LTDA	30,00	23,33	53,33	8º
HEY PROPAGANDA LTDA - EPP	23,00	29,83	52,83	9º

### ABERTURA DOS ENVELOPES Nº 04 – PROPOSTA COMERCIAL

O Presidente da Comissão de Licitação comunica que a abertura dos Envelopes nº 04 – Proposta Comercial - será realizada no dia 19 de novembro de 2018, às 09h15min, no Departamento de Licitação da Prefeitura Municipal de Laranjeiras do Sul.

Laranjeiras do Sul/PR, 13 de novembro de 2018.

**Gilson Ferreira Cella**  
Presidente CPL  
Decreto 004/2018



14/11/2018

Gmail - AVISO CONCLUSÃO DE DILIGÊNCIAS E ABERTURA ENVELOPE N° 04 – PROPOSTA COMERCIAL

Boa tarde!

Recebido!

Qualquer dúvida estou à disposição.  
Abraços!



**Tainara Fante**  
Redatora/Analista de Redes Sociais  
**+55 (45) 3038-6105 | Site | Facebook**  
Rua Castro Alves, 323, Vila Tolentino - Cascavel - PR

[Texto das mensagens anteriores oculto]

1011  
0  
19/08/2018

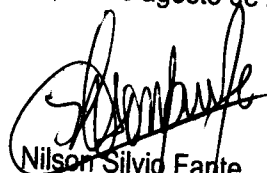
A Empresa NTV Imagem e Propaganda Ltda. EPP, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 78.785.276/0001-10 com sede na Rua Castro Alves, 323, CEP 85.802-110, na cidade de Cascavel-PR, neste ato representada por seu Sócio-Administrador, Nilson Silvio Fante portador da cédula de identidade RG Nº 3.097-926-5/SSP-PR, inscrito no CPF sob o nº 469.010.949-49, nos termos da 7ª Alteração do Contrato Social, DECLARA, que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

a. **DESCONTO** a ser concedido à CONTRATANTE sobre os custos internos da agência, baseados na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná: 80% (oitenta por cento).

b. **HONORÁRIOS** a serem cobrados do CONTRATANTE, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição NÃO proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros: 33,3% (trinta e três vírgula três por cento);

Prazo de validade da Proposta: 60 dias.  
Demais condições de acordo com o edital.

Cascavel, 09 de agosto de 2018.

  
Nilson Silvio Fante  
Sócio-Administrador

A



**ENVELOPE Nº. 04 – PROPOSTA COMERCIAL**  
**CONCORRÊNCIA Nº 006/2018**  
**MUNICIPIO DE LARANJEIRAS DO SUL/PR**  
**NTV IMAGEM E PROPAGANDA LTDA. EPP**  
**CNPJ 78.785.276/001-10**



**ANEXO III**

**PROPOSTA DE PREÇOS**

A Empresa Dopps + Lucom Comunicação Integrada Ltda, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 02.930.171/0001-45, com sede na Rua Vicente Machado 1415, CEP 85.85.812-150, na cidade de Cascavel – PR, neste ato representada por seu sócio gerente, Lucas Rafael Pereira de Souza, portador da cédula de identidade RG nº 4.454.523-3, inscrito no CPF sob o nº 019.393.159-13, nos termos do(a) 12ª Alteração do Contrato Social, DECLARA, que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

a. **DESCONTO** a ser concedido à CONTRATANTE sobre os custos internos da agência, baseados na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná: 80% (oitenta por cento).

b. **HONORÁRIOS** a serem cobrados do CONTRATANTE, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição NÃO proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros: 33,3% (trinta e três virgula três por cento);

Prazo de validade da Proposta: 60 dias.  
Demais condições de acordo com o edital.

Cascavel, 09 de Agosto de 2018

  
Lucas Rafael Pereira de Souza  
Socio administrador

1/8

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

---

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

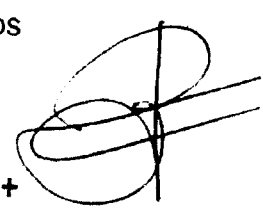
**2. MARIA ROSA HIPOLITO PEREIRA DE SOUZA**, brasileira, casada em regime de comunhão parcial de bens, portadora da Cédula de Identidade nº. 1.191.423 SSP-PR e do CPF nº 206.363.939-68 residente e domiciliado à Rua Vicente Machado nº. 1415, Centro - na Cidade de Cascavel, Estado do Paraná – CEP 85.812-150: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

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

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

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

18/4  
2



2/8

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

---

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

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

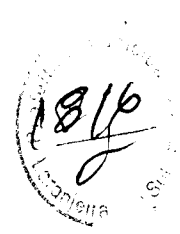
**CLAUSULA QUINTA:** Após ingresso na sociedade do sócios Lucas Rafael Pereira de Souza e Gislaine Aparecida Cervejeira de Souza, o capital social fica elevado para R\$ 225.000,00 (Duzentos e vinte e cinco mil reais), dividido em 225.000 (duzentos e vinte e cinco mil) quotas de valor nominal de R\$1,00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

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

3/8

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

---



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

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

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

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

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

4/8

*1517*

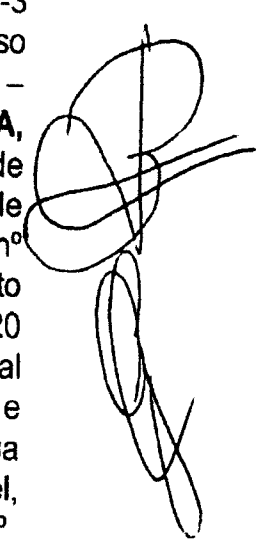
**DOPPS COMUNICAÇÃO LTDA – EPP**  
**DÉCIMA SEGUNDA ALTERAÇÃO CONTRATUAL**  
**CNPJ 02.930.171/0001-45**

---

**CONSOLIDAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL**

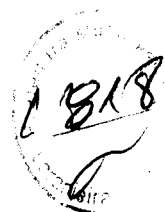
**DOPPS + LUCOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA – EPP**  
**CONSOLIDAÇÃO CONTRATUAL - CNPJ: 02.930.171/0001-45**  
**NIRE: 41205603231**

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





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



**CLÁUSULA PRIMEIRA:** A sociedade gira sob o nome empresarial: **DOPPS + LUCOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA - EPP**, com sede na Rua Vicente Machado nº. 1415, térreo - Centro - na Cidade de Cascavel, Estado do Paraná – CEP 85.812-150.

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

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

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

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

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

618

1819  
PEREIRA

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

---

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


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

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

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

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

7/8



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

---

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

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

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

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

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

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

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

1821  
a


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

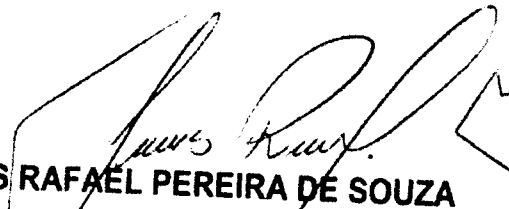
---

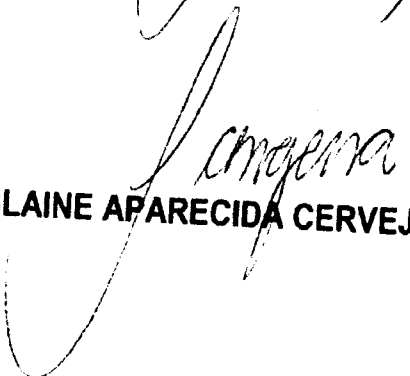
Lavrado em via única, compreendido, entendido e elaborado de acordo com a intenção dos sócios ora presentes, que assinam.

Cascavel 29 de Junho de 2016.

  
**DOMINGOS PASCOAL PEREIRA DE SOUZA**

  
**MARIA ROSA HIPOLITO PEREIRA DE SOUZA**

  
**LUCAS RAFAEL PEREIRA DE SOUZA**

  
**GISLAINE APARECIDA CERVEJEIRA DE SOUZA**

X

CARTÃO

3º Tabelionato de Notas

Rua Santa Navea, 1445  
Cascavel - PR - CEP 85.801-122  
Fone: (45) 3338-5733  
Fax: (45) 3338-5426

Selo Digital Nº 84b1c.91Cj4.57gkl, Controle: 81hdt.7oCD  
Consulte esse selo em <http://funa.pen.com.br>

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

Cascavel-Paraná em 06 de Junho de 2016 às 14:58:07h  
em Teste da Verdade.

Giovana Coradini Bueno - Escrevente

1322 ✓

2º Ofício de Registro Civil  
3º Tabelionato de Notas  
Maria Paula Fratti-Tabeliã  
Fone/Fax: (45) 3324-5426

Selo R016c.90ua0.VI3UH-  
-v156E.LUED

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

RECONHEÇO a Dou fé as fir-  
mas de SOLANGE APARECIDA

CERVEJEIRA DE SOUZA e LUCAS  
RAFAEL PEREIRA DE SOUZA;

pela forma VERDADEIRA. Cas-  
cavel-PR, 06/07/2016 -  
14:58:16h.

Em testemunho da verdade

Justiça Raquel Bach  
Escrevente

(1216048)





ENVELOPE Nº. 04 - PROPOSTA COMERCIAL  
CONCORRÊNCIA Nº 006/2018  
MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL/PR  
DOPPS + LUCOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA  
LTDA  
CNPJ: 02.930.171/0001-45



## PROPOSTA

A Empresa **Dudacom Marketing Integrado Eireli**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 24.811.536/0001-55, com sede na Rua Rubens Lopes, nº 435, Sala 01 – Jardim Universitário, CEP 85.819-170, na cidade de Cascavel, neste ato representada por sua Sócia-Proprietária, Sra. Ana Caroline Kuhn Schimanko, portadora da cédula de identidade RG nº 10.575.156-4, inscrito no CPF sob o nº 056.876.909-05, nos termos do Contrato Consolidado, DECLARA, que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

- a) DESCONTO a ser concedido à CONTRATANTE sobre os custos internos da agência, baseados na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná: **80% (oitenta por cento)**. ✓
- b) **HONORÁRIOS** a serem cobrados do CONTRATANTE, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição NÃO proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros: **10% (dez por cento)**; ✓

Prazo de validade da Proposta: 90 (noventa) dias. ✓

Demais condições de acordo com o edital.

Cascavel, 09 de agosto de 2018. ✓

Ana Caroline Kuhn Schimanko

RG: 10.575.156-7/CPF: 056.876.909-05

Sócia-Proprietária

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

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

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

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

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

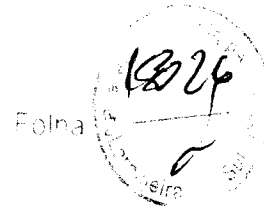
DUDACOM MARKETING INTEGRADO EIRELI  
CNPJ: 24.811.536/0001-55

Ana Caroline Kuhn Schimanko, sexo feminino, brasileira, natural de Cascavel, nascida em 06/11/1990, solteira, empresária, portadora da carteira de identidade RG nº 10.575.156-7-SSP-PR expedida em 09/11/2005, e do CPF nº 056.876.909-07 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

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

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

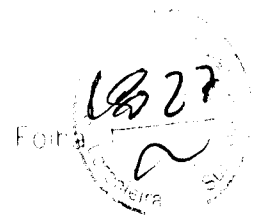
CLÁUSULA SÉTIMA: O prazo de duração desta EIRELI é por tempo indeterminado, iniciando suas atividades em 17/05/2016. É garantida a continuidade da pessoa jurídica diante do impedimento por força maior ou impedimento temporário ou permanente da titular, podendo a empresa ser alterada para atender uma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

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

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

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

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



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

*(Handwritten mark)*

**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



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

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

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

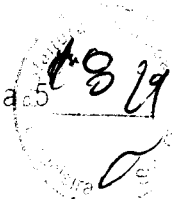
CLÁUSULA TERCEIRA: O objeto da empresa é prestação de serviços de agência de publicidade considerando-se o conjunto de atividades realizadas integralmente que tenham por objetivo o estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação, execução interna e supervisão de execução externa, intermediação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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

Cascavel, 22 de junho de 2018



  
Ana Caroline Kuhn Schimanko

**2º TABELIONATO DE NOTAS**

RUA SÃO PAULO, 617 - CENTRO  
CASCAVEL - PARANÁ - CEP 85801-020  
CNPJ: 78.118.437/0001-11  
FONES: (45) 3037-6935 / (45) 3223-6935

Selo nº oVtpP, jlwEA, fe6DH - nzi7u . ZzFTQ

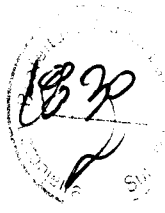
Consulte esse selo em <http://tufarpen.com.br>

Reconheço e dou fé por VERDADEIRO a(s) firma(s) Assinada(s)  
ANA CAROLINE KUHNS SCHIMANO.....

Dou fé. Cascavel - Paraná, 27 de Junho de 2018

Em test. \_\_\_\_\_ da verdade.

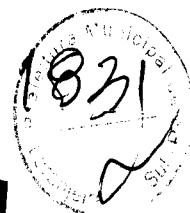
**RAFAEL EDUARDO LOCKS RECREVENTE**  
Emolumentos: R\$ 8,50 - IRC: R\$ 21,70 - Taxa de Registro: R\$ 50,80  
FADEP: R\$ 2,10 - total: R\$ 83,10



A

# DUDACOM

MARKETING INTEGRADO



● ENVELOPE N.º 4 - PROPOSTA COMERCIAL

CONCORRÊNCIA N.º 006/2018

MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL/PR

RAZÃO SOCIAL: DUDACOM MARKETING INTEGRADO

● CNPJ: 24.811.536/0001-55

## PROPOSTA COMERCIAL

1839  
2

A empresa **BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ nº 72.491.186/0001-30, sediada em Cascavel PR – Rua Presidente Kennedy 2802, Coqueiral, CEP 85.807-080, neste ato representada por seu sócio gerente Elvis Cândido Lima, portador da Carteira de Identidade 3.716.117-9-SSPPR, inscrito no CPF sob o nº. 571.036.409-63, nos termos da 11ª alteração do Contrato Social, **DECLARA**, que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

- a. **DESCONTO** a ser concedido à **CONTRATANTE** sobre os custos internos da agência baseados na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná: **80%** (Oitenta por cento)
- b. **HONORÁRIOS** a serem cobrados do **CONTRATANTE**, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição **NÃO** proporcione desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros: **33,3%** (Trinta e três vírgula três por cento).

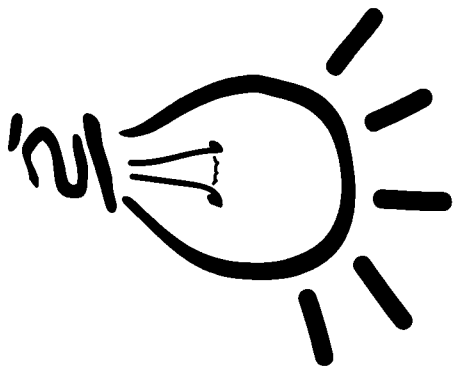
Prazo de validade da proposta: 80 dias  
Demais condições de acordo com o edital.

Cascavel, 9 de agosto de 2018.

  
Elvis Cândido Lima  
Sócio Gerente  
BLANCO LIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA  
CNPJ nº 72.491.186/0001-30  
Cascavel, PR



BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA  
CNPJ: 72.491.186/0001-30





## PROPOSTA DE PREÇOS

1872  
a

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 06/2018 - PMLS


A Meta Propaganda Ltda. - EPP, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 78.846.540/0001-88, com sede na Avenida João Paulino Vieira Filho, 1009, sala 8, Centro, CEP 87.020-015, na cidade de Maringá, Paraná, neste ato representada por seu Sócio Administrador, Ademir Elizeu Lautenschlager, portador da cédula de identidade RG nº 3.026.836-9 SSP-PR, inscrito no CPF sob o nº 481.993.469-49, nos termos do Contrato Social e suas alterações, sendo a última a Nona Alteração e Consolidação, DECLARA, que na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

- a) Desconto a ser concedido ao Município, sobre os custos internos, baseado na tabela de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Paraná: **80%** (oitenta por cento);
- b) HONORÁRIOS a serem cobrados do CONTRATANTE, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição NÃO proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros: **10%** (dez por cento); desconto de 33,3% (trinta e três vírgula três por cento) sobre os 15% (quinze por cento) a que a Agência tem direito.

Prazo de validade da Proposta: 60 dias.  
Demais condições de acordo com o edital

Por ser expressão da verdade, firmamos o presente.

Maringá, 31 de julho de 2018.

  
Meta Propaganda Ltda. - EPP  
Ademir Elizeu Lautenschlager  
Sócio Administrador



Av. João Pádua no Vieira Filho, 1009 - Sala 8  
87020-015 Maringá PR

44| 3262 9669

**meta**  
PROPAGANDA

*[Handwritten scribble]*

*[Handwritten scribbles]*

*[Handwritten scribbles]*

*[Handwritten scribbles]*

PROPOSTA




A Empresa **OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA - EPP**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº **03.979.287/0001-31** com sede na **RUA PEDRO AMÉRICO, 374 – OLARIAS, CEP 84035-450**, na cidade de **PONTA GROSSA-PR**, neste ato representada por seu **GERENTE DE LICITAÇÕES EVANDRO LUIZ BARATER**, portador da cédula de identidade RG nº **8.009.973-8**, inscrito no CPF sob o nº **007.784.679-61**, nos termos da 14ª Alteração do Contrato Social, **DECLARA**, que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

a. **DESCONTO** a ser concedido à **CONTRATANTE** sobre os custos internos da agência, baseados na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná: **80%** (Oitenta por cento).

b. **HONORÁRIOS** a serem cobrados do **CONTRATANTE**, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição **NÃO** proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros: **33,3%** (Trinta e três por cento);

Prazo de validade da Proposta: 60 dias.  
Demais condições de acordo com o edital.

Ponta Grossa, dia 09 de agosto de 2018

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



ENVELOPE N.º 04 – PROPOSTA COMERCIAL  
CONCORRÊNCIA N.º 006/2018  
MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL/PR  
OLE PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA-EPP  
03.979.287/0001-31



**PROPOSTA DE PREÇOS** ✓

A Empresa COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 10.660.477/0001-57, com sede na AV. 27 DE AGOSTO, 2753, SALA 02, BAIRRO PIONEIROS, CANDÓI/PR, neste ato representada por seu sócio, SAMUEL KRUK, portador da cédula de identidade RG 8.371.167-1, inscrito no CPF 049.068.799-77, nos termos da SEGUNDA ALTERAÇÃO DO CONTRATO SOCIAL, DECLARA, que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

a. **DESCONTO** a ser concedido à CONTRATANTE sobre os custos internos da agência, baseados na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná: **80% (OITENTA por cento)**. ✓

b. **HONORÁRIOS DE 10% (Dez por cento)** a serem cobrados do CONTRATANTE, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição NÃO proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros. ✓

Obs.: Na proposta já estão computados todos os valores necessários para o atendimento do objeto da presente licitação, tais como tributos, encargos diretos e indiretos, encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais, taxas e tarifas, fretes, seguro, custos inerentes à aquisição, transporte, armazenamento e utilização de materiais a serem empregados na execução dos serviços. Também já está incluso no custo de produção qualquer remuneração devida a terceiros em decorrência da cessão de direitos por tempo limitado, ou total e definitiva;

Prazo de validade da Proposta: 60 dias.  
Demais condições de acordo com o edital.

Candói/PR, 09 de agosto de 2018.

**Samuel Kruk**  
Sócio - Gerente

Samuel Kruk  
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

**COSTA E KRUK  
COMUNICAÇÃO LTDA - ME**

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



ENVELOPE Nº. 04 – PROPOSTA COMERCIAL  
CONCORRÊNCIA Nº. 006/2018  
MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL/PR  
COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA  
CNPJ: 10.660.477/0001-57



☐ 42 3035 4550  
🌐 agenciahey.com.br  
📍 /agenciahey

1843  
~

## PROPOSTA

A Empresa Hey Propaganda Ltda, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 10.676.298/0001-08, com sede na Rua Vicente Machado, 651, CEP 85.010-260, na cidade de Guarapuava/PR, neste ato representada por seu sócio gerente, Paulo Deoclecio Meister, portador da cédula de identidade RG nº 7.651.052-0, inscrito no CPF sob o nº 031.556.549-70, nos termos do Contrato Social, DECLARA, que, na vigência do contrato, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos:

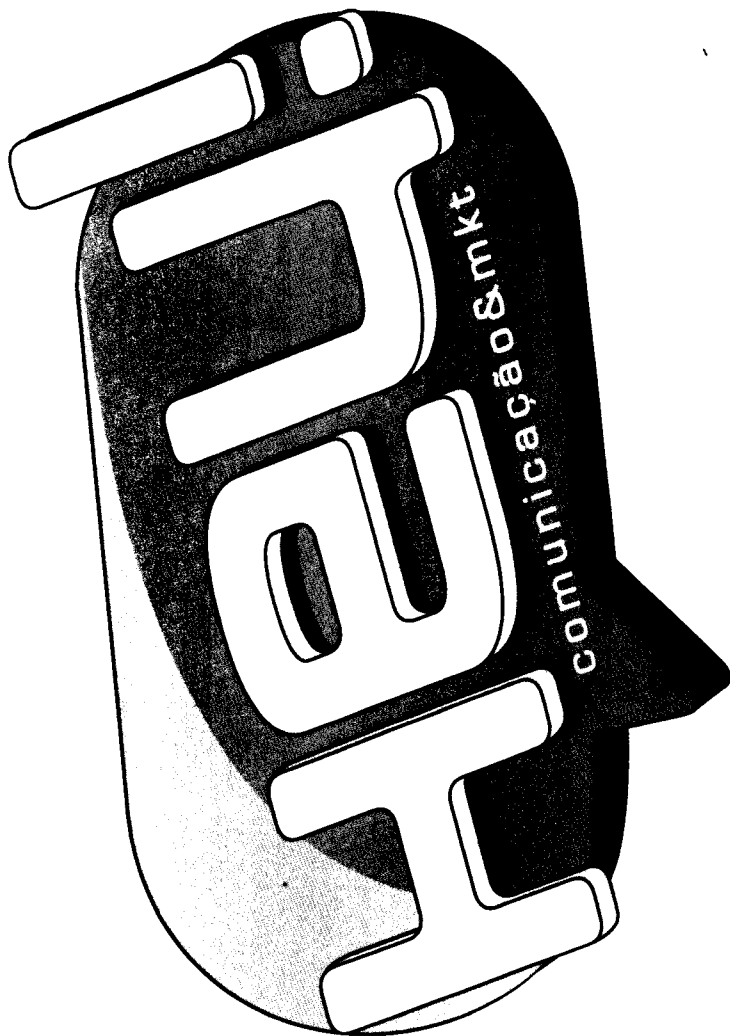
- a. **DESCONTO** a ser concedido à CONTRATANTE sobre os custos internos da agência, baseados na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná: 80% (oitenta por cento). ✓
- b. **HONORÁRIOS** a serem cobrados do CONTRATANTE, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição NÃO proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros: 10% (dez por cento), o que equivale a um desconto de 33,3% (trinta e três, vírgula três por cento);

Prazo de validade da Proposta: 60 dias.

Demais condições de acordo com o edital.

Guarapuava, 09 de agosto de 2018

**ENVELOPE Nº. 04 – PROPOSTA  
COMERCIAL  
CONCORRÊNCIA Nº 006/2018  
MUNICIPIO DE LARANJEIRAS DO  
SUL/PR  
HEY PROPAGANDA LTDA  
CNPJ: 10.676.298/0001-08**



18/54  
2





**ENVELOPE N. 04**  
**PROPOSTA DE PREÇOS**  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL**  
**CONCORRÊNCIA PÚBLICA 006/2018**

A **CASA DA COMUNICAÇÃO S/S LTDA.**, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o N.º 04.696.947/0001-30, com sede na Rua Desembargador Lauro Lopes, 188 – Jardim Carvalho, CEP 84.015-710, Ponta Grossa - Paraná, Telefone/Fax:42.3027.3519, e-mails: contato@casadacomunicacao.net / manojel@casadacomunicacao.net, neste ato representada por sua sócia gerente, Cássia Cibele Consul Teixeira, portadora da Cédula de Identidade N.º 6.060.897-0, inscrita no CPF sob o N.º 037.968.639-22, nos termos do Contrato Social e suas alterações (Sexta) adotar a seguinte proposta de preços para os serviços descritos:

a) - **DESCONTO** a ser concedido à CONTRATANTE sobre os custos internos da agência, baseados na Tabela de Preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado do Paraná: **80% (OITENTA por cento)**. ✓

b) - **HONORÁRIOS** a serem cobrados do CONTRATANTE, referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição NÃO proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros: **10% (DEZ por cento) – DESCONTO EQUIVALENTE A 33,3%**. ✓

Prazo de validade da proposta: 60 (Sessenta) dias. ✓

Demais condições de acordo com o edital.

Laranjeiras do Sul, em 7 de agosto de 2018

  
CASA DA COMUNICAÇÃO S/S LTDA.

CNPJ: 04.696.947/0001-30

CÁSSIA CIBELE CONSUL TEIXEIRA

RG: 6.060.897-0

0847

ENVELOPE Nº. 04 - PROPOSTA COMERCIAL  
CONCORRÊNCIA Nº 006/2018  
MUNICIPIO DE LARANJEIRAS DO SUL/PR  
Casa da Comunicação S/S Ltda  
CNPJ Nº 04.696.947/0001-30

PUBLICIDADE  
PROPAGANDA  
MARKETING  
JORNALISMO



# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

## DIVISÃO DE LICITAÇÃO



### ATA DA 3ª 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 dezoito dias do mês de novembro do ano de dois mil e dezoito, às 09:15 (nove 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 04 (Proposta Comercial) e apuração do resultado final, 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 CASA DA COMUNICAÇÃO S/S LTDA inscrita no CNPJ sob o n.º 04.696.947/0001-30 representada pelo Sr. Manoel Henrique Foltran Teixeira e OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA – EPP inscrita no CNPJ sob o n.º 03.979.287/0001-31 representada pelo Sr. Evandro Luiz Barater. Os envelopes foram passados para conferência e atestado pelos presentes a sua inviolabilidade. O Sr. Presidente procedeu à abertura dos envelopes e verificou que as proponentes apresentaram os seguintes percentuais de desconto e aferiram as seguintes pontuações conforme item 15.11.2. do edital:

PROPOSTA COMERCIAL					
	Desconto Internos %	Custos	Custos Terceiros %	Serviços	Nota Proposta Comercial
CASA DA COMUNICAÇÃO S/S LTDA	80%		Desconto	33,3%	30
			Comissão de 10%		
N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA - EPP	80%		Desconto	33,3%	30
			Comissão de 10%		
BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA - EPP	80%		Desconto	33,3%	30
			Comissão de 10%		
OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA – EPP	80%		Desconto	33,3%	30
			Comissão de 10%		
DOPPS + LUCOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA	80%		Desconto	33,3%	30
			Comissão de 10%		
DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA	80%		Desconto	33,3%	30
			Comissão de 10%		


1819

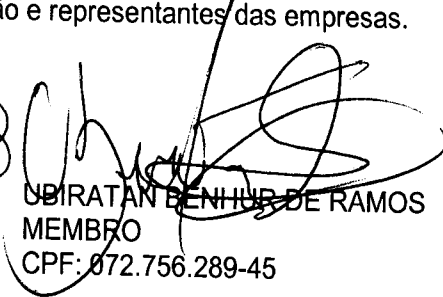
**Pontuação Final:**


PONTUAÇÃO FINAL (Nota Proposta Técnica + Nota Proposta Comercial)				
	Pontuação Proposta Técnica	Pontuação Proposta Comercial	Pontuação final	Classificação
CASA DA COMUNICAÇÃO S/S LTDA	67,66	30	97,66	1º
N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA - EPP	65,49	30	95,49	2º
BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA - EPP	62,99	30	92,99	3º
OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA - EPP	62,66	30	92,66	4º
DOPPS + LUCOM COMUNICACAO INTEGRADA LTDA	60,13	30	90,13	5º
DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA	59,32	30	89,32	6º
COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA	55,32	30	85,32	7º
META PROPAGANDA LTDA	53,33	30	83,33	8º
HEY PROPAGANDA LTDA - EPP	52,83	30	82,83	9º

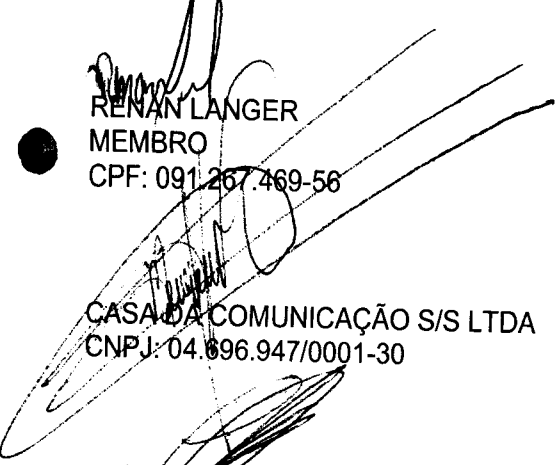
Dando prosseguimento à sessão, o Sr. Presidente declara a ordem de classificação final acima. Nos termos do Art. 109, inciso I, alínea b da Lei Federal 8.666/1993, fica concedido o prazo de 05 (cinco) dias úteis a contar desta ata para interposição de recursos referente à proposta comercial, e desde logo as demais licitantes intimadas, caso queiram, a apresentação das contrarrazões no mesmo prazo, contados a partir do prazo final do recorrente. O Sr. Presidente informou que as propostas comerciais serão disponibilizadas digitalizadas a partir desta data no site da Prefeitura de Laranjeiras do Sul. Nada mais havendo para tratar, foi encerrada a presente sessão e assinada a presente ata pela Comissão de Licitação e representantes das empresas.


  
GILSON FERREIRA CELLA  
PRESIDENTE  
CPF: 581.368.519-72

  
MARIA TEREZINHA SNOZ  
MEMBRO  
CPF: 282.804.589-72

  
UBIRATAN BENHUR DE RAMOS  
MEMBRO  
CPF: 072.756.289-45

  
RENAN LANGER  
MEMBRO  
CPF: 091.267.469-58

  
CASA DA COMUNICAÇÃO S/S LTDA  
CNPJ: 04.896.947/0001-30

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



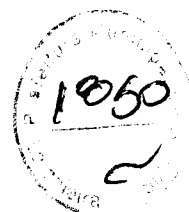
# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070

CNPJ: 76.205.970/0001-95 Fone: (42) 3635-8100

Fax: (42) 3635-8136



## CLASSIFICAÇÃO FINAL E ABERTURA PRAZO PARA RECURSOS

REF: CONCORRÊNCIA 006/2018-PMLS

**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 DIGITONAIS 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.**

A comissão de licitação comunica aos interessados na execução do objeto do Edital de Concorrência nº 006/2018 que após abertura das propostas comerciais, obteve-se a seguinte classificação final:

PONTUAÇÃO FINAL (Nota Proposta Técnica + Nota Proposta Comercial)				
	Pontuação Proposta Técnica	Pontuação Proposta Comercial	Pontuação final	Classificação
CASA DA COMUNICAÇÃO S/S LTDA	67,66	30	97,66	1º
N. T. V. IMAGEM E PROPAGANDA LTDA - EPP	65,49	30	95,49	2º
BLANCOLIMA COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA - EPP	62,99	30	92,99	3º
OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE LTDA - EPP	62,66	30	92,66	4º
DOPPS + LUCOM COMUNICACAO INTEGRADA LTDA	60,13	30	90,13	5º
DUDACOM MARKETING INTEGRADO LTDA	59,32	30	89,32	6º
COSTA E KRUK COMUNICAÇÃO LTDA	55,32	30	85,32	7º
META PROPAGANDA LTDA	53,33	30	83,33	8º
HEY PROPAGANDA LTDA - EPP	52,83	30	82,83	9º

Comunica outrossim, que nos termos do Art. 109, inciso I, alínea b da Lei Federal 8.666/1993, fica concedido o prazo de 05 (cinco) dias úteis a contar desta ata para interposição de recursos referente à proposta comercial, e desde logo as demais licitantes intimadas, caso queiram, a apresentação das contrarrazões no mesmo prazo, contados a partir do prazo final.


 Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacaols@gmail.com>
 1851

## AVISO PRAZO RECURSAL (PROPOSTA COMERCIAL)

1 mensagem

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

19 de novembro de 2018 17:02

Para: producao@doppslu.com.br, Yasmin <recepcao2@casadacomunicacao.net>, Financeiro Hey Comunicação <financeiro@heycomunicacao.com.br>, evandro@olepropaganda.com.br, contato@dudacom.net, Luana <luana@olepropaganda.com.br>, Financeiro | Meta Propaganda <financeiro@metapropaganda.com.br>, ademir@metapropaganda.com.br, francisco meta propaganda <francisco@metapropaganda.com.br>, Nilson Fante <nilson@ntv.com.br>, mariarosa@dopps.com.br, Samuel Kruk <samuel@bebopcomunicacao.com.br>, Elvis Candido lima <blancolima@blancolima.com.br>, Manoel Teixeira <manoel@casadacomunicacao.net>, Rose | Meta Propaganda <midia@metapropaganda.com.br>

FAVOR ACUSAR O RECEBIMENTO.

## AVISO PRAZO RECURSAL (PROPOSTA COMERCIAL)

De: Gilson Ferreira Cella  
Presidente Comissão de Licitação

Data: 19 de novembro de 2018.

Referente: Prazo para Recursos.

Tendo em vista a abertura dos envelopes das propostas comerciais na presente data, fica aberto o prazo recursal referente às propostas comerciais, e desde logo as demais proponentes intimadas, caso queiram, à apresentação de contrarrazões no mesmo prazo, contados a partir do prazo final do recorrente. O prazo para recurso inicia-se em 20 de Novembro de 2018 e o término no dia 26 de novembro de 2018. Seguem em anexo as propostas digitalizadas, encontrando-se disponível também no site do município, conforme consignado em ata.

Atenciosamente,

Gilson Ferreira Cella  
PRESIDENTE CPL

19/11/2018

Gmail - AVISO PRAZO RECURSAL (PROPOSTA COMERCIAL)

 **PROPOSTA BLANCO.pdf**  
37K

 **PROPOSTA BEBOP.pdf**  
39K

 **CLASSIFICAÇÃO FINAL.pdf**  
50K

 **PROPOSTA DOPPS.pdf**  
540K

 **PROPOSTA HEY.pdf**  
36K

 **PROPOSTA DUDACOM.pdf**  
308K

 **PROPOSTA META.pdf**  
36K

 **PROPOSTA NTV.pdf**  
27K

 **PROPOSTA OLÉ.pdf**  
34K





MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Publicação de Preços Registrados para aquisição de produtos e de material de consumo para atender demandas de saúde pública do Município de Larangeiras do Sul, conforme Edital nº 002/2018, em 05 de fevereiro de 2018.

Item	Descrição	Valor
01	ALCOOL 70% em solução	87,80
02	ANTIBIÓTICO AMOXICILINA 500mg	84,08
03	ANTIBIÓTICO CEFOTRÍAXIM 500mg	82,99
04	ANTIBIÓTICO CEFALOSPORINA 500mg	82,80
05	ANTIBIÓTICO PENICILINA 500mg	80,13
06	ANTIBIÓTICO VANCOMICINA 500mg	86,32
07	ANTIBIÓTICO CLINDAMICINA 500mg	86,32
08	ANTIBIÓTICO METROGIL 500mg	82,83

OBJETO: REGISTRO DE PREÇOS PARA A AQUISIÇÃO DE PRODUTOS E DE MATERIAL PARA ATENDER A DEMANDA DA SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE, excetuando-se para Micro Empresas e empresas de pequeno porte.

VALOR TOTAL DA ATA: R\$ 222.040,00 (duzentos e vinte e dois mil e quarenta reais).

DATA DA ASSINATURA: 06 de fevereiro de 2018.

MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Publicação de Preços Registrados para aquisição de produtos e de material de consumo para atender demandas de saúde pública do Município de Larangeiras do Sul, conforme Edital nº 002/2018, em 05 de fevereiro de 2018.

Objeto: Registro de Preços Registrados para aquisição de produtos e de material de consumo para atender demandas de saúde pública do Município de Larangeiras do Sul, conforme Edital nº 002/2018, em 05 de fevereiro de 2018.

MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Publicação de Preços Registrados para aquisição de produtos e de material de consumo para atender demandas de saúde pública do Município de Larangeiras do Sul, conforme Edital nº 002/2018, em 05 de fevereiro de 2018.

Objeto: Registro de Preços Registrados para aquisição de produtos e de material de consumo para atender demandas de saúde pública do Município de Larangeiras do Sul, conforme Edital nº 002/2018, em 05 de fevereiro de 2018.

Item	Descrição	Valor
01	ALCOOL 70% em solução	87,80
02	ANTIBIÓTICO AMOXICILINA 500mg	84,08
03	ANTIBIÓTICO CEFOTRÍAXIM 500mg	82,99
04	ANTIBIÓTICO CEFALOSPORINA 500mg	82,80
05	ANTIBIÓTICO PENICILINA 500mg	80,13
06	ANTIBIÓTICO VANCOMICINA 500mg	86,32
07	ANTIBIÓTICO CLINDAMICINA 500mg	86,32
08	ANTIBIÓTICO METROGIL 500mg	82,83

Objeto: Registro de Preços Registrados para aquisição de produtos e de material de consumo para atender demandas de saúde pública do Município de Larangeiras do Sul, conforme Edital nº 002/2018, em 05 de fevereiro de 2018.

VALOR TOTAL DA ATA: R\$ 222.040,00 (duzentos e vinte e dois mil e quarenta reais).

DATA DA ASSINATURA: 06 de fevereiro de 2018.

MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Publicação de Preços Registrados para aquisição de produtos e de material de consumo para atender demandas de saúde pública do Município de Larangeiras do Sul, conforme Edital nº 002/2018, em 05 de fevereiro de 2018.

MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Publicação de Preços Registrados para aquisição de produtos e de material de consumo para atender demandas de saúde pública do Município de Larangeiras do Sul, conforme Edital nº 002/2018, em 05 de fevereiro de 2018.

Objeto: Registro de Preços Registrados para aquisição de produtos e de material de consumo para atender demandas de saúde pública do Município de Larangeiras do Sul, conforme Edital nº 002/2018, em 05 de fevereiro de 2018.

Item	Descrição	Valor
01	ALCOOL 70% em solução	87,80
02	ANTIBIÓTICO AMOXICILINA 500mg	84,08
03	ANTIBIÓTICO CEFOTRÍAXIM 500mg	82,99
04	ANTIBIÓTICO CEFALOSPORINA 500mg	82,80
05	ANTIBIÓTICO PENICILINA 500mg	80,13
06	ANTIBIÓTICO VANCOMICINA 500mg	86,32
07	ANTIBIÓTICO CLINDAMICINA 500mg	86,32
08	ANTIBIÓTICO METROGIL 500mg	82,83

Objeto: Registro de Preços Registrados para aquisição de produtos e de material de consumo para atender demandas de saúde pública do Município de Larangeiras do Sul, conforme Edital nº 002/2018, em 05 de fevereiro de 2018.

VALOR TOTAL DA ATA: R\$ 222.040,00 (duzentos e vinte e dois mil e quarenta reais).

DATA DA ASSINATURA: 06 de fevereiro de 2018.

MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Publicação de Preços Registrados para aquisição de produtos e de material de consumo para atender demandas de saúde pública do Município de Larangeiras do Sul, conforme Edital nº 002/2018, em 05 de fevereiro de 2018.

MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Publicação de Preços Registrados para aquisição de produtos e de material de consumo para atender demandas de saúde pública do Município de Larangeiras do Sul, conforme Edital nº 002/2018, em 05 de fevereiro de 2018.

Objeto: Registro de Preços Registrados para aquisição de produtos e de material de consumo para atender demandas de saúde pública do Município de Larangeiras do Sul, conforme Edital nº 002/2018, em 05 de fevereiro de 2018.

Item	Descrição	Valor
01	ALCOOL 70% em solução	87,80
02	ANTIBIÓTICO AMOXICILINA 500mg	84,08
03	ANTIBIÓTICO CEFOTRÍAXIM 500mg	82,99
04	ANTIBIÓTICO CEFALOSPORINA 500mg	82,80
05	ANTIBIÓTICO PENICILINA 500mg	80,13
06	ANTIBIÓTICO VANCOMICINA 500mg	86,32
07	ANTIBIÓTICO CLINDAMICINA 500mg	86,32
08	ANTIBIÓTICO METROGIL 500mg	82,83

Objeto: Registro de Preços Registrados para aquisição de produtos e de material de consumo para atender demandas de saúde pública do Município de Larangeiras do Sul, conforme Edital nº 002/2018, em 05 de fevereiro de 2018.

VALOR TOTAL DA ATA: R\$ 222.040,00 (duzentos e vinte e dois mil e quarenta reais).

DATA DA ASSINATURA: 06 de fevereiro de 2018.

MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Publicação de Preços Registrados para aquisição de produtos e de material de consumo para atender demandas de saúde pública do Município de Larangeiras do Sul, conforme Edital nº 002/2018, em 05 de fevereiro de 2018.

LEIA-SE COM A SEGUINTE ALTERAÇÃO: CONTRATAÇÃO DE EMPRESA CONSTRUÇÃO DE UM QUIOSQUE, CONCRETO, COBERTURA EM TRATAMENTO COM TELHA SHINGLE. JUSTIFICATIVA: As referidas alterações se deram devido a um erro de digitação quando da especificação de materiais. Revogam-se as disposições em contrário. As licitantes interessadas deverão solicitar o edital de Alteração no e-mail: [crismolina.compras@gf.juranda.pr.gov.br](mailto:crismolina.compras@gf.juranda.pr.gov.br).

Juranda, 19 de Novembro de 2018.  
Cristina de O. Pizzoli Ferreira  
Presidente da C.P.L.

## DOCUMENTO CERTIFICADO

CÓDIGO LOCALIZADOR:

1004233818

Documento emitido em 20/11/2018 09:44:07.

Diário Oficial Com. Ind. e Serviços  
Nº 10317 | 20/11/2018 | PÁG. 38Para verificar a autenticidade desta página, basta informar o Código Localizador no site do DIOE: [www.imprensaoficial.pr.gov.br](http://www.imprensaoficial.pr.gov.br)

30	89,32	6º
30	85,32	7º
30	83,33	8º
30	82,83	9º

120061/2018

PREFEITURA MUNICIPAL DE JURANDA  
ESTADO DO PARANÁ  
C.N.P.J. - 78.196.755/0001-09  
Praça Henrique Szafermann, 13 CEP-87.355-000

AVISO DE LICITAÇÃO DESERTA  
TOMADA DE PREÇOS Nº 018/2018

PROCESSO ADMINISTRATIVO 213/2018

O Município de Juranda, através da Presidente da Comissão Permanente de Licitação, torna público para conhecimento, que a licitação na modalidade Tomada de Preços nº. 018/2018, visando a **CONTRATAÇÃO DE EMPRESA CONSTRUTORAS ESPECIALIZADA NO RAMO PARA A EXECUÇÃO DE OBRAS DE REVITALIZAÇÃO DAS CALÇADAS NOS ÓRGÃOS PÚBLICOS DA PRAÇA HENRIQUE SZAUFERMAN, (RODOVIÁRIA, PREFEITURA MUNICIPAL E IGREJA) PRÉDIOS ESTES LOCALIZADA JUNTO A SEDE DESTA MUNICÍPIO DE JURANDA, ESTADO DO PARANÁ., TUDO EM CONFORMIDADE COM ESPECIFICAÇÃO DE PROJETOS E ORÇAMENTOS ANEXOS.**, que seria realizada em 19 de Outubro de 2018, às 09:00 horas foi considerada DESERTA, por não comparecerem interessados habilitados ao certame.

DESTE MODO, NOTICIAMOS NOVA DATA DE  
ABERTURA DO CERTAME: 04/12/2018 ÀS 09:00 HORAS.

Juranda, 19 de Novembro de 2018.  
CRISTINA O. PIZZOLI FERREIRA  
Presidente da C.P.L.

120064/2018

## Laranjeiras do Sul

PREFEITURA MUNICIPAL DE LARANJEIRAS DO SUL  
CNPJ Nº. 76.205.970/0001-95  
PRAÇA RUI BARBOSA, 01 - FONE (042) 3635-8100  
85.301-070 - LARANJEIRAS DO SUL - PARANÁ

CLASSIFICAÇÃO FINAL E ABERTURA PRAZO PARA RECURSOS  
REF: CONCORRÊNCIA 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. A comissão de licitação comunica aos interessados na execução do objeto do Edital de Concorrência nº 006/2018 que após abertura das propostas comerciais, obteve-se a seguinte classificação final:

PONTUAÇÃO FINAL (Nota Proposta Técnica + Nota Proposta Comercial)				
	Pontuação Proposta Técnica	Pontuação Proposta Comercial	Pontuação final	Classificação
Casa Da Comunicação S/S Ltda	67,66	30	97,66	1º
N. T. V. Imagem E Propaganda Ltda	65,49	30	95,49	2º

Comunica outrossim, que nos termos do Art. 109, inciso I, alínea b da Lci Federal 8.666/1993, fica concedido o prazo de 05 (cinco) dias úteis a contar desta ata para interposição de recursos referente à proposta comercial, e desde logo as demais licitantes intimadas, caso queiram, a apresentação das contrarrazões no mesmo prazo, contados a partir do prazo final do recorrente.

Gilson Ferreira Cella  
Presidente CPL

120513/2018

## Londrina

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE LONDRINA

ESTADO DO PARANÁ  
AVISO DE LICITAÇÃO

Comunicamos aos interessados que está disponibilizada a licitação a seguir: Pregão Presencial Nº PG/SMGP-0249/2018, objeto: Registro de Preços para a eventual aquisição de protetor solar, bloqueador solar e repelentes. O edital poderá ser obtido através do site [www.londrina.pr.gov.br](http://www.londrina.pr.gov.br). Quaisquer informações necessárias pelo telefone (43) 3372-44618 ou ainda pelo e-mail: [licita@londrina.pr.gov.br](mailto:licita@londrina.pr.gov.br). Londrina, 16 de novembro de 2018. Fábio Cavazzotti e Silva – SECRETÁRIO MUNICIPAL DE GESTÃO PÚBLICA.

119992/2018

## Mallet

A PREFEITURA MUNICIPAL DE MALLET torna público que fará realizar Licitação sob modalidade PREGÃO PRESENCIAL 071/2018 com as seguintes características:

OBJETO: Registro de Preços para futura e eventual aquisição de pneus, câmaras e protetores para utilização na frota municipal de Mallet/PR.

FORMA DE JULGAMENTO: Menor preço.

ABERTURA DOS ENVELOPES: Dia 03/12/2018 às 09h00min.

AQUISIÇÃO DO EDITAL: Estará disponível na sede da Prefeitura Municipal de Mallet/PR, sito a Rua Major Estevão, 180, Centro, em Mallet/PR e no site [http://www.mallet.pr.gov.br/Site\\_mallet/editais.asp](http://www.mallet.pr.gov.br/Site_mallet/editais.asp) a partir de 20/11/2018.

INFORMAÇÕES: (42) 3542-1204.

Prefeitura Municipal de Mallet, 19/11/2018.

PAULO SERGIO KURZYDLOWSKI  
PREGOEIRO OFICIAL

120365/2018

## Mamborê

AVISO DE LICITAÇÃO

O Município de Mamborê, Estado do Paraná, através de sua Comissão Permanente de Licitações, com a devida autorização expedida pelo Prefeito Municipal, convida Vossa Senhoria a participar do seguinte procedimento licitatório: MODALIDADE Tomada de Preços nº 001/2018, visando a aquisição de materiais de consumo para a Prefeitura Municipal de Mamborê, Estado do Paraná, conforme especificações e quantidades constantes no Edital de Licitação nº 001/2018, que encontra-se disponível no site [www.mambore.pr.gov.br](http://www.mambore.pr.gov.br).



# MUNICÍPIO DE LARANJEIRAS DO SUL

Estado do Paraná

Praça Rui Barbosa, 01 – Centro – Cx. Postal 121 – 85301-070

CNPJ: 76.205.970/0001-95 - Fone: (42) 3635-8100 - Fax: (42) 3635-8136



## NOTA EXPLICATIVA

De: Gilson Ferreira Cella  
Presidente Comissão de Licitação

Data: 26 de novembro de 2018.

Referente: Resposta Esclarecimento C.P. 006/2018-PMLS.

Segue resposta do seguinte pedido de esclarecimento realizado por uma licitante:

### PEDIDO:

*Boa tarde,*

*Gostaria de esclarecer uma dúvida referente ao edital da Concorrência nº006/2018.*

*No item abaixo, pede a seguinte certidão:*

*Poderia me confirmar se é a mesma Certidão de Breve Relato, que geralmente emitimos no Cartório em nossa cidade?*

*12.3.7 Certidão Simplificada da Junta Comercial ou Breve Relatório/Certidão do Cartório de títulos e documentos.*

*Aguardo retorno.*

### RESPOSTA:

O edital solicita um ou outro documento, conforme tipo da pessoa jurídica. Empresas que registram seus atos na Junta Comercial deverão apresentar a **Certidão Simplificada da Junta Comercial**. Empresas que registram seus atos no Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas deverão apresentar **Breve Relatório/Certidão (Certidão de Breve Relato)**.

Atenciosamente,

Gilson Ferreira Cella  
PRESIDENTE CPL


 Prefeitura Laranjeiras do Sul <licitacaols@gmail.com>
 
**Referente: Resposta Esclarecimento C.P. 006/2018-PMLS.**

1 mensagem

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

26 de novembro de 2018 17:11

Para: producao@dopps.com.br, Yasmin <recepcao2@casadacomunicacao.net>, Financeiro Hey Comunicação <financeiro@heycomunicacao.com.br>, evandro@olepropaganda.com.br, contato@dudacom.net, Luana <luana@olepropaganda.com.br>, Financeiro | Meta Propaganda <financeiro@metapropaganda.com.br>, ademir@metapropaganda.com.br, francisco meta propaganda <francisco@metapropaganda.com.br>, Nilson Fante <nilson@ntv.com.br>, mariarosa@dopps.com.br, Samuel Kruk <samuel@bebopcomunicacao.com.br>, Elvis Candido lima <blancolima@blancolima.com.br>, Manoel Teixeira <manoel@casadacomunicacao.net>, Rose | Meta Propaganda <midia@metapropaganda.com.br>

**NOTA EXPLICATIVA**

De: Gilson Ferreira Cella  
Presidente Comissão de Licitação

Data: 26 de novembro de 2018.

Referente: Resposta Esclarecimento C.P. 006/2018-PMLS.

Segue resposta do seguinte pedido de esclarecimento realizado por uma licitante:

**PEDIDO:**

*Boa tarde,*

*Gostaria de esclarecer uma dúvida referente ao edital da Concorrência nº006/2018.*

*No item abaixo, pede a seguinte certidão:*

*Poderia me confirmar se é a mesma Certidão de Breve Relato, que geralmente emitimos no Cartório em nossa cidade?*

*12.3.7 Certidão Simplificada da Junta Comercial ou Breve Relatório/Certidão do Cartório de títulos e documentos.*

*Aguardo retorno.*

**RESPOSTA:**

O edital solicita um ou outro documento, conforme tipo da pessoa jurídica. Empresas que registram seus atos na Junta Comercial deverão apresentar a **Certidão Simplificada da Junta Comercial**. Empresas que registram seus atos no Cartório de Registro Civil de Pessoas

26/11/2018

Gmail - Referente: Resposta Esclarecimento C.P. 006/2018-PMLS.

