



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

AVISO DE LICITAÇÃO
TOMADA DE PREÇOS Nº 004/2014

Processo Licitatório
Nº 396

Regime de Contratação: Melhor Técnica

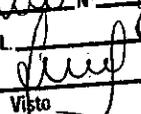
Objeto: Contratação de empresa de agenciamento para administrar e gerenciar os serviços de publicidade, bem como elaborar textos, fazer gravações, fotografias e filmagem, utilizando-se de profissionais capacitados, devendo ainda gerenciar e executar o planejamento da mídia que deverá ter caráter informativo, educativo, cultural, das obras realizadas, dos atos administrativos e programas desenvolvidos pela administração municipal, direcionando as divulgações junto aos órgãos de imprensa com abrangência e audiência no Município de Pato Bragado-PR.

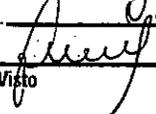
Abertura: O protocolo dos envelopes será até as 09h00min do dia 30 de maio de 2014, e a abertura dos envelopes ocorrerá em Sessão Pública as 09h10min horas do mesmo dia, nas dependências da sala de reuniões da Prefeitura do Município de Pato Bragado, sito na Avenida Willy Barth, 2885, Centro, Pato Bragado – PR.

Edital: O edital estará disponível aos interessados junto a Secretaria de Administração na Prefeitura do Município de Pato Bragado, Estado do Paraná, durante o horário normal de expediente, das 08h00min as 12h00min e das 13h30min as 17h00min, de segunda à sexta-feira.

Pato Bragado - PR, aos vinte e três dias do mês de abril de 2014.


Arnildo Rieger
Prefeito em Exercício

PUBLICADO NO DIÁRIO OFICIAL
02 Nº 429
de 23/04/14 FL. 01

Visto

PUBLICADO NO DIÁRIO OFICIAL
0 Presente Nº 3825
de 26/04/14 FL. 02

Visto

PUBLICADO NO DIÁRIO OFICIAL
ICE-PR Nº _____
de 29/04/14

Visto

Processo Licitatório
Folha nº 001
Pato Bragado - PR

SOLICITAÇÃO DE COMPRAS

DE: Secretaria de Administração

OBJETO: Constituir Processo licitatório para contratar empresa de agenciamento pra administrar e gerenciar os serviços de publicidade e divulgação da Prefeitura de Pato Bragado, bem como, elaborar textos, gravações, filmagens, levantamentos fotográficos, planejar e executar mídia de caráter informativo, educacional, das obras, dos atos administrativos, programas e outras ações administrativas.

JUSTIFICATIVA: O atual contrato de agenciamento não atende mais a todas as necessidades do Município e está com prazo de vigência prestes a ser esgotado, assim como precisa se adequar a legislação aplicável, mais especificamente a Lei Federal Número 12.232./2010

DO VALOR: R\$ 15,000,00 mensais

Luiz Alberto Roelmei

CPF: 433.795.240-34

Secretário Munic. de Administração

Data: 24.04.2014

Solicitado Por: Luiz A Rosinski

Assinatura:

Luiz A. Rosinski

SECRETARIA MUNICIPAL DE FINANÇAS

DEPARTAMENTO DE CONTROLE INTERNO E PLANEJAMENTO

RECURSO ORÇAMENTÁRIO

Secretaria:

Orgão:

Dotação: Conforme anexo

Data ____/____/____

Assinatura: _____

Carimbo:

RECURSO FINANCEIRO

Possui

Não Possui

FORMA DE PAGAMENTO:

Data pagto () () ()

Autorização do Secretário:

Data ____/____/____

Assinatura: _____

Carimbo:

GABINETE DO PREFEITO

Data

25, 4, 14

Autorizado

Não Autorizado

Assinatura:

Carimbo:

Processo Licitatório

Folha nº *002*

Pato Bragado - PR

BRIEFING

APRESENTAÇÃO

Pato Bragado é um município com cerca de cinco mil habitantes. Entre as principais qualidades da população estão a hospitalidade e a criatividade no cultivo de ricas tradições. Isso é revelado principalmente nos eventos promovidos para toda região, como os Espetáculos Natal em Canto e Renascer, Jantar Italiano, Oktoberfest e a Festa que consagra o aniversário de emancipação político-administrativa, a Festa Nacional do Cupim Assado.

FESTA NACIONAL DO CUPIM ASSADO

A Festa do Cupim Assado iniciou em 1988 como evento marcante das tradições gauchescas existentes no então, distrito de Pato Bragado. Foi realizada durante cinco anos como atração principal dos festejos do CTG Sepé Tiaraju. Com a emancipação do distrito, o cupim assado passou a ser o prato típico do município, sendo que é grande sua aceitação junto à comunidade local e regional.

Desde 1993 o evento é comemorado em conjunto com o aniversário de Emancipação Político-administrativa e acontece no terceiro final de semana de março (sexta, sábado e domingo). São assados cerca de seis mil quilos de cupim e o lucro é revertido às 28 associações e entidades que em parceria com a Comissão Central Organizadora (CCO) são responsáveis pelo cronograma festivo.

O concurso de miss ocorre a cada dois anos, sendo que a programação conta ainda com show, bailes, exposição da indústria e do comércio, encontro de motos e carros antigos e praça de alimentação.

É durante a Festa Nacional do Cupim que o comércio do município e região se fortalece. Essa é, com certeza, uma das datas mais importantes para o município. Comerciantes têm a oportunidade de expor seus produtos na festa, movimentando ainda diversos outros setores do comércio.

OBJETO DA DEMANDA

Elaborar projeto e implantar o plano de comunicação/mídia, tanto a nível municipal, quanto regional, sendo a Secretaria de Administração do município de Pato Bragado, a responsável pela supervisão e coordenação sobre a publicidade, buscando solucionar as problemáticas de comunicação relativas aos itens apontados no Briefing.

INFORMAÇÕES ESTRATÉGICAS

Como a festa tem reconhecimento nacional é preciso que continue sendo consagrada, pois é responsável por fomentar a economia do município, uma vez que movimenta o comércio local, se caracteriza por uma vitrine de vendas aos expositores e excelente aceitação do prato já que apresenta rígidos critérios de qualidade e comodidade pelo local em que é servido, um bosque amplo e arborizado, se solidificando ao longo das edições. Por isso é preciso estabelecer um conjunto de materiais em meios próprios de comunicação, ampliando o reconhecimento pelo público, principalmente das novas gerações, obtendo com isso, a crescente valorização financeira, destacando o concurso, como os valores da população do município a nível nacional.

PROBLEMA ESPECÍFICO DA COMUNICAÇÃO

Pato Bragado é uma cidade nova no cenário da região Oeste e a Festa Nacional do Cupim Assado exige ampliações e melhorias na sua estrutura. Dessa forma o resultado financeiro da festa deve ser melhor a cada evento, já que o lucro é repartido entre as 28 associações e entidades parceiras. Para que novos investimentos ocorram é preciso que as pessoas sejam estimuladas a participar da festa, que o público tenha atenção especial e que o evento seja convidativo e consolidado pelas características únicas que só Pato Bragado oferece.

PÚBLICO ESTRATÉGICO

Cabe a cada participante realizar a identificação do público alvo, devendo atingir o maior contingente possível de crianças, adolescentes e adultos.

PRAZO E VALOR

O valor que será destinado à elaboração e execução do projeto da campanha publicitária mencionada deverá se adequar ao valor máximo de R\$, sendo que o período de divulgação em artes visuais e nos meios de comunicação deverá ser de, a partir da assinatura do contrato.

Unidade Gestora: PREFEITURA DO MUNICIPIO DE PATO BRAGADO

Conta..... =	496	Desdobramento da Despesa	Despesa Principal: 490
Órgão..... =	02	Executivo Municipal	
Unidade Orçamentária.. =	02.001	Gabinete do Prefeito	
Funcional..... =	041311050	Administração	
Projeto/Atividade..... =	2004000	Manutenção das Atividades da Assessoria de Imprensa e Comunicação Social	
Natureza da Despesa... =	3.3.90.39.88.00.00	SERV. DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA	
Fonte de Recursos..... =	505	Royalties Tratado de Itaipu Binacional	

Saldos de 01/04/2014 até 23/04/2014

Empenhado no Período.... =	18.090,00
Liquidado no Período.... =	18.090,00
Anulado no Período..... =	0,00
Pago no Período..... =	18.090,00
Empenhado até o Período. =	37.392,84
Liquidado até o Período. =	37.392,84
Pago até o Período..... =	37.392,84
A Pagar Processado..... =	0,00
A Pagar não Processado.. =	0,00
Total a Pagar..... =	0,00


Cleunice Finken
Agente de Administração
RG: 5.072.088-8

Processo Licitatório
Folha nº 006
Pato Bragado - PR



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

PARECER JURÍDICO MUNICIPAL

**DE: ASSESSORIA JURIDICA
PARA: PREFEITO MUNICIPAL
GABINETE DO PREFEITO**

Processo Licitatório, Modalidade Tomada de Preços n.º 004/2014

Ementa: Análise jurídico-formal da minutas de Edital que tem por objeto a contratação de empresa de agenciamento de publicidade.

RELATÓRIO

Constam dos presentes autos a minuta do Edital contendo as especificações do objeto da presente licitação, descrição dos serviços, vigência da contratação e estimativa de preços, bem como a informação referente à dotação orçamentária para a contratação em tela.

É o Relatório.

PARECER JURÍDICO

Analisadas as minutas do Edital de Pregão e do Contrato, opinamos que as mesmas atendem aos requisitos constantes da Lei n.º 8666/93, encontrando-se aptas para serem executadas.

Este é o parecer, que fica sob censura de outro entendimento que comprove melhor resguardo do interesse público.

Pato Bragado/PR, 23 de abril de 2014.

Juliano Andreoli

OAB/PR 29724

Assessor Jurídico Municipal

Processo Licitatório

Folha nº 007

Pato Bragado - PR



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

TOMADA DE PREÇOS Nº 004/2014

1 – PREÂMBULO

O Município de Pato Bragado, Estado do Paraná, através da Comissão Permanente de Licitação, designada pela Portaria n.º 015/2014 de 24 de fevereiro de 2014, com a devida autorização expedida pelo Prefeito Municipal e de conformidade com os termos da Lei Federal nº 8.666/93 e n.º 12.232/2010 e demais legislações aplicáveis, torna público aos interessados que fará realizar no dia **30 de maio de 2014 às 09h00min**, no Paço Municipal, Licitação na modalidade **TOMADA DE PREÇOS**, Tipo **MELHOR TÉCNICA**, objetivando a **Contratação de empresa de agenciamento para administrar e gerenciar os serviços de publicidade, bem como elaborar textos, fazer gravações, fotografias e filmagem, utilizando-se de profissionais capacitados, devendo ainda gerenciar e executar o planejamento da mídia que deverá ter caráter informativo, educativo, cultural, das obras realizadas, dos atos administrativos e programas desenvolvidos pela administração municipal, direcionando as divulgações junto aos órgãos de imprensa com abrangência e audiência no Município de Pato Bragado-PR, de acordo com as instruções deste Edital e seus anexos.**

2 – OBJETO, TIPO DE LICITAÇÃO, PRAZOS DE EXECUÇÃO E VIGÊNCIA E VALOR ESTIMADO DA CONTRATAÇÃO

2.1 A presente Licitação tem por objeto a seleção de proposta visando à **Contratação de empresa de agenciamento para administrar e gerenciar os serviços de publicidade, bem como elaborar textos, fazer gravações, fotografias e filmagem, utilizando-se de profissionais capacitados, devendo ainda gerenciar e executar o planejamento da mídia que deverá ter caráter informativo, educativo, cultural, das obras realizadas, dos atos administrativos e programas desenvolvidos pela administração municipal, direcionando as divulgações junto aos órgãos de imprensa com abrangência e audiência no Município de Pato Bragado-PR, de acordo com as instruções deste Edital e seus anexos.**

2.1.1 O objeto compreende, ainda:

- a) Planejamento, estudo, concepção, criação, execução interna, supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários;
- b) Elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual;
- c) Realização de pesquisas de opinião pública e outras ações destinadas a orientar, subsidiar ou complementar os esforços publicitários, como, revistas, outdoors, som de rua, panfletos, folders e todo e qualquer serviço executado como órgão de publicidade e propaganda, no interesse do Município.

2.2 Os serviços de concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação.

2.3 Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou de interesse do Município de Pato Bragado.



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

2.4 Para fins desta Tomada de Preços, as ações de publicidade não abrangem as ações de promoção e de patrocínio.

2.4.1 Excluem-se do conceito de patrocínio mencionado no item anterior o patrocínio de projetos de veiculação em mídia ou em instalações que funcionem como veículo de divulgação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

2.5 Para a prestação dos serviços será contratada **1 (uma) agência de publicidade e propaganda**, à qual serão destinados os recursos previstos neste Edital para a realização dos serviços objeto desta licitação.

2.6 Esta licitação reger-se-á pelo tipo **Melhor Técnica**, na forma preconizada pelo parágrafo 1º do artigo 46 da Lei n.º 8.666/1993, suas alterações posteriores e pelas disposições deste Edital, conforme determina o inciso IX do parágrafo quarto, do artigo 11 da Lei n.º 12.232/2010, sendo considerada vencedora da Tomada de Preços a **proponente** mais bem classificada na Proposta Técnica e que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas.

2.7 O prazo de **execução** dos serviços será de **06 (seis) meses**, iniciando a partir da assinatura do contrato e o prazo de **vigência** será de **24 (vinte e quatro) meses**, também contado a partir da assinatura do contrato, admitindo prorrogação, na forma da Lei.

2.8 O Valor Estimado da Contratação é de **R\$ 90.000,00 (noventa mil reais)**

3 – DO EDITAL

3.1 O presente Edital encontra-se à disposição para verificação por parte dos interessados junto a Secretaria Municipal de Administração do Município de Pato Bragado, sito à Avenida Willy Barth, 2885 – CEP 85.948-000 – Pato Bragado, Estado do Paraná, de segunda a sexta-feira, das 08h00min às 12h00min e das 13h30min às 17h00min. O Edital poderá ser obtido mediante Requerimento a ser protocolado na Prefeitura Municipal, ou solicitado para o e-mail neiva@patobragado.pr.gov.br.

4 – RECURSOS FINANCEIROS

4.1 As despesas com a execução do objeto do Edital em epígrafe serão custeadas com recursos próprios do Município de Pato Bragado e correrá à conta da seguinte dotação orçamentária:

02.000 – Executivo Municipal

02.001 - Gabinete do Prefeito

04.131.1050.2004 – Manutenção das Atividades de Imprensa e Comunicação

3.3.90.39.88 496 – Serviços de Publicidade e Propaganda

4.2 O Município de Pato Bragado se reserva o direito de utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos

5 – CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

5.1 Poderão participar da presente licitação:



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

5.1.1 Empresas do ramo, brasileiras, devidamente inscritas no Cadastro de Fornecedores do Município de Pato Bragado, válido na data da sessão de recebimento dos envelopes desta Tomada de Preços;

5.2 Estão impedidos de participar da licitação:

5.2.1 Servidor ou dirigente de órgão ou entidade Contratante ou responsável pela licitação;

5.2.2 Empresa expressamente declarada inidônea por qualquer órgão da administração direta ou indireta inclusive fundações nos níveis federal, estadual ou municipal e/ou suspensão do direito de licitar e as impedidas de contratar; no prazo e nas condições da suspensão e do impedimento, estabelecidos por qualquer órgão da administração direta ou indireta inclusive fundações nos níveis federal, estadual ou municipal ou inadimplente em obrigações assumidas com o Município de Pato Bragado;

5.2.3 Proponentes que fazem parte de um mesmo grupo econômico ou financeiro, somente podem apresentar uma única proposta sob pena de rejeição de todas estas propostas. Considera-se que fazem parte de um mesmo grupo econômico ou financeiro as empresas que tenham diretores, acionistas (com participação em mais de 5%), ou representantes legais comuns, e aquelas que dependem ou subsidiem econômica ou financeiramente a outra empresa;

5.2.4 Empresa que deixar de se cadastrar dentro do prazo estabelecido neste Edital.

5.3 As microempresas e empresas de pequeno porte terão tratamento diferenciado previsto na Lei Complementar 123/2006.

5.3.1 Caso a empresa se enquadre no regime de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte, para obtenção dos benefícios da Lei Complementar 123/2006, o licitante deverá apresentar, no ENVELOPE 05:

- a) **Declaração de que se enquadra como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte (Lei Complementar 123/2006)**, conforme o modelo constante no Anexo IV;
- b) **Certidão Simplificada emitida pela Junta Comercial** (na forma indicada no item 9.5 do presente Edital).

6 – APRESENTAÇÃO E ENTREGA DOS ENVELOPES

6.1 A proponente arcará com todos os custos relativos à elaboração e submissão de sua proposta, isentando o Município de Pato Bragado da responsabilidade direta ou indireta sobre esses custos, independentemente do desenvolvimento do processo licitatório.

6.2 Na data fixada no presente Edital ou mediante convocação a ser realizada pela Comissão, conforme o caso, a proponente deverá Protocolar no Setor de Protocolo do Paço Municipal os seguintes envelopes:

- a) **ENVELOPE Nº 01 – PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO – Via não identificada;**
- b) **ENVELOPE Nº 02 – PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO – Via identificada**
- c) **ENVELOPE Nº 03 – PROPOSTA TÉCNICA – DEMAIS INFORMAÇÕES**
- d) **ENVELOPE Nº 04 – PROPOSTA DE PREÇOS**
- e) **ENVELOPE Nº 05 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO**



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

6.2.1 Os ENVELOPES contendo as Propostas Técnicas (ENVELOPES N^{os} 01 a 03) e Proposta de Preço (ENVELOPE N^o 04) deverão ser protocolados até às 08h45min do dia 30 de Maio de 2014.

6.2.2 Não serão aceitos, sob nenhuma hipótese, envelopes protocolados após o horário estabelecido no item 6.2.1 ou após o horário estabelecido na convocação realizada pela Comissão, no caso do ENVELOPE N^o 05.

6.2.2.1 A Comissão de Licitação não será responsável por qualquer perda de ENVELOPES enviados pelo correio ou outro serviço de entrega, ou pelo atraso na entrega dos mesmos.

6.3 Os Documentos de Habilitação e as Propostas Técnica e de Preço deverão ser protocolados em invólucros distintos e separados, todos fechados, atendendo as seguintes determinações:

6.3.1 A **PROPOSTA TÉCNICA** deverá ser acondicionada em 03 (três) envelopes distintos, sendo:

- a) **ENVELOPE N^o 01 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO – Via não identificada:** O envelope deverá conter o Plano de Comunicação em via sem qualquer identificação da proponente, externa (no envelope) ou interna (no Plano), de forma a preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação até a abertura do ENVELOPE N^o 02.

O Departamento de Licitações fornecerá gratuitamente às participantes, invólucro próprio, mediante pedido da licitante interessada na presente licitação, onde deverá ser acondicionado o **Plano de Comunicação – Via não identificada.**

A Comissão de Licitação só aceitará o **Plano de Comunicação – Via Não Identificada** que estiver acondicionado no invólucro fornecido pelo Departamento de Licitações, sem qualquer marca, sinal, etiqueta, rasura, rabisco, assinatura ou outro elemento capaz de, sob qualquer forma, identificar a proponente, que deverá ser retirado pela interessada, mediante preenchimento de recibo contendo nome da empresa, CNPJ/MF, endereço e telefone de contato, até a data limite designada para o protocolo dos envelopes.

O **Plano de Comunicação – Via Não Identificada** deverá ser redigido em língua portuguesa (salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente), com clareza, sem emendas ou rasuras, e ser elaborado da seguinte forma:

1. Em papel A4, branco;
2. Com espaçamento de 2 cm nas margens esquerda e direita, a partir da borda;
3. Com espaçamento 1,0 entre as linhas;
4. Com texto em fonte "arial", tamanho 12;
5. Com numeração em todas as páginas, em algarismos arábicos, no canto inferior direito da página;
6. Em caderno único, encadernado em espiral preto;
7. Sem identificação da licitante nas partes externa e interna.

O **Plano de Comunicação – Via Não Identificada** não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria, sob pena de desclassificação.



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

Os exemplos de peças mencionados no subitem 7.1.1.3, que constituem a Idéia Criativa, sem nenhuma identificação de sua autoria, devem ter formatos compatíveis com suas características e adequarem-se ao tamanho do invólucro fornecido pelo Departamento de Licitações.

- b) **ENVELOPE Nº 02 - PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO – Via identificada:** O envelope será providenciado pela própria proponente e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura, e deverá conter o **Plano de Comunicação em via identificada internamente**, com o mesmo conteúdo do plano apresentado no ENVELOPE Nº 01, para que, após a avaliação e julgamento do conteúdo do **Plano de Comunicação – Via Não Identificada**, a Comissão possa identificar as proponentes.

O invólucro deverá trazer em sua parte externa as seguintes informações:

ENVELOPE Nº 02
Proposta Técnica: Plano de Comunicação – Via Identificada
Tomada de Preços nº ___/2014.
À Comissão de Licitação
Município de Pato Bragado
Razão social da licitante:
CNPJ/MF da licitante:

- c) **ENVELOPE Nº 03 - PROPOSTA TÉCNICA – DEMAIS INFORMAÇÕES:** O envelope deverá conter as informações que comprovem que a proponente possui Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problema de Comunicação. O invólucro será providenciado pela própria proponente e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura, devendo trazer em sua parte externa as seguintes informações:

ENVELOPE Nº 03
Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problema de Comunicação
Tomada de Preços nº ___/2014.
À Comissão de Licitação
Município de Pato Bragado
Razão social da licitante:
CNPJ/MF da licitante:

6.3.2 A PROPOSTA DE PREÇO (ENVELOPE Nº 04) deverá ser acondicionada em envelope contendo as seguintes informações em sua parte externa:

ENVELOPE Nº 04
Proposta de Preço
Tomada de Preços nº ___/2014



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

À Comissão de Licitação
Município de Pato Bragado
Razão social da licitante:
CNPJ/MF da licitante:

6.3.2.1 O ENVELOPE Nº 04 será providenciado pela própria proponente e pode ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

6.3.2.2 A Proposta de Preço deverá ser apresentada em papel timbrado que identifique a proponente, contendo, preferencialmente, suas páginas numeradas, em seqüência e deverá ser obrigatoriamente redigida em língua portuguesa (salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente), com clareza, sem emendas ou rasuras.

6.3.2.3 A Proposta deverá ser datada e assinada por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

6.3.3 Os **DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (ENVELOPE Nº 05)**, enumerados no item 9.1, deverão ser acondicionados em envelope contendo as seguintes informações em sua parte externa:

ENVELOPE Nº 05
Documentos de Habilitação
Tomada de Preços nº ___/2014
À Comissão de Licitação
Município de Pato Bragado
Razão social da licitante:
CNPJ/MF da licitante:

6.3.3.1 O ENVELOPE Nº 05 somente será apresentado pelos proponentes classificados no julgamento final das propostas, nos termos do art. 6, inciso I da Lei Federal nº 12.232/10, devendo cada proponente Protocolar no Setor de Protocolo do Paço Municipal, até o horário designado para o início da sessão pública, conforme convocação específica, e será providenciado pela própria proponente, podendo ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

6.3.3.2 Os Documentos de Habilitação deverão ter, preferencialmente, todas as suas páginas numeradas e rubricadas por representante legal da proponente e só serão aceitas cópias legíveis que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Licitação, na forma preconizada pelo item 9.5.

6.4 Nas sessões de abertura dos Envelopes, o representante da proponente apresentará à Comissão de Licitação o documento que o credencia a participar deste certame, juntamente com o seu documento de identidade RG.

6.4.1 Quando a representação for exercida por sócio ou dirigente, na forma de seus atos de constituição, o documento de credenciamento consistirá em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, onde conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembléia de eleição do dirigente, em ambos os casos



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original, para permitir que a Comissão de Licitação ateste sua autenticidade.

6.4.2 Se o representante não for membro integrante da diretoria e querendo participar ativamente (*com poderes legais para representar a proponente*) da sessão, deverá apresentar à Comissão de Licitação a **Carta de Credenciamento** que lhe outorga poder legal junto à mesma, conforme modelo constante do Anexo III, com firma reconhecida, ou através de procuração passada em cartório, firmada por instrumento público ou particular, contendo, no mínimo, os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo III. Na hipótese de apresentação por intermédio de procuração, deverá ser juntada a cópia autenticada em cartório do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

6.4.3 A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

7 – PROPOSTA TÉCNICA (ENVELOPES Nºs 01, 02 e 03)

7.1 A Proposta Técnica deverá contemplar os seguintes itens:

- a) Apresentação do **Plano de Comunicação** (ENVELOPES Nºs 01 e 02);
- b) Comprovação da **Capacidade de Atendimento** (ENVELOPE Nº03);
- c) Apresentação de **Repertório** (ENVELOPE Nº03); e
- d) **Relato de Solução de Problema de Comunicação** (ENVELOPE Nº03).

7.1.1 O **Plano de Comunicação** deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo II) de forma a atender aos seguintes quesitos:

7.1.1.1 Raciocínio Básico: texto em que a licitante demonstrará seu entendimento sobre o problema específico de comunicação e os objetivos de comunicação;

7.1.1.2 Estratégia de Comunicação: texto em que a licitante:

- a) Apresentará e defenderá o partido temático e o conceito que, de acordo com o seu raciocínio básico, devem fundamentar a proposta de solução do problema específico de comunicação e de atendimento dos objetivos de comunicação; e
- b) Explicitará e defenderá a estratégia de comunicação sugerida para a solução do problema específico de comunicação e atendimento dos objetivos de comunicação, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que instrumentos, ferramentas e meios de divulgação utilizar. A estratégia de comunicação deve contemplar as ações publicitárias e as demais ações de comunicação que, de acordo com a licitante, sejam relevantes para a solução do problema de comunicação e o atendimento dos objetivos de comunicação.

7.1.1.3 Ideia Criativa: a licitante apresentará campanha exclusivamente publicitária com exemplos de peças que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema específico de comunicação e de atendimento dos objetivos de comunicação, indicando, em forma de lista, todas as peças integrantes da campanha apresentadas na ideia criativa e nos exemplos de peças, incluídas as eventuais reduções e variações de formato. Os exemplos de peças estão condicionados e limitados ao quanto segue:



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

- a) Limitados a dez, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça;
- b) Podem ser apresentados sob a forma de roteiro, layout e story-board impressos, para qualquer peça.
 - b.1) No caso de peças de não mídia, só serão aceitos exemplos finalizados.
 - b.2) Se forem apresentadas peças como parte de um *kit*, cada uma delas será computada no limite de que trata a alínea "a" do subitem 7.1.1.3.

7.1.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia: que deverá constituir-se em:

- a) Texto em que, de acordo com as informações do Briefing, demonstrará capacidade para atingir os públicos prioritários da campanha exclusivamente publicitária (permitida à inclusão de tabelas e gráficos) e indicará o uso dos recursos de comunicação próprios do Município de Pato Bragado.
- b) Simulação de plano de distribuição de todas as peças de que trata o subitem 7.1.1.3, acompanhada de tabelas, gráficos, planilhas e texto com a explicitação das premissas adotadas e suas justificativas.
 - b.1) Da simulação deverá constar um resumo geral com informações sobre, pelo menos: o período de veiculação; os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em mídia, separadamente por meios; e os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção de cada peça, separadamente, de mídia e de não mídia.
 - b.2) No caso de não mídia, no resumo geral também deverão ser explicitadas as quantidades a serem produzidas de cada peça.
 - b.3) Na simulação de que trata a alínea "b" do subitem 7.1.1.4, os preços de mídia devem ser os de tabela cheia dos veículos, devendo ser desconsiderado o repasse de parte do desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, como também deverão ser desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de terceiros.

7.1.2 Comprovação da Capacidade de Atendimento: textos em que a licitante apresentará:

- a) Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da apresentação dos documentos de habilitação, com a especificação do período de atendimento de cada um deles;
- b) A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;
- c) As instalações, a infra-estrutura e os recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato;
- d) A sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
- e) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

à disposição do Município de Pato Bragado, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

7.1.3 Apresentação de Repertório: apresentação, sob a forma de peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos, concebidos e veiculados, distribuídos, exibidos ou expostos pela licitante.

7.1.3.1 Poderão ser apresentadas até cinco peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, todas veiculadas, distribuídas, exibidas ou expostas nos últimos dois anos, contados até a data de apresentação das propostas.

7.1.3.2 Para cada peça, deve ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver e a identificação da licitante, título, data de produção, período de veiculação, distribuição, exibição ou exposição e menção de pelo menos um veículo ou espaço que a divulgou, exibiu ou expôs.

7.1.3.3 As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

7.1.3.4 As peças não podem referir-se a trabalhos solicitados e/ou aprovados pelo Município de Pato Bragado, já veiculados na mídia.

7.1.4 Relato de Solução de Problema de Comunicação: deverá ser apresentado um *case*, relatando, em no máximo três páginas, solução bem-sucedida de problema de comunicação.

7.1.4.1 O relato terá de ser formalmente referendado pelo respectivo anunciante e não pode referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo Município de Pato Bragado.

7.1.4.2 É permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para o relato, sendo que as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

7.2 Os textos pertinentes ao Plano de Comunicação estão limitados a 10 (dez) páginas, ressalvado que as páginas utilizadas eventualmente apenas para separar os textos dos quesitos e os documentos a que se referem os subitens 7.1.1.3 e 7.1.1.4 não serão computados nesse limite de páginas.

7.3 Caberá à Secretaria de Administração decidir se as campanhas publicitárias da Proposta vencedora serão ou não produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, durante a execução do contrato.

8 – PROPOSTA DE PREÇO (ENVELOPE Nº 04)

8.1 A Proposta de Preço deverá conforme modelo constante do Anexo VIII, datilografada ou impressa por computador com tinta indelével, sem rasura e entrelinhas, em folhas, preferivelmente, do tamanho A4 (21,0 x 29,7cm), indicando, obrigatoriamente, as informações constantes do referido anexo.

8.2 Na Proposta de Preço deverá ainda constar, obrigatoriamente:

- a) Declaração de que a proponente se compromete a emvidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros e a transferir ao Município de Pato Bragado as vantagens obtidas;



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

- b) Razão social, CNPJ/MF, endereço completo, número do telefone e do fac-símile da proponente;
- c) Data;
- d) Prazo de validade da Proposta de Preço, não inferior a 60 (sessenta) dias, contados a partir da data limite estabelecida para o recebimento dos ENVELOPES N°s 01 a 04.

8.3 Juntamente com a Proposta de Preço a proponente deverá apresentar documento informando a qualificação do responsável que irá firmar o contrato (nome completo, nacionalidade, estado civil, Carteira de Identidade, CPF e endereço), conforme Modelo de Formulário para Assinatura de Contrato constante do Anexo IX.

8.4 O preço proposto será de exclusiva responsabilidade da proponente e não lhe assistirá o direito de pleitear, na execução do contrato a ser firmado, nenhuma alteração sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

8.4.1 A não-explicitação de qualquer despesa necessária à perfeita realização do serviço será interpretada como não existente ou já incluída no preço, não podendo a licitante pleitear acréscimo após a abertura das propostas e durante a execução contratual.

9 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO (ENVELOPE N° 05)

9.1 As proponentes deverão incluir no ENVELOPE N° 05 – DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO os seguintes documentos:

- a) Comprovante de inscrição no CNPJ, atualizado; ✓
- b) Contrato Social e última alteração; ou Certidão Simplificada da Junta Comercial e última alteração do Contrato Social; ou Estatuto Social e última alteração acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
 - b1) Nos documentos mencionados na alínea b deverão constar, entre os objetivos sociais da proponente, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta Tomada de Preços;
- c) Cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante; ✓
- d) Decreto de autorização de funcionamento no País, em se tratando de empresa ou sociedade estrangeira, e ato de registro ou autorização para funcionamento expedido pelo órgão competente, quando a atividade assim o exigir; ✓
- e) Certificado cadastral fornecido pelo Município de Pato Bragado/PR; ✓
- f) Prova de inscrição no cadastro de contribuintes municipal (alvará), relativa ao domicílio ou sede da licitante, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto desta Tomada de Preços; ✓
- g) Prova de situação regular perante o Instituto de Seguridade Social – Certidão Negativa do INSS; ✓
- h) Prova de situação regular perante o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço - Certidão negativa do FGTS; ✓
- i) Certidão Negativa de Tributos Municipais, do Município sede da empresa proponente; ✓
- j) Certidão Negativa de Dívida Ativa de Tributos Estaduais, do Estado da sede da proponente; ✓



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

- k) Certidão Negativa de Quitação de Tributos e Contribuições Federal e da Dívida Ativa da União;
- l) Balanço Patrimonial e Demonstrações Contábeis do último exercício social, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprovem a boa situação financeira da empresa. O balanço patrimonial anual com as demonstrações contábeis, devidamente assinados por contabilista registrado no Conselho Regional de Contabilidade e o representante legal da empresa, deverá vir acompanhado dos termos de abertura e de encerramento do Livro Diário, devidamente registrado e assinado vedado a sua substituição por balancetes ou balanços. As empresas que se enquadrem no regime tributário de MEI (Micro Empreendedor Individual), estão dispensadas da apresentação de balanço patrimonial;
- m) Certidão Negativa de falência ou concordata expedida pelo Cartório Distribuidor da sede da pessoa jurídica licitante, com data não superior a 60 (sessenta) dias da data estabelecida para entrega dos envelopes da presente licitação. Caso na certidão contar a observação "Esta certidão só tem validade no seu original" também será aceita nas formas indicadas no item 9.5 do presente Edital;
- n) Declaração de Observância ao disposto no Inciso XXXIII do Art. 7º da CF, conforme modelo constante do Anexo V;
- o) Declaração de enquadramento em regime de tributação de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte (na hipótese do licitante ser ME ou EPP), conforme modelo constante do Anexo IV;
- p) Declaração de que concorda com todas as condições estabelecidas no presente edital e documentos pertinentes, bem como, de inexistência de fatos supervenientes impeditivos da habilitação, conforme modelo constante do Anexo VI;
- q) Certificado de filiação no CENP – Conselho Executivo de Normas-Padrão;
- r) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT), expedida gratuita e eletronicamente, para comprovar a inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho através do site: www.tst.jus.br
- s) Comprovação de aptidão de bom desempenho de atividade pertinente e compatível com o objeto da licitação, em suas características, quantidades e prazos, mediante a apresentação de, no mínimo, 01 (um) atestado fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, dando conta do fiel cumprimento, por parte da licitante, dos compromissos por ela assumidos.

9.1.1 Todas as certidões deverão estar em vigor quando da apresentação dos Documentos de Habilitação. Será considerada como válida pelo prazo de até 90 (noventa) dias, contado a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica para o respectivo documento.

9.1.2 A comprovação da boa situação financeira da licitante será feita por meio de avaliação dos Índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC) e Endividamento (E), mediante a aplicação das seguintes fórmulas:

$$LG = (AC + RLP) / (PC + ELP)$$



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

$$LC = (AC / PC)$$

$$E = (PC + ELP) / (AC + RLP + AP)$$

onde : AC - ativo circulante

PC - passivo circulante

AP - ativo permanente

RLP - realizável a longo prazo

ELP - exigível a longo prazo

OBS1: Os índices deverão ser apresentados com no máximo 2 (duas) casas decimais, desprezando-se as demais, conforme modelo constante do Anexo VII.

OBS2: Será considerada em boa situação financeira a licitante que apresentar índices, no mínimo, nos seguintes valores:

- a) liquidez geral (LG) > ou = a 1,00;
- b) liquidez corrente (LC) > ou = a 1,00; e
- c) endividamento (E) < ou = a 0,50,

9.1.3 Caso não haja a comprovação do enquadramento em regime de tributação de Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte (na hipótese do licitante ser ME ou EPP), as proponentes poderão participar do procedimento licitatório, sem direito, entretanto, à fruição dos benefícios previstos na Lei Complementar n.º 123/2006.

9.2 As microempresas e empresas de pequeno porte deverão apresentar toda a documentação exigida para efeito de comprovação da regularidade fiscal, mesmo que esta apresente alguma restrição.

9.2.1 Havendo alguma restrição na comprovação da regularidade fiscal, será assegurado o prazo de 02 (dois) dias úteis, cujo termo inicial corresponderá ao momento em que o proponente for declarado o vencedor do certame, prorrogáveis por igual período, a critério da Administração, para a regularização da documentação, pagamento ou parcelamento do débito, e emissão de eventuais certidões negativas ou positivas com efeito de certidão negativa;

9.2.2- A não-regularização da documentação no prazo previsto no subitem anterior implicará decadência do direito à contratação, sem prejuízo das sanções previstas no art. 81 da Lei n.º 8.666/93, sendo facultado à Administração convocar os licitantes remanescentes, na ordem de classificação, para a assinatura do contrato, ou revogar a licitação.

9.3 Certidões disponibilizadas por intermédio da Internet dispensam autenticação.

9.4 A falta de qualquer dos documentos citados ou sua apresentação em desacordo com o presente edital, bem como documentos vencidos, implicará na inabilitação do participante.

9.5 Os documentos necessários à habilitação serão apresentados em original ou por qualquer processo de cópia autenticada por tabelião, servidor da administração pública ou publicação em órgão da imprensa oficial.

9.5.1 Na hipótese do interessado pretender servir-se da autenticação por membro da Comissão de licitação, deverá oferecer previamente original e cópia, não se admitindo



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

autenticação depois de abertos os envelopes ou no momento da abertura. Para esse procedimento a Comissão de Licitação ficará antecipadamente à disposição dos interessados no horário de expediente na Secretaria de Administração do Município de Pato Bragado.

9.6 Se a licitante tiver filial, todos os Documentos de Habilitação deverão estar ou em nome da matriz ou da filial, dependendo de quem é a licitante, salvo aqueles documentos que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

10 – JULGAMENTO E PONTUAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1 As Propostas Técnicas das licitantes serão examinadas pela Subcomissão Técnica, sorteada preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

10.2 Serão levados em conta como critério de julgamento os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

10.2.1 PLANO DE COMUNICAÇÃO

10.2.1.1 Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão do problema específico de comunicação e dos objetivos de comunicação.

10.2.1.2 Estratégia de Comunicação

- a) A adequação do partido temático e do conceito propostos ao problema específico de comunicação e aos objetivos de comunicação;
- b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município de Pato Bragado com seu público;
- d) A adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação e o atendimento dos objetivos de comunicação;
- e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação proposta;
- f) A capacidade de identificar opções de abordagem de comunicação e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;
- g) A capacidade de articular os conhecimentos sobre o problema específico de comunicação, os objetivos de comunicação, os públicos e a verba disponível.

10.2.1.3 Idéia Criativa

- a) Sua adequação ao problema específico de comunicação e aos objetivos de comunicação;
- b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- c) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;
- d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- f) A pertinência em relação às atividades do Município de Pato Bragado;
- g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;
- h) A exequibilidade das peças;
- i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos.



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

10.2.1.4 Estratégia de Mídia e Não Mídia

- a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários;
- b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;
- c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;
- d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da Prefeitura do Município de Pato Bragado;
- e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;
- f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa.

10.2.2 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

- a) O tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;
- b) A adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária do Município de Pato Bragado, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;
- c) A adequação das instalações, da infra-estrutura e dos recursos materiais que colocará à disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;
- d) A operacionalidade do relacionamento entre o Município de Pato Bragado e a licitante, esquematizado na Proposta;
- e) A segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;
- f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Município de Pato Bragado, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

10.2.3 REPERTÓRIO

- a) A idéia criativa e sua pertinência;
- b) A clareza da exposição;
- c) A qualidade da execução e do acabamento.

10.2.4 RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

- a) A concatenação lógica da exposição;
- b) A evidência de planejamento publicitário;
- c) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- d) A relevância dos resultados apresentados.

10.3 A nota da Proposta Técnica de cada licitante está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir, atribuindo aos quesitos ou subquesitos, no máximo, os seguintes pontos:

- a) Plano de Comunicação - **sessenta e cinco, sendo:**
 - a1) Raciocínio Básico - **dez**
 - a2) Estratégia de Comunicação - **vinte**
 - a3) Idéia Criativa - **vinte e cinco**
 - a4) Estratégia de Mídia e Não Mídia - **dez**
- b) Capacidade de Atendimento - **quinze**



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

c) Repertório - dez

d) Relato de Solução de Problema de Comunicação – dez

10.3.1 A nota do quesito ou do subquesito corresponderá à média aritmética da pontuação de cada membro da Comissão de Licitação.

10.3.1.1 Se, na avaliação de um quesito ou subquesito, a diferença entre a maior e a menor pontuação for maior que 20% da pontuação máxima do quesito ou subquesito, será aberta discussão entre todos os membros da Comissão de Licitação para apresentação, por seus autores, das justificativas das pontuações “destoantes”. Caso as argumentações não sejam suficientes ao convencimento dos membros da Comissão de Licitação, os autores reavaliarão suas pontuações.

10.3.1.1.1 Caso os autores das pontuações destoantes não adotem novas pontuações, deverão registrar suas justificativas por escrito em ata, a qual deverá ser assinada por todos os membros da Comissão de Licitação e passará a compor o processo da licitação.

10.3.2 A nota da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos quesitos.

10.4 Será desclassificada a Proposta Técnica que:

- a) Não atender às exigências do presente Edital e de seus anexos;
- b) Não alcançar, no total, a nota mínima de 70 (setenta) pontos;
- c) **Obtiver nota zero** em quaisquer dos quesitos a que se refere o item 10.3, alíneas “a” (incluindo os subquesitos a1 a a4), “b”, “c” e “d”.

10.5 Será considerada mais bem-classificada na fase do julgamento técnico a licitante que obtiver **maior pontuação** na soma das notas dos quesitos.

10.5.1 Se houver empate que impossibilite a identificação automática da licitante mais bem-classificada, será assim considerada a que obtiver a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos correspondentes ao item 10.3.1, alíneas “a”, “b”, “c” e “d”.

10.5.2 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio em ato público marcado pela Comissão de Licitação, cuja data será divulgada na forma do subitem 14.4.1 e para o qual serão convidadas todas as licitantes.

11 – JULGAMENTO E VALORAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇO

11.1 As Propostas de Preço das licitantes classificadas serão examinadas, preliminarmente, quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Edital e em seus anexos.

11.2 O quesito a ser valorado, integrante da Proposta que constitui o Anexo VIII, é o percentual de honorários incidentes sobre os custos de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

11.3 Será desclassificada a Proposta de Preço que:

- a) Não atender às exigências deste Edital e de seus anexos;
- b) Que apresentar preço baseado em outra Proposta;
- c) Que contiver qualquer item condicionante para a entrega dos serviços;
- d) Apresentar percentual de honorários superior a 15% (quinze por cento) incidentes sobre os custos de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

materiais cuja distribuição não proporcione à proponente o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

11.4 Será considerada como de menor preço a Proposta que apresentar o menor percentual de honorários sobre os custos de serviços realizados por terceiros.

11.5 Se houver divergência entre o preço expresso em algarismos e o expresso por extenso, a Comissão considerará o preço por extenso.

12 – EXAME DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

12.1 A Comissão de Licitação examinará os Documentos de Habilitação e julgará habilitadas todas as licitantes que atenderem integralmente aos requisitos de habilitação exigidos neste Edital e em seus anexos, em sessão pública para a qual serão convocadas as licitantes classificadas no julgamento final das propostas.

13 – JULGAMENTO FINAL DA TOMADA DE PREÇOS

13.1 O julgamento final desta Tomada de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei nº 8.666/93 para o tipo **Melhor Técnica**, conforme art. 11 inciso IX da Lei Federal nº 12.232/2010.

13.2 Será considerada vencedora desta Tomada de Preços a licitante mais bem classificada na Proposta Técnica que tiver apresentado a Proposta de menor preço.

14 – PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

14.1 Todos os procedimentos e julgamentos serão realizados pela Comissão de Permanente de Licitação, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas.

14.1.1 Serão realizadas **4 (quatro) reuniões públicas**, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação em vigor.

14.1.2 Serão lavradas atas circunstanciadas das reuniões, as quais serão assinadas pelos membros da Comissão de Licitação, conforme o caso, e pelos representantes das licitantes presentes.

14.1.3 Os representantes das licitantes presentes poderão nomear uma comissão constituída de alguns entre eles para rubricar os documentos nas diversas reuniões públicas, decisão que constará da respectiva ata.

14.1.4 A Comissão de Licitação poderá, se julgar necessário, proceder à vistoria das instalações e da aparelhagem disponível, pela licitante mais bem-classificada, para a realização dos serviços objeto desta Tomada de Preços.

14.1.5 É facultada à Comissão de Licitação ou autoridade superior, em qualquer fase desta Tomada de Preços, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente dos Documentos de Habilitação ou das Propostas Técnica e de Preço.

14.1.6 A Comissão de Licitação, conforme o caso, poderá, no interesse do Município de Pato Bragado, relevar omissões puramente formais nos Documentos de Habilitação e Propostas apresentados pelas licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta Tomada de Preços.



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

14.1.7 Antes do aviso oficial do resultado desta Tomada de Preços, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

14.1.8 Qualquer tentativa de uma licitante influenciar a Comissão de Licitação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento resultará na sua desclassificação.

14.2 A Comissão de Licitação poderá alterar as datas ou as pautas das reuniões, ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

14.3 A primeira sessão pública será realizada no local, dia e hora previstos no preâmbulo do Edital, nos moldes do artigo 11 da Lei nº 12.232/10, e terá basicamente a seguinte pauta:

- a) Identificar os representantes das licitantes, por meio de qualquer dos documentos apontados no item 6.4;
- b) Receber do Setor de Protocolo os **ENVELOPES Nºs 01, 02, 03 e 04**;
- c) Conferir se o **ENVELOPE Nº 01** apresenta em sua parte externa alguma menção que identifique a empresa licitante, ocorrência que impedirá a Comissão de receber todos os seus **ENVELOPES**.

14.4 Em ato contínuo, a Comissão procederá a abertura dos **ENVELOPES** que contêm a via do **Plano de Comunicação não identificada (ENVELOPE Nº 01)** e a proposta técnica referente à capacidade de atendimento, repertório e relato (**ENVELOPE Nº 03**), encaminhando-os, na seqüência, à subcomissão técnica sorteada para análise e julgamento.

14.4.1 A Comissão informará que será publicado no órgão oficial do Município aviso indicando data, hora e local da próxima reunião com vistas à apuração do resultado geral.

14.5 De posse dos **ENVELOPES Nºs 01 e 03**, a subcomissão técnica irá:

- a) Analisar individualmente o plano de comunicação publicitária (**ENVELOPE Nº 01**), julgando-o de acordo com os critérios estabelecidos neste Edital, desclassificando as empresas que não respeitaram as exigências legais e editalícias.
- b) Elaborar ata de julgamento do Plano de Comunicação, para depois encaminhá-la à Comissão, juntamente com propostas, planilhas com as pontuações dadas por cada membro da subcomissão e justificativas das razões que fundamentaram cada caso.
- c) Analisar quesitos do **ENVELOPE Nº 03**, julgando-o de acordo com os critérios estabelecidos neste Edital, desclassificando as empresas que não respeitaram as exigências legais e editalícias;
- d) Elaborar ata de julgamento dos quesitos, para depois encaminhá-la à Comissão, juntamente com propostas, planilhas com as pontuações dadas por cada membro da subcomissão e justificativas das razões que fundamentaram cada caso.

14.5.1 Caso se constate nos documentos do **ENVELOPE nº 01**, em qualquer momento anterior à abertura do **ENVELOPE nº 02**, a existência de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que identifique sua autoria, a licitante será automaticamente desclassificada e impedida de participar das fases posteriores do certame.

14.6 Recebidas as atas da análise das Propostas Técnicas (**ENVELOPES Nºs 01 e 03**), a Comissão de Licitação convocará as licitantes, na forma do item 14.4.1, para participar da **segunda reunião pública**, com a seguinte pauta básica:



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Abrir o **ENVELOPE nº 02**;
- c) Cotejar as vias não identificadas (**ENVELOPE nº 01**) com as vias identificadas (**ENVELOPE nº 02**) do Plano de Comunicação para a identificação de sua autoria;
- d) Elaborar planilha com as notas das Propostas Técnicas, constituídas dos quesitos, Plano de Comunicação, Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, em ordem decrescente de classificação, de acordo com a metodologia estabelecida nos itens 10.1 a 10.5;
- e) Proclamar o resultado de julgamento das Propostas Técnicas.

14.6.1 Se todos os representantes das licitantes estiverem presentes, abrir-se-á o prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recursos às decisões desta fase, que compreende o julgamento do conteúdo dos **ENVELOPES Nºs 01, 02 e 03**.

14.6.2 Em caso de eventuais recursos de licitantes, relativos ao julgamento das Propostas Técnicas, caberá manifestação da Comissão de Licitação.

14.7 A terceira sessão pública terá a seguinte pauta básica:

- a) Identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) Abrir o **ENVELOPE nº 04**, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão Especial de Licitação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;
- c) Examinar o cumprimento, pelas licitantes, das exigências fixadas neste Edital para a elaboração das Propostas de Preço e julgá-las, de acordo com os critérios estabelecidos nos itens 11.2 e 11.4;
- d) Identificar a proposta de menor preço e dar conhecimento do resultado aos representantes das licitantes presentes;
- e) Realizar com a licitante mais bem-classificada na fase da Proposta Técnica – caso não tenham apresentado a Proposta de menor preço – a negociação prevista na Lei nº 8.666/93, art. 46, § 1º, inciso II, tendo como referência a Proposta de menor preço entre as licitantes classificadas;
- f) Realizar procedimento idêntico, no caso de impasse na negociação anterior, sucessivamente com as demais licitantes classificadas, até a consecução de acordo para a contratação;
- g) Declarar vencedora desta Tomada de Preços a licitante mais bem-classificada na Proposta Técnica que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas;
- h) Publicar o resultado final da classificação, na forma do subitem 14.4.1, concedendo o prazo de 5 dias úteis para interposição de recursos.

14.8 Após o decurso do prazo recursal, a Comissão convocará a licitante classificada no julgamento final das propostas para a quarta sessão pública com vistas a apresentação dos documentos de Habilitação (**ENVELOPE nº 05**). Os invólucros serão recebidos e abertos



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

pela Comissão Permanente que fará a análise da sua conformidade com as condições estabelecidas no edital, elaborando-se a competente ata de julgamento e oportunizando a interposição no prazo de 5 (cinco) dias úteis.

14.9 À vista do relatório da Comissão de Licitação, o Sr. Prefeito homologará ou não o resultado e, assim, aprovará ou não a adjudicação do objeto desta Tomada de Preços à vencedora.

15 – DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

15.1 Por decisão da Comissão de Licitação, todas as decisões referentes a esta Tomada de Preços poderão ser divulgadas durante as reuniões de abertura de **ENVELOPES**, se presentes todos os representantes dos licitantes, ou mediante publicação no órgão oficial do Município, conforme disposto no subitem 14.4.1 deste Edital.

16 – INFORMAÇÕES, IMPUGNAÇÕES E RECURSOS ADMINISTRATIVOS

16.1 Fica estabelecido que toda e qualquer informação, esclarecimento ou dados fornecidos verbalmente por servidores do licitador não serão considerados como argumento para impugnações, reclamações, reivindicações por parte das proponentes.

16.2 Os interessados que tiverem dúvidas de caráter técnico ou na interpretação dos itens, das condições gerais desta licitação serão atendidos durante o expediente normal de trabalho do Paço Municipal.

16.3 Decairá do direito de impugnar os termos do Edital de licitação perante a Administração o licitante que não o fizer até o segundo dia útil que anteceder a abertura dos envelopes, hipótese em que tal impugnação não terá efeito de recurso, na forma prevista no Art. 41, § 2 da Lei n.º 8.666/93 e alterações.

16.4 A impugnação de que trata o item acima, se houver, deverá ser apresentada de conformidade com o Art. 41 da Lei n.º 8.666/93 e alterações.

16.5 Não serão conhecidos os pedidos de esclarecimentos ou impugnações, vencidos os respectivos prazos legais.

16.6 A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

16.7 Eventuais recursos referentes à presente Tomada de Preços deverão ser interpostos no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis a contar do conhecimento da decisão correspondente, em petição escrita dirigida à Comissão de Licitação.

16.7.1 Interposto o recurso, o fato será comunicado às demais licitantes, que poderão apresentar contrarrazões no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis.

16.7.2 Recebidas as contrarrazões, ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão de Licitação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 05 (cinco) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso, devidamente instruído, e respectivas contrarrazões, ao Sr. Prefeito, que decidirá em até 05 (cinco) dias úteis contados de seu recebimento.

16.7.3 Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

16.7.4 Os recursos das decisões referentes à habilitação ou inabilitação de licitante e julgamento de Propostas terão efeito suspensivo, podendo a Comissão de Licitação - motivadamente e se houver interesse para o Município de PATO BRAGADO – atribuir efeito suspensivo aos recursos interpostos contra outras decisões.

16.8 Os pedidos de esclarecimentos, impugnações e a apresentação escrita dos recursos, deverão ser, obrigatoriamente, protocolados no Setor de Protocolo no Paço Municipal de Pato Bragado, sito à Avenida Willy Barth, n.º 2885, CEP 85948-000 – Pato Bragado, Estado do Paraná, no horário das 08h00min às 12h00min e das 13h30min às 17h00min, **não sendo aceito o encaminhamento via correio eletrônico ou através de serviço postal.**

17 – CONDIÇÕES CONTRATUAIS

17.1 A licitante vencedora terá o prazo de até **05 (cinco)** dias, contados a partir da convocação, para assinar o termo de contrato, nos moldes da minuta constante do Anexo X.

17.2 Se a licitante vencedora não comparecer para assinar o contrato, no prazo estipulado no item 17.1, será convocada a segunda melhor colocada, segundo a ordem de classificação, para assinar o instrumento em igual prazo e nas mesmas condições apresentadas na proposta da licitante que deixou de comparecer ou poderá a Administração revogar esta Tomada de Preços.

17.3 Será aplicada a multa compensatória prevista na alínea a do subitem 19.1, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 8.666/93, diante das seguintes ocorrências:

- a) Recusa injustificada em assinar o termo de contrato, no prazo estipulado; ou
- b) Não-manutenção das condições de habilitação, a ponto de inviabilizar a contratação.

17.3.1 O disposto no subitem anterior não se aplica às licitantes convocadas na forma do subitem 17.2.

17.4 O prazo de execução poderá ser alterado, de acordo com a aplicação do artigo 57, da Lei 8.666/93, principalmente por motivos de força maior ou caso fortuito, desde que conte com a expressa anuência do Contratante, podendo ainda, ser rescindido pelas partes a qualquer momento, desde que haja comunicação por escrito, com antecedência de trinta (30) dias.

17.4.1 Entende-se por motivos de força maior ou caso fortuito, entre outros, "lock out", perturbações industriais, guerras, atos de inimigo público, bloqueio, insurreições, epidemias, quarentenas, avalanches, terremotos, enchentes, explosões ou quaisquer outros acontecimentos semelhantes e equivalentes a estes, desde que estes fatos tenham influência direta sobre a execução dos serviços e que fujam ao controle seguro de qualquer das partes interessadas, as quais não consigam impedir sua ocorrência. A expressão "força maior" deve também incluir qualquer atraso causado por legislação, regulamentação ou atos governamentais, por ação ou omissão do Contratante, que venham causar atrasos à Contratada. Nenhuma parte será responsável perante a outra pelos atrasos ocasionados por motivo de força maior.

17.4.2 Enquanto perdurarem os motivos de força maior ou suspensão do contrato por ordem do Contratante, cessam os deveres e responsabilidades de ambas as partes em



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

relação ao contrato. Os atrasos provenientes de greves ocorridas na Contratada ou atrasos por parte de suas eventuais subcontratados não poderão ser alegados como decorrentes de força maior.

17.4.3 Para que a Contratada possa invocar os fatos capazes de justificar quaisquer atrasos, os mesmos deverão ser comunicados ao Contratante por escrito e devidamente comprovados, no prazo máximo de 48 (*quarenta e oito*) horas do início da referida ocorrência, sendo que os motivos apontados serão julgados pelo Contratante após a constatação da veracidade da sua ocorrência.

17.4.4 Após a aceitação dos motivos, poderá haver acordo entre as partes para uma eventual prorrogação do prazo.

17.5 No interesse do Município de Pato Bragado, a futura CONTRATADA fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado dos contratos, conforme disposto no art. 65, §§ 1º e 2º, da Lei nº 8.666/93.

17.6 A rescisão do Contrato poderá ocorrer nos seguintes casos:

- a) Determinada por ato unilateral e escrito do Município de Pato Bragado, nos casos enumerados no art. 78, incisos I a XII e XVII, da Lei nº 8.666/93;
- b) Amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo de licitação, desde que haja conveniência para o Município de Pato Bragado;
- c) Judicial, nos termos da legislação processual.

17.6.1 Ainda, o Contratante se reserva o direito de rescindir o contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, quando:

- a) A Contratada falir, for dissolvida ou por superveniente incapacidade técnica;
- b) Houver inadimplência de cláusulas ou condições contratuais por parte da Contratada e desobediência da determinação da fiscalização;
- c) A Contratada transferir, no todo ou em parte, o contrato a quaisquer empresas ou consórcios de empresas sem expressa anuência do Contratante;
- d) Houver atraso dos serviços, sem justificativa aceita pelo Contratante.

17.6.2 A rescisão do contrato, quando motivada por qualquer dos subitens anteriormente relacionados ou no disposto nos artigos 77 a 79 da Lei nº 8.666/93, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte do Município de Pato Bragado, acarretará a retenção dos créditos decorrentes do contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste Edital e em Lei, até a completa indenização dos danos.

17.7 Será da responsabilidade da CONTRATADA o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

17.8 Obriga-se também a CONTRATADA por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhes venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato que vier a ser assinado.

17.9 A CONTRATADA só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta Tomada de Preços, que envolva o nome do Município de Pato Bragado,



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

se houver expressa autorização da Administração Municipal. Esse procedimento se estenderá às eventuais subcontratadas.

17.10 É vedado à **CONTRATADA** utilizar o contrato resultante da presente Tomada de Preços como caução ou como garantia em operações financeiras.

18 – REMUNERAÇÃO E PAGAMENTOS

18.1 A remuneração à **CONTRATADA** pelos serviços prestados, será feita nos termos da minuta de contrato, consoante o preço alcançado na forma prevista na alínea “g” do subitem 14.7.

18.1.1 O Município de Pato Bragado não ressarcirá os custos internos dos trabalhos realizados pela própria **CONTRATADA** e não pagará honorários ou qualquer remuneração sobre os custos de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione à **CONTRATADA** o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

18.2 O pagamento será efetuado até o dia 10 (dez) de cada mês, respeitando-se a tramitação do empenho e mediante emissão de regular documentação.

18.2.1 Na Nota Fiscal deverão constar: discriminação do item, número da licitação, número do Contrato e outros dados que julgar convenientes, não devendo apresentar rasura e/ou entrelinhas.

18.2.2 A Nota Fiscal deverá ser emitida pela própria Contratada, obrigatoriamente com o número do CNPJ apresentado nos documentos de habilitação e na proposta de preços, não se admitindo Notas Fiscais/Faturas emitidas com outro CNPJ, mesmo aqueles de filiais ou matriz.

18.3 A liberação do pagamento fica condicionada a apresentação de: **Prova de regularidade de débito (CND) relativa à Seguridade Social (INSS) e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviços (FGTS)**, demonstrando situação regular da Empresa no cumprimento dos encargos sociais instituídos por Lei;

18.4 Não será efetuado qualquer pagamento à contratada enquanto houver pendência de liquidação da obrigação financeira em virtude de penalidade ou inadimplência contratual.

18.5 Os pagamentos serão efetuados via transferência Bancária, devendo para tanto a Empresa vencedora informar no ato da Entrega dos produtos e/ou da Nota Fiscal a Agência Bancária e a Conta Corrente que deverá estar obrigatoriamente em nome da mesma.

18.6 No ato do pagamento de cada parcela serão realizadas as retenções e deduções necessárias.

19 – SANÇÕES

19.1 O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela **CONTRATADA**, sem justificativa aceita pelo Município de Pato Bragado, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções:

- a) Multa compensatória de 2% (dois por cento), calculada sobre o valor previsto para o contrato, consoante o preço alcançado na forma prevista na alínea “g” do subitem



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

- 14.7, pela recusa a assinar o respectivo contrato no prazo estipulado no item 17.1, após regularmente convocada, sem prejuízo da aplicação de outras sanções previstas no art. 87 da Lei nº 8.666/93;
- b) Multa de mora de 0,5% (cinco décimos por cento), calculada sobre o valor do serviço em atraso, por dia de inadimplência, até o limite de vinte dias úteis, caracterizando inexecução parcial do contrato;
 - c) Multa compensatória de 2% (dois por cento), calculada sobre o valor do contrato, pela inadimplência além do prazo acima referido na alínea anterior, caracterizando inexecução total do contrato;
 - d) Advertência;
 - e) Suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com o Município de Pato Bragado por prazo de até 02 (dois) anos; e
 - f) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição, ou até que seja promovida a reabilitação, perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a **CONTRATADA** ressarcir o Município de Pato Bragado pelos prejuízos resultantes e após de decorrido o prazo da sanção aplicada.

19.2 A aplicação das sanções previstas neste Edital não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 8.666/93, incluída a responsabilização da licitante vencedora por eventuais perdas e danos causados ao Município de Pato Bragado.

19.3 A multa deverá ser recolhida no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pelo Município de Pato Bragado.

19.4 O valor da multa poderá ser descontado da fatura ou do crédito existente no Município de Pato Bragado, em favor da **CONTRATADA**, sendo que, se o valor da multa for superior ao crédito existente, a diferença será cobrada na forma da Lei.

19.5 As multas e outras sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato, devidamente justificado, do Município de Pato Bragado.

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

19.7 Em qualquer hipótese de aplicação de sanções, será assegurado à **CONTRATADA** o contraditório e a ampla defesa.

20 – DISPOSIÇÕES FINAIS

20.1 O Município de Pato Bragado poderá cancelar de pleno direito a Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados à **CONTRATADA** o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

20.2 Os profissionais indicados para fins de comprovação da capacidade de atendimento (Proposta Técnica) deverão participar da elaboração dos serviços objeto deste Edital, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que previamente aprovada pelo Município de Pato Bragado.

20.3 É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa, ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

20.4 Para fins desta Tomada de Preços, o Briefing (Anexo II) reúne as informações necessárias à elaboração das Propostas e, portanto, atende às exigências do Projeto Básico (Anexo I) a que se refere o art. 6º e o art. 40, § 2º, inciso I, da Lei nº 8.666/93.

20.5 Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o Município de Pato Bragado comunicará os fatos verificados à Assessoria Jurídica do Município e ao Ministério Público Estadual, para as providências devidas.

20.6 É proibido qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis.

20.7 Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta Tomada de Preços será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

20.7.1 A nulidade do procedimento licitatório induz à do contrato, sem prejuízo do disposto no parágrafo único do art. 59 da Lei nº 8.666/93.

20.8 Correrão por conta do Município de Pato Bragado as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, aí incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no órgão oficial do Município, na forma prevista no art. 61, parágrafo único, da Lei nº 8.666/93.

20.9 Antes da data marcada para a abertura dos ENVELOPES contendo as Propostas, a Comissão de Licitação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa ou em consequência de solicitações de esclarecimentos, alterar este Edital e seus anexos, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação dos Documentos e Propostas, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

20.10 Os ENVELOPES das licitantes inabilitadas ou desclassificadas, ficarão à disposição das interessadas por 30 (trinta) dias, contados do encerramento da licitação. Decorrido esse prazo sem que sejam retirados, o Município de Pato Bragado providenciará sua destruição.

20.11 As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente, serão processadas e julgadas no Juízo da Comarca de Marechal Cândido Rondon, com exclusão de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

20.12 Na contagem dos prazos estabelecidos neste edital, excluir-se-á o dia do início e incluir-se-á o do vencimento.



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

20.13 Caso as datas previstas para a realização de eventos da presente licitação sejam declaradas feriado ou ponto facultativo, aqueles eventos serão realizados no primeiro dia útil subsequente.

20.14 Integram este Edital os seguintes anexos:

Anexo I: Projeto Básico;

Anexo II: Briefing;

Anexo III: Modelo de Carta de Credenciamento/Procuração;

Anexo IV: Modelo de Declaração de que se enquadra como Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte - Lei Complementar 123/2006;

Anexo V: Modelo de Declaração de que não há em seu quadro de pessoal, menores de 18 anos;

Anexo VI: Modelo de Declaração de sujeição ao Edital e inexistência de fato ou fatos supervenientes impeditivos da habilitação;

Anexo VII: Modelo de Demonstrativo de Capacidade financeira;

Anexo VIII: Modelo de Proposta de Preços;

Anexo IX: Modelo de Formulário para Assinatura de Contrato; e

Anexo X: Minuta de Contrato.

Gabinete do Prefeito do Município de Pato Bragado, Estado do Paraná, aos vinte e três dias do mês de abril de 2014.


Arnildo Rieger
PREFEITO MUNICIPAL



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

ANEXO I

PROJETO BÁSICO

Tomada de Preços n.º 004/2014

1. Objeto da contratação

1.1 A presente Licitação tem por objeto a seleção de proposta visando à Contratação de empresa de agenciamento para administrar e gerenciar os serviços de publicidade, bem como elaborar textos, fazer gravações, fotografias e filmagem, utilizando-se de profissionais capacitados, devendo ainda gerenciar e executar o planejamento da mídia que deverá ter caráter informativo, educativo, cultural, das obras realizadas, dos atos administrativos e programas desenvolvidos pela administração municipal, direcionando as divulgações junto aos órgãos de imprensa com abrangência e audiência no Município de Pato Bragado-PR.

1.1.1 O objeto compreende, ainda:

- a) Planejamento, estudo, concepção, criação, execução interna, supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários;
- b) Elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual;
- c) Realização de pesquisas de opinião pública e outras ações destinadas a orientar, subsidiar ou complementar os esforços publicitários, como, revistas, outdoors, som de rua, panfletos, folders e todo e qualquer serviço executado como órgão de publicidade e propaganda, no interesse do Município.

1.1.2 Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou de interesse do Poder Executivo Municipal.

1.1.3 Para fins da Tomada de Preços a que se refere este Projeto Básico, as ações de publicidade não abrangerão as ações de promoção e patrocínio. Excluem-se do conceito de patrocínio aqui mencionado o patrocínio de projetos de veiculação de mídia ou em instalações que funcionem como veículo de divulgação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

2. Justificativas

2.1 São atribuídas à Secretaria de Administração de Pato Bragado, entre outras as competências de coordenação, normatização, supervisão e controle da publicidade institucional e de utilidade pública.

3. Metas físicas

3.1 Para a prestação dos serviços deve ser contratada uma agência de publicidade



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

3.2 A **CONTRATADA** atuará de acordo com solicitação da Secretaria de Administração.

4. Dos prazos de execução e de vigência contratual

4.1 A execução do objeto do contrato será de 06 (seis) meses, a contar de sua assinatura.

4.2 O contrato terá vigência de 24 (vinte e quatro) meses, a contar de sua assinatura.

5. Valor estimado da contratação

5.1 O valor global estimado do contrato é R\$ 90.000,00 (noventa mil reais) a ser firmado em instrumento único com a empresa considerada vencedora.

5.2 Os recursos para a execução dos serviços estão previstos na dotação orçamentária:

02.000 – Executivo Municipal

02.001 - Gabinete do Prefeito

04.131.1050.2004 – Manutenção das Atividades de Imprensa e Comunicação

3.3.90.39.88 496 – Serviços de Publicidade e Propaganda

5.3 O Município de Pato Bragado se reserva o direito de utilizar ou não a totalidade dos recursos previstos.

6. Caracterização dos serviços

6.1 Os serviços a serem realizados são os seguintes:

a) serviços executados pela própria agência;

b) serviços executados pela agência e supervisionados pela Secretaria de Administração:

b.1) para a produção de peças e materiais que proporcionem à agência o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;

b.2) para a produção de peças e materiais que não proporcionem à agência o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação;

b.3) outros serviços executados por terceiros (pesquisas de opinião pública e elaboração de marcas, expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual);

c) serviços de distribuição de peças e materiais para veiculação, exibição ou exposição.

7. Apresentação dos Documentos e Propostas

7.1 As regras de apresentação dos Documentos de Habilitação e das Propostas Técnica e de Preço encontram-se discriminadas no Edital.

7.2 Proposta Técnica

7.2.1 Os critérios para elaboração, julgamento e pontuação das Propostas Técnicas encontram-se discriminados no Edital.

7.3 Proposta de Preço



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

7.3.1 Encontram-se discriminados no edital os critérios para elaboração, julgamento e valoração das Propostas de Preço, bem como o preço máximo que o Município de Pato Bragado se dispõe a pagar.

7.4 Julgamento final da Tomada de Preços

7.4.1 O julgamento final da Tomada de Preços será feito de acordo com o rito previsto na Lei 8.666/93 para o tipo Melhor Técnica.

7.4.2 Será considerada vencedora da Tomada de Preços a **licitante** mais bem classificada na Proposta Técnica que tiver apresentado a Proposta de menor preço ou que concordar em praticar o menor preço entre as propostas apresentadas pelas licitantes classificadas.

7.5 Comissão de julgamento

7.5.1 As diversas fases, do início até a homologação do certame, serão conduzidas pela Comissão de Licitação, instituída pelo Decreto n.º 015/2014.

7.6 Remuneração das Contratadas

7.6.1 O Município de Pato Bragado pagará à **CONTRATADA** honorários incidentes sobre os custos de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não proporcione a ela o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação. Os honorários (máximo de 15%) serão definidos no julgamento das Propostas de Preço, conforme regras estabelecidas na cláusula sétima do contrato.

7.6.2 As demais regras de remuneração da **CONTRATADA**, a seguir, será previamente fixadas no Edital e, portanto, não constarão das Propostas de Preço das licitantes:

a) O Município de Pato Bragado não ressarcirá os custos internos dos trabalhos realizados pela própria **CONTRATADA** e não pagará honorários ou qualquer outra remuneração sobre os custos de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione à **CONTRATADA** o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

7.7 Forma de liquidação e pagamento

7.7.1 Serão observados os seguintes critérios para liquidação e pagamento das despesas:

a) veiculação: mediante apresentação dos documentos de cobrança da **CONTRATADA** e dos veículos, dos planos de mídia autorizados pela Prefeitura Municipal e dos respectivos comprovantes de veiculação, em até trinta dias após o mês de veiculação;

b) peças e materiais produzidos por terceiros: mediante apresentação dos documentos de cobrança da **CONTRATADA** e dos fornecedores, da autorização de produção da Secretaria de Administração e dos respectivos comprovantes de entrega do serviço, em até trinta dias após o mês de produção.

7.7.2 Nenhuma despesa será liquidada ou paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da **CONTRATADA** ou de seus fornecedores e subcontratados.

7.8 Subcontratações e fornecedores

7.8.1 Os serviços necessários à consecução do objeto que não sejam realizados pela própria agência de propaganda poderão ser subcontratados junto a terceiros, consoante solicitação e autorização da Secretaria de Administração, a cada caso.

7.8.2 Não poderão ser objeto de subcontratação os serviços de concepção e criação das ações de publicidade. Caso a agência necessite recorrer a terceiros para o desenvolvimento de ações para internet, nenhuma remuneração será devida pelo Município de Pato Bragado.



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

7.8.3 Para todos os serviços realizados por terceiros, a **CONTRATADA** deverá fazer cotação de preços e apresentar, no mínimo, três propostas, nas quais deverão ser discriminados os itens componentes do preço cotado, com seus respectivos valores.

7.8.3.1 As propostas devem conter elementos mínimos de identificação da proponente, tais como o nome da empresa, endereço, CNPJ, nome completo, RG e CPF do responsável pela proposta, data e assinatura.

7.8.3.2 Se não houver possibilidade de obter o mínimo de três propostas, a **CONTRATADA** deverá apresentar as justificativas pertinentes, por escrito.

7.8.3.3 A Assessoria de Imprensa procederá a verificação prévia da adequação dos preços dos serviços de terceiros, podendo para isso realizar pesquisas de preço de mercado, que deverão ser anexadas aos autos para fins de comprovação.

7.8.3.4 Se e quando julgar conveniente, a Secretaria de Administração poderá supervisionar o processo de seleção de fornecedores realizado pela **CONTRATADA** ou realizar cotação de preços diretamente junto a fornecedores.

7.8.4 A **CONTRATADA** deverá enviar o material necessário à veiculação às suas expensas.

7.5 Obrigações da Contratada

7.5.1 As obrigações da **CONTRATADA** encontram-se discriminados no Edital

7.6 Forma e regime de execução

7.6.1 Os serviços serão realizados na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário.

8. Briefing

8.1 O Briefing (Anexo II) reúne as informações necessárias à elaboração das Propostas e, portanto, atende às exigências do Projeto Básico a que se refere o art. 6º e o art. 40, § 2º, inciso I, da Lei nº 8.666/93.

9. Esclarecimentos

9.1 A Comissão de Licitação, se necessário, poderá recorrer à Secretaria de Administração do Município de Pato Bragado para obter esclarecimentos sobre dúvidas técnicas a serem prestadas a licitantes eventualmente interessadas.

9.2 Não serão aceitas várias cotações (opções) de preço para o mesmo item.

9.3 A apresentação da proposta implica automaticamente no conhecimento pleno e aceitação de todas as condições expressas neste edital.



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

ANEXO II

BRIEFING

APRESENTAÇÃO

Pato Bragado é um município com cerca de cinco mil habitantes. Uma das principais qualidades da população é a hospitalidade. Isso é revelado principalmente nos eventos promovidos para toda região, como os Espetáculos Natal em Canto e Renascer, Jantar Italiano, Oktoberfest e a Festa que consagra o aniversário de emancipação político-administrativa, a Festa Nacional do Cupim Assado.

FESTA NACIONAL DO CUPIM ASSADO

A Festa do Cupim Assado iniciou em 1988 como evento marcante das tradições gauchescas existentes no então, distrito de Pato Bragado. Foi realizada durante cinco anos como atração principal dos festejos do CTG Sepé Tiaraju. Com a emancipação do distrito, o cupim assado passou a ser o prato típico do município, sendo que é grande sua aceitação junto à comunidade local e regional.

Desde 1993 o evento é comemorado em conjunto com o aniversário de Emancipação Político-administrativa e acontece no terceiro final de semana de março (sexta, sábado e domingo). São assados cerca de seis mil quilos de cupim e o lucro é revertido às 28 associações e entidades que em parceria com a Comissão Central Organizadora (CCO) são responsáveis pelo cronograma festivo.

O concurso de miss ocorre a cada dois anos, sendo que a programação conta ainda com show, bailes, exposição da indústria e do comércio, encontro de motos e carros antigos e praça de alimentação.

É durante a Festa Nacional do Cupim que o comércio do município e região se fortalece. Essa é, com certeza, uma das datas mais importantes para o município. Comerciantes têm a oportunidade de expor seus produtos na festa, movimentando ainda diversos outros setores do comércio:

OBJETO DA DEMANDA

Elaborar projeto e implantar o plano de comunicação/mídia, tanto a nível municipal, quanto microrregional, sendo a Secretaria de Administração do município de Pato Bragado, a responsável pela supervisão e coordenação sobre a publicidade, buscando solucionar as problemáticas de comunicação relativas aos itens apontados no Briefing.

INFORMAÇÕES ESTRATÉGICAS



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

Como a festa tem reconhecimento nacional é preciso que continue sendo consagrada, pois é responsável por fomentar a economia do município, uma vez que movimentada o comércio local, se caracteriza por uma vitrine de vendas aos expositores e excelente aceitação do prato já que apresenta rígidos critérios de qualidade e comodidade pelo local em que é servido, um bosque amplo e arborizado, se solidificando ao longo das edições. Por isso é preciso estabelecer um conjunto de materiais em meios próprios de comunicação, ampliando o reconhecimento pelo público, principalmente das novas gerações, obtendo com isso, a crescente valorização financeira, destacando o concurso, como os valores da população do município a nível nacional.

PROBLEMA ESPECÍFICO DA COMUNICAÇÃO

Pato Bragado é uma cidade nova no cenário da região Oeste e a Festa Nacional do Cupim Assado exige ampliações e melhorias na sua estrutura. Dessa forma o resultado financeiro da festa deve ser melhor a cada evento, já que o lucro é repartido entre as 28 associações e entidades parceiras. Para que novos investimentos ocorram é preciso que as pessoas sejam estimuladas a participar da festa, que o público tenha atenção especial e que o evento seja convidativo e consolidado pelas características únicas que só Pato Bragado oferece.

PÚBLICO ESTRATÉGICO

Cabe a cada participante realizar a identificação do público alvo, devendo atingir o maior contingente possível de crianças, adolescentes e adultos.

PRAZO E VALOR

O valor que será destinado à elaboração e execução do projeto da campanha publicitária mencionada deverá se adequar ao valor máximo de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) sendo que o período de divulgação em artes visuais e nos meios de comunicação deverá ser de 12 (doze) meses, a partir da assinatura do contrato.



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

ANEXO III

(Deverá ser entregue fora dos envelopes)

Município de Pato Bragado – PR.
À Comissão de Licitações
Tomada de Preços:/2014

MODELO DE CARTA CREDENCIAMENTO

Pelo presente instrumento, a empresa _____, inscrita no CNPJ n.º _____, credencia o (a) Sr.(a) _____, portador(a) do documento de identidade RG n.º _____, emitido pela SSP/____, e do CPF n.º _____, a participar do procedimento licitatório, sob a modalidade TOMADA DE PREÇOS n.º/2014, outorgando-lhe poderes para pronunciar-se em nome da outorgante em todas as etapas do certame, impugnando documentos das demais licitantes ou decisões da Comissão, negociar preços, declarar a intenção de interposição de recurso, renunciar ao direito de interpor recursos e praticar todos os demais atos inerentes ao certame.

Por ser expressão da verdade, firmamos o presente.

_____, _____ de _____ de 2014.

Nome completo e Assinatura do Representante Legal
RG/CPF
Função

OBS: Este documento deverá ser autenticado em cartório com firma reconhecida, exceto se o representante for o proprietário. E ser apresentado juntamente com Contrato Social ou Similar.



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

ANEXO IV

Município de Pato Bragado – PR.
À Comissão de Licitações
Tomada de Preços:/2014

MODELO DE DECLARAÇÃO - LC 123/2006

Pelo presente instrumento, a empresa _____, inscrita no CNPJ n.º _____, com endereço _____, por intermédio de seu representante legal, o Sr.(a) _____, portador(a) do documento de identidade RG n.º _____, emitido pela SSP/____, e do CPF n.º _____, **DECLARA**, sob penas da Lei, que se enquadra como microempresa (ou empresa de pequeno porte, conforme o caso) nos termos do Artigo 3º *caput*, incisos I e II da Lei Complementar 123/2006.

Por ser expressão da verdade, firmamos o presente.

_____ de _____ de 2014.

Nome completo e Assinatura do Representante Legal
RG/CPF
Função

Processo Licitatório
Folha nº 040
Pato Bragado - PR

33



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

ANEXO V

Município de Pato Bragado – PR.
À Comissão de Licitações
Tomada de Preços:/2014

MODELO DE DECLARAÇÃO DE OBSERVÂNCIA AO DISPOSTO NO INCISO XXXIII DO ARTIGO 7º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL

O signatário da presente, em nome da Proponente, **DECLARA**, sob penas da Lei, que a empresa não mantém em seu quadro de pessoal menores de 18 (dezoito) anos em horário noturno de trabalho ou em serviço perigosos ou insalubres, não mantendo ainda, em qualquer trabalho, menores de 16 (dezesesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir dos 14 (quatorze) anos.

Por ser expressão da verdade, firmamos o presente.

_____, _____ de _____ de 2014.

Nome completo e Assinatura do Representante Legal
RG/CPF
Função

Processo Licitatório
Folha nº 048
Pato Bragado - PR



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

ANEXO VI

MODELO DE DECLARAÇÃO DE SUJEIÇÃO AO EDITAL E INEXISTÊNCIA DE FATOS SUPERVENIENTES IMPEDITIVOS DA HABILITAÇÃO

Município de Pato Bragado – PR.
À Comissão de Licitações
Tomada de Preços:/2014

O signatário da presente, em nome da proponente (inserir o nome da proponente), declara, expressamente, que se sujeita às condições estabelecidas no edital de Tomada de Preços em consideração e dos respectivos modelos, adendos, e anexos e documentos, que acatará integralmente qualquer decisão que venha a ser tomada pelo licitador quanto à qualificação apenas das proponentes que hajam atendido às condições estabelecidas e demonstrem integral possibilidade de executar a obra e/ou os serviços.

Declara, ainda, para todos os fins de direito, a inexistência de fatos supervenientes impeditivos da qualificação ou que comprometam a idoneidade da proponente nos termos do Artigo 32, parágrafo 2º, e Artigo 97 da Lei 8.666, de 21 de junho de 1993, e suas alterações e que está ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

_____ de _____ de 2014.

Nome completo e Assinatura do Representante Legal
RG/CPF
Função

Processo Licitatório
Folha nº 049
Pato Bragado - PR



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

ANEXO VII

MODELO DE DEMONSTRATIVO DE CAPACIDADE FINANCEIRA

Município de Pato Bragado – PR.

À Comissão de Licitações

Tomada de Preços:/2014

Declaramos que as demonstrações abaixo correspondem a real situação da proponente. Esses índices foram obtidos no balanço do último exercício social.

Declaramos, ainda, que a qualquer tempo, desde que solicitado pelo licitador, nos comprometemos a apresentar as demonstrações financeiras que comprovarão as demonstrações.

SÃO AS DEMONSTRAÇÕES:

Tipo de índice	Valor em reais	Índice
Liquidez geral (LG) $LG = (AC + RLP) / (PC + ELP)$		
Liquidez corrente (LC) $LC = AC / PC$		
Endividamento (E) $E = (PC + ELP) / (AC + RLP + AP)$		

AC - ativo circulante;

RLP - realizável a longo prazo.;

AP - ativo permanente;

ELP - exigível a longo prazo.

PC - passivo circulante;

OBS: Os índices deverão ser apresentados com no máximo 2 (duas) casas decimais, desprezando-se as demais.

_____ de _____ de 2014

Representante legal
(carimbo, nome, RG n° e assinatura)

Contador
(nome, RG n°, CRC n° e assinatura)



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

ANEXO VIII

(razão social, endereço, telefone, "fac-símile", e-mail e CGC/MF)

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇO

À Comissão de Licitação

Ref.: Edital de Tomada de Preços nº (inserir o número) / (o ano).

Prezados Senhores,

Apresentamos e submetemos à apreciação de V. S^{as}. nossa proposta de preço sujeito à valoração da licitação em epígrafe, declarando, para os devidos fins, que, na execução do contrato com o Município de Pato Bragado, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos abaixo:

a) honorários de% (..... por cento) incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

Os preços propostos contemplam todas as despesas necessárias à plena execução dos serviços, tais como de pessoal e de administração, e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear a esse título.

Declaramos que nos comprometemos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros e a transferir ao Município de Pato Bragado as vantagens obtidas.

Desde já declaramo-nos cientes de que o Município de Pato Bragado procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em Lei.

O prazo de validade da proposta de preços é de (inserir o prazo de validade) (inserir o prazo de validade por extenso) dias a partir da data limite estabelecida para o recebimento das propostas (envelopes nº 01 a 04).

Atenciosamente,

_____ de _____ 2014

Nome completo e Assinatura do Representante Legal

RG/CPF

Função



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

ANEXO IX

MODELO DE FORMULARIO PARA ASSINATURA DE CONTRATO

Razão Social da proponente: _____, Endereço
_____, Bairro _____
CEP: _____, Cidade _____, Estado _____, CNPJ nº
_____, Inscrição Estadual nº _____, Inscrição Municipal/ISS (alvará) nº
_____, Nº do telefone _____ Nº de fax da empresa

Nome do representante legal autorizado para assinatura do contrato:
_____, Função: _____, Endereço: _____
RG nº _____ Órgão emissor _____, CPF nº _____, E-mail

_____ de _____ 2014

**Assinatura e Identificação do
Responsável Legal e da Empresa**



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

ANEXO X

MINUTA DO CONTRATO N.º/2014

TOMADA DE PREÇOS N.º/2014

Contrato de Prestação de Serviços que entre si celebram o Município de Pato Bragado e a empresa nos termos da Lei n.º 8.666/93 e suas alterações posteriores e na forma abaixo:

CONTRATANTE: Município de Pato Bragado, Estado do Paraná, pessoa jurídica de direito público interno, inscrito no CNPJ sob o n.º 95.719.472/0001-05, neste ato representado pelo Senhor Prefeito, **ARNILDO RIEGER**, brasileiro, casado, residente e domiciliado na Avenida Continental n.º 909, Município de Pato Bragado – PR, portadora da Carteira de Identidade RG n.º 903.579-6 /PR e do CPF n.º 034.113.979-34, e

CONTRATADA:, pessoa jurídica de direito privado inscrita no CNPJ sob n.º, estabelecida na CEP neste ato representada por seu, Senhor, portador da Cédula de Identidade n.º..... e do CPF/MF n.º, residente e domiciliado na CEP, acordam e ajustam o presente contrato, nos termos da Lei n.º 8.666/93, de 21 de junho de 1993, suas alterações subseqüentes e legislação pertinente, Licitação modalidade **TOMADA DE PREÇOS N.º/2014** e pelas cláusulas a seguir expressas, definidoras dos direitos, observações e responsabilidades das partes.

CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1 - Por disposição do presente contrato administrativo, a CONTRATADA compromete-se a prestar serviços de administração e gerenciamento dos serviços de publicidade, bem como elaboração de textos, fazer gravações, fotografias e filmagem, utilizando-se de profissionais capacitados, devendo ainda gerenciar e executar o planejamento da mídia que deverá ter caráter informativo, educativo, cultural, das obras realizadas, dos atos administrativos e programas desenvolvidos pela administração municipal, direcionando as divulgações junto aos órgãos de imprensa com abrangência e audiência no Município de Pato Bragado-PR, de acordo com as instruções constantes do Edital de Tomada de Preços n.º ___/2014 e seus anexos.

1.1 - O objeto compreende, ainda:

- a) Planejamento, estudo, concepção, criação, execução interna, supervisão da execução externa e distribuição de campanhas, peças e materiais publicitários;
- b) Elaboração de marcas, de expressões de propaganda, de logotipos e de outros elementos de comunicação visual;



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

- c) Realização de pesquisas de opinião pública e outras ações destinadas a orientar, subsidiar ou complementar os esforços publicitários, como, revistas, outdoors, som de rua, panfletos, folders e todo e qualquer serviço executado como órgão de publicidade e propaganda, no interesse do Município.
- 1.2 - Os serviços de concepção e criação das ações de publicidade não poderão ser objeto de subcontratação.
- 1.3 - Os serviços abrangem as ações de publicidade institucional e de utilidade pública, sobre todos os assuntos e temas de competência ou de interesse do Município de Pato Bragado.
- 1.4 - Para fins deste Contrato, as ações de publicidade não abrangem as ações de promoção e de patrocínio.
- 1.5 - Excluem-se do conceito de patrocínio mencionado no item anterior o patrocínio de projetos de veiculação em mídia ou em instalações que funcionem como veículo de divulgação e o patrocínio da transmissão de eventos esportivos, culturais ou de entretenimento comercializados por veículo de divulgação.

CLÁUSULA SEGUNDA – DO VALOR, CONDIÇÕES DE PAGAMENTO.

- 2.1 - O valor deste contrato é de R\$ _____ (_____).
- 2.2 - O pagamento será efetuado até o dia 10 (dez) de cada mês, respeitando-se a tramitação do empenho e mediante emissão de regular documentação.
- 2.3 - Na Nota Fiscal deverão constar à discriminação dos serviços prestados, número da licitação, número do Contrato e outros dados que julgar convenientes, não apresente rasura e/ou entrelinhas.
- 2.4 - A Nota Fiscal deverá ser emitida pela própria Contratada, obrigatoriamente com o número do CNPJ apresentado nos documentos de habilitação e na proposta de preços, não se admitindo Notas Fiscais emitidas com outro CNPJ, mesmo aqueles de filiais ou matriz.
- 2.5 - A liberação do pagamento fica condicionada a apresentação de Prova de regularidade de débito (CND) relativa à Seguridade Social (INSS) e ao Fundo de Garantia por Tempo de Serviços (FGTS), demonstrando situação regular da Empresa no cumprimento dos encargos sociais instituídos por lei.
- 2.6 - Não será efetuado qualquer pagamento à contratada enquanto houver pendência de liquidação da obrigação financeira em virtude de penalidade ou inadimplência contratual.
- 2.7 - Os pagamentos serão efetuados via transferência Bancária, devendo para tanto a Empresa vencedora informar no ato da Nota Fiscal a Agência Bancária e a Conta Corrente que deverá estar obrigatoriamente em nome da mesma.
- 2.8 - No ato do pagamento de cada/única parcela serão realizadas as retenções e deduções necessárias.
- 2.9 - O Município de Pato Bragado não ressarcirá os custos internos dos trabalhos realizados pela própria CONTRATADA e não pagará honorários ou qualquer remuneração sobre os custos de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição proporcione à CONTRATADA o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação

CLÁUSULA TERCEIRA - DO PRAZO



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

3.1 - O prazo para a execução dos serviços é de 06 (seis) meses, iniciando a partir da assinatura do Contrato.

3.2 - O prazo de vigência do contrato será de 24 (vinte e quatro) meses a partir da data da assinatura do Contrato.

3.3 - A execução dos serviços ocorrerá conforme a necessidade da Secretaria de Administração.

3.4 - O prazo de execução poderá ser alterado, de acordo com a aplicação do artigo 57, da Lei 8.666/93, principalmente por motivos de força maior ou caso fortuito, desde que conte com a expressa anuência do Contratante, podendo ainda, ser rescindido pelas partes a qualquer momento, desde que haja comunicação por escrito, com antecedência de trinta (30) dias.

3.4.1 - Entende-se por motivos de força maior ou caso fortuito, entre outros, "lock out", perturbações industriais, guerras, atos de inimigo público, bloqueio, insurreições, epidemias, quarentenas, avalanches, terremotos, enchentes, explosões ou quaisquer outros acontecimentos semelhantes e equivalentes a estes, desde que estes fatos tenham influência direta sobre a execução dos serviços e que fujam ao controle seguro de qualquer das partes interessadas, as quais não consigam impedir sua ocorrência. A expressão "força maior" deve também incluir qualquer atraso causado por legislação, regulamentação ou atos governamentais, por ação ou omissão do Contratante, que venham causar atrasos à Contratada. Nenhuma parte será responsável perante a outra pelos atrasos ocasionados por motivo de força maior.

3.4.2 - Enquanto perdurarem os motivos de força maior ou suspensão do contrato por ordem do Contratante, cessam os deveres e responsabilidades de ambas as partes em relação ao contrato. Os atrasos provenientes de greves ocorridas na Contratada ou atrasos por parte de suas eventuais subcontratados não poderão ser alegados como decorrentes de força maior.

3.4.3 - Para que a Contratada possa invocar os fatos capazes de justificar quaisquer atrasos, os mesmos deverão ser comunicados ao Contratante por escrito e devidamente comprovados, no prazo máximo de 48 (quarenta e oito) horas do início da referida ocorrência, sendo que os motivos apontados serão julgados pelo Contratante após a constatação da veracidade da sua ocorrência.

3.5- Após a aceitação dos motivos, poderá haver acordo entre as partes para uma eventual prorrogação do prazo.

CLÁUSULA QUARTA - DA INDICAÇÃO DOS RECURSOS FINANCEIROS E ORÇAMENTARIOS

4.1 - Os recursos financeiros para cumprimento desta Licitação, originam-se do Tesouro Municipal e/ou de convênios que venham a ser firmados com Órgãos Governamentais, correndo à conta da seguinte dotação orçamentária:

02.000 – Executivo Municipal

02.001 - Gabinete do Prefeito

04.131.1050.2004 – Manutenção das Atividades de Imprensa e Comunicação

3.3.90.39.88 496 – Serviços de Publicidade e Propaganda



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

CLÁUSULA QUINTA - DA FISCALIZAÇÃO

5.1 - A fiscalização sobre o fornecimento do objeto da presente licitação será exercida pelo Secretário de Administração do Município Contratante.

5.2 - A fiscalização de que trata o item anterior não exclui, nem reduz a responsabilidade da Contratada, seja por qualquer irregularidade, ou em decorrência de imperfeições técnicas, vícios ou emprego de meios inadequados, inexistindo em qualquer circunstância, a co-responsabilidade da Contratante ou de seus agentes e prepostos, conforme prevê o artigo 70, da Lei 8.666/93.

CLÁUSULA SEXTA - DAS RESPONSABILIDADES E PENALIDADES

6.1 - A Contratada manterá durante toda a execução do contrato, em compatibilidade com as obrigações por ela assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas previamente.

6.2 - Acaso a Contratada deixar de entregar ou apresentar documentação ou declaração falsa, não mantiver a proposta, falhar ou fraudar o fornecimento do objeto adquirido, comportar-se de modo inidôneo, ou cometer fraude fiscal, garantindo o direito prévio da citação e da ampla defesa, ficará impedido de licitar e contratar com a administração, pelo prazo de até 05 (cinco) anos, sem prejuízo das multas previstas do edital e no contrato e nas demais cominações legais.

6.3 - O descumprimento total ou parcial das obrigações assumidas pela **CONTRATADA**, sem justificativa aceita pelo Município de Pato Bragado, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as seguintes sanções:

- a) Multa de mora de 0,5% (cinco décimos por cento), calculada sobre o valor do serviço em atraso, por dia de inadimplência, até o limite de vinte dias úteis, caracterizando inexecução parcial do contrato;
- b) Multa compensatória de 2% (dois por cento), calculada sobre o valor do contrato, pela inadimplência além do prazo acima referido na alínea anterior, caracterizando inexecução total do contrato;
- c) Advertência;
- d) Suspensão temporária de participar em licitação e impedimento de contratar com o Município de Pato Bragado por prazo de até 02 (dois) anos; e
- e) Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição, ou até que seja promovida a reabilitação, perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a **CONTRATADA** ressarcir o Município de Pato Bragado pelos prejuízos resultantes e após de decorrido o prazo da sanção aplicada.

6.4 - A aplicação das sanções previstas neste Edital não exclui a possibilidade de aplicação de outras, previstas na Lei nº 8.666/93, incluída a responsabilização da licitante vencedora por eventuais perdas e danos causados ao Município de Pato Bragado.

6.5 - A multa deverá ser recolhida no prazo máximo de 10 (dez) dias corridos, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pelo Município de Pato Bragado.



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

6.6 - O valor da multa poderá ser descontado da fatura ou do crédito existente no Município de Pato Bragado, em favor da **CONTRATADA**, sendo que, se o valor da multa for superior ao crédito existente, a diferença será cobrada na forma da Lei.

6.7 - As multas e outras sanções aplicadas só poderão ser relevadas motivadamente e por conveniência administrativa, mediante ato, devidamente justificado, do Município de Pato Bragado.

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

6.9 - Em qualquer hipótese de aplicação de sanções, será assegurado à **CONTRATADA** o contraditório e a ampla defesa.

CLÁUSULA SÉTIMA - DOS CASOS DE RESCISÃO

7.1 - A rescisão do Contrato poderá ocorrer nos seguintes casos:

- a) Determinada por ato unilateral e escrito do Município de Pato Bragado, nos casos enumerados no art. 78, incisos I a XII e XVII, da Lei nº 8.666/93;
- b) Amigável, por acordo entre as partes, reduzida a termo no processo de licitação, desde que haja conveniência para o Município de Pato Bragado;
- c) Judicial, nos termos da legislação processual.

7.2 - Ainda, o Contratante se reserva o direito de rescindir o contrato, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial, quando:

- a) A Contratada falir, for dissolvida ou por superveniente incapacidade técnica;
- b) Houver inadimplência de cláusulas ou condições contratuais por parte da Contratada e desobediência da determinação da fiscalização;
- c) A Contratada transferir, no todo ou em parte, o contrato a quaisquer empresas ou consórcios de empresas sem expressa anuência do Contratante;
- d) Houver atraso dos serviços, sem justificativa aceita pelo Contratante.

7.3 - A rescisão do contrato, quando motivada por qualquer dos subitens anteriormente relacionados ou no disposto nos artigos 77 a 79 da Lei nº 8.666/93, independentemente de qualquer procedimento judicial ou extrajudicial por parte do Município de Pato Bragado, acarretará a retenção dos créditos decorrentes do contrato, limitada ao valor dos prejuízos causados, além das sanções previstas neste Edital e em Lei, até a completa indenização dos danos.

CLÁUSULA OITAVA - FUNDAMENTAÇÃO LEGAL

8.1 - O presente contrato administrativo, tem por embasamento legal as disposições do **Processo Licitatório, Modalidade Tomada de Preços n.º/2014**, sendo que, o Edital o integra e o completa, obrigando as partes em todos os seus termos.

8.2 - Em cumprimento ao Parágrafo Terceiro do Artigo 195 da Constituição Federal, a **CONTRATADA** apresentou Certidão Negativa de Débito junto ao INSS, sob n.º, emitida em com validade até, e Certidão



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

de Regularidade do FGTS sob n.º, emitida em
com validade até, sendo que as mesmas fazem parte do processo licitatório.

CLÁUSULA NONA - DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

9.1 - No interesse do Município de Pato Bragado, a CONTRATADA fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado dos contratos, conforme disposto no art. 65, §§ 1º e 2º, da Lei nº 8.666/93.

9.2 - Será da responsabilidade da CONTRATADA o ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa ou dolo de qualquer de seus empregados, prepostos ou contratados.

9.3 - Obriga-se também a CONTRATADA por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações judiciais, inclusive trabalhistas, que lhes venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do presente Edital e do contrato que vier a ser assinado.

9.4 - A CONTRATADA só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto deste contrato que envolva o nome do Município de Pato Bragado, se houver expressa autorização da Administração Municipal. Esse procedimento se estenderá às eventuais subcontratadas.

9.5 - É vedado à **CONTRATADA** utilizar o presente contrato resultante como caução ou como garantia em operações financeiras, bem como transferir a outrem, total ou parcialmente, as responsabilidades a que está obrigada por esta Licitação, nem subcontratar, sem prévio assentimento da Contratante.

CLÁUSULA DÉCIMA - DAS OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

10.1 - O Contratante se obriga a proporcionar à Contratada todas as condições necessárias ao pleno cumprimento das obrigações decorrentes do presente contrato, consoante estabelece a Lei nº 8.666/93.

10.2 - Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato.

10.3 - Comunicar à Contratada toda e qualquer ocorrência relacionada com a execução do objeto, diligenciando nos casos que exigem providências corretivas.

10.4 - Providenciar os pagamentos à Contratada a vista das Notas Fiscais devidamente atestadas, nos prazos fixados.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E FINAIS

11.1 - O Extrato Contratual contendo os dados essenciais do presente instrumento será publicado no órgão oficial do Município, no prazo estipulado na Lei Federal n.º 8.666/93.

11.2 - Havendo necessidade ou de comum acordo em as partes, o prazo deste contrato poderá ser prorrogado, para melhor atender a sua finalidade, desde que não ultrapasse o prazo estabelecido na Lei de Licitações em vigor.

11.3 - Por força do artigo 7º, inciso XXXIII, da Constituição Federal, a Contratada fica ciente da proibição de trabalho noturno, perigoso ou insalubre a menor de dezoito anos e de qualquer trabalho a menores de dezesseis anos, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 anos.



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - DO FORO

12.1 - Fica eleito o Foro da Comarca de Marechal Cândido Rondon, Estado do Paraná, para dirimir as dúvidas e os casos omissos, que porventura surgirem.

E, por estarem entre si, certos, ajustados e contratados que, lido e achado conforme, aceitam e se obrigam por si, seus herdeiros ou sucessores a fielmente cumpri-lo, assinando-o na presença de duas testemunhas idôneas e capazes, fazendo-o firme e valioso.

Pato Bragado, de de

MUNICÍPIO DE PATO BRAGADO

Arnildo Rieger – Prefeito

CONTRATANTE

.....
CONTRATADA

Testemunhas: _____

NOME:

CPF nº

NOME:

CPF nº

Processo Licitatório

Folha nº 052

Pato Bragado - PR

REQUERIMENTO DE EDITAL DE LICITAÇÃO

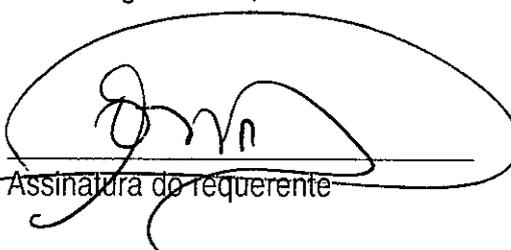
A empresa abaixo identificada requereu junto à Prefeitura Municipal de Pato Bragado, cópia integral do seguinte Processo licitatório:

Modalidade: TP
N.º 004
Objeto: _____
Data de Abertura: _____
Hora: _____

Identificação da empresa Requerente (Preenchimento Obrigatório)

Razão Social: _____
Endereço: _____
Cidade: _____
CNPJ nº: _____
Telefone: _____
Pessoa para contato: _____
Email: brandronecel@netmail.com

Pato Bragado - PR, em/...../.....


Assinatura do requerente

CPF/RG

Processo Licitatório
Folha nº 053
Pato Bragado - PR

REQUERIMENTO DE EDITAL DE LICITAÇÃO

A empresa abaixo identificada requereu junto à Prefeitura Municipal de Pato Bragado, cópia integral do seguinte Processo licitatório:

Modalidade: Tomada de Preço
N.º 004/2014
Objeto: Contratação de empresa de agenciamento
Data de Abertura: 30/05/14
Hora: 09:30

Identificação da empresa Requerente (Preenchimento Obrigatório)

Razão Social: Imobiliária do Gerginho LTDA - ME
Endereço: Av. Willy Barth, nº 3004
Cidade: Pato Bragado -
CNPJ nº: 18.647.274/0001-32
Telefone: 3282-1197
Pessoa para contato: Mara Anderle
Email: genius.contabilidade@hotmail.com

Pato Bragado - PR, em 15/05/14

Mara Anderle
Assinatura do requerente

06364218997
CPF/IRG

REQUERIMENTO DE EDITAL DE LICITAÇÃO

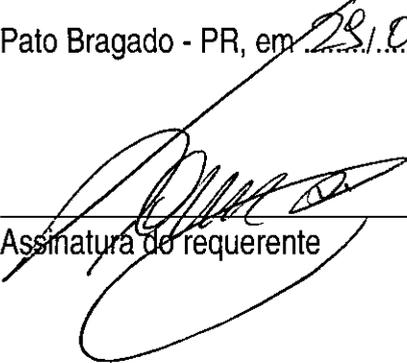
A empresa abaixo identificada requereu junto à Prefeitura Municipal de Pato Bragado, cópia integral do seguinte Processo licitatório:

Modalidade: Tomada de Preços
N.º 04
Objeto: Agruciamiento
Data de Abertura: 30/05/2014
Hora: 09h 10m.

Identificação da empresa Requerente (Preenchimento Obrigatório)

Razão Social: RAMOS & PAZINI LTDA
Endereço: RUA SANTA CATARINA 656
Cidade: IMBARETAL CÂNDIDO RONDON
CNPJ nº: 10.598.778/0001-06
Telefone: 3244 - 4085
Pessoa para contato: SILVANA
Email: PROMOVEPROPAGANDA@GMAIL.COM

Pato Bragado - PR, em 28.04.2014


Assinatura do requerente

5567900-2
CPF/RG

Processo Licitatório
Folha nº 055
Pato Bragado - PR

ExpressoLivre - ExpressoMail

Enviado por: "Katharin Martins" <recepcao@casadacomunicacao.net>

De: recepcao@casadacomunicacao.net

Para: neiva@patobragado.pr.gov.br

Data: 06/05/2014 11:29 (35 minutos atrás)

Assunto: Solicitação de Edital 

Anexos: assinatura.jpg (28 KB)

Bom Dia!

A Agência de Publicidade Casa da Comunicação

CNPJ: 04.696.947/0001-30

Rua: Desembargador Lauro Lopes,188 - Ponta Grossa - PR

Solicita por gentileza o Edital Agencia de Publicidade TP4/2014

Att

--

Katharin Martins
Mídia



CASA DA COMUNICAÇÃO

R. Des. Lauro Lopes, 188 | Ponta Grossa - PR

CEP: 84015.710 | 42 3027.3519

www.casadacomunicacao.net

Processo Licitatório

Folha nº 056

Pato Bragado - PR

REQUERIMENTO DE EDITAL DE LICITAÇÃO

A empresa abaixo identificada requereu junto à Prefeitura Municipal de Pato Bragado, cópia integral do seguinte Processo licitatório:

Modalidade: Tomada de Preços
N.º 004
Objeto: Agenciamento
Data de Abertura: 30/05/14
Hora: 09:10

Identificação da empresa Requerente (Preenchimento Obrigatório)

Razão Social: Agência Projeto de Publicidade e Propaganda LTDA
Endereço: Rua Santa Catarina Esquina Com Avenida Moreira
Cidade: Marechal Cândido Rondon
CNPJ nº: 13.114.291/0001-90
Telefone: (45) 3282-1240
Pessoa para contato: Martje Lirlene Gentilini
Email: agencia.projeto@gmail.com

Pato Bragado - PR, em ..07/..05/14.

Geon Andrei Rolon
Assinatura do requerente

097.705.209-50
CPF/RG



Prefeitura do Município de Pato Bragado

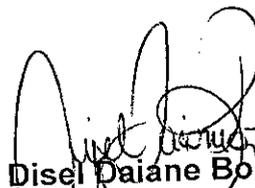
Estado do Paraná

RESULTADO DO SORTEIO DOS CREDENCIADOS PARA FORMAÇÃO DE SUBCOMISSÃO TÉCNICA

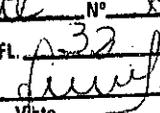
O Município de Pato Bragado, Estado do Paraná, através da Presidente da Comissão Permanente de Licitações, designada pelo Decreto nº 015/2014, leva ao conhecimento dos interessados os credenciados sorteados em sessão pública no dia 29 de maio de 2014 às 9h00min na Sala de reuniões da Prefeitura Municipal de Pato Bragado, os quais formarão a Subcomissão Técnica para avaliação técnica da Tomada de Preços nº 004/2014, sendo eles:

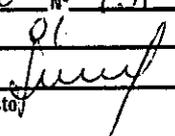
- **Paulo Rodrigo Coppetti** – Formado em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda;
- **Regio Aldonar Guerreiro** – Atua como Jornalista e locutor junto à Rádio Difusora do Paraná Ltda;
- **Marlene Vanderleia Petry** - Formada em Comunicação Social – Jornalismo

Pato Bragado – PR, em 29 de maio de 2014.


Disel Daiane Bortolato

Permanente da Comissão Permanente de Licitação

PUBLICADO NO DIÁRIO OFICIAL
de 30/05/14 Fl. 32
Nº 348
Visto 

PUBLICADO NO DIÁRIO OFICIAL
de 29/05/14 Fl. 01
Nº 451
Visto 



Município de Pato Bragado – PR.
À Comissão de Licitações
Tomada de Preços: 004/2014

CARTA CREDENCIAMENTO

Pelo presente instrumento, a empresa Ramos & Pazini Ltda., inscrita no CNPJ n.º 10.598.778/0001-06, credencia o Sr. Gercinei Gomes Ramos, portador(a) do documento de identidade RG n.º 5.567.900-2, emitido pela SSP/PR, e do CPF n.º 662.598.789-15, a participar do procedimento licitatório, sob a modalidade **TOMADA DE PREÇOS n.º 004/2014**, outorgando-lhe poderes para pronunciar-se em nome da outorgante em todas as etapas do certame, impugnando documentos das demais licitantes ou decisões da Comissão, negociar preços, declarar a intenção de interposição de recurso, renunciar ao direito de interpor recursos e praticar todos os demais atos inerentes ao certame.
Por ser expressão da verdade, firmamos o presente.

Pato Bragado, 30 de maio de 2014.



Silmara Pazini

Silmara Denize Pazini

RG: 8.513.443 4

CPF 035.370.629-90

SÓCIA - ADMINISTRADORA

[Handwritten signature]

TABELIONATO NARDELLO
NOTAS E PROTESTO DE TÍTULOS
Marechal Cândido Rondon - PR

Bel. Fárida Nardelli - Titular
Rua Sete de Setembro, 111
Fone/Fax: (45) 3254-24 3
Email: cartorio@nar-dello.com.br

Reconheço por SEMELHANÇA, e dou fé, a(s) assinatura(s) de
(93)112011 - SILMARA DENIZE PAZINI

SELO DIGITAL: mdcc6-97090-817W-046V6 - vPDF Consulte em http://munebran.com.br

Marechal Cândido Rondon, 29 de Maio de 2014.
Em Teste da verdade.

[Handwritten signature]

GIAN FRANCO NARDELLO ROCHA

Processo Licitatório nº 004/2014
Folha nº 054
Pato Bragado - PR

REGISTRO GERAL Nº 8.515.443-4 DATA DE EXPEDIÇÃO 14/09/1998

NOME SILMARA DENIZE PAZINI

REGIÃO NEYSON PAZINI

IRONE HAIR PAZINI

NATURALIDADE MARACANDI RONDON/PR DATA DE NASCIMENTO 12/25/1981

CIDADE MARACANDI RONDON/PR DA SEDE

DOC. ORIGEM C. NASC. 7133-1170-008-FOLHA-2881

DECLARAÇÃO DO NASCIMENTO FILHO

CURTISSA - PR

ASSINATURA DO DIRETOR

LEI Nº 7.112 DE 29/08/83

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

SECRETARIA DE ESTADO DE SEGURANÇA PÚBLICA
INSTITUTO DE IDENTIFICAÇÃO DO PARANÁ

Polícia - direção

Silmara D. Pazini

ASSINATURA DO TITULAR

CARTEIRA DE IDENTIDADE



AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CANDIDO RONDON - PARANÁ
R. 7 de Setembro, 1303 - F. Fax (43) 3254-2418
M.C. Rondon

29 MAIO 2014 PR
Marechal

- FÁRIDA NARDELLO - Tabellã
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escritórios Jurementados

SELO FUNARPEN

TABELIONATO DE NOTAS

FAS91099

COMISSÃO DE NOTAS E PROTESTOS

Marechal

MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria da Receita Federal

CPF

035.370.629-90

SILMARA DENIZE PAZINI

25/12/1981

Padron - Brasil - 006010-4

06/2001

Cartão de uso pessoal e intransferível.
Deve ser apresentado junto com um documento de identidade.

CAIXA
CAIXA ECONÔMICA FEDERAL



AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CANDIDO RONDON - PARANÁ
R. 7 de Setembro, 1303 - F. Fax (43) 3254-2418
M.C. Rondon

29 MAIO 2014 PR
Marechal

- FÁRIDA NARDELLO - Tabellã
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escritórios Jurementados

SELO FUNARPEN

TABELIONATO DE NOTAS

FAS91097

COMISSÃO DE NOTAS E PROTESTOS

Marechal

[Handwritten signature]

Processo Licitatório
Folha nº 060
Pato Bragado - PR

VALIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL

REGISTRO GERAL 567-900-2 DATA DE EXPEDIÇÃO 05/07/2000

NOME GERCI NEL GOMES RAMOS

IDENTIFICAÇÃO GERCI NEL GOMES RAMOS
 ANA GOMES RAMOS

DATA DE NASCIMENTO 11/08/1969

COARCA MAL 290 FORTIM/PR PATO BRAGADO

NASC 3299-LETRD-43-18-18-18

662-598-789-15

CURJABA - PR

SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA
 INSTITUTO DE IDENTIFICAÇÃO DO PARANÁ

SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA
 INSTITUTO DE IDENTIFICAÇÃO DO PARANÁ

SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA
 INSTITUTO DE IDENTIFICAÇÃO DO PARANÁ

SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA
 INSTITUTO DE IDENTIFICAÇÃO DO PARANÁ

SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA
 INSTITUTO DE IDENTIFICAÇÃO DO PARANÁ

AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

M.C. Romão 9 MAIO 2014 PR

TABELIONATO NARDELLO
 MARECHAL CAJURUS RONDON - PARANÁ
 R. 7 de Setembro, 1303 - F.F. 01 (AS) 3254-2418

- FÁRIDA NARDELLO - Tabela
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escreventes
 Juramentados



CERTIFICO E DOU FÉ que o documento original apresentado encontra-se replastificado.

Marello

**PRIMEIRA ALTERAÇÃO CONTRATUAL DA SOCIEDADE
RAMOS & PAZINI LTDA
CNPJ/MF: nº 10.598.778/0001-06
NIRE: 412.0638680-3**

Folha: 1 de 1

Os abaixo identificados e qualificados: **SILMARA DENIZE PAZINI**, brasileira, solteira, nascida em 25/12/1981, natural de Marechal Candido Rondon - PR, professora, inscrita no CPF/MF sob nº. 035.370.629-90, portadora da carteira de identidade RG nº. 8.513.443-4 SESP-PR, residente e domiciliada na Rua Santa Catarina, 656, Apto 11, Centro, Marechal Candido Rondon - PR, CEP 85960-000, **GERCINEI GOMES RAMOS**, brasileiro, solteiro, nascido em 11/06/1969, natural de Grão Mongol - MG, designer, inscrito no CPF/MF sob nº. 662.598.789-15, portador da carteira de identidade RG nº. 5.567.900-2 SESP-PR, residente e domiciliado na Rua Santa Catarina, 656, Apto 11, Centro, Marechal Candido Rondon - PR, CEP: 85960-000, tem constituída entre si, uma sociedade empresária limitada que gira nesta praça sob o nome de **RAMOS & PAZINI LTDA**, com sede na Rua Santa Catarina, 656, Apto 13, Centro, Marechal Candido Rondon - PR, CEP 85960-000, e inscrita no CNPJ/MF sob nº. 10.598.778/0001-06, registrada na Junta Comercial do Paraná sob nº 412.0638680-3 em 26/01/2009; resolvem alterar o contrato social mediante as condições estabelecidas nas cláusulas seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA: A sociedade que tem por objeto social a exploração do ramo de: Agências de publicidade e propaganda, pesquisas de mercado e de opinião pública e outras atividades de publicidade, contanto que sempre complementares e vinculadas a atividade principal, passa a partir desta data a ter o seguinte objeto: Agência de Publicidade e Propaganda.

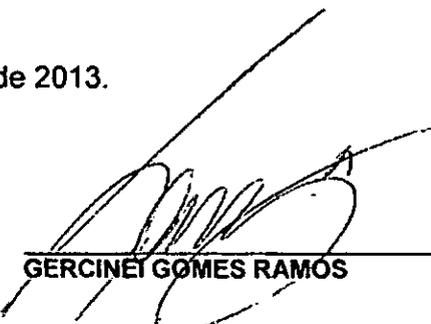
CLÁUSULA SEGUNDA: Permanecem inalteradas as demais cláusulas vigentes que não colidirem com as disposições do presente instrumento.

E por estarem assim, justos e contratados, lavram e assinam, a presente, em 3 (três) vias de igual teor e forma, obrigando-se fielmente por si, seus herdeiros e sucessores legais a cumpri-lo em todos os seus termos.

Marechal Candido Rondon - PR, 05 de abril de 2013.



SILMARA DENIZE PAZINI



GERCINEI GOMES RAMOS

JUNTA COMERCIAL DO PARANÁ
AGENCIA REGIONAL DE MARECHAL CANDIDO RONDON
CERTIFICO O REGISTRO EM: 10/04/2013
SOB NÚMERO: 20131961497
Protocolo: 13/196149-7, DE 10/04/2013
Empresa: 41 2 0638680 3
RAMOS & PAZINI LTDA
SEBASTIÃO MOTTA
SECRETARIO GERAL



Processo Licitatório
Folha nº 02
Pato Bragado - PR

[Large handwritten signature]



TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PARANÁ
R. 7 de Setembro, 1303 - Fone/Fax (45) 3254-2418
M.C. Rondon

AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

Marechal 29 MAIO 2014 PR

- FÁRIDA NARDELLO - Tabeliã
 - GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
 - AMÉLIA HACKBARTH
 - BÁRBARA CRISTINA AULER
 - CAROLINE KROHN
- Escreventes Juramentados



CÓPIA COLORIDA

RAMOS & PAZINI LTDA
CONTRATO SOCIAL

folha: 1 de 3

Os abaixo identificados e qualificados: **SILMARA DENIZE PAZINI**, brasileira, solteira, nascida em 25/12/1981, professora, inscrita no CPF/MF sob nº 035.370.629-90, portadora da carteira de identidade RG nº. 8.513.443-4 SESP-PR, residente e domiciliada na Rua Santa Catarina, 656, Apto 11, Centro, Marechal Candido Rondon-PR, CEP: 85960-000, **GERCINEI GOMES RAMOS**, brasileiro, solteiro, nascido em 11/06/1969, designer, inscrito no CPF/MF sob nº 662.598.789-15, portador da carteira de identidade RG nº. 5.567.900-2 SESP-PR, residente e domiciliado na Rua Santa Catarina, 656, Apto 11, Centro, Marechal Gandido Rondon-PR, CEP: 85960-000, **RESOLVEM**, por este instrumento particular de contrato e na melhor forma de direito, constituir uma **Sociedade Empresária Limitada** que se regerá pelos artigos 1.052 a 1.087 da Lei n.º 10.406, de 10 de janeiro de 2002, pelas demais disposições legais aplicáveis à espécie e pelas cláusulas seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA - A sociedade girará sob o nome empresarial de **RAMOS & PAZINI LTDA** e terá sede e domicílio na Rua Santa Catarina, 656, Apto 13, Centro, Marechal Candido Rondon - PR, CEP 85960-000.

CLÁUSULA SEGUNDA - A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, no país ou no exterior, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

CLÁUSULA TERCEIRA - A sociedade terá por objeto a exploração do ramo de: Agências de publicidade e propaganda, Pesquisas de mercado e de opinião pública e Outras atividades de publicidade, contanto que sempre complementares e vinculadas a atividade principal.

CLÁUSULA QUARTA - A sociedade iniciará suas atividades em 19/01/2009 e seu prazo de duração é por tempo indeterminado.

CLÁUSULA QUINTA - O capital social será de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), dividido em 30.000 (trinta mil) quotas no valor de R\$ 1,00 (um real), cada uma, subscritas e integralizadas, neste ato, em moeda corrente do País, pelos sócios e distribuídas da seguinte forma:

SOCIO	(%)	QUOTAS	VALOR
SILMARA DENIZE PAZINI	91.00	27.300	27.300,00
GERCINEI GOMES RAMOS	9.00	2.700	2.700,00
TOTAL	100.00	30.000	30.000,00

CLÁUSULA SEXTA - A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social, conforme disposto no art. 1.052 da Lei 10.406/2002.

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

Parágrafo único: O sócio que pretenda ceder ou transferir todas ou parte de suas quotas deverá notificar por escrito aos outros sócios, discriminando a quantidade de quotas postas à venda, o preço, forma e prazo de pagamento, para que estes exerçam ou renunciem ao direito de preferência, que deverão fazer dentro de 30 (trinta) dias, contados do recebimento da notificação ou em prazo maior a critério do sócio alienante. Se todos os sócios manifestarem seu direito de preferência, a cessão das quotas se fará na proporção das quotas que então possuírem. Decorrido esse prazo sem que seja exercido o direito de preferência, as quotas poderão ser livremente transferidas.


Processo Licitatório
Folha nº 063
Pato Bragado - PR



[Handwritten signature]



AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PARANÁ
R. 7 de Setembro, 1303 - F. Fax (45) 3254-2418

M.C. Rondon

[Handwritten signature] 29 MAIO 2014 PR

- FÁRIDA NARDELLO - Tabelião
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

} Escreventes
Juramentados

CERTIFICO que o Selo de Autenticidade foi afixado na última folha do documento entregue à parte

RAMOS & PAZINI LTDA
CONTRATO SOCIAL

folha: 2 de 3

CLÁUSULA OITAVA - A administração da sociedade caberá a **SILMARA DENIZE PAZINI**, com os poderes e atribuições de gerir e administrar os negócios da sociedade, representá-la ativa e passivamente, judicial e extra judicialmente, perante órgãos públicos, instituições financeiras, entidades privadas e terceiros em geral, bem como praticar todos os demais atos necessários à consecução dos objetivos ou à defesa dos interesses e direitos da sociedade, autorizado o uso do nome empresarial isoladamente.

§ 1.º - É vedado o uso do nome empresarial em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

§ 2.º - Faculta-se ao administrador, atuando isoladamente, constituir, em nome da sociedade, procuradores para período determinado, devendo o instrumento de mandato especificar os atos e operações a serem praticados.

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

CLÁUSULA DÉCIMA - Ao término de cada exercício social, coincidente com o ano civil, os administradores prestarão contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e demais demonstrações contábeis requeridas pela legislação societária, elaboradas em conformidade com as Normas Brasileiras de Contabilidade, participando todos os sócios dos lucros ou perdas apurados, na mesma proporção das quotas de capital que possuem na sociedade.

Parágrafo único - A sociedade poderá levantar balanços ou balancetes patrimoniais em períodos inferiores a um ano, e o lucro apurado nessas demonstrações intermediárias, poderá ser distribuído mensalmente aos sócios, a título de Antecipação de Lucros, proporcionalmente às quotas de capital de cada um. Nesse caso será observada a reposição dos lucros quando a distribuição afetar o capital social, conforme estabelece o art. 1.059 da Lei n.º 10.406/2002.

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

Parágrafo único - Até 30 (trinta) dias antes da data marcada para a reunião, o balanço patrimonial e o de resultado econômico devem ser postos, por escrito, e com a prova do respectivo recebimento, à disposição dos sócios que não exerçam a administração.

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - Fica eleito o foro de Marechal Candido Rondon - PR para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato, renunciando-se, expressamente, a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.



Processo Licitatório
Folha nº 064
Pato Bragado - PR

[Handwritten signature]



AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PARANÁ
R. 7 de Setembro, 1303 - F: Fax: (49) 3294-2418

M. C. Rondon, 29 MAIO 2014 PR

- | | | |
|-------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | FÁRIDA NARDELLO - Tabellã | } Escreventes
Juramentados |
| <input checked="" type="checkbox"/> | GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA | |
| <input type="checkbox"/> | AMÉLIA HACKBARTH | |
| <input type="checkbox"/> | BÁRBARA CRISTINA AULER | |
| <input type="checkbox"/> | CAROLINE KROHN | |

CERTIFICADO que o Selo de Autenticidade foi afixado na última folha do documento entregue à parte

**RAMOS & PAZINI LTDA
CONTRATO SOCIAL**

folha: 3 de 3

E por estarem assim, justos e contratados, datam, lavram e assinam o presente instrumento em 3 (três) vias de igual teor e forma, na presença de 2 (duas) testemunhas obrigando-se fielmente por si e por seus herdeiros a cumpri-lo em todos os seus termos.

Marechal Candido Rondon - PR, 15 de Janeiro de 2009

Silmara D. Pazini
SILMARA DENIZE PAZINI

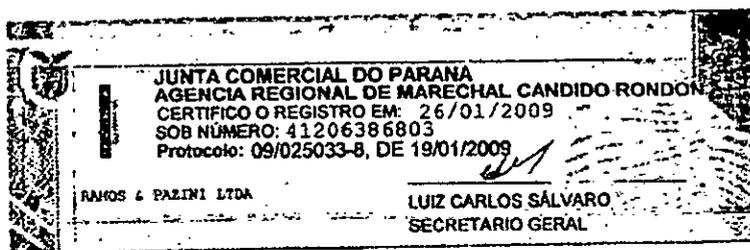
[Assinatura]
GERCINEI GOMES RAMOS

Testemunhas:

[Assinatura]
JOSIANE SEVERO
RG n°. 506.106.794-7-SSP/RS

[Assinatura]
NOEMI SAUER
RG n°. 7346594-0-SSP/PR

[Assinatura]
Gilmar José Minks
OAB/PR 039989
Advogado



[Assinatura]

Processo Licitatório
Folha nº 065
Pato Bragado - PR

[Large handwritten mark, possibly a stylized 'S' or signature]



TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PARANÁ
R. 7 de Setembro, 1303 - F.Fax (41) 3254-2418
M.C. Rondon

AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

[Handwritten signature] 29 MAIO 2014 PR

- FARIDA NARDELLO - Tabellã
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escreventes
Juramentados



CÓPIA COLORIDA



N & N AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

N&N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA
Av. Brasil, 956 – Centro – Santa Helena – Pr – CEP: 85.892-000 – Fone 045 3268 – 3213
Inscrição Estadual nº ISENTA - CNPJ sob o nº 13.451.228/0001-40

ANEXO III

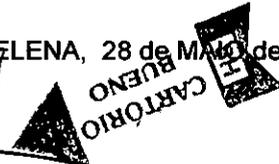
Município de Pato Bragado – PR.
À Comissão de Licitações
Tomada de Preços: 004/2014

CARTA CREDENCIAMENTO

Pelo presente instrumento, a empresa **N&N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**, inscrita no CNPJ n.º **13.451.228/0001-40**, credencia o (a) Sr.(a) **JULIANO ROBERTO BIESDORF**, portador(a) do documento de identidade RG n.º **7.752.058-9**, emitido pela SSP/PR, e do CPF n.º **045.777.919-51**, a participar do procedimento licitatório, sob a modalidade **TOMADA DE PREÇOS n.º 004/2014**, outorgando-lhe poderes para pronunciar-se em nome da outorgante em todas as etapas do certame, impugnando documentos das demais licitantes ou decisões da Comissão, negociar preços, declarar a intenção de interposição de recurso, renunciar ao direito de interpor recursos e praticar todos os demais atos inerentes ao certame.

Por ser expressão da verdade, firmamos o presente.

SANTA HELENA, 28 de Maio de 2014.



N&N - Agência de Publicidade e Propaganda Ltda
PAULO ROBERTO NECKEL
SÓCIO-ADMINISTRADOR

[Handwritten signature of Paulo Roberto Neckel]

Reconheço verdadeira a firma Supro
número de 01 de Paulo Roberto Neckel
por semelhança a ficha grafada neste ofício. Dou fé em
test.º 28 de Maio de 2014 da verdade.
Sta. Helena, em 28 de Maio de 2014
 Pulce Supro - Tabela
 Tabarão Substituto



[Handwritten signature]

Processo Licitatório
Folha nº 066
Pato Bragado - PR

**SEGUNDA ALTERAÇÃO CONTRATUAL DA SOCIEDADE
N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**

CNPJ/MF: Nº 13.451.228/0001-40

NIRE: 412.0702588-0

JUNTA COMERCIAL

DO PARANÁ



Os abaixo identificados e qualificados:

1) EDUARDO LUAN MELCHER NECKEL, brasileiro, solteiro, nascido em 21/04/1993, natural de Santa Helena - PR, empresário, inscrito no CPF/MF sob nº. 117.261.106-80, portador da carteira de identidade RG nº. MG-17.558.786/SESP-MG, residente e domiciliado na Rua Paraguai, 1089, Centro, Santa Helena - PR, CEP: 85892-000.

2) PAULO ROBERTO NECKEL, brasileiro, casado sob o regime de comunhão parcial de bens, natural de Porto Alegre-RS, empresário, inscrito no CPF/MF sob nº. 647.979.619-53, portador da carteira de identidade RG nº. 4.616.694-9/SESP-PR, residente e domiciliado na Rua Paraguai, 1089, Centro, Santa Helena - PR, CEP: 85892-000.

Tem constituída entre si, uma sociedade empresária limitada que gira nesta praça sob o nome de **N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**, com sede na Rodovia BR 277 Km 608, S/N, Sala 02, Distrito Industrial, Santa Tereza do Oeste - PR, CEP 85825-000, e inscrita no CNPJ/MF sob nº. 13.451.228/0001-40, registrada na Junta Comercial do Paraná sob nº 412.0702588-0 em 31/03/2011 e última alteração contratual registrada sob nº. 11/8690868 em 12/12/2011; resolvem alterar o contrato social mediante as condições estabelecidas nas cláusulas seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA- DA ALTERAÇÃO DA SEDE SOCIAL: O endereço da presente sociedade que é na Rodovia Br 277 Km 608, S/n, Sala 02, Distrito Industrial, Santa Tereza do Oeste - PR, CEP: 85825-000, fica alterado para **Avenida Brasil, 956, Centro, CEP: 85892-000, Santa Helena - PR.**

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

CLÁUSULA TERCEIRA- DA CONSOLIDAÇÃO DO CONTRATO: À vista da modificação ora ajustada, consolida-se o contrato social, que passa a ter a seguinte redação.

CONTRATO SOCIAL CONSOLIDADO

N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA

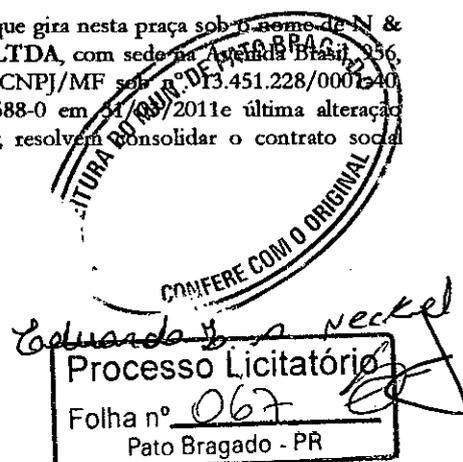
CNPJ/MF: 13.451.228/0001-40

NIRE: 412.0702588-0

1) EDUARDO LUAN MELCHER NECKEL, brasileiro, solteiro, nascido em 21/04/1993, natural de Santa Helena - PR, empresário, inscrito no CPF/MF sob nº. 117.261.106-80, portador da carteira de identidade RG nº. MG-17.558.786/SESP-MG, residente e domiciliado na Rua Paraguai, 1089, Centro, Santa Helena - PR, CEP: 85892-000.

2) PAULO ROBERTO NECKEL, brasileiro, casado sob o regime de comunhão parcial de bens, natural de Porto Alegre - RS, empresário, inscrito no CPF/MF sob nº. 647.979.619-53, portador da carteira de identidade RG nº. 4.616.694-9/SESP-PR, residente e domiciliado na Rua Paraguai, 1089, Centro, Santa Helena - PR, CEP: 85892-000.

Tem constituída entre si, uma sociedade empresária limitada que gira nesta praça sob o nome de **N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**, com sede na Avenida Brasil, 956, Centro, Santa Helena - PR, CEP 85892-000, e inscrita no CNPJ/MF sob nº. 13.451.228/0001-40, registrada na Junta Comercial do Paraná sob nº 412.0702588-0 em 31/03/2011 e última alteração contratual registrada sob nº. 20118690868 em 12/12/2011; resolvem consolidar o contrato social mediante as condições estabelecidas nas cláusulas seguintes:



SEGUNDA ALTERAÇÃO CONTRATUAL DA SOCIEDADE
N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA UNIA COMERCIAL
CNPJ/MF: Nº 13.451.228/0001-40
NIRE: 412.0702588-0
DO PARANÁ



CLÁUSULA PRIMEIRA - NOME EMPRESARIAL, SEDE E DOMICÍLIO: A sociedade é uma sociedade empresarial de N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA e tem sede e domicílio em Cascavel, Brasil, 956, Centro, Santa Helena - PR, CEP 85892-000.

CLÁUSULA SEGUNDA - FILIAIS E OUTRAS DEPENDÊNCIAS: A sociedade poderá a qualquer tempo abrir ou fechar filial ou outra dependência, no país ou no exterior, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

CLÁUSULA TERCEIRA - INÍCIO DAS ATIVIDADES E PRAZO DE DURAÇÃO DA SOCIEDADE: A sociedade iniciou suas atividades em 01/04/2011 e seu prazo de duração é por tempo indeterminado.

CLÁUSULA QUARTA - OBJETO SOCIAL: A sociedade tem por objeto a exploração no ramo de: AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA.

CLÁUSULA QUINTA - CAPITAL SOCIAL: O capital social é de 30.000,00 (trinta mil reais), divididos em 30.000 (trinta mil) quotas de capital no valor nominal de R\$ 1,00 (um real) cada uma, subscritas e já integralizadas, em moeda corrente do País, pelos sócios e distribuídas da seguinte forma:

Nome	(%)	Cotas	Valor R\$
EDUARDO LUAN MELCHER NECKEL	18,75	15.000	15.000,00
PAULO ROBERTO NECKEL	81,25	65.000	65.000,00
TOTAL	100,00	80.000	80.000,00

CLÁUSULA SEXTA - RESPONSABILIDADE DOS SÓCIOS: A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social, conforme dispõe o art. 1.052 da Lei 10.406/2002.

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

Parágrafo único: O sócio que pretenda ceder ou transferir todas ou parte de suas quotas deverá notificar por escrito aos outros sócios, discriminando a quantidade de quotas postas à venda, o preço, forma e prazo de pagamento, para que estes exerçam ou renunciem ao direito de preferência, o que deverão fazer dentro de 30 (trinta) dias, contados do recebimento da notificação ou em prazo maior a critério do sócio alienante. Se todos os sócios manifestarem seu direito de preferência, a cessão das quotas se fará na proporção das quotas que então possuírem. Decorrido esse prazo sem que seja exercido o direito de preferência, as quotas poderão ser livremente transferidas.

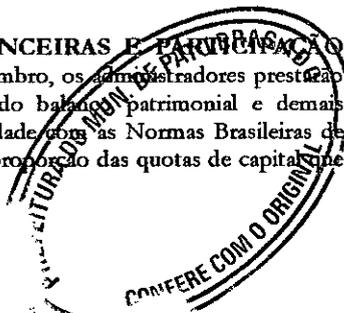
CLÁUSULA OITAVA - ADMINISTRAÇÃO DA SOCIEDADE E USO DO NOME EMPRESARIAL: A administração da sociedade cabe a PAULO ROBERTO NECKEL, com os poderes e atribuições de gerir e administrar os negócios da sociedade, representá-la ativa e passivamente, judicial e extra judicialmente, perante órgãos públicos, instituições financeiras, entidades privadas e terceiros em geral, bem como praticar todos os demais atos necessários à consecução dos objetivos ou à defesa dos interesses e direitos da sociedade, autorizado o uso do nome empresarial isoladamente.

§1.º - É vedado o uso do nome empresarial em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

§2.º - Faculta-se ao administrador, atuando isoladamente, constituir, em nome da sociedade, procuradores para período determinado, devendo o instrumento de mandato especificar os atos e operações a serem praticados.

CLÁUSULA NONA - RETIRADA PRO-LABORE: Os sócios poderão, de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de "pró-labore", observadas as disposições regulamentares pertinentes.

CLÁUSULA DÉCIMA - EXERCÍCIO SOCIAL, DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS E PARTICIPAÇÃO DOS SÓCIOS NOS RESULTADOS: Ao término do exercício social, em 31 de dezembro, os administradores prestarão contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e demais demonstrações contábeis requeridas pela legislação societária, elaboradas em conformidade com as Normas Brasileiras de Contabilidade, participando todos os sócios dos lucros ou perdas apurados, na mesma proporção das quotas de capital que possuem na sociedade.



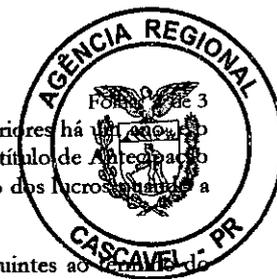
Eduardo Luan Melcher Neckel
Processo Licitatório
Folha nº 068
Pato Bragado - PR

SEGUNDA ALTERAÇÃO CONTRATUAL DA SOCIEDADE
N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA

JUNTA COMERCIAL DO PARANÁ

CNPJ/MF: Nº 13.451.228/0001-40

NIRE: 412.0702588-0



Parágrafo único - A sociedade poderá levantar balanços ou balancetes patrimoniais em períodos inferiores há um ano, e o lucro apurado nessas demonstrações intermediárias, poderá ser distribuído mensalmente aos sócios, a título de Antecipação de Lucros, proporcionalmente às quotas de capital de cada um. Nesse caso será observada a reposição dos lucros quando a distribuição afetar o capital social, conforme estabelece o art. 1.059 da Lei n.º 10.406/2002.

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

Parágrafo único - Até 30 (trinta) dias antes da data marcada para a reunião, o balanço patrimonial e o de resultado econômico devem ser postos, por escrito, e com a prova do respectivo recebimento, à disposição dos sócios que não exerçam a administração.

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - FORO: Fica eleito o foro da comarca de Cascavel-PR para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato, com expressa renúncia a qualquer outro, por mais especial ou privilegiado que seja ou venha ser.

E por estarem assim, justos e contratados, lavram e assinam, a presente, em 3 (três) vias de igual teor e forma, obrigando-se fielmente por si, seus herdeiros e sucessores legais a cumprí-lo em todos os seus termos.

Santa Helena-Pr, 22 de novembro de 2012.

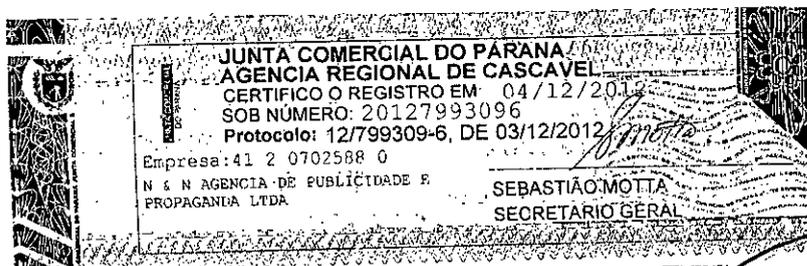
Eduardo Luan Melcher Neckel
EDUARDO LUAN MELCHER NECKEL

Paulo Roberto Neckel
PAULO ROBERTO NECKEL

Testemunhas:

Adecir Gonçalves Duarte
ADECIR GONÇALVES DUARTE
RG nº. 6.400.752-1/SESP/PR

Anivaldo das Neves Oliveira
ANIVALDO DAS NEVES OLIVEIRA
RG nº. 2/R.413.085/SSP/PR



Processo Licitatório
Folha nº 069
Pato Bragado - PR

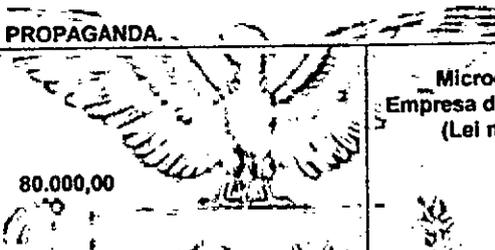
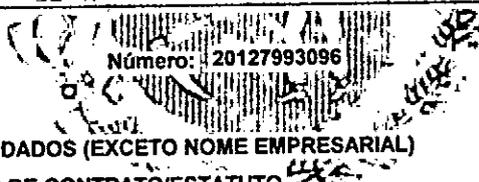


MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR
DEPARTAMENTO NACIONAL DE REGISTRO DO COMÉRCIO
JUNTA COMERCIAL DO PARANÁ

CERTIDÃO SIMPLIFICADA

Página: 001/ 001

Certificamos que as informações abaixo constam dos documentos arquivados nesta Junta Comercial e são vigentes na data da sua expedição.

Nome Empresarial N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA			
Natureza Jurídica: SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA			
Número de Identificação do Registro de Empresas - NIRE (Sede) 41 2 0702588-0	CNPJ 13.451.228/0001-40	Data de Arquivamento do Ato Constitutivo 31/03/2011	Data de Início de Atividade 01/04/2011
Endereço Completo (Logradouro, Nº e Complemento, Bairro, Cidade, UF, CEP) AVENIDA BRASIL, 956, CENTRO, SANTA HELENA, PR, 85.892-000			
Objeto Social AGENCIAS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA.			
Capital: R\$ 80.000,00 (OITENTA MIL REAIS)		Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte (Lei nº 123/2006)	Prazo de Duração
Capital Integralizado: R\$ 80.000,00 (OITENTA MIL REAIS)		Não	Indeterminado
Sócios/Participação no Capital/Espécie de Sócio/Administrador/Término do Mandato		Participação no capital (R\$)	Espécie de Sócio
Nome/CPF ou CNPJ			Administrador
PAULO ROBERTO NECKEL 647.979.619-53	88	65.000,00 SOCIO	Administrador XXXXXXXXXX
EDUARDO LUAN MELCHER NECKEL 117.261.106-80		15.000,00 SOCIO	XXXXXXXXXX
Último Arquivamento		Situação	
Data: 04/12/2012		REGISTRO ATIVO	
Ato: ALTERAÇÃO		Status	
Evento (s): ALTERACAO DE DADOS (EXCETO NOME EMPRESARIAL) CONSOLIDAÇÃO DE CONTRATO/ESTATUTO		XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	

SANTA HELENA - PR, 27 de maio de 2014

14/314965-2



Sebastião Motta

 SEBASTIÃO MOTTA
 SECRETARIO GERAL



Joelson Luiz Backhaus

 Joelson Luiz Backhaus
 RG 8.558.036-1/PR
 Agência Regional de Santa Helena



Processo Licitatório
 Folha nº 070
 Pão Bragado - PR



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

CERTIFICADO DE REGISTRO CADASTRAL MUNICIPAL

N. 023/2014

ÓRGÃO EXPEDIDOR: PREFEITURA MUNICIPAL DE PATO BRAGADO

EMPRESA CADASTRADA: N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.

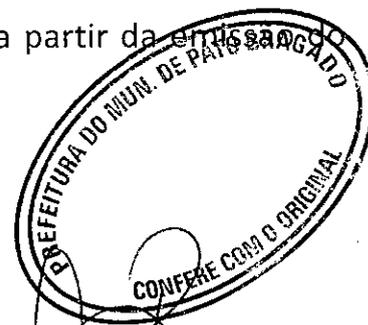
A Prefeitura Municipal de Pato Bragado, Estado do Paraná, em conformidade com o Artigo 51 da Lei Federal n.º 8.666/93, de 21/06/93, com alterações introduzidas pela Lei Federal n.º 8.883/94, de 08/06/94, e requerimento protocolado sob n.º 1143, de 27 de maio de 2014.

RESOLVE:

CERTIFICAR que a EMPRESA: N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA, com sede n Av. Brasil, N.º 956, centro, Santa Helena – PR, CEP nº 85.892-000, inscrita no CNPJ n.º 13.451.228/0001-40, encontra-se regularmente inscrita no Cadastro Municipal de Fornecedores deste Município, com o ramo de Agências de publicidade, podendo participar de licitações que este Executivo Municipal venha realizar. Esse Certificado não dispensa a Licitante de apresentar as Certidões negativas exigidas no Edital correspondente.

Este Certificado terá validade de 01 (um) ano, contados a partir da emissão do presente.

Pato Bragado, em 27 de maio de 2014.



Disel DAIANE BORTOLATO
Presidente da Comissão Permanente de Licitações

Processo Licitatório

Processo Licitatório
Folha nº 072
Pato Bragado - PR

6

PROPOSTA TÉCNICA:

PLANO DE COMUNICAÇÃO

Introdução:

Pato Bragado é um pedaço do Primeiro Mundo inserido em um país em desenvolvimento. As características sociais, econômicas e culturais do município se destacam em níveis regional e estadual, além da qualidade de vida da população estar acima da média brasileira.

As condições privilegiadas, aliadas a uma gestão municipal competente, têm feito com que Pato Bragado esteja constantemente em evidência, especialmente por suas realizações, conquistas de recursos, investimentos em infraestrutura urbana e rural, índices positivos, desempenho na arrecadação, retorno de ICMS, e desenvolvimento de campanhas, promoções e eventos.

O município se projeta em nível estadual e nacional a partir do sucesso na realização de suas festividades, como é o caso, principalmente, da Festa Nacional do Cupim Assado, evento que marca as comemorações do aniversário de emancipação de Pato Bragado.

Muitos motivos do êxito podem ser listados, dentre eles a capacidade de organização, coordenação e mobilização de suas lideranças, trabalho em equipe, união de interesses, canalização de esforços, participação de entidades, visão de oportunidade, postura empreendedora, estímulo aos negócios, cultivo de valores culturais e gastronômicos, bem como reconhecimento da relevância de oferecer opções de lazer e diversão para a população.

Além de dominar a sistemática organizacional da festa, os bragadenses possuem vantagens natas de seu povo para atrair visitantes, como é o caso da hospitalidade.

Diz-se que a hospitalidade do brasileiro é proverbial. Mas em Pato Bragado ela é muito mais sobressalente e tem sido um diferencial em relação aos demais eventos regionais.

O município possui uma população estimada em 5.170 pessoas (IBGE 2013), sendo que a Festa Nacional do Cupim Assado consegue reunir, anualmente, público estimado em 4 vezes mais do que o número total de habitantes (atraindo 20.000 pessoas), fato que comprova o sucesso absoluto da promoção.

Durante a festiva, prestigiam a programação crianças, adolescentes, adultos, idosos advindos de cidades circunvizinhas, mas também de municípios localizados em outras regiões do Paraná, assim como convidados de outros Estados, e ainda do Paraguai e Argentina.

Para determinados grupos, associações e empresas de cidades da região Oeste, a participação na Festa Nacional do Cupim Assado é uma tradição anual, sendo sua presença sempre garantida a cada nova edição. Isso mostra que Pato Bragado conseguiu fidelizar público para a festa, o que ratifica seu caráter cativante.

A edição de 2014 vai ficar para a história do município, tendo em vista o recorde de equipes participantes do concurso de assadores. Foram 269 grupos, sendo 142 na categoria local e 127 equipes na categoria de visitantes.

Os números financeiros também comprovam o sucesso da festa e se constituem em importante entrada para as entidades parceiras. Em março de 2014, a Festa do Cupim registrou lucro de R\$ 138.843,11, valor distribuído entre 28 associações e entidades. Dessa forma, cada uma recebeu R\$ 4.628 mil. Na edição do ano anterior, o lucro do evento havia sido de R\$ 114.566,01, sinal de que houve crescimento de aproximadamente 21% no resultado financeiro de 2013 para 2014 (em valores absolutos uma diferença de R\$ 24.277,01).

Para empresas de diferentes setores econômicos de Pato Bragado e região, a Festa do Cupim também é uma vitrine de divulgação de produtos e serviços, oportunidade de realizar vendas e alinhar negócios futuros, através da Exposição da Indústria e Comércio, organizada pela Associação Comercial e Empresarial (Acibra). Em 2014, o

evento contou com participação de 21 empresas, sendo que o número de empresas interessadas em expor era maior, porém a estrutura onde ocorre a exposição não comportava mais expositores. Observando esse potencial de crescimento da exposição, a municipalidade elaborou projeto, que aguarda recebimento de recursos do governo federal, por intermédio do deputado Dilceu Sperafico, visando executar obra de ampliação do espaço físico do barracão de expositores. Essa perspectiva oferecerá oportunidade a mais empresas expositoras, garantindo visibilidade e resultados financeiros para mais comerciantes e industriais de Pato Bragado e região.

Turismo de eventos

Um boi consta do brasão do município bragadense, como símbolo da pecuária, importante elemento da economia local, especialmente na produção de leite, mas também como fomentador do turismo de evento, a partir da realização da Festa Nacional do Cupim Assado, que tem um corte bovino (cupim) como destaque na gastronomia típica local.

Conforme o professor da IFFarroupilha (RS), mestre em Turismo e Hotelaria, Fabrício Silva Barbosa, o turismo de eventos é considerado uma das atividades turísticas que mais cresce no mundo. Segundo ele, para alcançar os objetivos, a implementação de um plano de marketing adequado torna-se indispensável, independentemente do porte do evento.

Segundo o autor, para planejar a comunicação de um evento é preciso compreender quem são os consumidores (do produto turístico), onde vivem, e quais as suas necessidades de entretenimento. No caso da festa de Pato Bragado, o público é composto, em sua maioria, por famílias que querem um ambiente agradável para celebrar uma data especial do município, para se socializar, interagir, degustar o prato típico local e ter momentos de lazer e diversão. Também integram o público jovens e casais da região, que participam dos bailes e show do evento, oportunidade de dançar e se divertir.

1) Raciocínio Básico

1.1. Problema da comunicação

Para que a Festa Nacional do Cupim Assado tenha maiores resultados financeiros para empresários expositores e para as entidades envolvidas, é necessário que ela cresça em volume de público. Considerando que o que favorece a participação das pessoas são, principalmente, os atrativos (almoço festivo, shows, exposições) e também a persuasão da mensagem veiculada como divulgação do evento, é necessária uma estratégia de comunicação bastante abrangente.

Por outro lado, cabe lembrar que atrair mais pessoas vai gerar maior demanda de espaço físico para comportá-lo. Assim, é imprescindível a ampliação em infraestrutura, o que demanda investimentos, estes já previstos a partir de projeto aprovado junto ao governo federal.

O Parque de Exposições, de propriedade do município, conta com churrasqueira, casa de carnes, módulo policial, central de controle financeiro e contábil, um pavilhão, sanitários e uma grande área de bosque com várias churrasqueiras e quiosques. Estes quiosques são de uso particular de várias empresas e famílias, que adquiriram o direito de uso mediante valor financeiro pago à comissão organizadora da festa. Há ainda uma construção identificada como Café Colonial para servir almoços e jantares em diferentes eventos, como a Oktoberfest.

Alguns quiosques novos estão sendo construídos, neste ano, por particulares, o que já trará condições de participação de mais equipes de assadores no ano que vem.

A perspectiva de ampliação da estrutura física onde é realizada a Exposição da Indústria e Comércio também favorecerá o crescimento da feira, com mais expositores e maior variedade de produtos ofertados ao público.

A qualidade na recepção do público, no atendimento, a oferta de espaço para estacionamento, o alimento de qualidade servido durante o almoço (prato típico local) são marcas registradas da Festa do Cupim. Desse modo, o crescimento do evento de modo algum pode comprometer essas características. Este é um desafio quando são ampliadas as proporções de uma festa gastronômica. É preciso assegurar a capacidade de atendimento da demanda que será gerada.

Considerando que o evento está prestes a bater novos recordes de público (20.000 pessoas) e de equipes de assadores (269), é preciso difundir junto à opinião pública as novas dimensões que a festa vem adquirindo.

Assim, é preciso que a comunicação abarque conceitos relacionados ao município e seu povo, como organização, hospitalidade, tradição e apreço pela realização de eventos que agradem o público. Além disso, para aquela que pretende ser a maior edição já realizada em toda a história do município, é necessário que a divulgação do evento alcance dimensões macro, envolvendo a rede mundial de computadores, a mídia televisiva e outros veículos, até mesmo visando em explicitar a grandiosidade do evento para quem está investindo nele (patrocinadores).

1.2. Objetivos da comunicação:

- a) Promover divulgação da Festa Nacional do Cupim Assado ao público-alvo, com ações de mídia e não mídia na região Oeste do Paraná;
- b) Convidar o público regional a prestigiar o evento, fazendo uso de ações de marketing como a panfletagem das misses e do mascote em cidades da região;
- c) Difundir a programação e as atrações da festa por meio de releases e sugestões de pauta para rádio, jornais, sites e telejornais regionais;
- d) Estimular na população local uma postura de valorização da festa e sua tradição, principalmente enfocando as novas gerações;
- e) Disseminar entre estudantes locais a importância do prato típico de Pato Bragado, da festa do município e sua tradição cultural;
- f) Atrair/fidelizar grupos, entidades e empresas para concorrerem no Concurso do Cupim Assado;
- g) Atrair expositores para a Exposição da Indústria e Comércio, com apoio da Acibra;
- h) Auxiliar a impulsionar o resultado financeiro da festa, beneficiando todas as entidades envolvidas.

2) Estratégia de Comunicação

Em 2015, Pato Bragado deverá ter a maior e mais moderna edição já realizada da Festa Nacional do Cupim Assado. O município vai comemorar o 22º aniversário de emancipação política e administrativa e promoverá 27ª edição do Concurso Nacional do Cupim Assado. Desde já o evento está programado para ocorrer no terceiro fim de semana do mês de março.

A melhor e mais grandiosa festa bragadense cresceu, o parque de exposições será ampliado para bem receber o público e Pato Bragado está se preparando para recebê-lo. Diante deste novo contexto em que será promovido o evento, foram definidas as seguintes estratégias de comunicação:

- a) Aumentar o volume de recursos captados, na forma de patrocínio, junto a empresas e instituições apoiadores da festa;
- b) Criar um plano para arrecadação de patrocínio junto ao governo federal/estadual e Itaipu;
- c) Realizar um evento de lançamento da Festa Nacional do Cupim Assado para a imprensa regional, servindo jantar com o prato típico e promovendo a apresentação da programação da festa e do site oficial, com links para as redes sociais;

- d) Redesenhar o mascote, difundi-lo em souvenirs e outros materiais, bem como popularizá-lo a partir de várias ações, tais como: campanhas educativas voltadas para crianças, campanha contra a dengue, etc.;
- e) Confeccionar o mascote em tecido (fantasia) para que possa participar de campanhas e eventos do município de Pato Bragado, como por exemplo a Oktoberfest;
- f) Criar miniaturas do mascote para consistirem um mimo a ser comercializado ou distribuído pelo município;
- g) Patentear o Cupinzinho para ser uma marca registrada do município, com direitos cedidos à associação de artesãos para que possa fazer a reprodução da imagem do mascote em souvenirs, gerando retorno financeiro para os associados;
- h) Criar souvenirs específicos do mascote com o intuito de divulgar a festa.

2.1. Partido temático: Modernização.

A modernização foi escolhida como partido temático da estratégia de comunicação, tendo em vista uma tendência de toda realização que se propõe desenvolver com seriedade e profissionalismo. Ela está baseada em uma série de novidades que marcarão o evento em 2015, bem como as inovações propostas neste plano de comunicação. A modernização está relacionada à ampliação das estruturas físicas do parque de exposições; à possibilidade de mais empresas mostrarem suas tecnologias e produtos na feira da indústria e comércio; ao lançamento de uma página permanente na internet específica da Festa Nacional do Cupim Assado, para garantir mais visibilidade nacional/internacional do evento, seus parceiros e patrocinadores; e também à reformulação do personagem/mascote usado na divulgação do evento, projetando seus conceitos de modernização e qualidade nos produtos e serviços ofertados durante a festa.

2.2. Conceito: A Festa Nacional do Cupim Assado se modernizou para bater mais um recorde de público e de equipes de assadores. O mascote Cupinzinho é a personificação do prato típico do município e da evolução permanente que o evento está vivendo. Por esse motivo, ele será a principal marca visual a ser usada na divulgação da festa.

2.3. Solução do problema

A partir da execução do presente Plano de Comunicação, a agência licitante irá solucionar o problema de comunicação apresentado, na medida em que irá difundir, a partir de trabalhos publicitários, ações de mídia e não mídia, o fato de que Pato Bragado é destaque regional e nacional na realização de eventos como a Festa Nacional do Cupim Assado, evento acolhedor, exitoso, consagrado, que prima pelo bem-estar do público, o lazer, o convívio social, bons momentos em que a comunidade celebra tão importante data para o município e seu povo. A festa é uma das mais queridas dos moradores da região, sendo que o seu sucesso inspira outras comunidades à realização de festivais locais. O caráter associativo do evento bragadense, ao contar com a mobilização de esforços de integrantes de 28 a 30 entidades e associações, também demonstra o compromisso social de autoridades, lideranças e participantes. Assim, a Festa do Cupim é orgulho para a população de Pato Bragado e, a partir do trabalho de comunicação que será desenvolvido, será também um sonho de consumo (de participação) do público que aprecia bons eventos.

2.4. Público-alvo

O público-alvo do plano de comunicação é composto pelo público infantil, jovem e adulto de Pato Bragado e de boa parte dos municípios da região Oeste paranaense. É preciso levar ao público a mensagem de que o evento é um dos maiores da região (ao reunir público superior a 20 mil pessoas), o mais bem organizado, o concurso de assadores de maior qualidade e uma festa em constante evolução.

Para alcançar o referido público, serão adotadas várias iniciativas, dentre elas ações de marketing e propaganda, envolvendo desde o planejamento da festa bragadense até o pós-evento, com resultados de pesquisas. Essas iniciativas estão direcionadas para um período que compreende pelo menos seis meses antes do evento (projeto para captar recursos por meio de patrocínios) e seguem nos meses seguintes, até março/2015.

2.5. Ações publicitárias

Dentre os instrumentos e ferramentas a serem usados para divulgação estão os veículos de comunicação, sendo os indicados: Jornal O Presente, O Jornal, Gazeta Popular, Rádio Comunitária Pato FM, Rádio Educadora AM, Rádio Atlântida FM, Rádio Difusora AM e FM, site aquiagora.net, emissora de televisão RPCTV, além de outdoors, cartazes e flyer (panfletos), além do próprio site oficial da festa.

A divulgação direta, na mídia, tem início um mês antes do evento, com mensagens sugestivas do tipo "Vem aí a Festa Nacional do Cupim Assado". Também nesse momento começam a ser enviadas/veiculadas matérias jornalísticas sobre os preparativos da nova edição, com o propósito de criar expectativa no público.

Já duas semanas antes do início da programação será realizada uma divulgação intensa de propaganda em veículos de comunicação de toda a região.

2.6. Planejamento

Para ampliar a visibilidade da Festa Nacional do Cupim Assado, com intuito de atrair maiores público e resultado financeiro, a estratégia é desenvolver um amplo projeto de captação de recursos, a título de patrocínio, junto a empresas como Itaipu Binacional, bancos e até mesmo do governo federal, por intermédio do Ministério do Turismo.

O projeto deve esmiuçar o potencial da festa, dimensionar a projeção que a marca dos patrocinadores terá durante a programação e ser perfeitamente adaptado à política de patrocínios dos mesmos, visando obter êxito no pleito.

É de conhecimento público que Pato Bragado tem tradição de promover eventos exitosos, pois além da consagrada Festa Nacional do Cupim Assado, o município também realiza, anualmente, a Oktoberfest, o Espetáculos Natal em Canto e Renascer e ainda o Jantar Italiano. Assim, uma festa com público que deve superar 20 mil pessoas será uma ocasião oportuna para Itaipu e instituições financeiras como Sicredi, Sicoob, Caixa Econômica, Banco do Brasil, por exemplo, divulgarem seus produtos e serviços.

Empresas como as citadas possuem política de patrocínios de eventos, desde que se enquadrem em suas ações de responsabilidade social e missão, geralmente enfocando iniciativas relacionadas à cultura e ao turismo. Dessa forma, a Festa Nacional do Cupim Assado tem condição de angariar esses recursos disponíveis, ao se enquadrar no perfil cultural, gastronômico, turístico, além de ser um evento tradicional e de sucesso indiscutível.

Com a captação de mais recursos é possível, a critério da Comissão Central Organizadora (CCO), contratar show com artista de renome nacional que atraia maior público, inclusive de cidades mais distantes. A cobrança de ingressos somada ao valor do patrocínio pode liquidar o custo da contratação, evitando despesas adicionais à organização da festa.

Os recursos de patrocínio ainda devem sanar parte significativa das despesas da festa, ampliando os resultados financeiros (saldo) a ser rateado entre as entidades envolvidas. Portanto, este projeto de captação de recursos de patrocínio pode impulsionar intensamente a Festa do Cupim, projetando ainda mais o nome do município de Pato Bragado, sua tradição festiva, sucesso organizacional e qualidade nas promoções.

2.6. Demais ações de comunicação

Em case de sucesso estudado e analisado pelo professor Fabrício Silva Barbosa, observou-se utilização de um planejamento de marketing flexível às peculiaridades do evento e para a utilização de redes sociais como grande ferramenta utilizada para promoção do evento.

Para acompanhar o crescimento da dimensão da festa bragadense, sua divulgação precisa alcançar uma área territorial mais extensa. Isso pode ser conseguido ao ganhar espaço na programação de emissoras de televisão. Uma forma de alcançar esta mídia com baixo ou nenhum custo é por meio de sugestões de pauta enviadas às redações de telejornais, estimulando a produção/veiculação de matérias jornalísticas desvinculadas de contratação. Da mesma forma, o envio de releases para as redações de jornais, sites e emissoras de rádio da região favorecem a divulgação do evento de forma gratuita.

Este trabalho pode ser desenvolvido em parceria entre a agência licitante e a assessoria de imprensa da Prefeitura de Pato Bragado.

As redes sociais também são ferramentas eficazes de propagação de informações e estímulo ao turismo de eventos. Em 2014 a Festa do Cupim foi divulgada em fanpage criada no Facebook, espaço virtual que contou com 479 curtidas. No entanto, as publicações se limitaram ao evento de escolha da Miss Pato Bragado e ao 2º MotoCar - Encontro de Motos e Carros Antigos, deixando de abranger explicitamente o concurso de assadores, o prato típico, a exposição da Indústria e Comércio, bailes, etc. Assim, identifica-se que o evento tem potencial de um alcance maior de público e curtidas (likes) no Facebook, especialmente a partir de uma alimentação mais frequente com conteúdos atrativos. Para incentivar a socialização do evento, pode-se criar no Facebook uma página de eventos da Festa do Cupim. Dessa forma, as pessoas que pretendem marcar presença podem compartilhar com seus contatos que vão participar do evento, levando outras a fazerem o mesmo, ampliando a rede de adeptos.

O mundo virtual ainda pode ser um ponto de convergência de interesses dos proprietários de carros antigos, que podem ser convidados, especialmente, para participar da 3ª edição do Encontro de Motos e Carros Antigos - MotoCar, o qual acontecerá durante a programação de 2015 da Festa do Cupim. O atrativo foi criado há dois anos com o intuito de aumentar a circulação de pessoas no parque de exposições no sábado à tarde, uma vez que o mesmo público tende a prestigiar também os expositores da indústria e comércio. Assim, quanto maior a variedade de carros e motos, maior a possibilidade de atrair curiosos e interessados. Desse modo, as redes sociais podem servir para estimular a participação de amantes de veículos antigos.

Com o propósito de estimular na população local uma postura de valorização da festa e sua tradição, é possível enviar proposta/sugestão à emissora de rádio comunitária Pato FM de realização de um concurso cultural em que os moradores/ouvintes sejam estimulados a participarem de um quiz ao vivo, durante determinado programa (a critério dos administradores da rádio). Nessa proposta, o locutor formula perguntas relacionadas à história de Pato Bragado e/ou à Festa Nacional do Cupim Assado e os ouvintes que acertarem as respostas concorrem a determinado prêmio ou brinde (que pode ser ingresso para baile ou show do evento, fichas de bebida ou para almoçar cupim no restaurante oficial – a critério da CCO). Dentre as questões peculiares à festa, poderiam ser lançadas perguntas como: "Quem foi o ganhador do concurso do cupim assado no ano de?", "Em que ano teve início a Festa e o concurso do Cupim Assado?", "Qual foi o primeiro local onde a festa foi realizada?", "Quantas entidades serão beneficiadas pela arrecadação alcançada com a Festa do Cupim?", "Qual o número recorde de equipes participantes do concurso?", "Quantos anos de emancipação político-administrativa Pato Bragado completa em 2015?", etc. A proposta rende audiência à rádio, leva à reflexão, pesquisa, à disseminação das informações contidas nas perguntas do quiz e à valorização da história e evento locais pelos bragadenses.

As informações a que se referem as perguntas serão disponibilizadas no site oficial do evento, o que impulsionará o número de acessos à página virtual, levando os internautas a se depararem com a divulgação da festa.

Os objetos a serem repassados a título de brinde/prêmio podem ser doados por empresas expositoras da feira ou outras interessadas, proposta a ser difundida entre os associados da Associação Comercial (Acibra).

Outra alternativa para focar o público local é abrir os microfones da rádio comunitária, a título de utilidade pública, para uma entrevista especial com o prefeito Arnildo Rieger para que possa explanar a respeito das novidades do evento, tais como ampliação do parque de exposições, maior espaço para expositores, atrativos musicais e outros.

3) Ideia Criativa

3.1. Justificativa

A melhor forma de transmitir a simpatia e hospitalidade do povo de Pato Bragado para o público que se pretende atingir é por meio da utilização do mascote da Festa Nacional do Cupim Assado.

De acordo com Regina Blessa, na obra *Merchandising no Ponto de Venda* (2001), a percepção humana ocorre 83% pelo sentido da visão. Considerando esta predominância, a arte desenvolvida pela agência licitante se fundamentou na criação de peças que destaquem uma imagem a ser facilmente percebida e assimilada pelo público: o mascote. Este personagem já vem sendo utilizado com êxito no material de divulgação do evento e trata-se do Cupinzinho, em homenagem ao prato típico do município. No entanto, até a presente data o personagem ocupava uma condição secundária nas campanhas da festa. Porém, para o ano de 2015 ele foi redesenhado, agregando novos conceitos e sendo apresentado como protagonista no trabalho de divulgação do evento.

Considerando seu papel de atingir o público adolescente e jovem, bem como adulto, e de divulgar de forma alegre o evento bragadense, o Cupinzinho agora recebe novas cores, bem como um par de tênis para evidenciar sua jovialidade, indiretamente evitando sua condição anterior, em que estava descalço.

Outra inovação são as mãos do mascote, que foram humanizadas, além das luvas brancas, que também agregam a composição ao passar uma imagem de zelo e higiene relacionados ao preparo de alimentos. O personagem apresenta, em uma das mãos, o prato típico do município: um suculento cupim assado.

O Cupinzinho é carismático, divertido, sua imagem é agradável e de fácil lembrança. A partir da figura o "cupim" passa a fazer parte do imaginário das pessoas de forma familiarizada.

A partir do personagem, a alusão ao prato típico de Pato Bragado transcende a época do evento festivo, já que o Cupinzinho pode estar presente em diversos materiais como camisetas e souvenirs que podem ser distribuídos/comercializados como lembrança do evento/município. O desenho pode ser estampado em cuias, chaveiros, copos, panos de prato, peças decorativas e até mesmo um boneco poderia receber as formas do Cupinzinho para difundi-lo entre o público infantil.

Pensando de forma macro, a imagem do mascote pode também ser usada pela municipalidade para desenvolver campanhas educativas, sejam elas sobre trânsito, contra a dengue, em favor da separação de materiais recicláveis, etc. Desse modo, a imagem permanece ainda mais tempo na mídia e na mente das pessoas.

3.2. Peças

Festa Nacional do Cupim Assado
PATO BRAGADO
PARANÁ

Uma das melhores festa da região

13 a 15
de março 2015
Exposição da indústria e do comércio



festanacionaldocupimassado.com.br

Show
Bandas
Bailes
Gastronomia

Conrado e Aleksandro
Sábado dia 14

3º MOTO CAR
Encontro de Motos e Carros Antigos



Dia 13

20h Abertura da exposição da indústria e do comércio

23h Cacio e Marcos

01h Baile Banda Olho D'Água

Dia 14

10h Abertura da exposição da indústria e do comércio

22h DJ Pinky

23h Conrado e Aleksandro

01h Bruninho e Davi

Dia 15

09h Abertura da exposição da indústria e do comércio

11h30 Almoço e concurso do Cupim Assado

15h Matiné e Mati-baile

REALIZAÇÃO:



APOIO:

Câmara de Vereadores



PATROCÍNIOS

Processo Licitatório 8

Folha nº 030
Pato Bragado - PR

8

FLYER TAMANHO 15X21
 PAPELL COUCHÊ 180G
 4X4 CORES

Festa Nacional do Cupim Assado
PATO BRAGADO
13 a 15
 de março 2015
 Exposição de indústria e do comércio
 Uma das melhores festa da região

SHOW BANDAS

CCO

13/03

20h00
 Abertura da exposição da indústria e do comércio

23h00
Cacio e Marcos

01h00
 Baile com a banda



14/03

Conrado e Aleksandro
 23h00

22h00
 DJ Pinky



Bruninho & Davi
 00h30



03h00
 Baile com a banda

15/03

MAGRE-SOM
 Marcelo & Mauri



11h30
 Almoço e Concurso do Cupim Assado

SOUVENIRS



3.3. Defesa das peças

Nas peças (propaganda, flyer, cartaz) o enfoque principal será na imagem do Cupinzinho e a ênfase à Festa Nacional do Cupim Assado. A cor de fundo escolhida para as peças é o vermelho, pois simboliza calor, aproximação, encontro, chama, fogo, remetendo à fome, alimentação e é ainda uma cor com tendência a atizar as papilas gustativas, despertar o sentido do paladar, etc.

A proposta é de uma apresentação mais clean (limpa), dispondo especialmente de informações essenciais para evitar carregar demais o material com dados, números, etc, que poderiam deixar a imagem poluída ou gerar algum tipo de confusão.

Dessa forma, as peças destacam, na parte central, o personagem Cupinzinho, que será a marca registrada do evento em 2015, além do nome do evento. A "Festa Nacional do Cupim Assado de Pato Bragado" é apresentada com fontes e estilo moderno e renovado, seguindo a proposta de inovação para esta que promete ser a maior edição de todos os tempos. Como não poderia faltar, as datas e o local do evento possuem espaço reservado.

A parte inferior do material é destinada à exibição dos artistas que farão o show principal da festa, dupla ou grupo de renome nacional que deverá atrair público oriundo de cidades muito além da área limítrofe do município de Pato Bragado. Ao fundo, a imagem de fogo visa estimular o calor, a exaltação, a movimentação, o fervor, a paixão, a animação, características relacionadas ao show musical e seu público.

Detalhes da programação, como a Exposição da Indústria e Comércio e ainda o 3º MotoCar - Encontro de Motos e Carros Antigos estarão contidos em materiais impressos como flyer e também serão relatados em releases e materiais jornalísticos. Dessa forma, todas as informações concernentes ao evento serão contemplados nas ações.

Também fazem parte dos produtos de comunicação os souvenirs, dentre eles o avental, caneca, boné, chaveiro, boton, entre outros. Os objetos são estampados com o mascote oficial da festa, permitindo aos consumidores levar para casa a imagem do simpático Cupinzinho, que representa uma lembrança alegre e divertida da festa.

4) Estratégia de Mídia e Não Mídia

A estratégia adotada em mídia e ações "não mídia" consiste em somar várias iniciativas, que compreendem a veiculação de peças publicitárias, spots, materiais jornalísticos, promoção de jantar de lançamento, página oficial do evento, panfletagem em cidades da região, concurso cultural em rádio comunitária, trabalho junto à comunidade escolar, distribuição/venda de souvenirs com a marca registrada da festa (o mascote Cupinzinho), além de pesquisa qualitativa com o público da festa.

4.1. Mídia

Meios recomendados

- Meio TV: (Mídia Básica) A TV tem forte apelo criativo, cria grande envolvimento com o espectador por apresentar som e imagem, é uma mídia de fácil entendimento e de grande abrangência de público.
- Rádio: (Mídia Básica) Mídia de alta audiência na nossa região, que apresenta características de mobilidade, que permite que os receptores sejam atingidos pela mídia sem a necessidade de estar parado e concentrado na mídia.
- Meio Jornal: (Mídia Básica) Mídia de grande visibilidade, apresenta grande número de impressões de uma mesma edição.
- Sites: (Mídia Básica) São visitados por pessoas de todas as idades, possuem a possibilidade da utilização de banners flutuantes, que precisam ser fechados para ter visibilidade total do site, ou seja, quem acessar irá se deparar com a mídia inserida.

8

– Outdoor: (Mídia de Apoio) Atinge várias camadas sociais, tende a possuir fácil entendimento e rápida leitura. Ótimo meio de comunicação para reforço da divulgação.

Defesa de inserções

As inserções presentes nos mapas de mídia foram pensadas para que cada meio de comunicação atingisse o maior número de pessoas possível.

Algumas escolhas são limitadas pelos meios de comunicação por possuírem saída apenas em datas determinadas, mas para meios que apresentam maior liberdade para a escolha de horários e inserções procuramos obter dados que facilitasse a escolha dos dias de veiculação.

– TV: a escolha da televisão local para a divulgação do evento foi feita com a intenção de trazer maior retorno aos investidores, visto que o retorno deve ser efetivo para a prefeitura e 28 parceiros que apóiam a Festa do Cupim.

– Rádio: optamos por horários em que as pessoas acordam e arrumam-se para o trabalho, ou que os aposentados costumam tomar chimarrão. E também em horários em que o rádio normalmente fica ligado, como no meio-dia durante o almoço e também no final de tarde.

– Jornal: optamos por intercalar para que as publicações não sejam feitas no mesmo dia, e optamos pela utilização da Gazeta Popular de Pato Bragado, pela alta confiabilidade e por alcançar também o interior e não apenas a área urbana do município.

– Site: possui maior acesso nas segundas e terças-feiras, e para divulgar a Festa do Cupim também terá inserção na sexta-feira de lançamento da mesma, convidando o público da região para prestigiar o evento.

– Outdoor: será utilizado pela grande visibilidade e também para a divulgação interna do evento.

4.2. Não mídia

Uma das propostas de não mídia é difundir a tradição da festa e o prato típico do município nas escolas, com o propósito de promover a valorização da cultura local. O projeto consiste em estipular na disciplina de Língua Portuguesa ou História a elaboração, pelos alunos, de um trabalho de pesquisa abrangendo a história da emancipação do município e da festa que marca a sua comemoração anual, quais os atrativos, público que atrai, importância para as entidades e associações.

Dentre as ações de marketing, uma proposta é realizar uma panfletagem em municípios da região, como forma de estender o convite ao público. A intenção é promover a distribuição de flyers constando a programação da festa. O material seria distribuído pelas misses do município de Pato Bragado, devidamente identificadas com camisetas da Festa do Cupim, além de um veículo também identificado. Nessa iniciativa, a beleza proeminente das representantes femininas do município deve chamar a atenção das pessoas e a exposição de suas imagens deve gerar um impacto positivo em relação à festa e à cidade de Pato Bragado.

Um mascote do Cupinzinho em tamanho humano é outro grande trunfo para chamar a atenção das pessoas, já que desperta curiosidade, transmite alegria, possui grande aceitação, consistindo-se em um apelo lúdico com forte potencial para alcançar lugar privilegiado na memória do público.

A ação pode ser desenvolvida em pontos localizados na área central de cidades como Marechal Cândido Rondon (49.773 habitantes), Quatro Pontes (3.963), Nova Santa Rosa (7.994), Mercedes (5.316) e Entre Rios do Oeste (4.202), Santa Helena (24.895), São José das Palmeiras (3.880) e até mesmo em Toledo (128.448), Maripá (5.810), Palotina (30.327) e outras. Juntas, as referidas cidades somam um público de 264.608 pessoas, compondo um grandioso universo a ser alcançado.

Outra ação de marketing proposta é desenvolver duas pesquisas durante a festa. Uma delas visando mensurar a satisfação do público visitante e coletar sugestões de melhorias. A outra pesquisa seria com os expositores do comércio e indústria, para coletar sua impressão, levantar valores de negócios movimentados na festa e também sugestões de aperfeiçoamento.

A primeira pesquisa poderia ser desenvolvida pela agência licitante, a partir da aplicação de questionário breve, com consultas aleatórias ao público. Os resultados, compilados, podem ser apresentados para a Comissão Central Organizadora e entidades parceiras, permitindo terem um raio-x do público, sendo possível identificar suas cidades de origem e qual a sua percepção em relação ao evento, o que permite implantar melhorias futuras.

Uma das questões a serem investigadas, por exemplo, seria se a fumaça que fica abaixo das árvores do bosque, no almoço de domingo, incomoda ou não o público. Dessa forma poderia ser adotada alguma providência, se constatada necessária.

Por sua vez, a pesquisa dos expositores pode ser coordenada e desenvolvida pela Associação Comercial e Empresarial (Acibra), que é organizadora da exposição. As informações coletadas podem compor um retrato do que é a exposição, permitindo planejar melhorias e traçar um projeto futuro para ela.

A proposta permitirá um aperfeiçoamento contínuo a cada nova edição, bem como proporcionará realizar um evento cada vez melhor e mais estimado e apreciado pelo público, que retornará a seus lares e cidades de origem com a melhor impressão possível da cidade e do povo acolhedor de Pato Bragado.

Anexos:

Resumo Financeiro de investimento		
Veiculos	Valor	valor verba
		30000
O Presente	1350	
O Jomal	946	
Educadora AM	1000,5	
Atlântida FM	1000,5	
Difusora AM	999,6	
Difusora FM	999,6	
Aqui Agora Net	1000	
Gazeta Pato Bragado	3250	
Rádio Com Pato Bragado	3500	
MÉDIA/TOTAL	14046,2	
	sobra	15953

Sobras financeiras para serem usadas na produção de Cartaz, flyer, Banner, Front Light entre outras mídias

Planilha1

PRODUTO: Divulgação Festa do Cupim
 FORMATO: 01 página
 MERCADO: Pato Bragado
 TÍTULO: Divulgação Festa do Cupim

MAPA JORNAL – GAZETA POPULAR DE PATO BRAGADO – JORNAL MENSAL

TÍTULO/MATERIAL	TAMANHO	FORMATO	Março																														
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
			D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	
FESTA NACIONAL DO CUPIM		01 página			1																												
TOTAL DE INSERÇÕES/MÊS					1																												

CUSTO UNITÁRIO	TOTAL DE INSERÇÕES	CUSTO TOTAL
3250	1	3250

Processo Licitatório
 Folha nº 087
 Pato Bragado - PR

PRODUTO: Divulgação Festa do Cupim

FORMATO: ½ página

MERCADO: Pato Bragado

TÍTULO: Divulgação Festa do Cupim

MAPA JORNAL - O PRESENTE

TÍTULO/MATERIAL	TAMANHO	FORMATO	Março																														
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
			D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	
FESTA NACIONAL DO CUPIM		½ página					1					1																					
TOTAL DE INSERÇÕES/MÊS							1				1																						

CUSTO UNITÁRIO	TOTAL DE INSERÇÕES	CUSTO TOTAL
675	2	1350

Processo Licitatório
 Folha nº 011
 Pato Bragado - PR

PRODUTO: Divulgação Festa do Cupim

FORMATO: ½ página

MERCADO: Pato Bragado

TÍTULO: Divulgação Festa do Cupim

MAPA JORNAL – O JORNAL

TÍTULO/MATERIAL	TAMANHO	FORMATO	Março																																	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
			D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S				
FESTA NACIONAL DO CUPIM		½ página					1						1																							
TOTAL DE INSERÇÕES/MÊS							1					1																								

CUSTO UNITÁRIO	TOTAL DE INSERÇÕES	CUSTO TOTAL
473	2	946

Processo Licitatório
 Folha nº 089
 Pato Bragado - PR

R

PRODUTO: Divulgação Festa do Cupim

FORMATO: 30"

MERCADO: Pato Bragado

TÍTULO: Divulgação Festa do Cupim

MAPA RÁDIO COMUNITÁRIA DE PATO BRAGADO

TÍTULO/MATERIAL	FAIXA HORÁRIA	FORMATO	Março																														
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
			D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T
Divulgação Festa do Cupim	06:00 – 10:00	30"	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2																	
	10:00 – 12:00	30"	1	1	1		1	1	1	1	1	1	2	2	2																		
	12:00 – 15:00	30"	1	1		1	1	1	1		1	1	2	2	2																		
	15:00 – 18:00	30"	1	1	1	1		1	1	1	1	2	2	2	2	2																	
	18:00 – 21:00	30"	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2																		
	21:00 – 24:00	30"			1	1	1			1	1	1	2	2	2																		
TOTAL DE INSERÇÕES/DIA			5	5	5	5	5	5	5	5	8	8	12	12	12																		

CUSTO UNITÁRIO	TOTAL DE INSERÇÕES	CUSTO TOTAL
PACOTE 3500,00	92	3500

Processo Licitatório
Folha nº 020
Pato Bragado - PR

PRODUTO: Divulgação Festa do Cupim
FORMATO: 30"
MERCADO: Pato Bragado
TÍTULO: Divulgação Festa do Cupim

MAPA RÁDIO DIFUSORA - FM

TÍTULO/MATERIAL	FAIXA HORÁRIA	FÓRMATO	Março																														
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
			D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T
Divulgação Festa do Cupim	06:00 - 10:00	30"	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2																		
	10:00 - 12:00	30"		1		1	1				1		1																				
	12:00 - 15:00	30"	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	2																			
	15:00 - 18:00	30"			1		1					2	1	2																			
	18:00 - 21:00	30"	1					1	1	1			1		2																		
	21:00 - 24:00	30"																															
TOTAL DE INSERÇÕES/DIA			3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	6	6	6																		

CUSTO UNITÁRIO	TOTAL DE INSERÇÕES	CUSTO TOTAL
20,4	49	999,6

Processo Licitatório
 Folha nº 091
 Pato Bragado - PR

Planilha1

PRODUTO: Divulgação Festa do Cupim

FORMATO: 30"

MERCADO: Pato Bragado

TÍTULO: Divulgação Festa do Cupim

MAPA RÁDIO DIFUSORA - AM

TÍTULO/MATERIAL	FAIXA HORÁRIA	FORMATO	Março																														
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
			D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T
Divulgação Festa do Cupim	06:00 - 10:00	30"	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2																		
	10:00 - 12:00	30"		1		1	1				1		1	1																			
	12:00 - 15:00	30"	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	2																			
	15:00 - 18:00	30"			1		1					2	1	2																			
	18:00 - 21:00	30"	1					1	1	1			1		2																		
	21:00 - 24:00	30"																															
TOTAL DE INSERÇÕES/DIA			3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	6	6	6																		

CUSTO UNITÁRIO	TOTAL DE INSERÇÕES	CUSTO TOTAL
20,4	49	999,6

Processo Licitatório nº 099
 Folha nº 099
 Pato Bragado - PR

PRODUTO: Divulgação Festa do Cupim

FORMATO: 30"

MERCADO: Pato Bragado

TÍTULO: Divulgação Festa do Cupim

MAPA RÁDIO EDUCADORA - AM

TÍTULO/MATERIAL	FAIXA HORÁRIA	FORMATO	Março																														
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
			D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T
Divulgação Festa do Cupim	06:00 - 10:00	30"	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2																		
	10:00 - 12:00	30"		1		1	1				1		1	1																			
	12:00 - 15:00	30"	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	2																		
	15:00 - 18:00	30"			1		1					1	1	1																			
	18:00 - 21:00	30"	1					1	1	1			1		1																		
	21:00 - 24:00	30"																															
TOTAL DE INSERÇÕES/DIA			3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6	5	5																		

CUSTO UNITÁRIO	TOTAL DE INSERÇÕES	CUSTO TOTAL
21,75	46	1000,5

Processo Licitatório
Folha nº 093
Pato Bragado, PR

PRODUTO: Divulgação Festa do Cupim
 FORMATO: 30"
 MERCADO: Pato Bragado
 TÍTULO: Divulgação Festa do Cupim

MAPA RÁDIO ATLANTIDA - FM

TÍTULO/MATERIAL	FAIXA HORÁRIA	FORMATO	Março																															
			1 D	2 S	3 T	4 Q	5 Q	6 S	7 S	8 D	9 S	10 T	11 Q	12 Q	13 S	14 S	15 D	16 S	17 T	18 Q	19 Q	20 S	21 S	22 D	23 S	24 T	25 Q	26 Q	27 S	28 S	29 D	30 S	31 T	
Divulgação Festa do Cupim	06:00 - 10:00	30"	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2																			
	10:00 - 12:00	30"		1		1	1					1		1																				
	12:00 - 15:00	30"	1	1	1	1			1	1	1	1	1	2	2																			
	15:00 - 18:00	30"			1		1						1	1	1																			
	18:00 - 21:00	30"	1						1	1	1																							
	21:00 - 24:00	30"																																
TOTAL DE INSERÇÕES/DIA			3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	6	5																			

CUSTO UNITÁRIO	TOTAL DE INSERÇÕES	CUSTO TOTAL
21,75	46	1000,5

Processo Licitatório
 Folha nº 094
 Pato Bragado - PR

PRODUTO: Divulgação Festa do Cupim
FORMATO: 300X300px
MERCADO: Pato Bragado
TÍTULO: Divulgação Festa do Cupim

MAPA SITE - AQUIAGORA

TÍTULO/MATERIAL	TIPO DO BANNER	FORMATO	Março																																
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		
			D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T		
Divulgação Festa do Cupim	FLUTUANTE	300X300PX																																	
TOTAL DE INSERÇÕES/DIA/SEMANA																																			

CUSTO UNITÁRIO	TOTAL DE INSERÇÕES	CUSTO TOTAL
200	5	1000

Processo Licitatório
 Folha nº 095
 Pato Bragado - PR

8



Av. Irio Jacob Welp, 5000
CEP 85.960-000 - Marechal Cândido Rondon - PR
Fone/Fax: (045) 3284 2942 e 3284 2985
e-mail: ojornal@rondonet.com.br
ojornal.comercial@rondonet.com.br
CNPJ 03.077.207/0001-52

UMA EDITORA DE JORNAIS LTDA

Marechal Cândido Rondon, 02 de abril de 2014.

ORÇAMENTO DE ESPAÇO PUBLICITÁRIO.

Conforme vossa solicitação, estamos informando os valores de inserções comerciais, conforme tamanhos especificados abaixo:

¼ de página em cores.....	R\$ 238,00.....	valor coluna R\$ 6,75
½ página em cores.....	R\$ 473,00.....	valor coluna R\$ 6,75
01 página em cores.....	R\$ 945,00.....	valor coluna R\$ 6,75

Qualquer duvida estamos a disposição.

Atenciosamente.

Maya Balbo
45.22.04.2012
Dirctor

Marechal Cândido Rondon/PR, em 02 de abril de 2014.

Ref.: Orçamento de publicidade

Prezados Senhores:

Conforme solicitado informo o valor de publicidade para veiculação no jornal O Presente é de R\$ 7,95 (sete reais e noventa e cinco centavos) o centímetro coluna bruto ou R\$ 6,35 (seis reais e trinta e cinco centavos o centímetro coluna) líquido, em página indeterminada.

Destarte, para exemplificar os valores para espaços definidos são os seguintes:

- Página inteira: R\$ R\$ 1.351,50 bruto e R\$ 1.079,50 líquido;
- Meia página: R\$ 675,75 bruto e R\$ 539,75 líquido.
 - Obs.: proposta válida para 45 dias.

Sendo o que tínhamos para o momento, despedi-mo-nos.

Atenciosamente,

João Frederico Livi
CRA/PR 21.250
Departamento Comercial
(45)9972-7865 - (45)3254-1842
E-Mail: livi@opresente.com.br
Skype: [joaolivi@hotmail.com](https://www.hotmail.com/pt-br/contato/contato.aspx?to=joaolivi)

Tabela de Preço, 09 de Maio de 2014.

Através da presente informamos a tabela de valores praticados pelas Rádios **Educadora AM** e **Atlântida FM**, conforme solicitado.

- Spot comercial de 30 segundos: R\$ 21,75 por inserção (modalidade rotativa).

- Spot comercial de 60 segundos: R\$ 33,00 por inserção (Rotativa).

- Avisos ao vivo: R\$ 30,00.

Estes preços são praticados no horário das 05:00 às 19:00 horas, de segunda à domingo.

A tabela tem validade para o ano de 2014.

Atenciosamente

Paulo Nogueira

-----*Mensagem original*-----
De: RADIO EDUCADORA MARECHAL LTDA
Data: 09/05/2014 10:27:14
Para: redacao@rondonet.com.br
Assunto: FW: Orçamento

Processo Licitatório
Folha nº 093
Pato Bragado - PR

10



RÁDIO DIFUSORA DO PARANÁ LTDA - CNPJ: 81.662.126/0001-51
RUA SANTA CATARINA, 970 - CX. 1029 - CEP. 85960-000
MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PR
PABX: 45 3284-8080 - e-mail: pedrinho@radiodifusora.net

TABELA DE PREÇOS

JANEIRO 2014 À DEZEMBRO 2014.

RÁDIO DIFUSORA AM

ROTATIVO = CUSTO POR INSERÇÃO DE 30".....R\$ 20,40

ROTATIVO = CUSTO POR INSERÇÃO DE 60".....R\$ 40,81

DETERMINADO= AO VIVO CUSTO POR INSERÇÃOR\$ 31,66

HORÁRIOS 06:00HS ÀS 19:00HS.

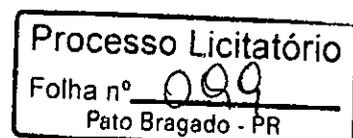
RÁDIO DIFUSORA FM

ROTATIVO = CUSTO POR INSERÇÃO DE 30".....R\$ 20,40

ROTATIVO = CUSTO POR INSERÇÃO DE 60".....R\$ 40,81

DETERMINADO= AO VIVO CUSTO POR INSERÇÃOR\$ 31,66.

RÁDIO DIFUSORA DO PARANÁ LTDA.
ALCIDES WALDOW. SÓCIO PROPRIETÁRIO



A informação a um click!



Marechal Cândido Rondon, 15 de maio de 2014.

**Assunto: orçamento de espaço publicitário
Prefeitura Municipal de Pato Bragado**

Prezado Senhor

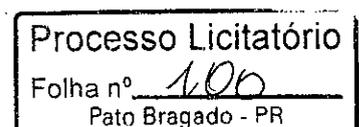
Vimos por meio desta informar os valores de inserções comerciais, conforme o orçamento solicitado para os seguintes serviços:

- 1) Banner flutuante de 350 x 350 pixels: R\$200,00 valor diário/por inserção
- 2) Banner de 980 x 160 pixels: R\$265,00 valor diário/por inserção

(Valor do comissionamento já acrescido)

Sem mais no momento,

Cristine Rönnau Kempp
Diretora do AquiAgora.net



Processo Licitatório
Folha nº 10
Petrópolis - PR.

Processo Licitatório
Folha nº 109
Pato Bragado - PR

Plano de Comunicação Publicitária – via não identificada

Raciocínio básico –

A cidade se origina da necessidade de contato, comunicação, organização e troca entre homens e mulheres. Da polis decorreu a política e, com os pioneiros gregos, nasceu o estreito vínculo entre participação ativa e vida na cidade.

O mundo hoje é urbano, portanto, grande parte de seus habitantes vive em cidades — palcos de lutas em jogos incessantes de variados interesses. Ser cidadão, e morador da cidade, significa ter consciência de direitos, reivindicá-los, e cumprir, com responsabilidade, seus deveres.

A vida em cidades continua a ser um desafio no século que se inicia, pois no jogo urbano cotidiano, conflitantes interesses se apresentam. Qualquer que seja a sua escala, a cidade é uma organização viva, dinâmica, com suas diversificadas partes em permanente interação.

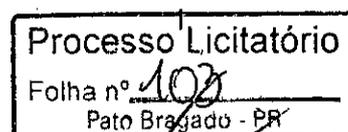
O município tem a oportunidade de cumprir da melhor maneira, e ativamente, seu papel de sujeito, responsável que é pela formulação, implementação e avaliação da política urbana, permitindo que, de fato, todos os moradores de Pato Bragado participem do processo e sejam os beneficiários de suas justas ações. Qualidade de vida é um conceito da vida contemporânea, que já se incorporou à sociedade Pato Bragadense.

A Festa do Município de Pato Bragado é um evento muito esperado pelos munícipes, tanto pelo lazer, cultura, quanto pela oportunidade de expor a produção comercial e agropecuária, principal fonte de economia local, com ênfase à gastronomia do Cupim Assado, marca principal do evento. Estas modalidades de festa são sempre o ponto alto do ano para qualquer município. É o período em que deve estar em alta o orgulho de ser cidadão e de fazer parte de uma comunidade. O sentimento de pertencimento é muito importante para que os membros de uma comunidade se sintam amados e prestigiados pelos seus pares.

Comemorar com todos os cidadãos e ainda expor as potencialidades do município gerando oportunidades de distribuição de renda e aumento de lucros para o comércio local, é uma forma de fazer com que todos os setores participem das comemorações. Shows de pequeno e médio porte, condizentes com a verba a ser destinada ao evento, mas de grande apelo popular, deverão ser elencados para serem o chamariz do calendário dos festejos.

Assim, o Poder Público Municipal passa a ser responsável também pela qualidade de vida de sua população, fomentando o orgulho de pertencer a um lugar, ser parte dele e possuir a sua identidade.

Para a realização das atividades, deve-se buscar aliar o poder público municipal, a iniciativa privada e o terceiro setor, considerando a importância histórica da data, a duração do calendário planejado, o número de ações propostas, considerar a necessidade de profissionais especializados no planejamento, organização de eventos artísticos, culturais e comerciais, na captação dos recursos necessários, e, sobretudo, ao considerar o objetivo de proporcionar aos munícipes Pato Bragadenses um grandioso ciclo de eventos comemorativos, se justificar a contratação de shows e atrações diferenciadas.



Estratégia de comunicação publicitária –

o problema específico de comunicação do município de Pato Bragado gira em torno de desenvolver um plano de comunicação para divulgação das comemorações em alusão ao Aniversário do Município de Pato Bragado, sendo o Baile do Município e Festa Nacional do Cupim Assado, de 20 a 22 de março de 2015, tendo como destaque dos festejos:

- Aniversário de emancipação político-administrativa
- Festa Nacional do Cupim Assado
- Baile do município com a escolha da Miss
- Exposição da Indústria e Comércio
- Encontro de Carros e Motos Antigos
- Gastronomia
- Praça de Alimentação
- Shows
- Parque de Diversões

Ambos os eventos (Baile e Festa) podem ser atrelados ao mesmo calendário do aniversário, uma vez que o cupim assado passou a ser o prato típico do município, sendo que é grande sua aceitação junto à comunidade local e regional o que fará com que os festejos sejam ainda mais grandiosos e prestigiados pela população.

A estratégia é a criação de uma campanha única que “venda” os festejos como um todo, sem necessidade de criar um material para cada evento. Isso fará com que o público em geral perceba o evento como algo grandioso de grande impacto popular.

Semana de aniversário, começando com:

- 21 de Março – Baile da Miss Pato Bragado
- 20 a 22 de Março – Festa Nacional do Cupim Assado de Pato Bragado

A ideia é criar um material dando enfoque no Cupim Assado de forma saborosa e convidativa para ser o comunicador desta festa. Uma comunicação simpática e hospitaleira que vai convidar a todos para os festejos.

Cada atração receberá um ícone específico: comércio, gastronomia, shows, para que sejam utilizados das mais diversas formas de programação visual.

Um selo do aniversário também poderá ser utilizado, não apenas nos materiais do evento, mas em todas as correspondências internas e/ou oficiais do município no período.

A explicitação e defesa dos principais pontos de estratégia de comunicação publicitária sugerida é o direcionamento ao público certo, com a mídia mais adequada:

- O que dizer – o foco deve ser sempre os benefícios que o evento vai trazer para cada cidadão, valorizando o espírito de ser Pato Bragadense.
- A quem dizer – a todos os munícipes, desde as crianças até a terceira idade, bem como moradores da região circunvizinha, que deverão prestigiar os eventos.
- Como dizer – linguagem simples e direta, utilizando um slogan de impacto e imagens das atrações.
- Quando dizer – acredita-se que um trabalho que mantenha a lembrança da festa o ano todo e que comece a divulgação mais intensa e dirigida 40 dias antes do evento, seja o suficiente para atingir os objetivos de comunicação.
- Que meios utilizar – além de toda a mídia espontânea de cunho jornalístico, utilizar, rádios, TV, revistas, jornais, outdoors, sites, blogs e redes sociais que tenham influência e audiência no município de Pato Bragado.

As peças de MÍDIA – VT de TV para comercial de televisão de 30 segundos, Spot de rádio de 30 segundos, *Outdoor* formato tradicional 3mx9m, anúncio de jornal – ½ página, – tem o intuito de comunicar-se com o público em geral, tanto internamente ao município quanto regionalmente.

As peças de NÃO MÍDIA – objetivo de complementação da estratégia, com ações pontuadas e dirigidas a públicos específicos.

Adesivo de vidro 20cmx20cm, banner eletrônico no site da prefeitura, camiseta para as equipes de divulgação e diretamente envolvida com o público, cartaz - (42cmX26cm), *flyer* da campanha – 15cmx21cm e anúncio para mídias sociais (*facebook* da festa) – vão comunicar-se com o público em geral, e mais especificamente o público jovem, podendo ser realizado um trabalho específico nas escolas e repartições públicas o ano todo.



Ideia criativa –

Criação de uma campanha dando enfoque nos festejos de emancipação político-administrativa e na Festa Nacional do Cupim.

Slogan: "PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ!"

a) Relação de todas as peças integrantes da campanha, que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema de comunicação. Campanha publicitária com exemplos de 10 (dez) peças que corporifiquem a ideia criativa:

Peças de mídia:

1. VT de TV de 30 segundos
2. *Spot* de rádio de 30 segundos
3. *Outdoor* – formato tradicional 3mx9m
4. Anúncio de Jornal – ½ página

Peças de não-mídia:

5. Adesivo de vidro de carro 20cmx20cm
6. *Banner* eletrônico para site da prefeitura e redes sociais como *facebook* exclusivo de evento
7. Camiseta para as equipes de divulgação e organização
8. Aventais para os assadores
9. Cartaz - A3 (42cmX26cm)
10. *Flyer* da programação – 15cmx21cm

b) Justificativas:

Peças de mídia:

1. Mídia em TV – para atingir o público local e regional, fortalecendo a campanha no município e entorno;
2. Mídia em rádio - intuito de atingir a população do interior e distritos mais distantes do centro do município.
3. Mídia *outdoor* - nos pontos de maior circulação de pessoas no município, com o intuito de atingir a população em geral, reforçando a mensagem, já que o *outdoor* é considerado uma mídia complementar.
4. Mídia em Jornal – para atingir as camadas mais esclarecidas e formadores de opinião.

Peças de não-mídia:

5. Adesivo de vidro de carro 20cmx20cm, para distribuição aos motoristas proprietários de veículos, principalmente os que transitam dentro do município. Uma forma de manter a mensagem viva o ano todo.
6. Anúncio para *site* da prefeitura e mídias sociais – atinge um público massivo, de resultado instantâneo, com a vantagem de poder ser modificado e postado novamente, todos os dias, trazendo sempre uma novidade ao público das redes sociais.
7. Camiseta para as equipes de trabalho direto com o público nos órgãos públicos;
8. Avental para as equipes de assadores;
9. Cartaz impresso - formato tradicional A3 (42cmX26cm), para colagem em locais alternativos, como órgãos públicos, bares, restaurantes, de toda a região.

10. *Flyer* impresso – 15cmx21cm, frentexverso, para distribuição em pontos comerciais, prédios públicos, bancos, escolas, unidades de saúde, etc.

c) A relação acima exposta corresponde a todas as peças indicadas para resolver o problema de comunicação explicitado na estratégia de comunicação publicitária.



Estratégia de mídia e não mídia –

a) O uso adequado de técnicas e ferramentas de mídia para a veiculação de campanhas publicitárias – para divulgação de ações, trabalhos e novidades da administração municipal – pode gerar uma grande economia nos investimentos destinados à área. A campanha deve considerar aspectos como análises dos objetivos e estratégias de mídia, planejamento e período de veiculação, seleção de plataformas e veículos, controles de verba por tempo, meio e veículo, além de outros. Tudo isso é importante para saber qual a mídia mais adequada para cada tipo de ação. Diversas observações devem ser feitas, como: análise de hábitos de mídia; CPM em *target*; filtragem das circulações de jornais e revistas; acompanhamento da audiência de rádio e TV; cuidado extremo nas negociações; simulação de análises de cobertura com frequência; *checking* das campanhas; análise dos objetivos e estratégia de mídia; períodos de veiculação; metas de cobertura e frequência; critério de seleção dos meios e veículos de comunicação; pesquisas de mídia; seleção com base no custo de GRP/COM; auditoria das negociações; controle dos investimentos por meio; controle dos investimentos por veículo; e taxa de retorno na propaganda.

O conhecimento e a análise do público prioritário da campanha: a campanha estará direcionada a públicos distintos, mas com a mesma linguagem. O que efetivamente atingirá públicos diferentes são as mídias escolhidas. O público a ser trabalhado é o cidadão como um todo, com estratégias específicas de mídia e não-mídia, principalmente as camadas menos esclarecidas da população, tanto do campo como da cidade. Por este motivo as peças escolhidas possuem uma linguagem unificada, de fácil entendimento e de cunho informativo, ressaltando os festejos.

b) Simulação de plano de distribuição das peças da campanha publicitária:

Considerando os recursos orçamentários anuais, em que a soma das despesas com o contrato resultantes desta campanha está estimada em no máximo R\$ 30.000,00 (Trinta mil reais) anuais, para um período de 12 (doze) meses, calculou-se que haverá necessidade deste investimento se as campanhas forem realizadas dentro do calendário proposto. Dessa forma, desenvolveu-se a simulação da Campanha institucional, dirigido a toda a população do município de Pato Bragado, Estado do Paraná, no valor de R\$ 30.000,00 (Trinta mil reais) anuais, distribuídos conforme simulação do Plano de Comunicação a seguir.

Peças de mídia:

Terão investimento nos meses de FEVEREIRO e MARÇO, uma vez que são os meses que antecedem o evento e quando a mídia deve ser intensificada.

1. Mídia na TV regional aberta de maior audiência, por um período de 20 dias, com VT de 30 segundos

- RPC - TV OESTE

2. Mídia nas 03 rádios locais mais ouvidas, com Spot de 30 segundos (produção e veiculação – variação de inserções diárias por veículo:

- Rádio DIFUSORA FM (segunda a sexta-feira – rotativo)
- Rádio ATLANTIDA FM (segunda a sexta-feira – rotativo)
- Rádio Comunitária de Pato Bragado FM (segunda a sexta-feira – rotativo)

3. Anúncio de Jornal a ser veiculado nos jornais de circulação municipal e regional, semanalmente (01 anúncio de ½ página por veículo, sendo 01 por semana) durante 02 meses:

- Jornal O PRESENTE
- O JORNAL

4. Estampas de outdoor fotográfico, em 10 pontos de grande circulação do município, mas principalmente da região circunvizinha, perto de escolas, rodovias e prédios públicos.

- Portal Oeste Estruturas

Peças de não-mídia:

Terão apenas o investimento de produção uma única vez, sendo que os custos poderão ser rateados nos 12 meses da campanha, conforme descrito nas tabelas. Deverão ficar em estoque e sendo distribuídas conforme o andamento anual da campanha.

5. Adesivo de vidro de carro

- 1.000 unidades

6. Anuncio para redes sociais e site da prefeitura

7. Camiseta para as equipes de trabalho, divulgação e CCO do evento

- 100 unidades em sistema de sublimação

8. Aventais para as equipes de assadores nos dias do evento

- 100 unidades em sistema de sublimação

9. Cartaz impresso

- 300 unidades

10. Flyer impresso

- 10.000 unidades

**1. TABELA DE SIMULAÇÃO DE PLANOS DE DISTRIBUIÇÃO DAS PEÇAS DA CAMPANHA
FEVEREIRO E MARÇO**

MÍDIA	VEICULO	MATERIAL	FREQUÊNCIA	VALOR FEVEREIRO	VALOR MARÇO	%
JORNAL	O PRESENTE	Anúncio ½ de pg color	Mensal x 1 (R\$ 1.275,00)		R\$ 1.275,00	4,25%
	O JORNAL	Anúncio ½ de pg color	Semanal x 4 (R\$ 473,00)		R\$ 1.892,00	6,30%
TV	TV OESTE/RPC	VT de 30s	03/dia- 10 dias (conforme distribuição de mídia)		R\$ 7.324,00	24,41%
RÁDIO	DIFUSORA FM	Spot de 30 seg. (rotativo) 20 dias úteis	2 x ao dia 2x20,40x20	R\$ 816,00	R\$ 816,00	5,44%
	EDUCADORA FM	Spot de 30 seg. (rotativo) 20 dias úteis	2 x ao dia 2x33,00x20	R\$ 1.320,00	R\$ 1.320,00	8,8%
	COMUNITÁRIA	Spot de 30 seg. (rotativo) 20 dias úteis	10 x ao dia 10x8,50x20	R\$ 1.700,00	R\$ 1.700,00	11,33%
OUTDOOR	Empresa de locação e impressão de outdoor	Estampa 3mx9m Locação de 10 espaços para outdoor	Segunda Quinzena de fevereiro e primeira de março	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	13,34%
TOTAL			22.163,00	R\$ 5.836,00	R\$16.327,00	73,87%

TABELA 2. SIMULAÇÃO DE VALORES DE PRODUÇÃO E/OU EXECUÇÃO TÉCNICA, PEÇA DE MÍDIA

MÍDIA	MATERIAL	TAMANHO	VALOR ABSOL	VALOR %
OUTDOOR	10 estampas	3mX9m	R\$ 2.950,00	9,84%
TOTAL			R\$ 2.950,00	9,84%



TABELA 3. SIMULAÇÃO DE VALORES DE PRODUÇÃO E/OU EXECUÇÃO TÉCNICA PEÇA DE NÃO MÍDIA – ANUAL

NÃO MÍDIA	FORNECEDOR	MATERIAL	TAMANHO	VALOR	VALOR %
10.000 panfletos	Gráfica	Papel Coche 115g 4X4 CORES	15cmx21cm	R\$ 1.370,00	4,56%
300 cartazes	Gráfica	Papel Coche 170g 4X0CORES	A3	R\$ 215,00	0,71%
100 camisetas	Malharia	Sublimação em tecido	P/M/G/GG/EG	R\$ 1.600,00	5,33%
100 aventais	Malharia	Sublimação em tecido	padrão	R\$ 1.250,00	4,18%
1.000 adesivos	Empresa de impressão digital	Plástico	20cmX20cm	R\$ 452,00	1,51%
Anuncio redes sociais e site prefeitura	Agência	Arquivo JPG	Medidas variadas	R\$ 0,0	0,0%
TOTAL				R\$ 4.887,00	16,29%

Como o período de maior incidência da mídia é os meses de fevereiro e março de 2015, a estratégia é que as peças de mídia Rádio, Jornal, TV e Outdoor, sejam utilizadas apenas nesse mês em que a campanha deverá ser intensificada, uma vez que a Comissão Organizadora do evento estará trabalhando o ano todo com as peças de não-mídia com toda a população. O uso das peças será simulado na sequência:

TABELA 4. ESTRATEGIA DE DISTRIBUIÇÃO DAS MÍDIAS RELACIONADAS NOS 12 MESES DO ANO

MESES	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Não-mídia	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Mídia		x	x									

TABELA 5. VALORES PROPORCIONAIS MENSAIS

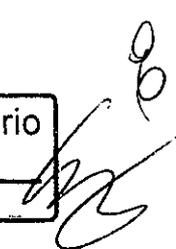
MESES	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	VALOR ANUAL	VALOR %
Produção		2.950,00											2.950,00	9,84%
Não-mídia	407,25	407,25	407,25	407,25	407,25	407,25	407,25	407,25	407,25	407,25	407,25	407,25	4.887,00	16,29%
Mídia		5.836,00	16.327,00										22.163,00	73,87%
TOTAL	407,25	9.193,25	16.734,25	407,25	407,25	407,25	407,25	407,25	407,25	407,25	407,25	407,25	30.000,00	100%

OBS.: Trata-se de uma simulação com base em valores reais de mercado/tabela cheia. Todos os custos com impostos, transporte, entrega, estão inclusos. Foram desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

Processo Licitatório
Folha nº 119
Pato Bragado - PR

ANEXO
PEÇAS DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Processo Licitatório
Folha nº 113
Pato Bragado - PR



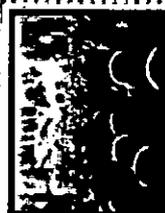
STORY BOARD



De 20 a 22 de março esperamos por você e sua família...



Tem festa e diversão, gastronomia e exposição... Venha para Pato Bragado, traga todo mundo para curtir a Festa Nacional do Cupim Assado...



Com alegria vamos te receber em nossa casa. Você e sua família, aqui são prioridade... Tem festa e diversão, gastronomia e exposição para todas as idades



Venha desfrutar de bons momentos e também de nossa hospitalidade. Teremos o maior prazer de uma grande festa promover para você e toda nossa cidade... De 20 a 22 de março esperamos por você e sua família... Realização: Prefeitura Municipal e Comissão Organizadora

MODELO STORY BOARD



JINGLE

Processo Licitatório
Folha nº 115
Pato Bragado - PR

De 20 a 22 de março esperamos por você e sua família...

Tem festa e diversão, gastronomia e exposição..

Venha para Pato Bragado, traga todo mundo para curtir

a Festa Nacional do Cupim Assado...

Com alegria vamos te receber em nossa casa

Você e sua família, aqui são prioridade...

Tem festa e diversão, gastronomia e

exposição para todas as idades

Venha desfrutar de bons momentos e também de nossa hospitalidade

Teremos o maior prazer de uma grande festa promover

para você e toda nossa cidade...

De 20 a 22 de março esperamos por você e sua família...

Realização: Prefeitura Municipal e Comissão Organizadora

MODELO JINGLE/SPOT RÁDIO

C O N V I T E

20 a 22
MARÇO | 2015
PARQUE DE EXPOSIÇÕES

**FESTA NACIONAL DO
CUIPIM ASSADO**

PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ!

O Governo municipal de Pato Bragado tem a hora de convidar você e sua família para participar das comemorações e atrações da **FESTA NACIONAL DO CUIPIM ASSADO**, realizada de 20 a 22 de março de 2015, no parque de exposições do município. Os encantos da nossa cultura te esperam!

INFORMAÇÕES:
SECRETARIA INDÚSTRIA,
COMÉRCIO E TURISMO
3282-1355

REALIZAÇÃO:
PREFEITURA MUNICIPAL DE PATO BRAGADO & CCO
COMISSÃO ORGANIZADORA


facebook.com/patobragado

Processo Licitatório
 Folha nº 116
 Pato Bragado - PR

MODELO ANÚNCIO JORNAL

20 a 22
MARÇO | 2015
PARQUE DE EXPOSIÇÕES

**FESTA NACIONAL DO
CUPIM ASSADO**

PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ!

INFORMAÇÕES:
SECRETARIA INDÚSTRIA,
COMÉRCIO E TURISMO
3282-1355

facebook.com/patobragado

REALIZAÇÃO:
PREFEITURA MUNICIPAL DE PATO BRAGADO & CCO
COMISSÃO ORGANIZADORA

SHOWS
EXPOSIÇÃO
ENCONTRO
GASTRONOMIA
MISS

Folha nº 112
Pato Bragado - PR

Processo Licitatório



MODELO OUTDOOR



20 a 22
MARÇO | 2015
PARQUE DE EXPOSIÇÕES

FESTA NACIONAL DO CUPIIM ASSADO

PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ!



SHOWS
E DAIRES



EXPOSIÇÃO
INDÚSTRIA
E COMÉRCIO



ENCONTRO
MOTOS E CARROS
ANTIGOS



GASTRONOMIA
PRAÇA DE
ALIMENTAÇÃO



MISS
ESCOLHA DA
CÂMARA DO
MUNICÍPIO

facebook.com/patobragado

REALIZAÇÃO:



PREFEITURA MUNICIPAL DE
PATO BRAGADO & **CCO**
COMISSÃO ORGANIZADORA

INFORMAÇÕES:
SECRETARIA INDÚSTRIA,
COMÉRCIO E TURISMO
3282-1355

Processo Licitatório
 Folha nº 118
 Pato Bragado - PR

MODELO CARTAZ



Processo Licitatório
Folha nº 119
Pato Bragado - PR

MODELO FLYER



MODELO ADESIVO (20CMx20CM)

Processo Licitatório
Folha n° 190
Pato Bragado - PR



Processo Licitatório
Folha nº 121
Pato Bragado - PR

MODELO CAMISETA



Processo Licitatório
Folha nº 122
Pato Bragado - PR

MODELO AVENTAL

FESTA NACIONAL DO CUPIM ASSADO
 20 a 22 MARÇO
 INFORMAÇÕES: SECRETARIA INDÚSTRIA, COMÉRCIO E TURISMO 3282-1355
PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ!
 SHOWS, LANCHE, MÚSICA, DANÇA

Prefeitura de Pato Bragado - PR
 526 curtidas · 6 falando sobre isso

Organização Governamental
 Bem-vindo à página oficial da Prefeitura de Pato Bragado - PR no Facebook!
 www.pato-bragado.pr.gov.br
 (45) 3282-1355

Prefeitura de Pato Bragado - PR alterou sua foto da capa.
 11 de abril

Convide seus amigos para curtirem esta página
 Digite o nome de um amigo... **Convidar**

Vivian Almeida **Convidar**

Dell Vostro 5470 com Intel® Core™ i3, Windows 8.1, 4GB e HD de 500GB por 10x de R\$ 189,90

Adidas R\$140 OFF

TEMPO LIMITADO!
 Adidas Cosnac SÓ R\$159,90 em 8X na Cartão

BRASILEIRÃO

Processo Licitatório
 Folha nº 129
 Pato Bragado - PR

MODELO MÍDIA SOCIAL

ANEXO
ORÇAMENTOS DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Processo Licitatório
Folha nº 124
Pato Bragado - PR

8





Marechal Cândido Rondon/PR, 13 de maio de 2014.

Referente: Licitação

Conforme solicitado apresento orçamento para Licitação Pública:

Espaços:

- 1 página: R\$ 2.040,00 (dois mil e quarenta reais)
- ½ página: R\$ 1.275,00 (um mil, duzentos e setenta e cinco reais)
- ¼ de página: R\$ 637,50 (seiscentos e trinta e sete reais e cinquenta centavos).

Obs.: Proposta válida para 60 dias.

Sendo o que tínhamos para o momento, reiteramos os votos de elevada estima e distinta consideração.

Atenciosamente,

João Frederico Livi
CRA/PR 21.250
Gerente Comercial
(45)9972-7865 - (45)3254-1842
MSN: joalivi@hotmail.com
E-Mail: livi@opresente.com.br



Av. Irio Jacob Welp, 5000
CEP 85.960-000 – Marechal Cândido Rondon – PR
Fone/Fax: (045) 3284 2942 e 3284 2985
e-mail: ojornal@rondonet.com.br
ojornal.comercial@rondonet.com.br
CNPJ 03.077.207/0001-52

UMA EDITORA DE JORNAIS LTDA

Marechal Cândido Rondon, 16 de Maio de 2014.

ORÇAMENTO DE ESPAÇO PUBLICITÁRIO.

Conforme vossa solicitação, estamos informando os valores de inserções comerciais, conforme tamanhos especificados abaixo:

¼ de página em cores.....	R\$ 238,00.....	valor coluna R\$ 6,75
½ página em cores.....	R\$ 473,00.....	valor coluna R\$ 6,75
01 página em cores.....	R\$ 945,00.....	valor coluna R\$ 6,75

Qualquer duvida estamos a disposição.

Atenciosamente.

Hugo Balha
45 3284-2942
Director

Processo Licitatório
Folha nº 126
Ppto Bragado - PR



RÁDIO DIFUSORA DO PARANÁ LTDA - CNPJ: 81.562.126/0001-51
RUA SANTA CATARINA, 970 - CX. 1029 - CEP: 85960-000
MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PR
PABX: 45 3284-8080 - e-mail: pedrinho@radiodifusora.net

Marechal Cândido Rondon Pr, 23 de maio de 2014.

TABELA DE PREÇOS

JANEIRO 2014 a DEZEMBRO 2014.

RÁDIO DIFUSORA FM

ROTATIVO = CUSTO POR INSERÇÃO DE 30".....R\$ 20,40

ROTATIVO = CUSTO POR INSERÇÃO DE 60".....R\$ 40,81

DETERMINADO= AO VIVO CUSTO POR INSERÇÃOR\$ 31,66.

**RÁDIO DIFUSORA DO PARANÁ LTDA.
ALCIDES WALDOW. SÓCIO PROPRIETÁRIO**

Marechal Cândido Rondon, 20 de Maio de 2014.

Através da presente informamos a tabela de valores praticados pela Rádios **Educadora** AM, conforme solicitado.

- Spot comercial de 30 segundos: R\$ 33,00 por inserção (modalidade rotativa).
- Spot comercial de 60 segundos: R\$ 55,00 por inserção (Rotativa).
- Avisos ao vivo: R\$ 30,00.

Estes preços são praticados no horário das 05:00 às 19:00 horas, de segunda à domingo.

A tabela tem validade para o ano de 2014.

Atenciosamente

Paulo Nogueira

-----*Mensagem original*-----

De: RADIO EDUCADORA MARECHAL LTDA
Data: 20/05/2014 10:27:14

Processo Licitatório
Folha nº 123
Pato Bragado - PR

ASSOCIAÇÃO COMUNITÁRIA CULTURAL BRAGADENSE -ACCB

CNPJ/MF: Nº 03.287.189/0001-33

RÁDIO PATO FM 87,9MHz

ORÇAMENTO

A rádio pato fm vem através deste apresentar orçamento para divulgação de eventos de grande público, sendo:

Vinhetas(spot) para 30 dias e ao vivo, esta divulgação será para 30 dias em todos os programas da emissora.

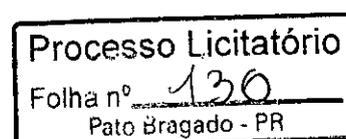
Valor da proposta R\$ 1.700,00

Proposta válida para 60 dias.

Pato Bragado, 28 de maio de 2014.

Sergio Luis Spies
Diretor

Pato Bragado – Pr
Avenida Willy Barth, 3004 CEP 85.948.000 FONE 45) 3282-1055



S.M.I./PR, 15 de maio de 2014.

Referente: ORÇAMENTO OUTDOOR

Conforme solicitado apresento orçamento:

• 10 PONTOS DE OUTDOOR NA ÁREA PERIFÉRICA DE PATO BRAGADO, NOS MUNICÍPIOS VIZINHOS POR 02 QUADRISSEMANAS;	R\$ 4.000,00
• 10 ESTAMPAS 100% FOTOGRÁFICAS PRODUZIDAS EM PAPEL.	R\$ 2.950,00
• PREÇO COLOCADO.	

Obs.: Proposta válida para 30 dias.

Atenciosamente,



TCHAÇO AUGUSTO MANZEN

Diretor

PORTAL OESTE ESTRUTURAS
E ORGANIZAÇÕES LTDA
Av. Iguaçu, s/n - sala 02
Barro Branco - CEP 85877-000
São Miguel do Iguaçu - PR
CNPJ: 10.681.333/0001-87

Processo Licitatório
Folha nº 13
Pato Bragado - PR





GRÁFICA UNIVERSO
QUALIDADE EM IMPRESSOS

Fone/fax [45] 3565-1061

msn: grafica.universo@hotmail.com
e-mail: graficauniverso@innet.com.br

Orçamento

10.000 Panfleto 15x21cm, papel couche 115gr,
4x4: impressao frente. R\$ 1.370,00

300 Cartaz A3, papel couche 170gr, 4x0. R\$ 215,00

Att:

Rosiane Rocha

Rua Floresta, 591 - Centro
CEP 85877-000
São Miguel do Iguaçu - PR.

Processo Licitatório
Folha nº 129
Pato Bragado - PR



DAVI MALHAS

ORÇAMENTO DE CAMISETAS

- | | |
|--|--------------|
| * 100 camisetas em sistema de sublimação | R\$ 1.600,00 |
| * 100 aventais em sistema de sublimação para as equipes de assadores | R\$ 1.250,00 |

Qualquer dúvida entre em contato.

obrigado

S.M.I./PR, 22 de maio de 2014.

Referente: ORÇAMENTO ADESIVOS DE VIDRO

Conforme solicitado apresento orçamento:

• 1.000 ADESIVOS DE VIDRO DE CARRO FOTOGRAFICOS, DE 20CMX20CM , com faca especial.	R\$ 452,00
--	-------------------

Obs.: Proposta válida para 60 dias.

Atenciosamente,



TECNICO AUGUSTO MARZEN

Diretor

PORTAL OESTE ESTRUTURAS
E ORGANIZAÇÕES LTDA
Av. Iguaçu, 571 - sala 02
Barra Branca - CEP 85877-000
São Miguel do Iguaçu - PR
CNPJ: 10.681.333/0001-87

Processo Licitatório
Folha nº 134
Bairro Bragado - PR



Processo Licitatório
Folha nº 135
Pato Branco - PR



N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Processo Licitatório
Folha nº 36
Pato Bragado - PR



N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

PROPOSTA TÉCNICA

Capacidade de Atendimento

a) RELAÇÃO NOMINAL DOS PRINCIPAIS CLIENTES ATUAIS DA LICITANTE, com especificação do início do atendimento de cada um deles:

• **O J DA SILVA CARDOSO & CIA LTDA**

- Assessoria de Marketing.
- de MARÇO DE 2011 até atualidade

• **AJP EVENTOS E PRODUÇÕES ARTÍSTICAS LTDA**

- Roteiros de vídeos institucionais e comerciais / direção
- Assessoria em Eventos.
- Ano de 2012

• **PABLO DANIEL TESSARO - ME**

- Roteiros de vídeos institucionais e comerciais / direção
- Assessoria em Eventos
- Junho de 2011

• **GMK ELETROTÉCNICA LTDA.**

- Roteiros de vídeos institucionais e comerciais.
- Assessoria em Eventos.
- Propagandas empresariais.
- Agosto de 2011.

• **UNIGUAÇU/FAESI - União de Ensino Superior de São Miguel do Iguaçu**

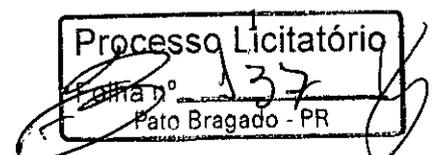
- Desenvolvimento de campanhas de vestibular, institucionais e Pós-graduação
- de 2011 até a atualidade.

• **VISION ART PRODUÇÕES s/c LTDA**

- Roteiros de vídeos institucionais e comerciais / direção
- VT de TV com respectivos *story boards* e acompanhamento de edição
- de 2011 até a atualidade.

• **ESSENZA COIFFEUR**

- Criação de logomarca
- Campanha de lançamento do empreendimento
- Campanhas de manutenção e específicas
- VT de TV com respectivos *story boards* e acompanhamento de edição
- de 2012 até a atualidade.





N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

- **PREFEITURA DE LARANJEIRAS DO SUL**
- ANO 2011 E 2012.
- Agenciamento
- **PREFEITURA DE SANTA TEREZINHA DE ITAIPU**
- ANO 2013. E 2014
- Agenciamento
- **PREFEITURA DE ITAIPULÂNDIA**
- ANO 2013
- **PREFEITURA DE SÃO MIGUEL DO IGUAÇU**
- ANO 2013.
- **PROMAR GESTORA DE EVENTOS, COMUNICAÇÃO E OBRAS**
- ANO DE 2010 até a atualidade.



PAULO ROBERTO NECKEL
SÓCIO-ADMINISTRADOR

Santa Helena, 28 de Maio de 2014.

Processo Licitatório
Folha nº 38
Pato Bragado - PR





N & N

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

b) QUANTIFICAÇÃO E QUALIFICAÇÃO, SOB A FORMA DE CURRÍCULO RESUMIDO, dos profissionais que serão colocados a disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento:

1. Evandro Rodrigo Neckel – Criação / Produção de Textos / Desenvolvimento de Campanhas Publicitárias / Assessoria de Marketing, Mídia e atendimento.

Formação: Comércio Exterior pela Faculdade de Tecnologia Internacional – Curitiba – 2008.

Informática: Domínio profissional de COREL DRAW, PHOTO SHOP, PAGE MAKER, WORD, EXCEL, POWER POINT, 3D MAX, além de fotografias e filmagens profissional.

2. Jucier Savaris – Atendimento / Financeiro / Negócios / Administrativo

Formação: Bacharel em Administração com Habilitação em Comércio Exterior – Uniguaçu – 2008.

Informática: Domínio profissional de COREL DRAW, PHOTO SHOP, PAGE MAKER, WORD, EXCEL, POWER POINT, 3D MAX.

3. Paulo Roberto Neckel – Atendimento / Vendas / Planejamento de Mídia

Formação: 2º grau completo

Chefe de Produção e execução, com 20 anos de experiência em mídia e gerenciamento de contas de publicidade e propaganda.

4. Juliano Roberto Biesdorf – Atendimento / Criação / Design / Diagramação / Projetos para eventos / Projetos de Stands especiais / Financeiro

Formação: Tecnólogo em Gerenciamento Ambiental – UTFPR – Medianeira – 2008.

Informática: Domínio profissional de COREL DRAW, PHOTO SHOP, PAGE MAKER, WORD, EXCEL, POWER POINT, 3D MAX.

5. André Antonio de Andrade – Atendimento / Planejamento / Criação de plano de mídia e ação / web design / execução

Formação: Cursando o quarto ano de comunicação social - Publicidade e Propaganda

Domínio Profissional de COREL DRAW, PHOTO SHOP, VEGAS - EDITOR DE VIDEOS, WORD, POWER POINT, SOUND FORGE – EDITOR DE AUDIO, ROTEIROS, LITERÁRIOS E MASTER CENES.



PAULO ROBERTO NECKEL
SÓCIO-ADMINISTRADOR

Santa Helena, 28 de Maio de 2014.

Processo Licitatório
Folha nº 139
Pato Bragado - PR





N & N

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

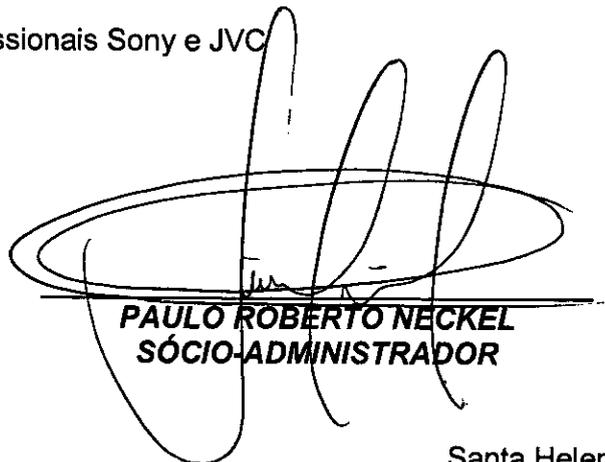
c) INSTALAÇÕES, A INFRA-ESTRUTURA E OS RECURSOS MATERIAIS QUE SERÃO COLOCADOS À DISPOSIÇÃO PARA A EXECUÇÃO DO CONTRATO -

• Recursos de Infra-estrutura:

- 01 Sede com 800,00m2 de prédio próprio;
- Escritório com 04 salas comerciais com 32,00m2 – climatizadas;
- 01 Veículo KIA Soul 2010;
- 01 Veículo Hilux 2011;
- 01 Veículo Saveiro 2011.
- 01 veículo KIA SORENTO 2013.
- 01 veículo hiunday Santa Fé 2011.
- 01 Veículo Kia cerrato 2012.
- 01 veículo Volkswagen gol G5 2008.

• Recursos Materiais:

- 04 computadores de mesa (Intel Core 2 duo, 2 Ghz, 3GB de memória RAM, disco rígido de 1 Terra, com 2 monitores LCD 17");
- 05 Notebooks (Core 2 duo);
- 01 Projetor de 5.200 A. lumens;
- 01 Projetor de 2.500 A. lumens;
- 01 Projetor de 2.000 A. lumens;
- 01 Máquina fotográfica digital profissional Fujifilm Fine Pix S3 Pro;
- 01 Máquina fotográfica digital profissional Fujifilm Fine Pix S1 Pro;
- 08 Webcam de 2 mega pixel;
- 01 Máquina de solda eletrostática;
- 02 aparelhos de fac-símele;
- 05 Distribuidores VGA de áudio e vídeo;
- 12 Ponteiras laser;
- 05 TVs de LCD de 42";
- 08 CDs Player;
- 06 DVDs Player;
- 03 Filmadoras profissionais Sony e JVC



PAULO ROBERTO NECKEL
SÓCIO-ADMINISTRADOR

Santa Helena, 28 de Maio de 2014.

Processo Licitatorio
Folha nº 340
Pato Bragado - PR





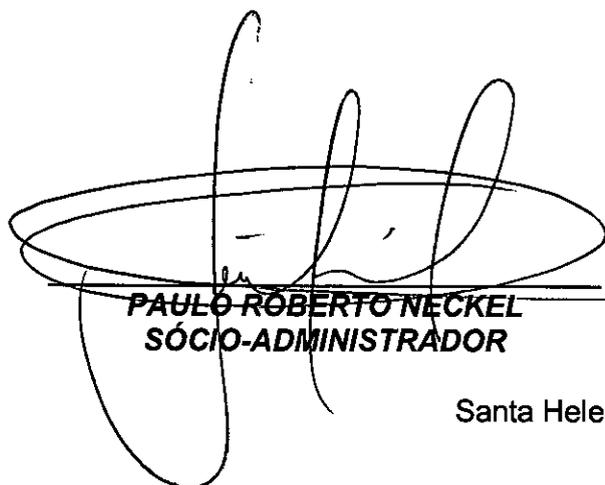
N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

d) SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

A agência possui uma linha de atendimento que permeia os seguintes passos, englobando prazos necessários para a criação de campanha e elaboração de plano de mídia:

1. Pedido de reunião do cliente para repassar o <i>briefing</i> para a agência – dia 01.
2. Reunião para passar o <i>briefing</i> (que pode ser substituída por um e-mail ou uma conversa via telefone, desde que respeitando-se os prazos de execução da campanha – dia 01 ou 02.
3. Desenvolvimento da mídia ou campanha (o tempo dependerá da complexidade da campanha e da quantidade de peças) – dia 03 a 07.
4. Apresentação das idéias ao cliente (que pode ser pessoalmente ou também via e-mail) – dia 08.
5. Aprovação do cliente das idéias propostas – dia 08.
6. Arte-finalização da campanha e entrega para devidos fornecedores – dia 09 a 10.
• Produção de material para TV - 03 dias úteis em média
• Produção de material para rádio – 02 dias úteis em média
• Produção de Outdoor – 05 dias úteis em média
• Produção de material gráfico – 05 dias úteis em média
• Produção de outros materiais – dependerá da executora.

OBS.: Os prazos apresentados referem-se a trabalhos e campanhas com prazos normais de execução. Para as campanhas emergenciais a agência coloca **MÁXIMA PRIORIDADE, entregando uma mídia pronta ao cliente em 24 horas**, já arte-finalizada e pronta para ser enviada à execução, caso isso se faça necessário.



PAULO ROBERTO NECKEL
SÓCIO-ADMINISTRADOR

Santa Helena, 28 de Maio de 2014.

5

Processo Licitatório
Folha nº 545
Pato Bragado - PR



N & N

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

e) **DISCRIMINAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DE MARKETING E COMUNICAÇÃO**, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocaremos regularmente à disposição da Prefeitura Municipal, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

A **pesquisa de marketing** tem por objetivo a coleta de dados e informações sobre determinado mercado, que de certa forma auxiliem nas tomadas de decisão, e no exercício de um papel proativo na administração das campanhas de comunicação com o público-alvo. O plano de marketing é desenvolvido de acordo com informações que geralmente têm sua origem nos resultados obtidos por meio desta pesquisa.

De acordo com a American Marketing Association apud McDaniel e Gates (2013, p.8), "A pesquisa de marketing é a função que liga o consumidor, o cliente e o público por meio de informações, utilizadas para identificar e definir oportunidades e problemas de marketing; gerar, aperfeiçoar e avaliar ações de marketing; monitorar o desempenho do marketing, e melhorar a compreensão do marketing como um processo."

Discriminação:

1. Pesquisas encomendadas para responder a problemas específicos;
2. Pesquisas feitas pelos próprios veículos de comunicação e colocadas à disposição de seus clientes;
3. Pesquisa nas Redes Sociais
4. Pesquisa na Internet buscadores da Internet (Google, Ask, Yahoo, etc.)
5. Pesquisa de mídia disponibilizada pelo CENP aos seus afiliados
6. Pesquisa de mídia disponibilizada pela ABRAP aos seus afiliados.



PAULO ROBERTO NECKEL
SÓCIO-ADMINISTRADOR

Santa Helena, 28 de Maio de 2014.

6
Processo Licitatório
Folha nº 42
Pato Bragado - PR



N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

CASE REFIS 2013

RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Claudécy Costa Ferreira
Secretário Municipal de
Administração
Mes. Nº 30557-06C. Nº 006/2013

Processo Licitatório
Folha nº 43
Pato Bragado - PR



N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

I- Apresentação de 01 (uma) campanha (case), produzida e veiculada pela licitante, com apresentação do problema, solução e resultados em forma de texto.

CASE:

CAMPANHA REFIS 2013

CLIENTE:

PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTA TEREZINHA DE ITAIPU

III- Apresentação das 05 (Cinco) peças exemplificadas – Segue na sequência.

AGÊNCIA: N&N – Agência de Publicidade e Propaganda

Data: ANO DE 2013

Título: "REFIS 2013"

Período da Veiculação: Abril a Maio de 2013

Praça: Município de Santa Terezinha de Itaipu e região – PR

1. CARTAZ - formato A4 - Tiragem de 1.000 unidades

Veículo que divulgou: Distribuído em unidades públicas, lojas e pontos de circulação de pessoas;

2. FLYER - 15cmx 21cm - Tiragem de 10.000 unidades

Veículo que divulgou: Distribuído em unidades públicas, lojas escritórios de profissionais liberais e pontos de circulação de pessoas;

3. ANUNCIO DE REVISTA - 21cmx 28cm - Tiragem de 2.000 unidades

Veículo que divulgou: Revista UNIMED, circulação mensal;

4. OUT DOOR - 3mx9m

Veículo que divulgou: Rede Outdoor - 4 pontos dentro do município

5. VT PRODUZIDO EM 30 SEGUNDOS - DVD

Veículo que divulgou: TV Cataratas e TV Naipi

II. Problema: A campanha REFIS 2014 possui a necessidade de chamar a atenção para os munícipes com impostos em atraso e conscientizá-los de que o não pagamento acarretaria multas e danos ao devedor, mas principalmente deixaria de ajudar a desenvolver o município como um todo. Com o slogan "**Ei, cidadão... seja legal com seu município. Acerte suas contas**", a ideia era conscientizar, cobrar, mas de forma simpática, sem agredir o cidadão. Havia a necessidade de mostrar que quitando as dívidas, a empresa e o cidadão estariam ajudando a prefeitura a continuar investindo no município.

Claudecy Costa Ferreira
Secretário Municipal de
Administração
Mat. Nº 3093/7 DEC. Nº 096/2013

1
Processo Licitatório
Folha nº 104
Pato Bragado - PR

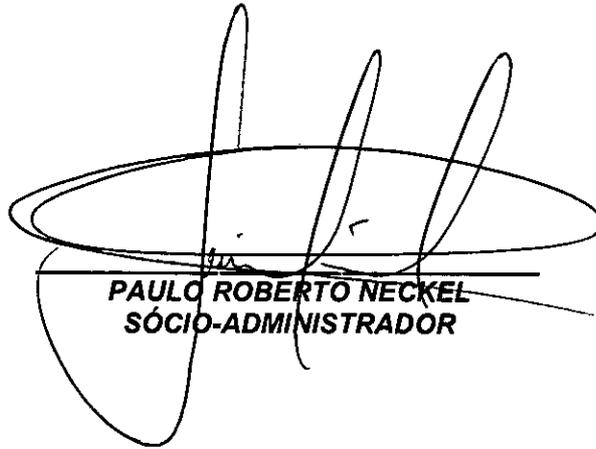


N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

Foi escolhida a cor verde como pano de fundo para marcar a campanha, uma vez que remete a sustentabilidade, energia e vivacidade. O personagem que passa a mensagem teria que ser alguém com o mesmo humor do slogan, mas com credibilidade para passar a mensagem.

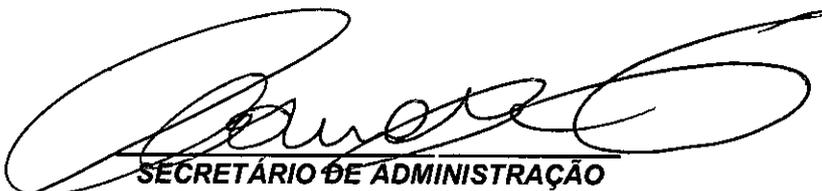
O slogan foi utilizado em todas as peças e ainda amplamente divulgado em forma de *merchandising* na rádio local.

Conforme o cliente, a campanha surtiu o efeito esperado e o problema de comunicação foi devidamente respondido, com os objetivos da campanha atingidos.



PAULO ROBERTO NECKEL
SÓCIO-ADMINISTRADOR

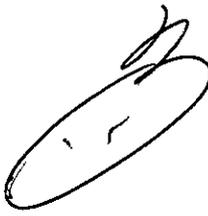
Declaramos para os devidos fins que a **N&N- Agência de Publicidade e Propaganda Ltda**, situada na Av. Brasil, 956 - Centro - Santa Helena - Pr - CEP: 85.892-000 - Fone 045 3268 - 3213, criou a campanha de divulgação do REFIS para 2013, com as peças abaixo relacionadas, com o objetivo de chamar a atenção dos munícipes para o refinanciamento. O problema de comunicação foi devidamente respondido e os objetivos da campanha atingidos.



SECRETÁRIO DE ADMINISTRAÇÃO
PREFEITURA MUNICIPAL DE SANTA TEREZINHA DE ITAIPU

Claudecy Costa
Secretário Municipal de
Administração
Mat. Nº 309377 DEC Nº 016/2012
Santa Helena, 28 de Maio de 2014.

2



Processo Licitatório
Folha nº 43
Pato Bragado - PR



MUNICÍPIO DE SANTA TEREZINHA DE ITAIPU
ESTADO DO PARANÁ

DECLARAÇÃO

Declaramos para os devidos fins que a **N&N- Agência de Publicidade e Propaganda Ltda**, situada na Av. Brasil, 956 – Centro – Santa Helena – PR – CEP: 85.892-000 – Fone 045 3268 – 3213, criou a campanha de divulgação do REFIS para 2013, com as peças abaixo relacionadas, com o objetivo de chamar a atenção dos munícipes para o refinanciamento.

1. CARTAZ

Veículo que divulgou: Divulgado em unidades públicas, Bancos, etc.

2. FLYER

Veículo que divulgou: Distribuído em unidades públicas e pontos de circulação de pessoas

3. ANUNCIO PARA REVISTA

Veículo que divulgou: REVISTA UNIMED – Circulação mensal em todo o Município.

4. OUT DOOR

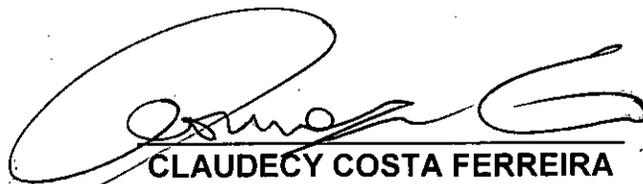
Veículo que divulgou: Rede Outdoor - pontos dentro do município

5. VT PRODUZIDO EM 30 SEGUNDOS - DVD

Veículo que divulgou: Distribuído na Praça de Santa Terezinha de Itaipu e região.

O problema de comunicação foi devidamente respondido e os objetivos da campanha atingidos.

Santa Terezinha de Itaipu, 09 de maio de 2014.



CLAUDECY COSTA FERREIRA
Secretário Municipal de Administração

Claudecy Costa Ferreira
Secretário Municipal de
Administração
Mat. Nº 3093/7 DEC. Nº 006/2013

Claudecy Costa Ferreira
Secretário Municipal de
Administração
Mat. Nº 3093/7 DEC. Nº 006/2013



Processo Licitatório
Folha nº 46
Pato Bragado - PR



N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

1. CARTAZ

Seja **legal** com o município!
Acerte suas contas.

**ATÉ 100%
DESCONTO***
MULTAS E JUROS

REFIS2013
PROGRAMA DE RECUPERAÇÃO FISCAL

Esta é uma oportunidade definitiva para você ou sua empresa regularizar os débitos com Santa Terezinha de Itaipu.

**COMPAREÇA A PREFEITURA
ATÉ 31/10/2013**



Os incentivos chegam a 100% no pagamento à vista; Nos parcelamentos de 48 vezes o incentivo é de 80%. Fique atento! Os descontos recaem somente sobre os juros e as multas da dívida e as parcelas não podem ser inferiores a R\$ 52,49.

MAIS INFORMAÇÕES: 45 3541.1184 | tributacao@stitalpu.pr.gov.br
PÁÇO MUNICIPAL 3 DE MAIO | Rua João XXIII, 144 - Centro

 **PREFEITURA
SANTA TEREZINHA
DE ITAIPU**
SECRETARIA MUNICIPAL DA FAZENDA
www.stitalpu.pr.gov.br


Processo Licitatório
Folha nº 147
Pato Bragado - PR


Claudécio Costa Ferreira
Secretário Municipal de
Administração
Mat. Nº 3093/7 DEC. Nº 005/2013



2. FLYER

Seja legal com o município!
Acerte suas contas.

REFIS2013
PROGRAMA DE RECUPERAÇÃO FISCAL

ATE 100%
DESCONTO EM JUROS E MULTAS

Esta é uma oportunidade definitiva para você ou sua empresa regularizar os débitos com Santa Terezinha de Itaipu.

COMPAREÇA A PREFEITURA ATÉ 31/10/2013



Os incentivos chegam a 100% no pagamento à vista. Nos parcelamentos de 48 vezes o desconto é de 80%. Fique atento! Os descontos cessam somente sobre os juros e as multas da dívida e as parcelas não podem ser inferiores a R\$ 52,49.

MAIS INFORMAÇÕES: 45 3541.1184 | tributacao@sttaipu.pr.gov.br
RZO MUNICIPAL DO RIOBO | Rua João Zoni, 144 - Centro





SANTA TEREZINHA DE ITAIPU
SECRETARIA MUNICIPAL DA FAZENDA
www.sttaipu.pr.gov.br

B

Claudy Costa Ferreira
 Secretário Municipal de
 Administração
 Nº 30937000-006/2013
 Processo Licitatório
 Folha nº 298
 Pato Bragado - PR



N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

3. ANUNCIO PARA REVISTA

Seja legal com o município!
Acerte suas contas.

ATÉ
100%
DESCONTO
MULTAS E JUROS

REFIS2013
PROGRAMA DE RECUPERAÇÃO FISCAL

Esta é uma oportunidade definitiva para você ou sua empresa regularizar os débitos com Santa Terezinha de Itaipu.

COMPAREÇA A PREFEITURA
ATÉ 31/10/2013



Os incentivos chegam a 100% no pagamento à vista; Nos parcelamentos de 48 vezes o incentivo é de 80%. Fique atento! Os descontos recaem somente sobre os juros e as multas da dívida e as parcelas não podem ser inferiores a R\$ 52,49.



PREFEITURA
SANTA TEREZINHA
DE ITAIPU

SECRETARIA MUNICIPAL DA FAZENDA
www.stitalpu.pr.gov.br

MAIS INFORMAÇÕES: 45 3541.1184 | tributacao@stitalpu.pr.gov.br
PAÇO MUNICIPAL 3 DE MAIO | Rua João ZOCIL, 144 - Centro

Processo Licitatório

Folha nº 149
Pato Bragado - PR


Claudy Costa Ferreira
Secretário Municipal de
Administração
Mat. Nº 3093/7 DEC. Nº 006/2013



N & N AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

4. OUT DOOR -

Esta é uma oportunidade definitiva para você ou sua empresa regularizar os débitos com Santa Terezinha de Itaipu.

REFIS 2013
PROGRAMA DE RECUPERAÇÃO FISCAL

Acerte suas contas.
Seja legal com o município!

100%
DESCONTO EM MULTAS E JUROS

COMPARE A PREFEITURA
ATE 31/10/2013

PREFEITURA DE SANTA TEREZINHA DE ITAIPU
SECRETARIA DE FINANÇAS

Os recursos do Refis 2013 são destinados para a regularização de débitos. O parcelamento de até 6 meses, a juros de 0,00%. Com 12 parcelas, o desconto de juros é de 20%. Com 18 parcelas, o desconto de juros é de 30%. Com 24 parcelas, o desconto de juros é de 40%. Com 36 parcelas, o desconto de juros é de 50%. Com 48 parcelas, o desconto de juros é de 60%. Com 60 parcelas, o desconto de juros é de 70%. Com 72 parcelas, o desconto de juros é de 80%. Com 84 parcelas, o desconto de juros é de 90%. Com 96 parcelas, o desconto de juros é de 100%. O desconto de juros é aplicado sobre o valor total do débito. Não há cobrança de taxa de administração. O prazo de validade do Refis 2013 é de 31 de outubro de 2013.

MAIS INFORMAÇÕES: 45 2541.1184 | financeira@prefeitura.gov.br
RUA HILTON LORTHOFF, 144 - JARDIM SÃO JOÃO - CUIABÁ - MT

Processo Licitatório
Folha nº 150
Painel Bragado - PR

Claudecy Costa Ferreira
Secretário Municipal de
Administração
Mat. Nº 3093/7 DEC. Nº 005/2013



N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

5.VT PRODUZIDO EM 30 SEGUNDOS - STORY BOARD e DVD

S T O R Y B O A R D

Cliente:
Prefeitura Municipal de
Santa Terezinha de Itaipu - Paraná

Tipo: VT Duração: 30"
Título: REFS 2013



Q1



Q2



Q3



Q4



Q5



Q6



Q7



Q7



Q1 - Ei, cidadão... seja legal com seu município.

Q2 - Acerte suas contas.
Q3 - REFS 2013 - uma oportunidade definitiva para você ou sua empresa regularizar os débitos.

Q4 - O Programa de Recuperação Fiscal concede Incentivo de até 100% de desconto em multas e juros no pagamento à vista, até 31 de outubro.

Q5 - A Prazo, você pode até parcelar.

Q6 - Refs 2013 - Quite suas dívidas e ajude a prefeitura a continuar investindo no município. (Imagem rua cidade + logo campanha)

Q7 - Não perca esta chance, nem os prazos! Informe-se já na Secretaria Municipal da Fazenda ou entre em contato pelo telefone 3541-1184.

Q8 - PREFEITURA DE SANTA TEREZINHA DE ITAIPU - Secretaria municipal da Fazenda.

Processo Licitatório

Folha nº 151
Pato Bragado - PR

Claudicy Costa Perrenho
Secretário Municipal de
Administração
Mat. Nº 3093/7 DEC. Nº 006/2013



N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

DVD



Processo Licitatório
Folha nº 152
Pato Bragado - PR

Claudy Costa Ferreira
Secretário Municipal de
Administração
Mat. Nº 3093/7 DEC. Nº 006/2012



N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

REPERTÓRIO

Processo Licitatório
Folha nº 53
Pato Bragado - PR

[Handwritten signature] *[Handwritten mark]*



N & N

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

Apresentação de 05 (cinco) peças isoladas produzidas para clientes diferentes, com ficha técnica sucinta do problema que cada peça se propôs a resolver e menção do veículo que a divulgou publicamente:

1. Spot/Jingle – FESPOP 2014 – SANTA TEREZINHA DE ITAIPU

Uma série de spots de rádio com o objetivo de colocar na assinatura uma série de parceiros. Como eram muitas trações e mais de 20 parceiros, a solução foi produzir diversos spots, cada um com assinaturas de parceiros diferentes.

Cliente: PROMAR GESTORA DE EVENTOS LTDA

Título: FESPOP 2014 – DO TAMANHO DA SUA EMOÇÃO

Data de Produção: Abril de 2014

Período de Veiculação: Abril a 11 de maio de 2014 (término do evento)

Veículo que a publicou: Rádio Cidade FM, Rádio Costa Oeste FM, Rádio Difusora FM, Rádio 97,7FM, Rádio Mundial FM.

2. Anuncio Temporada de Verão - PREFEITURA SANTA TEREZINHA DE ITAIPU

Anunciar à população a abertura da temporada de verão do Balneário de Santa Terezinha de Itaipu, que recebe veranistas de toda a região.

Cliente: PREFEITURA DE SANTA TEREZINHA DE ITAIPU

Título: Abertura de Temporada de Verão

Data de Produção: 2013

Período de Veiculação: Novembro e Dezembro de 2013

Veículo que a publicou: Distribuído na praça de Foz do Iguaçu e Santa Terezinha de Itaipu.

3. Revista – UNIGUAÇU/FAESI

Divulgar o Vestibular de Inverno 2013 da Instituição nas principais revista da região, como anúncio, e reforçar a marca da Uniguaçu, seu slogan, divulgar seus cursos e mostrar a abrangência da Instituição em todos os municípios, bem como o seu conceito de inclusão social.

Cliente: DIRETIVA ADMINISTRATIVA UNIGUAÇU/FAESI

Título: Vestibular de Inverno 2013

Data de Produção: 2013

Período de Veiculação: Maio e Junho de 2013

Veículo que a publicou: Revista Guia Medianeira, Revista Jump, Revista TOP.

4. Anuncio de Revista - MP PRODUÇÕES ARTE E PUBLICIDADE S/C LTDA

A N&N – Agência de Publicidade e Propaganda criou a campanha para a empresa MP Produções, agenciadora da Prefeitura Municipal de Palotina no período.

Problema: O município entrou em um processo de revitalização de todo o centro urbano. Para preparar a população para possíveis transtornos e ainda mostrar a importância da revitalização para o município, preparou-se uma série de peças, das quais a apresentada faz parte.

Data: ANO DE 2013

Processo Licitatório

Folha nº 154

Pato Brágado - PR



N & N

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

Título: OBRAS QUE MUDAM SUA VIDA

Período da Veiculação: Junho de 2013

Praça: Município de Palotina - PR

Veículo que divulgou: Revista Mercosul

5.Outdoor – FESTA DA PADROEIRA E PROCO AO FOGO DE CHÃO – PREFEITURA DE SERRANÓPOLIS DO IGUAÇU

Problema: O problema de comunicação era fazer uma divulgação consistente e com poucos recursos financeiros por se tratar de um evento sem muito dinheiro disponível e que tem como objetivo divulgar a festa da Padroeira do município. Por se tratar de um evento diferenciado, para arrecadar fundos para a comunidade, as mídias criadas giraram em torno dessa ideia e da mostra de todos os parceiros. Para isso era necessário pontuar as mídias que mais tivessem resultado regional. Foram escolhidas peças que ajustaram custo e resultado, entre elas o outdoor

Cliente: PROMAR GESTORA DE EVENTOS

Título: PADROEIRA SERRANOPOLIS

Data de Produção: Abril de 2014

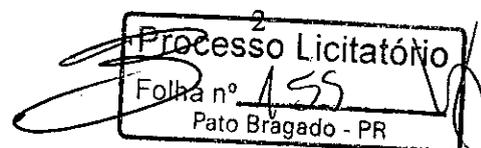
Período de Veiculação: 2ª quadrissemana de abril e 1ª de maio

Veículo que a publicou: Publicar Painéis – Medianeira, Serranópolis, Matelândia.



PAULO ROBERTO NECKEL
SÓCIO-ADMINISTRADOR

Santa Helena, 28 de Maio de 2014.





N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

1. Spot/Jingle – FESPOP 2014 – SANTA TEREZINHA DE ITAIPU



[Handwritten signature]



N & N

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

2. Anuncio Temporada de Verão - PREFEITURA SANTA TEREZINHA DE ITAIPU

Sol, verão e pesca é na
PRAIA DE SANTA TEREZINHA DE ITAIPU
Aqui você vai desfrutar o melhor verão!

www.stitaipu.pr.gov.br

SANTA TEREZINHA DE ITAIPU
Nossa terra, nosso orgulho!

4

Processo Licitatório
Folha nº 157
Pato Bragado - PR



N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

3. Revista – Vestibular UNIGUAÇU/FAESI



O mundo te dá **oportunidades.**
Nós te preparamos para elas!

**VESTIBULAR
AGENDADO**

17e18 JUNHO

INSCRIÇÕES: R\$ 20,00
NA SECRETARIA OU PELO SITE

ADMINISTRAÇÃO CIÊNCIAS CONTÁBEIS
EDUCAÇÃO FÍSICA ENFERMAGEM
GEOGRAFIA MATEMÁTICA
PEDAGOGIA SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

 **FACULDADE DE
ENSINO SUPERIOR
DE SÃO MIGUEL DO IGAUAÇU**

Informações: faesi@faesi.com.br
(45) 3565-3181 www.faesi.com.br



5

Processo Licitatório
Folha nº 158
Paló Bragado - PR



N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

4. ANUNCIO DE REVISTA – MP PRODUÇÕES

Recape asfáltico | Remodelação das avenidas | Pavimentação asfáltica | Unidade de Saúde do bairro Pioneiro



Palotinese e um cidadão privilegiado: possui um dos melhores IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) do Paraná. Para essa conquista foram necessárias várias ações do governo municipal em diversos setores.

A infraestrutura também garante a qualidade de vida no município. Várias obras estão em andamento e outras já foram concluídas que tornam Palotina um lugar agradável para se viver e trabalhar.

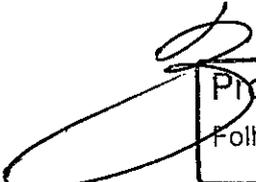
E assim, em cada ponto da cidade há uma obra surgindo, inclusive, uma delas vai mudar por completo o visual do centro de Palotina.



Obras que vão mudar para melhor a qualidade de vida dos palotinenses



PREFEITURA MUNICIPAL
Palotina Secretaria de Viação e Obras

 
Processo Licitatório
Folha nº 159
Pato Bragado - PR



N & N

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

5. OUTDOOR – FESTA DA PADROEIRA E PORCO AO FOGO DE CHÃO

DEVOÇÃO

GASTRONOMIA

CULTURA

DIVERSÃO

1a11 de maio 2014

SERRANÓPOLIS DO IGUAÇU | PARANÁ

Frimesa

TVi

Pirella

IMP

FESTA DO LEITÃO AO FOGO DE CHÃO

Espetáculos Viviais

FESTA DA PADROEIRA Nossa Senhora de Fátima

7

Processo Licitatório
Folha nº 160
Pato Bragado - PR



N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

ENVELOPE Nº 03

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relato de Solução de Problema de Comunicação
Tomada de Preços nº 004/2014.

À Comissão de Licitação

Município de Pato Bragado

Razão social da licitante: N&N AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA

CNPJ/MF da licitante: 13.451.228/0001-40

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE PATO BRAGADO

PROTOCOLO GERAL

Protocolo Nº: 1163

Data: 30/05/2014

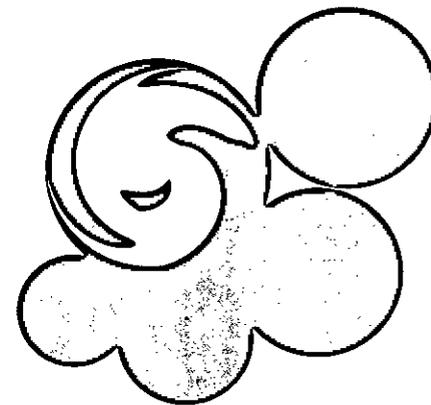
HS: 08:13 Roberto

Processo Licitatório
Folha nº 16
Pato Bragado - PR

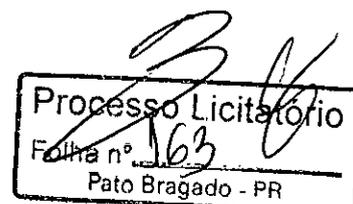
AGÊNCIA
PROMOVE
PROPAGANDA & MARKETING

[Handwritten signature]

Processo Licitatório
Folha n° 169
Pato Bragado - PR



	<p>Prefeitura de Marechal Cândido Rondon-PR Atendemos há 6 anos como agência de criação de materiais que veiculam em todas as secretarias, incluindo festas e eventos que a administração municipal promove ou é parceira. Por meio deste trabalho, o município tem alcançado muitos resultados nas soluções de problemas, tem mobilizado a população, tem projetado ações de governo, bem como</p>
	<p>Prefeitura de Entre Rios do Oeste-PR Há pelo menos 18 meses somos a agência oficial que atende a referida prefeitura. Desenvolvemos o planejamento de mídia e criação dos materiais que veicula em todas as secretarias, festividades e eventos em que a administração municipal promove ou é parceira. O agenciamento tem favorecido o sucesso de eventos, campanhas e ações institucionais, além de provocar na população o reconhecimento do trabalho desempenhado pela administração</p>
	<p>Serviço Autônomo de Água e Esgoto (SAAE) Há 2,5 anos somos a agência de criação da autarquia, realizando todo o planejamento de comunicação, campanhas e ações de marketing. A partir desse trabalho o SAAE consegue manter a população informada sobre suas iniciativas, tem contado com apoio e contrapartida dos cidadãos na economia de água, implantação das ligações à rede de esgoto, etc. Desse modo, o agenciamento tem se mostrado profícuo.</p>
	<p>Faculdade Luterana Rui Barbosa Atendemos há 11 anos. Criamos e planejamos a marca, o site e as imagens institucionais da faculdade. Também promovemos as campanhas, ações e estratégias de marketing. Dessa forma, a instituição de Ensino Superior tem conseguido comprovar sua qualidade à opinião pública, tem conquistado alunos de toda a região, além de obter aprovação do MEC para implantação do segundo curso de graduação. Sinal de que a faculdade está prosperando e tem tudo para crescer cada vez mais.</p>
	<p>Colégio Luterano Rui Barbosa Fazemos parte da trajetória do estabelecimento de ensino, já que o atendemos há mais de 15 anos com campanhas institucionais e ações de marketing. O colégio tem tradição e qualidade no ensino, características que são reconhecidas pela comunidade local e regional, sendo que a agência contribuiu historicamente para o estabelecimento desta condição de prestígio social/institucional. O retorno do agenciamento também ocorre na forma de atração de alunos que primam por uma formação de excelência, garantindo a viabilidade e sucesso do educandário.</p>
	<p>Vinícola Bouffleur Atendemos a empresa há 6 anos. Cuidamos da imagem da vinícola e, principalmente, dos rótulos dos vinhos Bouffleur. Com sensibilidade, percepção e criatividade, a agência conseguiu traduzir nos materiais produzidos a conceituação da vinícola, a tradição de uma empresa familiar e o esmero na produção de vinhos coloniais. A partir disso, houve ampliação da inserção do produto no mercado, crescimento da procura e maior faturamento à empresa.</p>
	<p>Ótica Da Visão Somos agenciadora da empresa há mais de 10 anos, zelando pela imagem institucional da ótica e desenvolvendo campanhas promocionais na mídia. O trabalho tem garantido a evidenciação da empresa no mercado regional, ampla participação em campanhas, boas vendas de produtos e significativa procura pelos serviços óticos prestados.</p>
	<p>Imobiliária Joris Há 11 anos cuidamos da marca Joris, fazendo campanhas institucionais, promocionais e desenvolvendo marcas para empreendimentos da empresa. O agenciamento tem favorecido a projeção da empresa, a difusão da confiabilidade e zelo pela qualidade que a Joris tem, levando à preferência dos clientes pela mesma. Um trabalho diferenciado para empreendimentos da imobiliária impulsionam as vendas e garantem um retorno financeiro mais rápido à empresa.</p>





Fomos convidados a posicionar e formular uma nova imagem para os escritórios de engenharia e arquitetura. A partir desse trabalho, os profissionais liberais passaram a contar com marcas que possuem uma conceituação e que favorecem o reconhecimento dos seus trabalhos em documentos, projetos e placas informativas em obras, levando a uma maior fixação dos nomes e lembrança da disponibilidade de seus serviços.

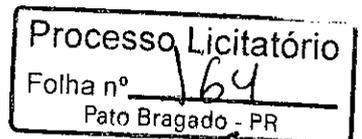


Câmaras de Vereadores de Marechal Cândido Rondon, Pato Bragado e Entre Rios do Oeste Fomos responsáveis pela criação dos sites destes municípios, responsabilidade esta de grande peso, tendo em vista o caráter oficial e a magnitude da relevância às respectivas populações.



Sicredi

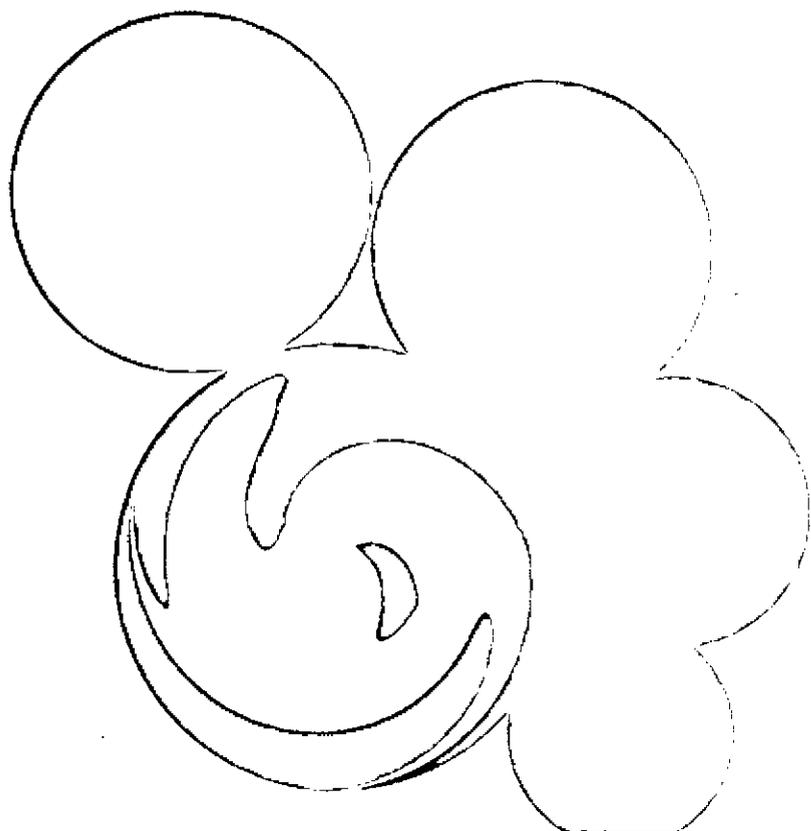
A agência foi responsável pela elaboração do relatório anual de prestação de contas da cooperativa Sicredi Costa Oeste (atualmente Sicredi Aliança PR/SP). O trabalho foi de grande responsabilidade, considerando o detalhamento das informações e a forma de apresentação dos dados, que precisavam ser de fácil consumo e interpretação pelos cooperados. O objetivo foi plenamente alcançado. A qualidade do material gráfico foi tamanha que, mesmo após fornecimento dos relatórios, a contratante solicitou nova remessa para distribuição aos associados.



CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

a) Agência Promove Propaganda e seus clientes

A agência Promove Propaganda é uma empresa, que está há cerca de 17 anos no mercado. Ao longo deste período já desenvolveu diversos trabalhos para empresas e instituições dos mais variados ramos de atuação, em nível local e regional, além de Poderes Públicos municipais. A partir de sua existência gera empregos, renda, ao mesmo tempo em que contribui para a disseminação de conceitos de valorização de marcas, produtos, empresas, promove campanhas educativas propagando a adoção de atitudes positivas, além de impulsionar o desenvolvimento das cidades e o progresso da microrregião onde atua.



Processo Licitatório
Folha nº 165
Pato Bragado - PR

b) Profissionais

A Promove Propaganda conta com uma equipe altamente comprometida e qualificada que será colocada à disposição para execução do contrato com o município de Marechal Cândido Rondon.

Estão entre os profissionais o fundador da agência e proprietário, Gerciney Gomes Ramos, graduado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Faculdade Sul Brasil (Fasul), pós-graduação em Propaganda, Marketing e Vendas pela Inbrape-Univel. Ele possui vasta experiência no ramo de atuação, tendo sido um dos pioneiros a desenvolver campanhas publicitárias no município. Há 17 anos, o publicitário administra a própria empresa, desenvolve os trabalhos de criação e produção de peças publicitárias contratadas, além de coordenar pesquisas e campanhas promovidas na região, acompanhando as tendências e a evolução do mercado. Gerciney também é professor de Artes para o Ensino Fundamental e Médio em instituição de ensino privada rondonense.

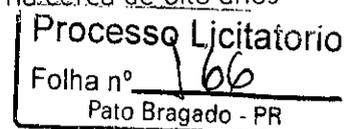
Silmara Denize Pazini é graduada em Pedagogia pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste), pós-graduada em Marketing e Vendas pela Faculdade Luterana Rui Barbosa (Falurb), especialização em Educação Infantil e em Educação Especial pela Faculdade de Ensino Superior de Marechal Cândido Rondon (Isepe). Silmara é fundadora, sócia-administradora da agência e possui sete anos de experiência no ramo publicitário.

O rondonense Carlos Henrique Rohenkohl desenvolve o trabalho de mídia e é responsável também pela gestão de mídias sociais. É graduando em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda na Faculdade Sul Brasil (Fasul), de Toledo, onde cursa o 4º e último ano. Carlos possui curso de inglês completo e, dentre as experiências, já participou da equipe de cobertura dos Jogos Abertos do Paraná (Secretaria Estadual de Esportes), atuando na atualização em tempo real do site do evento.

Por sua vez, o colaborador Jonathan Luiz Giron é designer gráfico com grande experiência na produção de material gráfico para o Exército Brasileiro, bem como outros trabalhos no setor de Relações Públicas (RP). Jonathan está contratado há dois anos pela Promove Propaganda. O funcionário Eduardo Vanzetto é graduando do 3º ano de Publicidade e Propaganda da Faculdade Sul Brasil (Fasul), possui experiência na área de criação e editoração eletrônica desde sua atuação na Revista Região. Anteriormente, foi responsável pelo segmento de marketing do Colégio Cristo Rei. Jonathan e Eduardo formam a equipe de criação e produção da licitante.

A agência conta, também, com a jornalista Carina Walker Ribeiro, que presta serviços como freelancer. Ela é graduada em Letras-Português e Inglês pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste), pós-graduada em Língua Portuguesa, Literatura e Ensino, bem como formada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Faculdade Sul Brasil (Fasul). Possui 12 anos de experiência como repórter, editora e revisora, tendo trabalhado nesse período no Jornal O Presente.

Ainda presta serviços para a agência o freelancer Claudinei dos Santos Sabiar, que desempenha a função de webmaster há cerca de oito anos para a empresa rondonense.



c) Infraestrutura

A agência Promove Propaganda está instalada na área central de Marechal Cândido Rondon, conta com modernas instalações e dispõe de recursos materiais e equipamentos de alta tecnologia, dentre eles microcomputadores de última geração como iMacs e câmeras fotográficas profissionais.

d) Atendimento

A sistemática de atendimento da Promove Propaganda está fundamentada no respeito ao cliente. Essa premissa garante que todos os trabalhos sejam desenvolvidos com pontualidade, dentro dos prazos estipulados, primando pela honra aos contratos efetuados com seus parceiros. Os trabalhos são desenvolvidos integralmente, com comprometimento e dedicação, buscando sempre a inovação e a superação criativa, visando surpreender o cliente e o público-alvo.

Para alcançar esses objetivos, a equipe dispõe de condições de trabalho plenas, ambiente favorável à produção, liberdade de criação, integração entre os profissionais, paixão pelo trabalho desenvolvido, entusiasmo e motivação.

e) Pesquisas

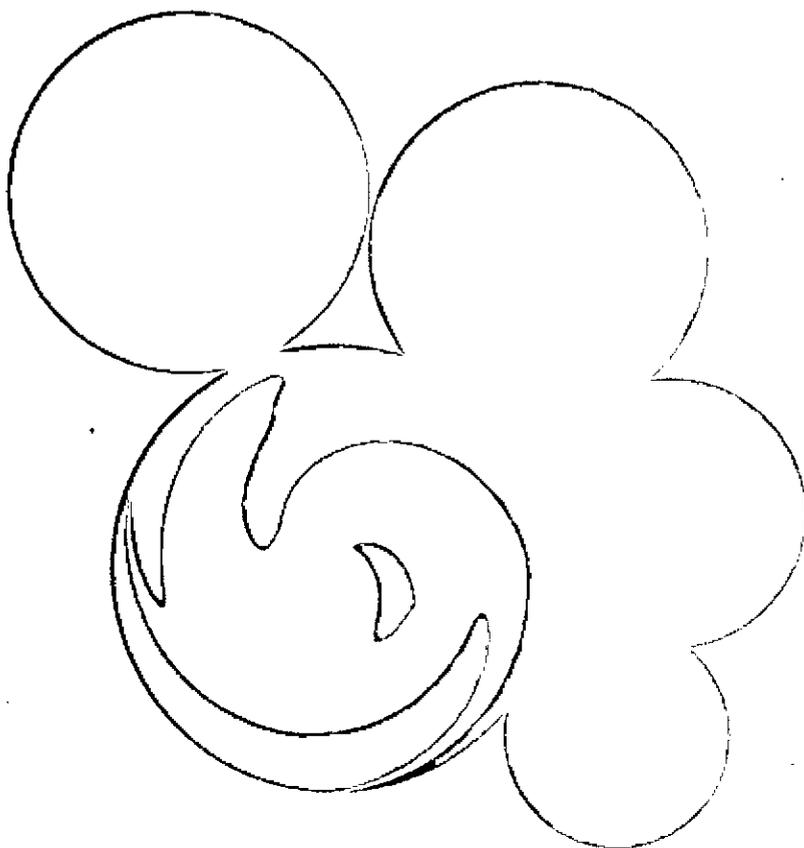
A empresa licitante se responsabiliza pelas informações de marketing e comunicação que serão veiculadas no período do contrato, desenvolvendo, também, o levantamento de dados estatísticos referentes a pesquisas de audiência e auditoria de circulação. Para desempenhar essas incumbências, a agência tem parceria com a empresa rondonense GIO Pesquisas e Consultoria, além de dispor de dados do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope). Paralelamente, a Promove Propaganda conta, ainda, com setor específico para o controle de mídia, programação e distribuição, colocando um profissional à disposição para as referidas funções durante o período de contratação, sem qualquer ônus adicional para a contratante.



Processo Licitatório
Folha nº 167
Pato Bragado - PR

B4

APRESENTAÇÃO
DE REPERÓRIO



Processo Licitatório
Folha nº 168
Pato Bragado - PR

B6

Imagine receber seus convidados para as festas de Natal e fim de ano e sua casa assim!

Com a sua cidade é a mesma coisa.
 Não jogue entulhos e nem acumule lixo nas calçadas.
 Se cada um fizer a sua parte, teremos uma cidade mais limpa e organizada!

Campanha: **O Presente** **PROMOVE**

LIXO, ESTÁ AÍ UM PRESENTE QUE NINGUÉM QUER RECEBER NAS FESTAS DE NATAL E FIM DE ANO.

Com a sua cidade é a mesma coisa.
 Não jogue entulhos e nem acumule lixo nas calçadas.
 Se cada um fizer a sua parte, teremos uma cidade mais limpa e organizada!

Campanha: **O Presente** **PROMOVE**

LIXO, UMA LEMBRANÇA QUE NINGUÉM QUER LEVAR DAS FESTAS DE NATAL E FIM DE ANO.

Com a sua cidade é a mesma coisa.
 Não jogue entulhos e nem acumule lixo nas calçadas.
 Se cada um fizer a sua parte, teremos uma cidade mais limpa e organizada!

Campanha: **O Presente** **PROMOVE**

TÍTULO: Cidade limpa e organizada

AGÊNCIA: Promove Propaganda

PROBLEMA: Despejo de lixo em locais inadequados da cidade e em períodos de menor frequência de recolhimento por motivo de férias do setor competente.

DATA DE PRODUÇÃO: novembro/2013

PERÍODO VEICULAÇÃO: dezembro/2013 e janeiro/2014

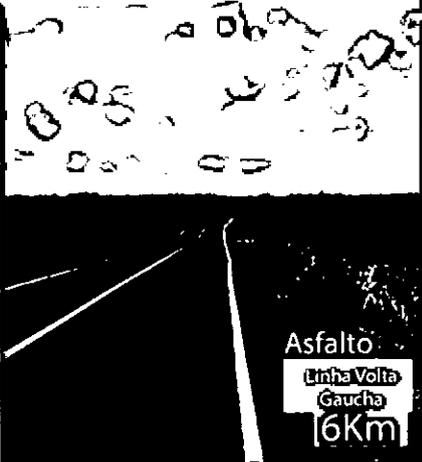
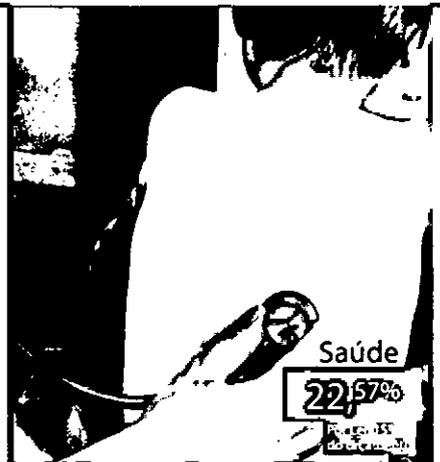
VEÍCULO: Jornal O Presente

CAMPANHA: Empresas parceiras

Processo Licitatório
 Folha nº 169
 Pato Bragado - PR

Handwritten signature and number 16

A PREFEITURA DE ENTRE RIOS DO OESTE ESTÁ FAZENDO SEU DEVER DE CASA.



A prefeitura está investindo em educação, saúde, obras e no bem-estar de todos os enterrrienses. Com dedicação e seriedade, o município comprova que é possível promover o desenvolvimento, gerar empregos, rendas e fazer a inclusão social.

www.enterriosdoeste.pr.gov.br

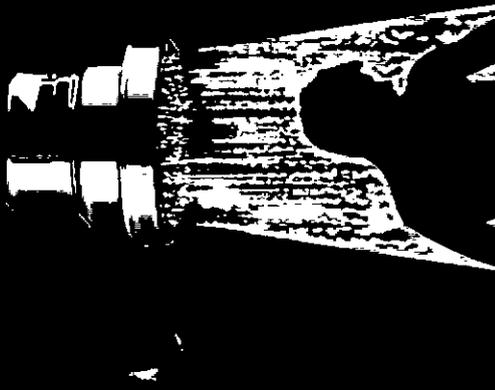


TÍTULO: Fazendo o dever de casa
AGÊNCIA: Promove Propaganda
PROBLEMA: Comprovação, com índices estatísticos, dos investimentos acima dos mínimos exigidos por lei, por parte do Poder Público. Difundir o retorno dos tributos em benefícios à população.
DATA DE PRODUÇÃO: março/2014
PERÍODO VEICULAÇÃO: março/2014
VEÍCULO: Jornal O Presente, aquiagora.net
CAMPANHA: Prefeitura de Entre Rios do Oeste

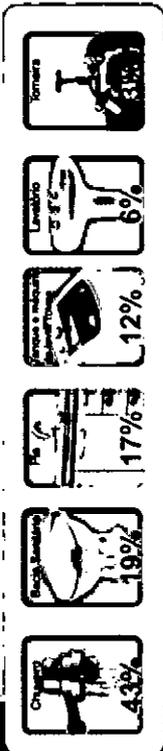
Processo Licitatório
Folha nº 70
Pato Bragado - PR

Sua residência pode ter vários

vilões



Diarriamente uma quantidade enorme de água é desperdiçada.
Combater esse desperdício deve ser prioridade no cotidiano de todos.



**COMBATA O
DESPERDÍCIO**

Entre nessa corrente.
Mude hábitos, economize
na água e no bolso.

- 1 Feche a torneira ao escovar os dentes;
- 2 Manete no banheiro, feche a torneira ao se ensaboar;
- 3 Não deixe água escorrer ao ensaboar a louça;
- 4 Não lave calçadas com mangueira, prefira a vassoura;
- 5 Reutilize água sempre que possível!
- 6 Informe-se, saiba como reduzir mais o consumo de água em sua casa.



Serviço Autônomo de Água e Esgoto
MARECHAL CANDIDO RONDON - PR

Faça sua parte e ajude o SAAE a fazer a dele. Em caso de vazamentos na rua, ou qualquer outra irregularidade, ligue 115.

TÍTULO: Incentivo à economia de água
AGÊNCIA: Promove Propaganda
PROBLEMA: Grande desperdício de água pela clientela.
DATA DE PRODUÇÃO: janeiro/2013
PERÍODO VEICULAÇÃO: fevereiro/2013
VEÍCULO: Jornal O Presente, O Jornal, mcrfoco, aquiagora.net
CAMPANHA: Serviço Autônomo de Água e Esgoto (SAAE)

Processo Licitatório
Folha nº 07
Pato Bragado - PR

X FESTIVAL NACIONAL DA CARNE SUÍNA



Nossa força, nossa gente!

Gastronomia

Exposições

Sarau Cultural

Show Bailes

Diversão

Café Colonial

14 a 16 de junho

Realização



Parceiro



TÍTULO: Festival Nacional da Carne Suína

AGÊNCIA: Promove Propaganda

PROBLEMA: Difusão da gastronomia que valoriza a carne suína, divulgação do evento anual e atração do público para o evento.

DATA DE PRODUÇÃO: maio/2013

PERÍODO VEICULAÇÃO: junho/2013

VEÍCULO: Jornal O Presente, Rádio Comunitária de Entre Rios do Oeste

CAMPANHA: Prefeitura de Entre Rios do Oeste

Processo Licitatório

Folha nº 179

Pato Bragado - PR

A large, stylized handwritten signature in black ink, located at the bottom right of the page.

FrühlingFest
Entre Rios do Oeste - PR

21 e 22
de setembro

PROGRAMAÇÃO:

21/09		22/09	
Abertura	15h	7h30	Primeira Etapa Regional do Cicloturismo
Futebol do Barril	15h30	10h30	Desfile Alegórico
Café Colonial	18h	12h	Almoço Típico Alemão
Deutsch Lustige Spiele (Brincadeiras divertidas Alemãs)	20h	14h	Deutsch Lustige Spiele
Baile do Chopp com a Banda Happy Brass	23h	17h	Matibaille com a Banda Happy Brass

Centro de Eventos de Entre Rios do Oeste

SECRETARIA DE EDUCAÇÃO E CULTURA | PROVOPAR | MUNICÍPIO DE ENTRE RIOS DO OESTE | CÂMARA MUNICIPAL | ACIER | E

TÍTULO: FrühlingFest - Festa da Primavera

AGÊNCIA: Promove Propaganda

PROBLEMA: Revitalização da imagem da Festa da Primavera, divulgação e atração de público para o evento.

DATA DE PRODUÇÃO: agosto/2013

PERÍODO VEICULAÇÃO: setembro/2013

VEÍCULO: Jornal O Presente

CAMPANHA: Prefeitura de Entre Rios do Oeste

Processo Licitatório
Folha nº 173
Pato Bragado - PR

RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS

CASES DE SUCESSO

Case 1: Colégio Cecília Meirelles, de Palotina

A agência licitante desenvolveu um plano de comunicação completo para o Colégio Cecília Meirelles, de Palotina, o qual foi colocado em prática até o ano passado.

Apesar de ser um dos mais tradicionais do município e da região, de ter ensino de qualidade e desenvolver diversas atividades de melhoria constantes, o estabelecimento de ensino carecia de ações de comunicação que o projetasse perante a opinião pública.

A escola particular não dispunha de uma identidade visual; a percepção e o reconhecimento do trabalho profissional do educandário eram pouco satisfatórios; faltava um canal de comunicação virtual; e em alguns períodos havia apenas manutenção ou até mesmo redução do número de alunos matriculados.

Em conjunto com a direção e coordenadores da escola, a agência traçou uma série de estratégias de comunicação para solucionar os problemas apresentados.

O Colégio Cecília Meireles ganhou uma identidade a partir da criação de um logotipo. A nova marca foi desenvolvida com base nos conceitos atribuídos ao estabelecimento de ensino, dentre eles a tradição, o comprometimento ético e moral, a disciplina, a infraestrutura e o ensino de qualidade, a qualificação dos professores, o planejamento e crescimento da instituição, dentre outros. Também foi criado um slogan: "Colégio Cecília Meireles, uma educação completa!" – ideia que engloba todas as qualidades do educandário, além de fazer referência à nova fase da instituição, que além de oferecer ensino desde o berçário até o Ensino Fundamental II, passou também a oferecer Ensino Médio.

Para que a nova identidade do colégio representasse um marco, o início de uma nova etapa de amplo destaque institucional, foi realizado um ato de lançamento, marcado por muito entusiasmo da comunidade escolar. Também foi traçado um plano de comunicação incluindo divulgação em mídia, tanto de propaganda como de materiais jornalísticos.

As peças publicitárias em rádio e jornal tiveram como mote o valor que os pais dão para a formação dos seus filhos, pensando no futuro deles. Os trabalhos também destacaram que os avanços implantados na escola representaram a maior transformação já vista na educação em Palotina. As matérias jornalísticas veiculadas na mídia impressa também evidenciaram o compromisso da escola com a educação, a iminência da oferta de Ensino Médio, o início das obras de ampliação da estrutura física, a qualidade do material (apostilas) usadas no ensino (Editora Abril), oferta de cursinho pré-vestibular e o período de matrículas, estimulando interessados a confiarem a educação de seus filhos à instituição. A oferta de informações precisas sobre datas, horários e a argumentação da diretora, entrevistada na ocasião, auxiliaram o leitor na tomada de decisão.

Identificando a necessidade e apreciando as vantagens, a agência criou uma página do colégio na internet. O site evidencia a fachada do colégio, os 15 anos de tradição do educandário, projetos desenvolvidos pelos estudantes, eventos promovidos e também os professores e alunos homenageados e que tiveram trabalhos premiados em eventos como a Feira de Ciência e Tecnologia (Fecitec), etc.

Outra ação envolveu pais e responsáveis pelos alunos. Eles foram alvo de entrevistas transmitidas ao vivo em rádio, oportunidade em que puderam dar um depoimento sobre a satisfação em ter filhos estudando no Colégio Cecília Meireles. A medida foi de grande alcance e muito convincente, pois nada mais autêntico que um pai para relatar com convicção um benefício conseguido para o próprio filho.

Assim, tanto as peças publicitárias, o material jornalístico, como as ações realizadas foram conjuntamente eficazes para solucionar o problema de comunicação do colégio.

O resultado foi a ampliação da percepção do colégio perante a comunidade local e regional, aumentou o prestígio do público escolar, cresceu a visibilidade dos projetos e ações de professores e alunos, aumentando também a sua autoestima.

A partir da ampla projeção que a escola teve por meio da comunicação desenvolvida foi possível conter a evasão de alunos e aumentar o número de matriculados. O crescimento da demanda viabilizou a criação do cursinho pré-vestibular, expandindo a atuação da escola, garantir suporte ao público que vai enfrentar um concurso, e ainda aumentou as receitas da escola.



Case 2: Loteamento Porto Belo Imobiliária Joris

O boom imobiliário registrado nos últimos dois anos em todo o Brasil também foi uma realidade em Marechal Cândido Rondon, onde houve um crescimento extraordinário da procura por imóveis para compra, impulsionado pela oferta de crédito e pelo déficit habitacional histórico. Diante da demanda, aumentou a criação de loteamentos no município, sendo eles com diferentes características (localização, proximidade de estabelecimentos comerciais), mas também com algumas características semelhantes, até mesmo tendo em vista as exigências do Plano Diretor. Esse documento, contido em lei, determina que os novos loteamentos sejam todos dotados de pavimentação, galerias de água pluvial, passeios, rampas, iluminação pública, etc. Dessa forma, a Imobiliária Joris procurou a agência licitante para desenvolver uma campanha de comunicação que proporcionasse destacar um produto, no caso o Loteamento Porto Belo, perante as demais opções existentes no mercado, visando impulsionar as vendas de lotes.

Uma das estratégias adotadas foi a criação de uma marca específica para o referido loteamento, que carregasse um conceito e permitisse um reconhecimento exclusivo. A iniciativa foi bastante inovadora, considerando que a maioria dos loteamentos não dispõe de uma marca própria, mas sim se trabalha com o logotipo da empresa/imobiliária que o vende. A intenção foi trabalhar o loteamento como um produto em si, que o é. A ideia foi muito bem-sucedida, aliada a um conjunto de ações.

A marca foi disseminada em peças publicitárias veiculadas em jornais, revistas, outdoor e folder. Dentre as ações de não mídia, houve um ato de lançamento do loteamento, o que também consistiu em uma inovação em nível deste tipo de produto.

As peças produzidas pela licitante evidenciaram aspectos vantajosos do loteamento, tais como a infraestrutura completa, em especial a pavimentação com asfalto (não obrigatória, pois poderia ser com pedras irregulares) e as calçadas com paver (material de qualidade, semipermeável e esteticamente bonito), a localização privilegiada, a proximidade com o novo Supermercado da Copagrill (evidenciando comodidade para abastecer-se com alimentos e itens básicos), a possibilidade de financiamento próprio em até 72 vezes. Também foi transmitida uma mensagem condizente com as aspirações do público-alvo, fazendo alusão com o sonho familiar de ter a casa própria em um lugar próprio.

Processo Licitatório
Folha nº 75
Pato Bragado - PR



Desse modo, o receptor se identifica com a mensagem, que carrega uma solução para o desejo de realizar o sonho, aumentando as chances de persuasão.

Executado, o plano de comunicação mostrou-se eficaz na solução do problema da empresa, pois foi conseguido que o loteamento Porto Belo se sobressaísse em relação ao demais concorrentes. A procura por lotes foi impulsionada e a venda dos terrenos ocorreu de forma acelerada em comparação aos loteamentos da própria Imobiliária Joris que não contaram com o trabalho profissional de comunicação. A empresa conseguiu se destacar mais uma vez no mercado local e regional e registrou aumento do faturamento no período de vendas dos lotes.

Processo Licitatório
Folha nº 176
Pato Bragado - PR

Jurado(a):

REGIS A. C. MIRREIRO

Envelope 01 - Plano de Comunicação

	Pontuação Máxima 10	PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ	UMA DAS MELHORES FESTAS DA REGIÃO
Raciocínio Básico	a) a acuidade de compreensão do problema específico de comunicação e dos objetivos de comunicação.	7	6
Total de Pontos/Quesito			

	Pontuação Máxima 20	PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ	UMA DAS MELHORES FESTAS DA REGIÃO
Estratégia de Comunicação	a) A adequação do partido temático e do conceito propostos ao problema específico de comunicação e aos objetivos de comunicação	17	15
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos	17	16
	c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município de Pato Bragado com seu público;	15	16
	d) A adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação e o atendimento dos objetivos de comunicação	17	16
	e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação proposta	17	16
	f) A capacidade de identificar opções de abordagem de comunicação e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;	15	16
	g) A capacidade de articular os conhecimentos sobre o problema específico de comunicação, os objetivos de comunicação, os públicos e a verba disponível	17	17
Total de Pontos/Quesito			

	Pontuação Máxima 25	PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ	UMA DAS MELHORES FESTAS DA REGIÃO
<div data-bbox="81 1209 231 1560" style="border: 1px solid black; padding: 5px; transform: rotate(-90deg); transform-origin: left top;"> Processo Licitatório Folha nº 7 Pato Bragado - PR </div>	a) Sua adequação ao problema específico de comunicação e aos objetivos de comunicação;	20	20
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	20	21
	c) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	20	20

Ideia Criativa	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	20	20
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	20	20
	f) A pertinência em relação às atividades do Município de Pato Bragado;	21	21
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;	21	20
	h) A exequibilidade das peças;	21	20
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos	20	21
Total de Pontos/Quesito			

Pontuação Máxima 10		PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ	UMA DAS MELHORES FESTAS DA REGIÃO
Estratégia de Mídia e Não Mídia	a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários;	7	7
	b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	7	7
	c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	7	7,5
	d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da Prefeitura do Município de Pato Bragado;	7	8
	e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;	7	7,5
	f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa	7	8
Total de Pontos/Quesito			

Processo Licitatório
 Folha nº 129
 Pato Bragado - PR

Total Geral dos Pontos dos Quesito	PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ	UMA DAS MELHORES FESTAS DA REGIÃO

Jurado(a):

Marlene Vanderleia Pereira Knapp

Envelope 01 Plano de Comunicação

Pontuação Máxima 10		PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ	UMA DAS MELHORES FESTAS DA REGIÃO
Raciocínio Básico	a) a acuidade de compreensão do problema específico de comunicação e dos objetivos de comunicação.	8,	6,
Total de Pontos/Quesito			

Pontuação Máxima 20		PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ	UMA DAS MELHORES FESTAS DA REGIÃO
Estratégia de Comunicação	a) A adequação do partido temático e do conceito propostos ao problema específico de comunicação e aos objetivos de comunicação	17	15
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos	16	16
	c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município de Pato Bragado com seu público;	17	16
	d) A adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação e o atendimento dos objetivos de comunicação	18	16
	e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação proposta	17	16
	f) A capacidade de identificar opções de abordagem de comunicação e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;	17	16
	g) A capacidade de articular os conhecimentos sobre o problema específico de comunicação, os objetivos de comunicação, os públicos e a verba disponível	18	17
Total de Pontos/Quesito			

Pontuação Máxima 25		PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ	UMA DAS MELHORES FESTAS DA REGIÃO
Processo Licitatório	a) Sua adequação ao problema específico de comunicação e aos objetivos de comunicação;	22	22
	b) A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	22	21
	c) A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	21	21

Processo Licitatório
 Folha nº 180
 Pato Bragado - PR

Ideia Criativa	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	21	20
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	22	21
	f) A pertinência em relação às atividades do Município de Pato Bragado;	22	20
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;	22	20
	h) A exeqüibilidade das peças;	22	21
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos	22	21
Total de Pontos/Quesito			

Estratégia de Mídia e Não Mídia	Pontuação Máxima 10	PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ	UMA DAS MELHORES FESTAS DA REGIÃO
	a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários;	8	8
	b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	7	7
	c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	8	7
	d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da Prefeitura do Município de Pato Bragado;	7	7
	e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;	8	8
	f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa	8	8
	Total de Pontos/Quesito		
Total Geral dos Pontos dos Quesito			

Jurado(a):

Paulo Rodri, e Coppetti

Envelope 01 - Plano de Comunicação

	Pontuação Máxima 10	PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ	UMA DAS MELHORES FESTAS DA REGIÃO
Raciocínio Básico	a) a acuidade de compreensão do problema específico de comunicação e dos objetivos de comunicação.	8,0	7,5
Total de Pontos/Quesito		8,0	7,5

	Pontuação Máxima 20	PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ	UMA DAS MELHORES FESTAS DA REGIÃO
Estratégia de Comunicação	a) A adequação do partido temático e do conceito propostos ao problema específico de comunicação e aos objetivos de comunicação	17	17
	b) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos	15	16
	c) A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação do Município de Pato Bragado com seu público;	16	16
	d) A adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação e o atendimento dos objetivos de comunicação	17	16
	e) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação proposta	18	17
	f) A capacidade de identificar opções de abordagem de comunicação e acuidade na escolha da melhor entre as possíveis e/ou cogitadas;	16	17
	g) A capacidade de articular os conhecimentos sobre o problema específico de comunicação, os objetivos de comunicação, os públicos e a verba disponível	18	18
Total de Pontos/Quesito			

	Pontuação Máxima 25	PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ	UMA DAS MELHORES FESTAS DA REGIÃO
a)	Sua adequação ao problema específico de comunicação e aos objetivos de comunicação;	20	20
b)	A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;	20	20
c)	A cobertura dos segmentos de público ensejada por essas interpretações;	20	22

Processo Licitação
 Folha nº *18*
 Pato Bragado - PR

Ideia Criativa	d) A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;	22	20
	e) A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;	21	20
	f) A pertinência em relação às atividades do Município de Pato Bragado;	22	22
	g) Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças apresentados;	22	22
	h) A exeqüibilidade das peças;	22	22
	i) A compatibilidade da linguagem das peças aos meios propostos	22	22
Total de Pontos/Quesito			

Pontuação Máxima 10		PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ	UMA DAS MELHORES FESTAS DA REGIÃO
Estratégia de Mídia e Não Mídia	a) O conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos prioritários;	4,0	4,0
	b) A capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos;	6,0	8,0
	c) A consistência do plano simulado de distribuição das peças em relação às duas alíneas anteriores;	8,0	6,0
	d) A pertinência, a oportunidade e a economicidade demonstradas no uso dos recursos próprios de comunicação da Prefeitura do Município de Pato Bragado;	6,0	8,0
	e) A economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição de peças;	4,0	8,0
	f) A otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa	8,0	4,0
Total de Pontos/Quesito			
Total Geral dos Pontos dos Quesito		PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ	UMA DAS MELHORES FESTAS DA REGIÃO

Processo Licitatório
 Edição nº 1122
 Pato Bragado - PR

Jurado(a):

REGIS A. GUERREIRO

Envelope 03

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	Pontuação Máxima 15	RAMOS E PAZINI LTDA	N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE
	a) O tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;	12	9
	b) A adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária do Município de Pato Bragado, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;	13	10
	c) A adequação das instalações, da infra-estrutura e dos recursos materiais que colocará à disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;	13	10
	d) A operacionalidade do relacionamento entre o Município de Pato Bragado e a licitante, esquematizado na Proposta;	10	10
	e) A segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;	13	12
	f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Município de Pato Bragado, sem ônus adicional, durante a execução do contrato	13	12
Total de Pontos/Quesito			

Processo Licitatório
Folha nº 184
Pato Bragado - PR

REPERTÓRIO	Pontuação Máxima 10	RAMOS E PAZINI LTDA	N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE
	a) A idéia criativa e sua pertinência;	8	6
	b) A clareza da exposição;	8	8
	c) A qualidade da execução e do acabamento	8	7
Total de Pontos/Quesito			

RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO	Pontuação Máxima 10	RAMOS E PAZINI LTDA+A20:D25	N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE
	a) A concatenação lógica da exposição;	8	6
	b) A evidência de planejamento publicitário;	8	7
	c) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;	9	7
	d) A relevância dos resultados apresentados.	9	8
Total de Pontos/Quesito			

Total Geral dos Pontos dos Quesito	RAMOS E PAZINI LTDA	N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE

Processo Licitatório
 Folha nº 185
 Pato Bragado - PR

Jurado(a):

Marlene Petry Knapp

Envelope 03

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	Pontuação Máxima 15	RAMOS E PAZINI LTDA	N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE
	a) O tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;	12	10
	b) A adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária do Município de Pato Bragado, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;	13	12
	c) A adequação das instalações, da infra-estrutura e dos recursos materiais que colocará à disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;	13	10
	d) A operacionalidade do relacionamento entre o Município de Pato Bragado e a licitante, esquematizado na Proposta;	10	10
	e) A segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;	13	12
	f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Município de Pato Bragado, sem ônus adicional, durante a execução do contrato	14	11
	Total de Pontos/Quesito		

Processo Licitatório
Folha nº 26
Pato Bragado - PR

REPERTÓRIO	Pontuação Máxima 10	RAMOS E PAZINI LTDA	N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE
	a) A idéia criativa e sua pertinência;	8	6
	b) A clareza da exposição;	8	7
	c) A qualidade da execução e do acabamento	8	6
Total de Pontos/Quesito			

RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO	Pontuação Máxima 10	RAMOS E PAZINI LTDA+A20:D25	N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE
	a) A concatenação lógica da exposição;	8	7
	b) A evidência de planejamento publicitário;	8	6
	c) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;	8	7
	d) A relevância dos resultados apresentados.	8	7
Total de Pontos/Quesito			

Total Geral dos Pontos dos Quesito	RAMOS E PAZINI LTDA	N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE

Processo Licitatório
Folha nº 187
Pato Bragado - PR

Marlene Letoury Anapp

Jurado(a):

Paulo Rodrigo Capelli

Envelope 03

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	Pontuação Máxima 15	RAMOS E PAZINI LTDA	N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE
	a) O tempo de experiência profissional em atividades publicitárias;	13	11
	b) A adequação das qualificações à estratégia de comunicação publicitária do Município de Pato Bragado, considerada, nesse caso, também a quantificação dos quadros;	13	11
	c) A adequação das instalações, da infra-estrutura e dos recursos materiais que colocará à disposição da execução do contrato, em caráter prioritário;	13	11
	d) A operacionalidade do relacionamento entre o Município de Pato Bragado e a licitante, esquematizado na Proposta;	9,0	9,0
	e) A segurança técnica e operacional ensejada pelos procedimentos especificados na Proposta;	12	10
	f) A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Município de Pato Bragado, sem ônus adicional, durante a execução do contrato	14	10
Total de Pontos/Quesito			

Processo Licitatório
Folha nº 18
Pato Bragado - PR

REPERTÓRIO	Pontuação Máxima 10	RAMOS E PAZINI LTDA	N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE
	a) A idéia criativa e sua pertinência;	8,0	7,0
	b) A clareza da exposição;	9,0	8,0
	c) A qualidade da execução e do acabamento	9,0	7,0
Total de Pontos/Quesito			

RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO	Pontuação Máxima 10	RAMOS E PAZINI LTDA+A20:D25	N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE
	a) A concatenação lógica da exposição;	8,0	6,0
	b) A evidência de planejamento publicitário;	8,0	7,0
	c) A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;	8,0	7,0
	d) A relevância dos resultados apresentados.	7,0	7,0
Total de Pontos/Quesito			

Total Geral dos Pontos dos Quesito	RAMOS E PAZINI LTDA	N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE



ATA N.º 093/2014

Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

Ata da sessão de recebimento dos envelopes, em atendimento ao Edital de Licitação – Tomada de Preços n.º 004/2014, que tem como objeto, contratação de empresa de agenciamento para administrar e gerenciar os serviços de publicidade, bem como elaborar textos, fazer gravações, fotografias e filmagem, utilizando-se de profissionais capacitados, devendo ainda gerenciar e executar o planejamento da mídia que deverá ter caráter informativo, educativo, cultural, das obras realizadas, dos atos administrativos e programas desenvolvidos pela administração municipal, direcionando as divulgações junto aos órgãos de imprensa com abrangência e audiência no Município de Pato Bragado-PR.

Aos trinta dias do mês de maio de dois mil e catorze, às nove horas e dez minutos, nas dependências da sala de reuniões, na Prefeitura do Município de Pato Bragado, Estado do Paraná, sito à Avenida Willy Barth, número dois mil, oitocentos e oitenta e cinco, reuniram-se os membros da Comissão Permanente de Licitação, os servidores Diel Daiane Bortolato, Luiz Alberto Rosinski, Ilóide Lenhardt Canabarro, para sob a presidência do primeiro, receberem abrirem, julgarem e deliberarem sobre a habilitação e propostas de preços advindas da Licitação – Tomada de Preços n.º 004/2014, a qual tem como objeto a contratação de empresa de agenciamento, nos termos ao processo de Licitação em epígrafe. O Edital foi amplamente divulgado no Diário Oficial do Município, site eletrônico do Município e Site do Tribunal de Contas do Estado do Paraná. Cinco (05) empresas requereram o edital completo junto a Secretaria Municipal de Administração, tratando-se das seguintes: 1-Ramos e Pazini - LTDA 2- Agência de Publicidade Casa da Comunicação 3- **Agência projeta de Publicidade e Propaganda Ltda** 4- N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA 5- Imobiliária do Serginho Ltda - ME. Destas apenas duas (02) empresas protocolaram os envelopes dentro do tempo hábil previsto no preâmbulo do edital tratando-se da empresa N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA e a empresa Ramos e Pazini – LTDA. As licitantes estavam devidamente representadas nesta sessão pelos seguintes; Ramos e Pazini - LTDA , representado neste pelo senhor Gercinei Gomes Ramos e Licitante N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA representada pelo senhor Juliano Roberto Biesdorf. Em seguida, iniciamos com a abertura dos envelopes n.º 01 e 03 conforme item **14.4 do edital em pauta** *“Em ato contínuo, a Comissão procederá a abertura dos ENVELOPES que contêm a via do Plano de Comunicação não identificada (ENVELOPE Nº 01) e a proposta técnica referente à capacidade de atendimento, repertório e relato (ENVELOPE Nº 03), encaminhando-os, na sequência, à subcomissão técnica sorteada para análise e julgamento.”* Após abertos os respectivos envelopes os mesmos foram observados pelas Licitantes interessada, na oportunidade em que os documentos contidos nos envelopes 03 foram rubricados. A Licitante Ramos e Pazini – LTDA solicitou que fosse constado em ata que a subcomissão técnica sorteada, teve contato com as licitantes, contudo, este se deu antes da abertura de quaisquer envelopes, já que ausentaram-se do local antes desta. Os demais envelopes foram vistados e ou rubricados pelas Licitantes Ramos e Pazini – LTDA bem como pela Licitante N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA. Após isto, a Comissão Permanente de Licitação informou aos interessados que o resultado bem como a convocação para próxima sessão será oportunamente divulgado no Diário Oficial do Município. Sem mais a constar na presente ata, encerramos a presente reunião às nove horas e cinquenta e três minutos. Nada mais havendo a tratar, a Senhora presidente

Processo Licitatório
Folha nº 190
Pato Bragado - PR



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

deu por encerrada, de cujos trabalhos foi lavrada a presente ata que lida e achada conforme, vai assinada por mim e pelos demais membros da Comissão de Licitações presente.

Processo Licitatório
Folha nº 101
Pato Bragado - PR



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

PUBLICADO NO DIÁRIO OFICIAL
de Presente Nº 2869
de 30/07/14 FL. 01
[Assinatura]
Visto

EDITAL DE CLASSIFICAÇÃO

PUBLICADO NO DIÁRIO OFICIAL
Clotemir Nº 470
de 30/06/14 FL. 01
[Assinatura]
Visto

LICITAÇÃO TOMADA DE PREÇOS N.º 004/2014

O Município de Pato Bragado, através da Presidenta da Comissão permanente de Licitação, designada pela Portaria nº 015/2014, tendo em vista o que consta do processo licitatório na modalidade Tomada de Preços nº 004/2014, visando a "Contratação de empresa de agenciamento para administrar e gerenciar os serviços de publicidade, bem como elaborar textos, fazer gravações, fotografias e filmagem, utilizando-se de profissionais capacitados, devendo ainda gerenciar e executar o planejamento da mídia que deverá ter caráter informativo, educativo, cultural, das obras realizadas, dos atos administrativos e programas desenvolvidos pela administração municipal, direcionando as divulgações junto aos órgãos de imprensa com abrangência e audiência no Município de Pato Bragado-PR", leva ao conhecimento das licitantes interessadas, a pontuação obtida relativos às propostas técnicas constantes nos envelopes 01 e 03 (Via não identificada e Via Identificada), conforme abaixo relacionado:

CLASSIFICADOS – PROPOSTA TECNICA:

LICITANTE N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA, com a pontuação de 77,0, sendo:

- Envelope n.º 01 (Via não identificada) = 52,8 pontos
- Envelope n.º 03 (Via identificada) = 24,2 pontos

LICITANTE RAMOS E PAZINI LTDA, com a pontuação de 79,6, sendo:

- Envelope n.º 01 (Via não identificada) = 50,9 pontos
- Envelope n.º 03 (Via identificada) = 28,7 pontos.

Vistas do processo poderão ser obtidas perante a própria Presidente ou Comissão Permanente de Licitação, em dias de expediente normal, no horário compreendido das 08h00min às 11h30min e das 13h00min às 17h00min, dentro do prazo previsto na Legislação vigente.

Pato Bragado - PR, 30 de junho de 2014.

[Assinatura]
Disel Daiane Bortolato

Presidenta da Comissão Comissão Permanente de Licitação

Processo Licitatório
Folha nº 192
Pato Bragado - PR



DIÁRIO OFICIAL ELETRÔNICO

MUNICÍPIO DE PATO BRAGADO - PR

TERÇA-FEIRA 8 DE JULHO DE 2014

ANO: III

EDIÇÃO Nº: 0476 - 1 Pág(s)

www.patobragado.pr.gov.br

SUMÁRIO

ATOS DO PODER EXECUTIVO	
PORTARIA N.º 262, DE 07 DE JULHO DE 2014	Pg. 01
PORTARIA N.º 266, DE 07 DE JULHO DE 2014	Pg. 01
DECRETO N.º 076, DE 04 DE JULHO DE 2014	Pg. 01
HOMOLOGAÇÃO: PREGÃO PRESENCIAL N.º 102/2014	Pg. 01
CONVOCAÇÃO PARA ABERTURA DO ENVELOPE N.º 04	Pg. 01

ATOS DO PODER EXECUTIVO

PORTARIA N.º 262, DE 07 DE JULHO DE 2014

O Prefeito do Município de Pato Bragado, Estado do Paraná, no uso de suas atribuições legais, e com base no disposto no artigo 74, inciso II, alínea "a", da Lei Orgânica do Município,

RESOLVE

Art. 1.º Nomear o senhor Djoní Alexander Rohden, ocupante do Cargo de Provimento Efetivo de Agente de Administração, Nível PE-08, para exercer as funções do Cargo de Agente Político de Secretário Municipal, Lotado na Secretaria Municipal de Administração, a contar do dia 08 de julho de 2014.

Art. 2.º Durante o Período em que estiver nomeado para o Cargo descrito no artigo anterior, ficará afastada sem remuneração das funções relativas ao seu cargo efetivo.

Art. 3.º Revogam-se as disposições em contrário.

Registre-se e Publique-se.

Gabinete do Prefeito do Município de Pato Bragado, Estado do Paraná, em 07 de julho de 2014.

ARNILDO RIEGER
Prefeito do Município

PORTARIA N.º 266, DE 07 DE JULHO DE 2014

O Prefeito do Município de Pato Bragado, Estado do Paraná, no uso das atribuições legais que lhe são conferidas, e de conformidade com a Lei Municipal n.º 551/2001, e nos termos da Solicitação de diárias n.ºs 089/2014 em anexo,

RESOLVE

Art. 1.º Autorizar a concessão de 02 (duas) diárias ao servidor Ivo Teodoro Griebler, ocupante do cargo de provimento Efetivo de Colaborador Profissional II, visando deslocamento até a Cidade de Curitiba, Estado do Paraná, no período compreendido entre os dias 10 e 11 de julho de 2014, para participar do Treinamento sobre: Controle Interno, ministrado pela empresa UNIPÓBLICA.

Art. 2.º Revogam-se as disposições em contrário.

Registre-se e Publique-se.

Gabinete do Prefeito do Município de Pato Bragado, Estado do Paraná, em 07 de julho de 2014.

ARNILDO RIEGER
Prefeito do Município

DECRETO N.º 076, DE 04 DE JULHO DE 2014

Autoriza o Poder Executivo a abrir Crédito Adicional Suplementar.

O Prefeito do Município de Pato Bragado, Estado do Paraná, no uso de suas atribuições legais, com base no disposto no artigo 11 da Lei Municipal nº 1385 de 11 de dezembro de 2013, resolve e DECRETA

Art. 1.º. Abrir Junto ao Orçamento Geral vigente neste Município, Crédito Adicional Suplementar, no valor total de R\$ 12.304,83 (doze mil trezentos e quatro reais e oitenta e três centavos) Incorporando os valores ao Orçamento Geral vigente, visando suprir despesas decorrentes da manutenção das Secretarias Municipais, de acordo com a seguinte classificação:

02.000 – EXECUTIVO MUNICIPAL

02.005 – Secretaria de Administração

12.361.1150.2.024 – Programa de Transporte Escolar

3.3.90.33.00 – 1757 – Passagens e Despesas com Locomoção – Fonte 104 - R\$ 7.000,00

3.3.90.33.00 – 1762 – Passagens e Despesas com Locomoção – Fonte 107 - R\$ 5.304,83

Art. 2.º - Servirá de recursos para cobertura de Crédito Adicional Suplementar de que trata o artigo anterior, de conformidade com o Artigo 43º § 1º Inciso III da Lei 4.320/64, anulação parcial / total de valores previstos nas seguintes Dotações Orçamentárias:

02.000 – EXECUTIVO MUNICIPAL

02.005 – Secretaria de Administração

12.361.1150.2.024 – Programa de Transporte Escolar

3.3.90.30.00 – 1714 – Material de Consumo – Fonte 107 – R\$ 5.304,83

3.3.90.39.00 – 1784 – Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica – Fonte 104 – R\$ 7.000,00

Art. 3.º Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação.

Gabinete do Prefeito do Município de Pato Bragado, Estado do Paraná, em 04 de julho de 2014.

ARNILDO RIEGER
Prefeito do Município

HOMOLOGAÇÃO: PREGÃO PRESENCIAL N.º 102/2014

OBJETO: Aquisição e instalação de material elétrico para demanda de poço artesiano - Linha São Francisco.

Em atenção às atribuições conferidas ao Prefeito Municipal, este ratifica o parecer do Pregoeiro e autoriza a Secretaria de Administração a providenciar o trâmite legal para efetivar a contratação da empresa MFB Materiais de Construção e Elétrico Ltda, como a de menor preço para a entrega do objeto da licitação em pauta, ao valor global de R\$ 3.250,00 (três mil, duzentos e cinquenta reais), nos termos do Parecer Jurídico assinado e outros documentos pertinentes ao Processo Licitatório.

Pato Bragado - PR, em 08 de julho de 2014.

ARNILDO RIEGER
Prefeito do Município

CONVOCAÇÃO PARA ABERTURA DO ENVELOPE N.º 04

LICITAÇÃO: TOMADA DE PREÇO N.º 004/2014

OBJETO: Contratação de empresa de agenciamento para administrar e gerenciar os serviços de publicidade

A Comissão Permanente de Licitações do Município de Pato Bragado - PR, CONVOCA as empresas participantes no certame acima descrito, para participarem da abertura dos envelopes n.º 04 -

PROPOSTA DE PREÇOS, a ser realizada às 10h00min do dia 10 de julho de 2014, na sala de reuniões do Paço Municipal, sito à Avenida Willy Barth, 2885, Município de Pato Bragado - PR.

Pato Bragado - PR, 08 de julho de 2014.

Disel Oaiane Bortolato
Presidenta da Comissão
Comissão Permanente de Licitação

Processo Licitatório
Folha nº 193
Pato Bragado - PR





Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

CONVOCAÇÃO

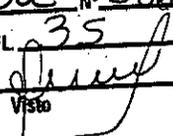
TOMADA DE PREÇO N.º 004/2014

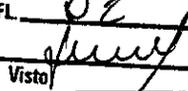
A Comissão Permanente de Licitação **CONVOCA** as empresas participantes do certame acima descrito, **para a abertura dos envelopes n.º 02 – CONTENDO PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO – Via identificada, a ser realizado às 14h00min (catorze horas) do dia 30 de junho de 2014**, na sala de reuniões do Paço Municipal.

Pato Bragado - PR, 24 de junho de 2014.

Publique-se.


Daiane Bortolato
Presidente da Comissão
Comissão Permanente de Licitação

PUBLICADO NO DIÁRIO OFICIAL
de 27/06/14 FL. 35
N.º 3867
Visto 

PUBLICADO NO DIÁRIO OFICIAL
de 26/06/14 FL. 02
N.º 468
Visto 

Processo Licitatório
Folha n.º 194
Pato Bragado - PR



N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

PLANO DE COMUNICAÇÃO



N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

Plano de Comunicação Publicitária – via identificada

Raciocínio básico –

A cidade se origina da necessidade de contato, comunicação, organização e troca entre homens e mulheres. Da polis decorreu a política e, com os pioneiros gregos, nasceu o estreito vínculo entre participação ativa e vida na cidade.

O mundo hoje é urbano, portanto, grande parte de seus habitantes vive em cidades — palcos de lutas em jogos incessantes de variados interesses. Ser cidadão, e morador da cidade, significa ter consciência de direitos, reivindicá-los, e cumprir, com responsabilidade, seus deveres.

A vida em cidades continua a ser um desafio no século que se inicia, pois no jogo urbano cotidiano, conflitantes interesses se apresentam. Qualquer que seja a sua escala, a cidade é uma organização viva, dinâmica, com suas diversificadas partes em permanente interação.

O município tem a oportunidade de cumprir da melhor maneira, e ativamente, seu papel de sujeito, responsável que é pela formulação, implementação e avaliação da política urbana, permitindo que, de fato, todos os moradores de Pato Bragado participem do processo e sejam os beneficiários de suas justas ações. Qualidade de vida é um conceito da vida contemporânea, que já se incorporou à sociedade Pato Bragadense.

A Festa do Município de Pato Bragado é um evento muito esperado pelos munícipes, tanto pelo lazer, cultura, quanto pela oportunidade de expor a produção comercial e agropecuária, principal fonte de economia local, com ênfase à gastronomia do Cupim Assado, marca principal do evento. Estas modalidades de festa são sempre o ponto alto do ano para qualquer município. É o período em que deve estar em alta o orgulho de ser cidadão e de fazer parte de uma comunidade. O sentimento de pertencimento é muito importante para que os membros de uma comunidade se sintam amados e prestigiados pelos seus pares.

Comemorar com todos os cidadãos e ainda expor as potencialidades do município gerando oportunidades de distribuição de renda e aumento de lucros para o comércio local, é uma forma de fazer com que todos os setores participem das comemorações. Shows de pequeno e médio porte, condizentes com a verba a ser destinada ao evento, mas de grande apelo popular, deverão ser elencados para serem o chamariz do calendário dos festejos.

Assim, o Poder Público Municipal passa a ser responsável também pela qualidade de vida de sua população, fomentando o orgulho de pertencer a um lugar, ser parte dele e possuir a sua identidade.

Para a realização das atividades, deve-se buscar aliar o poder público municipal, a iniciativa privada e o terceiro setor, considerando a importância histórica da data, a duração do calendário planejado, o número de ações propostas, considerar a necessidade de profissionais especializados no planejamento, organização de eventos artísticos, culturais e comerciais, na captação dos recursos necessários, e, sobretudo, ao considerar o objetivo de proporcionar aos munícipes Pato Bragadenses um grandioso ciclo de eventos comemorativos, se justificar a contratação de shows e atrações diferenciadas.



N & N

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

Estratégia de comunicação publicitária –

o problema específico de comunicação do município de Pato Bragado gira em torno de desenvolver um plano de comunicação para divulgação das comemorações em alusão ao Aniversário do Município de Pato Bragado, sendo o Baile do Município e Festa Nacional do Cupim Assado, de 20 a 22 de março de 2015, tendo como destaque dos festejos:

- Aniversário de emancipação político-administrativa
- Festa Nacional do Cupim Assado
- Baile do município com a escolha da Miss
- Exposição da Indústria e Comércio
- Encontro de Carros e Motos Antigos
- Gastronomia
- Praça de Alimentação
- Shows
- Parque de Diversões

Ambos os eventos (Baile e Festa) podem ser atrelados ao mesmo calendário do aniversário, uma vez que o cupim assado passou a ser o prato típico do município, sendo que é grande sua aceitação junto à comunidade local e regional o que fará com que os festejos sejam ainda mais grandiosos e prestigiados pela população.

A estratégia é a criação de uma campanha única que “venda” os festejos como um todo, sem necessidade de criar um material para cada evento. Isso fará com que o público em geral perceba o evento como algo grandioso de grande impacto popular.

Semana de aniversário, começando com:

- 21 de Março – Baile da Miss Pato Bragado
- 20 a 22 de Março – Festa Nacional do Cupim Assado de Pato Bragado

A ideia é criar um material dando enfoque no Cupim Assado de forma saborosa e convidativa para ser o comunicador desta festa. Uma comunicação simpática e hospitaleira que vai convidar a todos para os festejos.

Cada atração receberá um ícone específico: comércio, gastronomia, shows, para que sejam utilizados das mais diversas formas de programação visual.

Um selo do aniversário também poderá ser utilizado, não apenas nos materiais do evento, mas em todas as correspondências internas e/ou oficiais do município no período.

A explicitação e defesa dos principais pontos de estratégia de comunicação publicitária sugerida é o direcionamento ao público certo, com a mídia mais adequada:

- O que dizer – o foco deve ser sempre os benefícios que o evento vai trazer para cada cidadão, valorizando o espírito de ser Pato Bragadense.
- A quem dizer – a todos os munícipes, desde as crianças até a terceira idade, bem como moradores da região circunvizinha, que deverão prestigiar os eventos.
- Como dizer – linguagem simples e direta, utilizando um slogan de impacto e imagens das atrações.
- Quando dizer – acredita-se que um trabalho que mantenha a lembrança da festa o ano todo e que comece a divulgação mais intensa e dirigida 40 dias antes do evento, seja o suficiente para atingir os objetivos de comunicação.
- Que meios utilizar – além de toda a mídia espontânea de cunho jornalístico, utilizar, rádios, TV, revistas, jornais, outdoors, sites, blogs e redes sociais que tenham influência e audiência no município de Pato Bragado.



N & N

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

As peças de MÍDIA – VT de TV para comercial de televisão de 30 segundos, Spot de rádio de 30 segundos, *Outdoor* formato tradicional 3mx9m, anúncio de jornal – ½ página, – tem o intuito de comunicar-se com o público em geral, tanto internamente ao município quanto regionalmente.

As peças de NÃO MÍDIA – objetivo de complementação da estratégia, com ações pontuadas e dirigidas a públicos específicos.

Adesivo de vidro 20cmx20cm, banner eletrônico no site da prefeitura, camiseta para as equipes de divulgação e diretamente envolvida com o público, cartaz - (42cmX26cm), *flyer* da campanha – 15cmx21cm e anúncio para mídias sociais (*facebook* da festa) – vão comunicar-se com o público em geral, e mais especificamente o público jovem, podendo ser realizado um trabalho específico nas escolas e repartições públicas o ano todo.



N & N

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

Ideia criativa –

Criação de uma campanha dando enfoque nos festejos de emancipação político-administrativa e na Festa Nacional do Cupim.

Slogan: "PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ!"

a) Relação de todas as peças integrantes da campanha, que corporifiquem objetivamente a proposta de solução do problema de comunicação. Campanha publicitária com exemplos de 10 (dez) peças que corporifiquem a ideia criativa:

Peças de mídia:

1. VT de TV de 30 segundos
2. *Spot* de rádio de 30 segundos
3. *Outdoor* – formato tradicional 3mx9m
4. Anúncio de Jornal – ½ página

Peças de não-mídia:

5. Adesivo de vidro de carro 20cmx20cm
6. *Banner* eletrônico para site da prefeitura e redes sociais como *facebook* exclusivo de evento
7. Camiseta para as equipes de divulgação e organização
8. Aventais para os assadores
9. Cartaz - A3 (42cmX26cm)
10. *Flyer* da programação – 15cmx21cm

b) Justificativas:

Peças de mídia:

1. Mídia em TV – para atingir o público local e regional, fortalecendo a campanha no município e entorno;
2. Mídia em rádio - intuito de atingir a população do interior e distritos mais distantes do centro do município.
3. Mídia *outdoor* - nos pontos de maior circulação de pessoas no município, com o intuito de atingir a população em geral, reforçando a mensagem, já que o *outdoor* é considerado uma mídia complementar.
4. Mídia em Jornal – para atingir as camadas mais esclarecidas e formadores de opinião.

Peças de não-mídia:

5. Adesivo de vidro de carro 20cmx20cm, para distribuição aos motoristas proprietários de veículos, principalmente os que transitam dentro do município. Uma forma de manter a mensagem viva o ano todo.
6. Anúncio para *site* da prefeitura e mídias sociais – atinge um público massivo, de resultado instantâneo, com a vantagem de poder ser modificado e postado novamente, todos os dias, trazendo sempre uma novidade ao público das redes sociais.
7. Camiseta para as equipes de trabalho direto com o público nos órgãos públicos;
8. Avental para as equipes de assadores;
9. Cartaz impresso - formato tradicional A3 (42cmX26cm), para colagem em locais alternativos, como órgãos públicos, bares, restaurantes, de toda a região.



N & N

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

10. *Flyer* impresso – 15cmx21cm, frentexverso, para distribuição em pontos comerciais, prédios públicos, bancos, escolas, unidades de saúde, etc.

c) A relação acima exposta corresponde a todas as peças indicadas para resolver o problema de comunicação explicitado na estratégia de comunicação publicitária.



N & N

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

Estratégia de mídia e não mídia –

a) O uso adequado de técnicas e ferramentas de mídia para a veiculação de campanhas publicitárias – para divulgação de ações, trabalhos e novidades da administração municipal – pode gerar uma grande economia nos investimentos destinados à área. A campanha deve considerar aspectos como análises dos objetivos e estratégias de mídia, planejamento e período de veiculação, seleção de plataformas e veículos, controles de verba por tempo, meio e veículo, além de outros. Tudo isso é importante para saber qual a mídia mais adequada para cada tipo de ação. Diversas observações devem ser feitas, como: análise de hábitos de mídia; CPM em *target*; filtragem das circulações de jornais e revistas; acompanhamento da audiência de rádio e TV; cuidado extremo nas negociações; simulação de análises de cobertura com frequência; *checking* das campanhas; análise dos objetivos e estratégia de mídia; períodos de veiculação; metas de cobertura e frequência; critério de seleção dos meios e veículos de comunicação; pesquisas de mídia; seleção com base no custo de GRP/COM; auditoria das negociações; controle dos investimentos por meio; controle dos investimentos por veículo; e taxa de retorno na propaganda.

O conhecimento e a análise do público prioritário da campanha: a campanha estará direcionada a públicos distintos, mas com a mesma linguagem. O que efetivamente atingirá públicos diferentes são as mídias escolhidas. O público a ser trabalhado é o cidadão como um todo, com estratégias específicas de mídia e não-mídia, principalmente as camadas menos esclarecidas da população, tanto do campo como da cidade. Por este motivo as peças escolhidas possuem uma linguagem unificada, de fácil entendimento e de cunho informativo, ressaltando os festejos.

b) Simulação de plano de distribuição das peças da campanha publicitária:

Considerando os recursos orçamentários anuais, em que a soma das despesas com o contrato resultantes desta campanha está estimada em no máximo R\$ 30.000,00 (Trinta mil reais) anuais, para um período de 12 (doze) meses, calculou-se que haverá necessidade deste investimento se as campanhas forem realizadas dentro do calendário proposto. Dessa forma, desenvolveu-se a simulação da Campanha institucional, dirigido a toda a população do município de Pato Bragado, Estado do Paraná, no valor de R\$ 30.000,00 (Trinta mil reais) anuais, distribuídos conforme simulação do Plano de Comunicação a seguir.

Peças de mídia:

Terão investimento nos meses de FEVEREIRO e MARÇO, uma vez que são os meses que antecedem o evento e quando a mídia deve ser intensificada.

1. Mídia na TV regional aberta de maior audiência, por um período de 20 dias, com VT de 30 segundos

- RPC - TV OESTE

2. Mídia nas 03 rádios locais mais ouvidas, com Spot de 30 segundos (produção e veiculação – variação de inserções diárias por veículo:

- Rádio DIFUSORA FM (segunda a sexta-feira – rotativo)
- Rádio ATLANTIDA FM (segunda a sexta-feira – rotativo)



N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

- Rádio Comunitária de Pato Bragado FM (segunda a sexta-feira – rotativo)
- 3. Anúncio de Jornal a ser veiculado nos jornais de circulação municipal e regional, semanalmente (01 anúncio de ½ página por veículo, sendo 01 por semana) durante 02 meses:
 - Jornal O PRESENTE
 - O JORNAL
- 4. Estampas de outdoor fotográfico, em 10 pontos de grande circulação do município, mas principalmente da região circunvizinha, perto de escolas, rodovias e prédios públicos.
 - Portal Oeste Estruturas

Peças de não-mídia:

Terão apenas o investimento de produção uma única vez, sendo que os custos poderão ser rateados nos 12 meses da campanha, conforme descrito nas tabelas. Deverão ficar em estoque e sendo distribuídas conforme o andamento anual da campanha.

- 5. Adesivo de vidro de carro
 - 1.000 unidades
- 6. Anuncio para redes sociais e site da prefeitura
- 7. Camiseta para as equipes de trabalho, divulgação e CCO do evento
 - 100 unidades em sistema de sublimação
- 8. Aventais para as equipes de assadores nos dias do evento
 - 100 unidades em sistema de sublimação
- 9. Cartaz impresso
 - 300 unidades
- 10. Flyer impresso
 - 10.000 unidades



N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

**1. TABELA DE SIMULAÇÃO DE PLANOS DE DISTRIBUIÇÃO DAS PEÇAS DA CAMPANHA
FEVEREIRO E MARÇO**

MÍDIA	VEICULO	MATERIAL	FREQUÊNCIA	VALOR FEVEREIRO	VALOR MARÇO	%
JORNAL	O PRESENTE	Anúncio ½ de pg color	Mensal x 1 (R\$ 1.275,00)		R\$ 1.275,00	4,25%
	O JORNAL	Anúncio ½ de pg color	Semanal x 4 (R\$ 473,00)		R\$ 1.892,00	6,30%
TV	TV OESTE/RPC	VT de 30s	03/dia- 10 dias (conforme distribuição de mídia)		R\$ 7.324,00	24,41%
RÁDIO	DIFUSORA FM	Spot de 30 seg. (rotativo) 20 dias úteis	2 x ao dia 2x20,40x20	R\$ 816,00	R\$ 816,00	5,44%
	EDUCADORA FM	Spot de 30 seg. (rotativo) 20 dias úteis	2 x ao dia 2x33,00x20	R\$ 1.320,00	R\$ 1.320,00	8,8%
	COMUNITÁRIA	Spot de 30 seg. (rotativo) 20 dias úteis	10 x ao dia 10x8,50x20	R\$ 1.700,00	R\$ 1.700,00	11,33%
OUTDOOR	Empresa de locação e impressão de outdoor	Estampa 3mx9m Locação de 10 espaços para outdoor	Segunda Quinzena de fevereiro e primeira de março	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	13,34%
TOTAL			22.163,00	R\$ 5.836,00	R\$16.327,00	73,87%

TABELA 2. SIMULAÇÃO DE VALORES DE PRODUÇÃO E/OU EXECUÇÃO TÉCNICA, PEÇA DE MÍDIA

MÍDIA	MATERIAL	TAMANHO	VALOR ABSOL	VALOR %
OUTDOOR	10 estampas	3mX9m	R\$ 2.950,00	9,84%
TOTAL			R\$ 2.950,00	9,84%



N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

TABELA 3. SIMULAÇÃO DE VALORES DE PRODUÇÃO E/OU EXECUÇÃO TÉCNICA PEÇA DE NÃO MÍDIA – ANUAL

NÃO MÍDIA	FORNECEDOR	MATERIAL	TAMANHO	VALOR	VALOR %
10.000 panfletos	Gráfica	Papel Coche 115g 4X4 CORES	15cmx21cm	R\$ 1.370,00	4,56%
300 cartazes	Gráfica	Papel Coche 170g 4X0CORES	A3	R\$ 215,00	0,71%
100 camisetas	Malharia	Sublimação em tecido	P/M/G/GG/EG	R\$ 1.600,00	5,33%
100 aventais	Malharia	Sublimação em tecido	padrão	R\$ 1.250,00	4,18%
1.000 adesivos	Empresa de impressão digital	Plástico	20cmX20cm	R\$ 452,00	1,51%
Anuncio redes sociais e site prefeitura	Agência	Arquivo JPG	Medidas variadas	R\$ 0,0	0,0%
TOTAL				R\$ 4.887,00	16,29%

Como o período de maior incidência da mídia é os meses de fevereiro e março de 2015, a estratégia é que as peças de mídia Rádio, Jornal, TV e Outdoor, sejam utilizadas apenas nesse mês em que a campanha deverá ser intensificada, uma vez que a Comissão Organizadora do evento estará trabalhando o ano todo com as peças de não-mídia com toda a população. O uso das peças será simulado na sequência:

TABELA 4. ESTRATEGIA DE DISTRIBUIÇÃO DAS MÍDIAS RELACIONADAS NOS 12 MESES DO ANO

MESES	JAN	FEV.	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
Não-mídia	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Mídia		x	x									



N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

TABELA 5. VALORES PROPORCIONAIS MENSAIS

MESES	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	VALOR ANUAL	VALOR %
Produção		2.950,00											2.950,00	9,84%
Não-mídia	407,25	407,25	407,25	407,25	407,25	407,25	407,25	407,25	407,25	407,25	407,25	407,25	4.887,00	16,29%
Mídia		5.836,00	16.327,00										22.163,00	73,87%
TOTAL	407,25	9.193,25	16.734,25	407,25	30.000,00	100%								

OBS.: Trata-se de uma simulação com base em valores reais de mercado/tabela cheia. Todos os custos com impostos, transporte, entrega, estão inclusos. Foram desconsiderados os custos internos e os honorários sobre todos os serviços de fornecedores.

SANTA HELENA, 28 de MAIO de 2014.

N&N- Agência de Publicidade e Propaganda Ltda
PAULO ROBERTO NECKEL
SÓCIO-ADMINISTRADOR

Processo Licitatório
Folha nº 205
Pato Bragado - PR

ANEXO
PEÇAS DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

STORY BOARD



De 20 a 22 de março esperamos por você e sua família...



Tem festa e diversão, gastronomia e exposição... Venha para Pato Bragado, traga todo mundo para curtir a Festa Nacional do Cupim Assado...



Com alegria vamos te receber em nossa casa. Você e sua família, aqui são prioridade...
Tem festa e diversão, gastronomia e exposição para todas as idades



Venha desfrutar de bons momentos e também de nossa hospitalidade. Teremos o maior prazer de uma grande festa promover para você e toda nossa cidade... De 20 a 22 de março esperamos por você e sua família...
Realização: Prefeitura Municipal e Comissão Organizadora

MODELO STORY BOARD

Processo Licitatório
Folha nº 907
Pato Bragado - PR



JINGLE

De 20 a 22 de março esperamos por você e sua família...

Tem festa e diversão, gastronomia e exposição..

Venha para Pato Bragado, traga todo mundo para curtir

a Festa Nacional do Cupim Assado...

Com alegria vamos te receber em nossa casa

Você e sua família, aqui são prioridade...

Tem festa e diversão, gastronomia e

exposição para todas as idades

Venha desfrutar de bons momentos e também de nossa hospitalidade

Teremos o maior prazer de uma grande festa promover

para você e toda nossa cidade...

De 20 a 22 de março esperamos por você e sua família...

Realização: Prefeitura Municipal e Comissão Organizadora

MODELO JINGLE/SPOT RÁDIO

Processo Litigatório
Folha nº 000
Pato Bragado - PR

C O N V I T E

20 a 22
MARÇO | 2015
PARQUE DE EXPOSIÇÕES

**FESTA NACIONAL DO
CUPIM ASSADO**

PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ!

O Governo municipal de Pato Bragado tem a hora de convidar você e sua família para participar das comemorações e atrações da **FESTA NACIONAL DO CUPIM ASSADO**, realizada de 20 a 22 de março de 2015, no parque de exposições do município. Os encantos da nossa cultura te esperam!

REALIZAÇÃO:
INDÚSTRIA,
COMÉRCIO E TURISMO
3282-1355

REALIZAÇÃO:
PREFEITURA MUNICIPAL DE PATO BRAGADO & CCO
COMISSÃO ORGANIZADORA


facebook.com/patobragado

Processo Licitatório
 Folha nº 209
 Pato Bragado - PR

MODELO ANÚNCIO JORNAL



INFORMAÇÕES:
SECRETARIA INDÚSTRIA,
COMÉRCIO E TURISMO
3282-1355

FESTA NACIONAL DO CUPIM ASSADO

PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ!

REALIZAÇÃO:
PREFEITURA MUNICIPAL DE PATO BRAGADO & CCO
COMISSÃO ORGANIZADORA



Folha n.º 2/20
Pato Bragado - PR
so Licitatório

MODELO OUTDOOR

20 a 22

MARÇO | 2015

PARQUE DE EXPOSIÇÕES

FESTA NACIONAL DO CUPIIM ASSADO

PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ!



[facebook.com/patobragado](https://www.facebook.com/patobragado)

REALIZAÇÃO:



PREFEITURA MUNICIPAL DE

PATO BRAGADO &

CCO

COMISSÃO ORGANIZADORA

INFORMAÇÕES:

SECRETARIA INDÚSTRIA
COMÉRCIO E TURISMO

3282-1355

MODELO CARTAZ

Processo Licitatório
Folha nº 2/11
Pato Bragado, PR



Processo Licitatório
 Folha nº 2/9
 Pato Bragado - PR

MODELO FLYER



MODELO ADESIVO (20CMx20CM)

Processo Licitatório
Folha nº 213
Pato Bragado - PR



MODELO CAMISETA

Processo licitatório
Folha nº 219
Pato Bragado - PR



MODELO AVENTAL

Processo Licitatório
Folha nº 015
Pato Bragado - PR

7c

1

20 a 22 MARÇO 2015 Pato Bragado - PR

FESTA NACIONAL DO CUPIM ASSADO

PATO BRAGADO ESPERA POR VOCÊ!

SECRETARIA MUNICIPAL DE INDÚSTRIA, COMÉRCIO E TURISMO 3282-1355

facebook.com/patobragado

Prefeitura de Pato Bragado - PR

526 curtidas · 6 falando sobre isso

Organização Governamental

Bem-vinda à página oficial da Prefeitura de Pato Bragado - PR no Facebook!

www.patobragado.pr.gov.br

(+55) 3282-1355

Sobre - Supervise uma edição

Prefeitura de Pato Bragado - PR alterou sua foto de capa.

11 de abril

Convide seus amigos para curtir em esta página

Ver todos

Digite o nome de um amigo

Quando Alameda

TEMPORALIDADE

Adidas R\$140 OFF

DELL Vostro 5470 com Intel® Core™ i3, Windows 8.1, 4GB e HD de 500GB por 10x de R\$ 189,90

TEMPO LIMITADO! Ar das Cosméc SÓ R\$159,90 em 12x na

Processo Licitatório
 Folha nº 2
 Pato Bragado - PR

MODELO MÍDIA SOCIAL

ANEXO
ORÇAMENTOS DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

O Presente[®]

Marechal Cândido Rondon/PR, 13 de maio de 2014.

Referente: Licitação

Conforme solicitado apresento orçamento para Licitação Pública:

Espaços:

- 1 página: R\$ 2.040,00 (dois mil e quarenta reais)
- ½ página: R\$ 1.275,00 (um mil, duzentos e setenta e cinco reais)
- ¼ de página: R\$ 637,50 (seiscentos e trinta e sete reais e cinquenta centavos).

Obs.: Proposta válida para 60 dias.

Sendo o que tínhamos para o momento, reiteramos os votos de elevada estima e distinta consideração.

Atenciosamente,

João Frederico Livi
CRA/PR 21.250
Gerente Comercial
(45)9972-7865 - (45)3254-1842
MSN: joaolivi@hotmail.com
E-Mail: livi@opresente.com.br



Av. Irio Jacob Welp, 5000
CEP 85.960-000 – Marechal Cândido Rondon – PR
Fone/Fax: (045) 3284 2942 e 3284 2985
e-mail: ojornal@rondonet.com.br
ojornal.comercial@rondonet.com.br
CNPJ 03.077.207/0001-52

UMA EDITORA DE JORNAIS LTDA

Marechal Cândido Rondon, 16 de Maio de 2014.

ORÇAMENTO DE ESPAÇO PUBLICITÁRIO.

Conforme vossa solicitação, estamos informando os valores de inserções comerciais, conforme tamanhos especificados abaixo:

¼ de página em cores.....	R\$ 238,00.....	valor coluna R\$ 6,75
½ página em cores.....	R\$ 473,00.....	valor coluna R\$ 6,75
01 página em cores.....	R\$ 945,00.....	valor coluna R\$ 6,75

Qualquer dúvida estamos a disposição.

Atenciosamente.

Hugo Balke
45 3284-2942
Diretor



Cliente: PREFEITURA DE PATO BRAGADO
 Fone: _____ IE
 CNPJ: _____
 Endereço: _____
 Bairro: _____
 Cidade: _____ UF
 CEP: _____

Agência: _____
 Fone: _____ IE
 CNPJ: _____
 Endereço: _____
 Bairro: _____
 Cidade: _____ UF
 CEP: _____

Praça: _____ CAV
 Mês: MAR Ano: 2015
 Executivo: _____

Título: CUPIM 2015

EMISSORA: RPC TV FÓZ DO IGUAÇU		Mês de Campanha:	MAR 2015		Target:	Total de Domínios		*Universal:	296.195		Faturamento:	BRUTO	Cond. Pagam:	15 DFM																																																		
DATA	PROGRAMAS	DIA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	ET	%	ET	%	Valores Negociados																										
																																					Unidade	Total																										
08/03	DOMINGÃO DO FAUSTO	30"																																																														
09/03	CADERNÃO DO HUKL	30"																																																														
09/03	PARANA TV LA ERCAO	30"																																																														
09/03	BEI M ESTAR	30"																																																														
09/03	MAIS VOCE	30"																																																														
09/03	BOM DIA BRASIL	30"																																																														
09/03	NOVELA 1	30"																																																														
TOTAL																																																																

Nota: (BOPE) A.B.F. * Universo projetado para o êxito da cobertura da emissora.
 Data e Hora de Processamento do Mapa: 28/05/2014 14:29
 Proposta Válida por 10 dias

Anotações: _____

Cliente: PREFEITURA DE PATO BRAGADO Agência: 0
 Declaro estar ciente que toda e qualquer autorização, deverá estar sempre de acordo com os itens contantes do Manual de Práticas Comerciais da Rede Globo, bem como da sua Tabela de Preços.

*Alcance Eficaz: percentual do target atingido um número de vezes considerado eficiente, neste caso 3 vezes.

Valor Bruto	7.524,00
Reaplicação	0,00%
Financeiro	-39,95%
Agência	0,00%
Valor Bruto Negociado	10.250,00
Valor Líquido	7.524,00
Resumo do Plano	
Alcance	68,33%
Frequência	4,94 vezes
GRP	337,87 pontos
Alcance Eficaz*	38,51%
Freq. Eficaz	7,7 vezes
GRP Eficaz	96,35 pontos

A veiculação especificada no anexo respeita as disposições legais aplicáveis à espécie e pelas reguladoras competentes para:

01. A CONTRATANTE declara ter conferido as especificações e demais dados lançados no anexo, com os quais se manifesta de pleno acordo.
 02. Para cobrança da proposta estipulada, a CONTRATADA, a seu juízo poderá enviar duplicata e emiti-la às estabelecimentos bancários para o valor anexo, bem como exercer em todo ou por parte as prerrogativas asseguradas pela lei das empresas.
 03. Qualquer irregularidade ou inadequação que for constatada pela CONTRATADA no material fornecido para veiculação, ou descumprimento com o presente contrato, será imediatamente comunicada, pelo CONTRATADA, à CONTRATANTE ou à AGENCIADORA, para as providências cabíveis, não cabendo à CONTRATADA qualquer responsabilidade, caso haja atrasou suspensão da veiculação em virtude dessa falta, não sendo o pagamento devido pela CONTRATANTE ou AGENCIADORA.
 04. Os materiais encomendados à CONTRATADA deverão estar em perfeita conformidade com a legislação vigente, com as normas que regem a liberdade pública, com a moral e com os bons costumes, respondendo a CONTRATANTE e a AGENCIA, solidariamente, por todos os danos e prejuízos eventualmente causados à CONTRATADA e/ou a terceiros.

05. Qualquer alteração na programação somente poderá ser feita com a autorização prévia da CONTRATANTE ou da AGENCIADORA.
 06. As partes estão cientes das Normas de Propaganda e regulação que regem a relação entre AGENCIADORA, CONTRATANTE e CONTRATADA.
 07. No caso de ser a CONTRATANTE órgão ou empresa pública, a mesma declara ter em tela observados todos os preceitos da Lei 8.686 relativamente às veiculações objeto desta contratação, estando a empresa devidamente coberta por decisão administrativa própria.
 08. A CONTRATANTE declara que está devidamente habilitada e/ou possui autorização legal para a realização e divulgação do material fornecido para a veiculação, mediante a CONTRATADA de qualquer responsabilidade a respeito.
 09. O presente contrato é irrevogável. Salvo casos excepcionais, não poderá a CONTRATADA efetuar qualquer alteração nos dias e horários de veiculação da publicidade sem o consentimento prévio e por escrito da CONTRATANTE, ficando resguardado o custo e o efeito a compensação respectivos. Salvo alteração e/ou excepcional nos dias e horários de veiculação da publicidade, qualquer outra alteração somente terá validade se feita mediante ajuste contratual.

Processo Licitatório
 Folha nº 09
 Pato Bragado - PR



RÁDIO DIFUSORA DO PARANÁ LTDA - CNPJ: 81.562.126/0001-51
RUA SANTA CATARINA, 970 - CX. 1029 - CEP. 85960-000
MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PR
PABX: 45 3284-8080 - e-mail: pedrinho@radiodifusora.net

Marechal Cândido Rondon Pr, 23 de maio de 2014.

TABELA DE PREÇOS

JANEIRO 2014 a DEZEMBRO 2014.

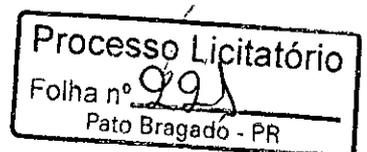
RÁDIO DIFUSORA FM

ROTATIVO = CUSTO POR INSERÇÃO DE 30".....R\$ 20,40

ROTATIVO = CUSTO POR INSERÇÃO DE 60".....R\$ 40,81

DETERMINADO= AO VIVO CUSTO POR INSERÇÃOR\$ 31,66.

**RÁDIO DIFUSORA DO PARANÁ LTDA.
ALCIDES WALDOW. SÓCIO PROPRIETÁRIO**



Marechal Cândido Rondon, 20 de Maio de 2014.

Através da presente informamos a tabela de valores praticados pela Rádios **Educadora** AM, conforme solicitado.

- Spot comercial de 30 segundos: R\$ 33,00 por inserção (modalidade rotativa).
- Spot comercial de 60 segundos: R\$ 55,00 por inserção (Rotativa).
- Avisos ao vivo: R\$ 30,00.

Estes preços são praticados no horário das 05:00 às 19:00 horas, de segunda à domingo.

A tabela tem validade para o ano de 2014.

Atenciosamente

Paulo Nogueira

-----Mensagem original-----

De: RADIO EDUCADORA MARECHAL LTDA
Data: 20/05/2014 10:27:14

ASSOCIAÇÃO COMUNITÁRIA CULTURAL BRAGADENSE –ACCB

CNPJ/MF: Nº 03.287.189/0001-33

RÁDIO PATO FM 87,9MHz

ORÇAMENTO

A rádio pato fm vem através deste apresentar orçamento para divulgação de eventos de grande público, sendo:

Vinhetas(spot) para 30 dias e ao vivo, esta divulgação será para 30 dias em todos os programas da emissora.

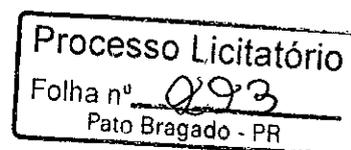
Valor da proposta R\$ 1.700,00

Proposta válida para 60 dias.

Pato Bragado, 28 de maio de 2014.

Sergio Luis Spies
Diretor

Pato Bragado – Pr
Avenida Willy Barth, 3004 CEP 85.948.000 FONE 45) 3282-1055



S.M.I./PR, 15 de maio de 2014.

Referente: ORÇAMENTO OUTDOOR

Conforme solicitado apresento orçamento:

• 10 PONTOS DE OUTDOOR NA ÁREA PERIFÉRICA DE PATO BRAGADO, NOS MUNICÍPIOS VIZINHOS POR 02 QUADRISEMANAS;	R\$ 4.000,00
• 10 ESTAMPAS 100% FOTOGRÁFICAS PRODUZIDAS EM PAPEL.	R\$ 2.950,00
• PREÇO COLOCADO.	

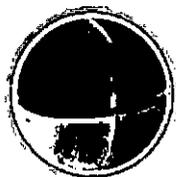
Obs.: Proposta válida para 30 dias.

Atenciosamente,



YCHAÓ AUGUSTO NANZÉN
Diretor

PORTAL OESTE ESTRUTURAS
E ORGANIZAÇÕES LTDA
Av. Iguaçu, s/n - Sala 02
Barro Branco - CEP 85877-000
São Miguel do Iguaçu - PR
CNPJ: 10.681.333/0001-87



GRÁFICA UNIVERSO
QUALIDADE EM IMPRESSOS

Fone/fax [45] 3565-1061

msn:grafica.universo@hotmail.com
e-mail: graficauniverso@innet.com.br

Orçamento

10.000 Panfleto 15x21cm, papel cõuche 115gr,
4x4: impressao frente. R\$ 1.370,00

300 Cartaz A3, papel couche 170gr, 4x0. R\$ 215,00

Att:

Rosiane Rocha

Rua Floresta, 591 - Centro
CEP 85877-000
São Miguel do Iguaçu - PR.

Processo Licitatório
Folha nº 925
Pato Bragado - PR

DAVI MALHAS

ORÇAMENTO DE CAMISETAS

* 100 camisetas em sistema de sublimação	R\$ 1.600,00
* 100 aventais em sistema de sublimação para as equipes de assadores	R\$ 1.250,00

Qualquer dúvida entre em contato.

obrigado

S.M.I./PR, 22 de maio de 2014.

Referente: ORÇAMENTO ADESIVOS DE VIDRO

Conforme solicitado apresento orçamento:

• 1.000 ADESIVOS DE VIDRO DE CARRO FOTOGRAFICOS, DE 20CMX20CM , com faca especial.	R\$ 452,00
--	-------------------

Obs.: Proposta válida para 60 dias.

enciosamente,



YCHAOD AUGUSTO MANZEIL

Diretor

PORTAL OESTE ESTRUTURAS
E ORGANIZAÇÕES LTDA
Av. Iguaçu, 221 - sala 02
Barro Branco - CEP 85877-000
São Miguel do Iguaçu - PR
CNPJ: 10.681.333/0001-87

Processo Licitatório
Folha nº 287
Pato Bragado - PR



N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

ENVELOPE Nº 02

Proposta Técnica: Plano de Comunicação – Via Identificada

Tomada de Preços nº 004 /2014.

À Comissão de Licitação

Município de Pato Bragado

Razão Social da Licitante: N&N AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA

CNPJ/MF da Licitante: 13.451.228/0001-40

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE PATO BRAGADO

PROTOCOLO GERAL

Protocolo Nº: 1163

Data: 30/05/2014

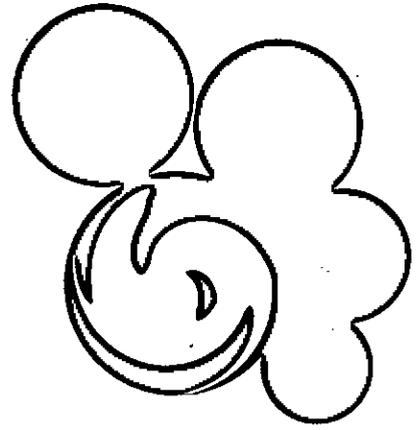
HS: 08:13 R\$

Processo Licitatório

Folha nº 928

Pato Bragado - PR

AGÊNCIA
PROMOVE
PROPAGANDA & MARKETING



Processo Licitatório
Folha nº 889
Pato Bragado - PR

Handwritten signature or initials.

PROPOSTA TÉCNICA:

PLANO DE COMUNICAÇÃO

Introdução:

Pato Bragado é um pedaço do Primeiro Mundo inserido em um país em desenvolvimento. As características sociais, econômicas e culturais do município se destacam em níveis regional e estadual, além da qualidade de vida da população estar acima da média brasileira.

As condições privilegiadas, aliadas a uma gestão municipal competente, têm feito com que Pato Bragado esteja constantemente em evidência, especialmente por suas realizações, conquistas de recursos, investimentos em infraestrutura urbana e rural, índices positivos, desempenho na arrecadação, retorno de ICMS, e desenvolvimento de campanhas, promoções e eventos.

O município se projeta em nível estadual e nacional a partir do sucesso na realização de suas festividades, como é o caso, principalmente, da Festa Nacional do Cupim Assado, evento que marca as comemorações do aniversário de emancipação de Pato Bragado.

Muitos motivos do êxito podem ser listados, dentre eles a capacidade de organização, coordenação e mobilização de suas lideranças, trabalho em equipe, união de interesses, canalização de esforços, participação de entidades, visão de oportunidade, postura empreendedora, estímulo aos negócios, cultivo de valores culturais e gastronômicos, bem como reconhecimento da relevância de oferecer opções de lazer e diversão para a população.

Além de dominar a sistemática organizacional da festa, os bragadenses possuem vantagens natas de seu povo para atrair visitantes, como é o caso da hospitalidade.

Diz-se que a hospitalidade do brasileiro é proverbial. Mas em Pato Bragado ela é muito mais sobressalente e tem sido um diferencial em relação aos demais eventos regionais.

O município possui uma população estimada em 5.170 pessoas (IBGE 2013), sendo que a Festa Nacional do Cupim Assado consegue reunir, anualmente, público estimado em 4 vezes mais do que o número total de habitantes (atraindo 20.000 pessoas), fato que comprova o sucesso absoluto da promoção.

Durante a festiva, prestigiam a programação crianças, adolescentes, adultos, idosos advindos de cidades circunvizinhas, mas também de municípios localizados em outras regiões do Paraná, assim como convidados de outros Estados, e ainda do Paraguai e Argentina.

Para determinados grupos, associações e empresas de cidades da região Oeste, a participação na Festa Nacional do Cupim Assado é uma tradição anual, sendo sua presença sempre garantida a cada nova edição. Isso mostra que Pato Bragado conseguiu fidelizar público para a festa, o que ratifica seu caráter cativante.

A edição de 2014 vai ficar para a história do município, tendo em vista o recorde de equipes participantes do concurso de assadores. Foram 269 grupos, sendo 142 na categoria local e 127 equipes na categoria de visitantes.

Os números financeiros também comprovam o sucesso da festa e se constituem em importante entrada para as entidades parceiras. Em março de 2014, a Festa do Cupim registrou lucro de R\$ 138.843,11, valor distribuído entre 28 associações e entidades. Dessa forma, cada uma recebeu R\$ 4.628 mil. Na edição do ano anterior, o lucro do evento havia sido de R\$ 114.566,01, sinal de que houve crescimento de aproximadamente 21% no resultado financeiro de 2013 para 2014 (em valores absolutos uma diferença de R\$ 24.277,01).

Para empresas de diferentes setores econômicos de Pato Bragado e região, a Festa do Cupim também é uma vitrine de divulgação de produtos e serviços, oportunidade de realizar vendas e alinhar negócios futuros, através da Exposição da Indústria e Comércio, organizada pela Associação Comercial e Empresarial (Acibra). Em 2014, o

evento contou com participação de 21 empresas, sendo que o número de empresas interessadas em expor era maior, porém a estrutura onde ocorre a exposição não comportava mais expositores. Observando esse potencial de crescimento da exposição, a municipalidade elaborou projeto, que aguarda recebimento de recursos do governo federal, por intermédio do deputado Dilceu Sperafico, visando executar obra de ampliação do espaço físico do barracão de expositores. Essa perspectiva oferecerá oportunidade a mais empresas expositoras, garantindo visibilidade e resultados financeiros para mais comerciantes e industriais de Pato Bragado e região.

Turismo de eventos

Um boi consta do brasão do município bragadense, como símbolo da pecuária, importante elemento da economia local, especialmente na produção de leite, mas também como fomentador do turismo de evento, a partir da realização da Festa Nacional do Cupim Assado, que tem um corte bovino (cupim) como destaque na gastronomia típica local.

Conforme o professor da IFFarroupilha (RS), mestre em Turismo e Hotelaria, Fabrício Silva Barbosa, o turismo de eventos é considerado uma das atividades turísticas que mais cresce no mundo. Segundo ele, para alcançar os objetivos, a implementação de um plano de marketing adequado torna-se indispensável, independentemente do porte do evento.

Segundo o autor, para planejar a comunicação de um evento é preciso compreender quem são os consumidores (do produto turístico), onde vivem, e quais as suas necessidades de entretenimento. No caso da festa de Pato Bragado, o público é composto, em sua maioria, por famílias que querem um ambiente agradável para celebrar uma data especial do município, para se socializar, interagir, degustar o prato típico local e ter momentos de lazer e diversão. Também integram o público jovens e casais da região, que participam dos bailes e show do evento, oportunidade de dançar e se divertir.

1) Raciocínio Básico

1.1. Problema da comunicação

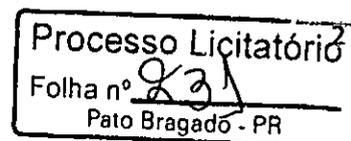
Para que a Festa Nacional do Cupim Assado tenha maiores resultados financeiros para empresários expositores e para as entidades envolvidas, é necessário que ela cresça em volume de público. Considerando que o que favorece a participação das pessoas são, principalmente, os atrativos (almoço festivo, shows, exposições) e também a persuasão da mensagem veiculada como divulgação do evento, é necessária uma estratégia de comunicação bastante abrangente.

Por outro lado, cabe lembrar que atrair mais pessoas vai gerar maior demanda de espaço físico para comportá-lo. Assim, é imprescindível a ampliação em infraestrutura, o que demanda investimentos, estes já previstos a partir de projeto aprovado junto ao governo federal.

O Parque de Exposições, de propriedade do município, conta com churrasqueira, casa de carnes, módulo policial, central de controle financeiro e contábil, um pavilhão, sanitários e uma grande área de bosque com várias churrasqueiras e quiosques. Estes quiosques são de uso particular de várias empresas e famílias, que adquiriram o direito de uso mediante valor financeiro pago à comissão organizadora da festa. Há ainda uma construção identificada como Café Colonial para servir almoços e jantares em diferentes eventos, como a Oktoberfest.

Alguns quiosques novos estão sendo construídos, neste ano, por particulares, o que já trará condições de participação de mais equipes de assadores no ano que vem.

A perspectiva de ampliação da estrutura física onde é realizada a Exposição da Indústria e Comércio também favorecerá o crescimento da feira, com mais expositores e maior variedade de produtos ofertados ao público.



A qualidade na recepção do público, no atendimento, a oferta de espaço para estacionamento, o alimento de qualidade servido durante o almoço (prato típico local) são marcas registradas da Festa do Cupim. Desse modo, o crescimento do evento de modo algum pode comprometer essas características. Este é um desafio quando são ampliadas as proporções de uma festa gastronômica. É preciso assegurar a capacidade de atendimento da demanda que será gerada.

Considerando que o evento está prestes a bater novos recordes de público (20.000 pessoas) e de equipes de assadores (269), é preciso difundir junto à opinião pública as novas dimensões que a festa vem adquirindo.

Assim, é preciso que a comunicação abarque conceitos relacionados ao município e seu povo, como organização, hospitalidade, tradição e apreço pela realização de eventos que agradem o público. Além disso, para aquela que pretende ser a maior edição já realizada em toda a história do município, é necessário que a divulgação do evento alcance dimensões macro, envolvendo a rede mundial de computadores, a mídia televisiva e outros veículos, até mesmo visando em explicitar a grandiosidade do evento para quem está investindo nele (patrocinadores).

1.2. Objetivos da comunicação:

- a) Promover divulgação da Festa Nacional do Cupim Assado ao público-alvo, com ações de mídia e não mídia na região Oeste do Paraná;
- b) Convidar o público regional a prestigiar o evento, fazendo uso de ações de marketing como a panfletagem das misses e do mascote em cidades da região;
- c) Difundir a programação e as atrações da festa por meio de releases e sugestões de pauta para rádio, jornais, sites e telejornais regionais;
- d) Estimular na população local uma postura de valorização da festa e sua tradição, principalmente enfocando as novas gerações;
- e) Disseminar entre estudantes locais a importância do prato típico de Pato Bragado, da festa do município e sua tradição cultural;
- f) Atrair/fidelizar grupos, entidades e empresas para concorrerem no Concurso do Cupim Assado;
- g) Atrair expositores para a Exposição da Indústria e Comércio, com apoio da Acibra;
- h) Auxiliar a impulsionar o resultado financeiro da festa, beneficiando todas as entidades envolvidas.

2) Estratégia de Comunicação

Em 2015, Pato Bragado deverá ter a maior e mais moderna edição já realizada da Festa Nacional do Cupim Assado. O município vai comemorar o 22º aniversário de emancipação política e administrativa e promoverá 27ª edição do Concurso Nacional do Cupim Assado. Desde já o evento está programado para ocorrer no terceiro fim de semana do mês de março.

A melhor e mais grandiosa festa bragadense cresceu, o parque de exposições será ampliado para bem receber o público e Pato Bragado está se preparando para recebê-lo. Diante deste novo contexto em que será promovido o evento, foram definidas as seguintes estratégias de comunicação:

- a) Aumentar o volume de recursos captados, na forma de patrocínio, junto a empresas e instituições apoiadores da festa;
- b) Criar um plano para arrecadação de patrocínio junto ao governo federal/estadual e Itaipu;
- c) Realizar um evento de lançamento da Festa Nacional do Cupim Assado para a imprensa regional, servindo jantar com o prato típico e promovendo a apresentação da programação da festa e do site oficial, com links para as redes sociais;

- d) Redesenhar o mascote, difundi-lo em souvenirs e outros materiais, bem como popularizá-lo a partir de várias ações, tais como: campanhas educativas voltadas para crianças, campanha contra a dengue, etc.;
- e) Confeccionar o mascote em tecido (fantasia) para que possa participar de campanhas e eventos do município de Pato Bragado, como por exemplo a Oktoberfest;
- f) Criar miniaturas do mascote para consistirem um mimo a ser comercializado ou distribuído pelo município;
- g) Patentear o Cupinzinho para ser uma marca registrada do município, com direitos cedidos à associação de artesãos para que possa fazer a reprodução da imagem do mascote em souvenirs, gerando retorno financeiro para os associados;
- h) Criar souvenirs específicos do mascote com o intuito de divulgar a festa.

2.1. Partido temático: Modernização.

A modernização foi escolhida como partido temático da estratégia de comunicação, tendo em vista uma tendência de toda realização que se propõe desenvolver com seriedade e profissionalismo. Ela está baseada em uma série de novidades que marcarão o evento em 2015, bem como as inovações propostas neste plano de comunicação. A modernização está relacionada à ampliação das estruturas físicas do parque de exposições; à possibilidade de mais empresas mostrarem suas tecnologias e produtos na feira da indústria e comércio; ao lançamento de uma página permanente na internet específica da Festa Nacional do Cupim Assado, para garantir mais visibilidade nacional/internacional do evento, seus parceiros e patrocinadores; e também à reformulação do personagem/mascote usado na divulgação do evento, projetando seus conceitos de modernização e qualidade nos produtos e serviços ofertados durante a festa.

2.2. Conceito: A Festa Nacional do Cupim Assado se modernizou para bater mais um recorde de público e de equipes de assadores. O mascote Cupinzinho é a personificação do prato típico do município e da evolução permanente que o evento está vivendo. Por esse motivo, ele será a principal marca visual a ser usada na divulgação da festa.

2.3. Solução do problema

A partir da execução do presente Plano de Comunicação, a agência licitante irá solucionar o problema de comunicação apresentado, na medida em que irá difundir, a partir de trabalhos publicitários, ações de mídia e não mídia, o fato de que Pato Bragado é destaque regional e nacional na realização de eventos como a Festa Nacional do Cupim Assado, evento acolhedor, exitoso, consagrado, que prima pelo bem-estar do público, o lazer, o convívio social, bons momentos em que a comunidade celebra tão importante data para o município e seu povo. A festa é uma das mais queridas dos moradores da região, sendo que o seu sucesso inspira outras comunidades à realização de festivais locais. O caráter associativo do evento bragadense, ao contar com a mobilização de esforços de integrantes de 28 a 30 entidades e associações, também demonstra o compromisso social de autoridades, lideranças e participantes. Assim, a Festa do Cupim é orgulho para a população de Pato Bragado e, a partir do trabalho de comunicação que será desenvolvido, será também um sonho de consumo (de participação) do público que aprecia bons eventos.

2.4. Público-alvo

O público-alvo do plano de comunicação é composto pelo público infantil, jovem e adulto de Pato Bragado e de boa parte dos municípios da região Oeste paranaense.

É preciso levar ao público a mensagem de que o evento é um dos maiores da região (ao reunir público superior a 20 mil pessoas), o mais bem organizado, o concurso de assadores de maior qualidade e uma festa em constante evolução.

Para alcançar o referido público, serão adotadas várias iniciativas, dentre elas ações de marketing e propaganda, envolvendo desde o planejamento da festa bragadense até o pós-evento, com resultados de pesquisas. Essas iniciativas estão direcionadas para um período que compreende pelo menos seis meses antes do evento (projeto para captar recursos por meio de patrocínios) e seguem nos meses seguintes, até março/2015.

2.5. Ações publicitárias

Dentre os instrumentos e ferramentas a serem usados para divulgação estão os veículos de comunicação, sendo os indicados: Jornal O Presente, O Jornal, Gazeta Popular, Rádio Comunitária Pato FM, Rádio Educadora AM, Rádio Atlântida FM, Rádio Difusora AM e FM, site aquiagora.net, emissora de televisão RPCTV, além de outdoors, cartazes e flyer (panfletos), além do próprio site oficial da festa.

A divulgação direta, na mídia, tem início um mês antes do evento, com mensagens sugestivas do tipo "Vem aí a Festa Nacional do Cupim Assado". Também nesse momento começam a ser enviadas/veiculadas matérias jornalísticas sobre os preparativos da nova edição, com o propósito de criar expectativa no público.

Já duas semanas antes do início da programação será realizada uma divulgação intensa de propaganda em veículos de comunicação de toda a região.

2.6. Planejamento

Para ampliar a visibilidade da Festa Nacional do Cupim Assado, com intuito de atrair maiores público e resultado financeiro, a estratégia é desenvolver um amplo projeto de captação de recursos, a título de patrocínio, junto a empresas como Itaipu Binacional, bancos e até mesmo do governo federal, por intermédio do Ministério do Turismo.

O projeto deve esmiuçar o potencial da festa, dimensionar a projeção que a marca dos patrocinadores terá durante a programação e ser perfeitamente adaptado à política de patrocínios dos mesmos, visando obter êxito no pleito.

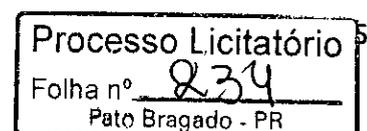
É de conhecimento público que Pato Bragado tem tradição de promover eventos exitosos, pois além da consagrada Festa Nacional do Cupim Assado, o município também realiza, anualmente, a Oktoberfest, o Espetáculos Natal em Canto e Renascer e ainda o Jantar Italiano. Assim, uma festa com público que deve superar 20 mil pessoas será uma ocasião oportuna para Itaipu e instituições financeiras como Sicredi, Sicoob, Caixa Econômica, Banco do Brasil, por exemplo, divulgarem seus produtos e serviços.

Empresas como as citadas possuem política de patrocínios de eventos, desde que se enquadrem em suas ações de responsabilidade social e missão, geralmente enfocando iniciativas relacionadas à cultura e ao turismo. Dessa forma, a Festa Nacional do Cupim Assado tem condição de angariar esses recursos disponíveis, ao se enquadrar no perfil cultural, gastronômico, turístico, além de ser um evento tradicional e de sucesso indiscutível.

Com a captação de mais recursos é possível, a critério da Comissão Central Organizadora (CCO), contratar show com artista de renome nacional que atraia maior público, inclusive de cidades mais distantes. A cobrança de ingressos somada ao valor do patrocínio pode liquidar o custo da contratação, evitando despesas adicionais à organização da festa.

Os recursos de patrocínio ainda devem sanar parte significativa das despesas da festa, ampliando os resultados financeiros (saldo) a ser rateado entre as entidades envolvidas. Portanto, este projeto de captação de recursos de patrocínio pode impulsionar intensamente a Festa do Cupim, projetando ainda mais o nome do município de Pato Bragado, sua tradição festiva, sucesso organizacional e qualidade nas promoções.

2.6. Demais ações de comunicação



Em case de sucesso estudado e analisado pelo professor Fabrício Silva Barbosa, observou-se utilização de um planejamento de marketing flexível às peculiaridades do evento e para a utilização de redes sociais como grande ferramenta utilizada para promoção do evento.

Para acompanhar o crescimento da dimensão da festa bragadense, sua divulgação precisa alcançar uma área territorial mais extensa. Isso pode ser conseguido ao ganhar espaço na programação de emissoras de televisão. Uma forma de alcançar esta mídia com baixo ou nenhum custo é por meio de sugestões de pauta enviadas às redações de telejornais, estimulando a produção/veiculação de matérias jornalísticas desvinculadas de contratação. Da mesma forma, o envio de releases para as redações de jornais, sites e emissoras de rádio da região favorecem a divulgação do evento de forma gratuita.

Este trabalho pode ser desenvolvido em parceria entre a agência licitante e a assessoria de imprensa da Prefeitura de Pato Bragado.

As redes sociais também são ferramentas eficazes de propagação de informações e estímulo ao turismo de eventos. Em 2014 a Festa do Cupim foi divulgada em fanpage criada no Facebook, espaço virtual que contou com 479 curtidas. No entanto, as publicações se limitaram ao evento de escolha da Miss Pato Bragado e ao 2º MotoCar - Encontro de Motos e Carros Antigos, deixando de abranger explicitamente o concurso de assadores, o prato típico, a exposição da Indústria e Comércio, bailes, etc. Assim, identifica-se que o evento tem potencial de um alcance maior de público e curtidas (likes) no Facebook, especialmente a partir de uma alimentação mais frequente com conteúdos atrativos. Para incentivar a socialização do evento, pode-se criar no Facebook uma página de eventos da Festa do Cupim. Dessa forma, as pessoas que pretendem marcar presença podem compartilhar com seus contatos que vão participar do evento, levando outras a fazerem o mesmo, ampliando a rede de adeptos.

O mundo virtual ainda pode ser um ponto de convergência de interesses dos proprietários de carros antigos, que podem ser convidados, especialmente, para participar da 3ª edição do Encontro de Motos e Carros Antigos - MotoCar, o qual acontecerá durante a programação de 2015 da Festa do Cupim. O atrativo foi criado há dois anos com o intuito de aumentar a circulação de pessoas no parque de exposições no sábado à tarde, uma vez que o mesmo público tende a prestigiar também os expositores da indústria e comércio. Assim, quanto maior a variedade de carros e motos, maior a possibilidade de atrair curiosos e interessados. Desse modo, as redes sociais podem servir para estimular a participação de amantes de veículos antigos.

Com o propósito de estimular na população local uma postura de valorização da festa e sua tradição, é possível enviar proposta/sugestão à emissora de rádio comunitária Pato FM de realização de um concurso cultural em que os moradores/ouvintes sejam estimulados a participarem de um quiz ao vivo, durante determinado programa (a critério dos administradores da rádio). Nessa proposta, o locutor formula perguntas relacionadas à história de Pato Bragado e/ou à Festa Nacional do Cupim Assado e os ouvintes que acertarem as respostas concorrem a determinado prêmio ou brinde (que pode ser ingresso para baile ou show do evento, fichas de bebida ou para almoçar cupim no restaurante oficial – a critério da CCO). Dentre as questões peculiares à festa, poderiam ser lançadas perguntas como: “Quem foi o ganhador do concurso do cupim assado no ano de?”, “Em que ano teve início a Festa e o concurso do Cupim Assado?”, “Qual foi o primeiro local onde a festa foi realizada?”, “Quantas entidades serão beneficiadas pela arrecadação alcançada com a Festa do Cupim?”, “Qual o número recorde de equipes participantes do concurso?”, “Quantos anos de emancipação político-administrativa Pato Bragado completa em 2015?”, etc. A proposta rende audiência à rádio, leva à reflexão, pesquis, à disseminação das informações contidas nas perguntas do quiz e à valorização da história e evento locais pelos bragadenses.

As informações a que se referem as perguntas serão disponibilizadas no site oficial do evento, o que impulsionará o número de acessos à página virtual, levando os internautas a se depararem com a divulgação da festa.

Os objetos a serem repassados a título de brinde/prêmio podem ser doados por empresas expositoras da feira ou outras interessadas, proposta a ser difundida entre os associados da Associação Comercial (Acibra).

Outra alternativa para focar o público local é abrir os microfones da rádio comunitária, a título de utilidade pública, para uma entrevista especial com o prefeito Arnildo Rieger para que possa explicar a respeito das novidades do evento, tais como ampliação do parque de exposições, maior espaço para expositores, atrativos musicais e outros.

3) Ideia Criativa

3.1. Justificativa

A melhor forma de transmitir a simpatia e hospitalidade do povo de Pato Bragado para o público que se pretende atingir é por meio da utilização do mascote da Festa Nacional do Cupim Assado.

De acordo com Regina Blessa, na obra Merchandising no Ponto de Venda (2001), a percepção humana ocorre 83% pelo sentido da visão. Considerando esta predominância, a arte desenvolvida pela agência licitante se fundamentou na criação de peças que destaquem uma imagem a ser facilmente percebida e assimilada pelo público: o mascote. Este personagem já vem sendo utilizado com êxito no material de divulgação do evento e trata-se do Cupinzinho, em homenagem ao prato típico do município. No entanto, até a presente data o personagem ocupava uma condição secundária nas campanhas da festa. Porém, para o ano de 2015 ele foi redesenhado, agregando novos conceitos e sendo apresentado como protagonista no trabalho de divulgação do evento.

Considerando seu papel de atingir o público adolescente e jovem, bem como adulto, e de divulgar de forma alegre o evento bragadense, o Cupinzinho agora recebe novas cores, bem como um par de tênis para evidenciar sua jovialidade, indiretamente evitando sua condição anterior, em que estava descalço.

Outra inovação são as mãos do mascote, que foram humanizadas, além das luvas brancas, que também agregam a composição ao passar uma imagem de zelo e higiene relacionados ao preparo de alimentos. O personagem apresenta, em uma das mãos, o prato típico do município: um suculento cupim assado.

O Cupinzinho é carismático, divertido, sua imagem é agradável e de fácil lembrança. A partir da figura o "cupim" passa a fazer parte do imaginário das pessoas de forma familiarizada.

A partir do personagem, a alusão ao prato típico de Pato Bragado transcende a época do evento festivo, já que o Cupinzinho pode estar presente em diversos materiais como camisetas e souvenirs que podem ser distribuídos/comercializados como lembrança do evento/município. O desenho pode ser estampado em cuias, chaveiros, copos, panos de prato, peças decorativas e até mesmo um boneco poderia receber as formas do Cupinzinho para difundi-lo entre o público infantil.

Pensando de forma macro, a imagem do mascote pode também ser usada pela municipalidade para desenvolver campanhas educativas, sejam elas sobre trânsito, contra a dengue, em favor da separação de materiais recicláveis, etc. Desse modo, a imagem permanece ainda mais tempo na mídia e na mente das pessoas.

3.2. Peças

Uma das melhores
festa da região

Festa Nacional do Cupim Assado

PATO BRAGADO

13 a 15
de março 2015
Exposição da
indústria e do comércio



festanacionaldocupimassado.com.br

Show
Bandas
Bailes
Gastronomia

Conrado e Aleksandro
Sábado - dia 14

3º MOTO CAR
Encontro de Motociclistas e Carros Antigos



Dia 13

20h	Abertura da exposição da indústria e do comércio
23h	Cacio e Marcos
01h	Baile Banda Olho D'Água

Dia 14

10h	Abertura da exposição da indústria e do comércio
22h	DJ Pinky
23h	Conrado e Aleksandro
01h	Bruninho e Davi

Dia 15

09h	Abertura da exposição da indústria e do comércio
11h30	Almoço e concurso do Cupim Assado
15h	Matiné e Mati-baile

REALIZAÇÃO:  **CCO** Comitê Organizacional

APOIO:  **ACBRA**

PATROCÍNIO	PATROCÍNIO	PATROCÍNIO	PATROCÍNIO	PATROCÍNIO	PATROCÍNIO
PATROCÍNIO	PATROCÍNIO	PATROCÍNIO	PATROCÍNIO	PATROCÍNIO	PATROCÍNIO

FLYER TAMANHO 15X21
 PAPELL COUCHÊ 180G
 4X4 CORES

REALIZAÇÃO: Prefeitura Municipal de Pato Bragado ESTADOS: **CCO** Conselho de Vereadores:

13/03

20h00
 Abertura da exposição da indústria e do comércio

23h00
 Cacio e Marcos



01h00
 Baile com a banda



14/03

Conrado e Aleksandro
 23h00

22h00
 DJ Pinky



Bruninho & Davi
 00h30



03h00
 Baile com a banda



15/03



Marcelo & Mauri



11h30
 Almoço e Concurso do Cupim Assado

Processo Licitatório
 Folha nº 238
 Pato Bragado - PR

SOUVENIRS



3.3. Defesa das peças

Nas peças (propaganda, flyer, cartaz) o enfoque principal será na imagem do Cupinzinho e a ênfase à Festa Nacional do Cupim Assado. A cor de fundo escolhida para as peças é o vermelho, pois simboliza calor, aproximação, encontro, chama, fogo, remetendo à fome, alimentação e é ainda uma cor com tendência a ativar as papilas gustativas, despertar o sentido do paladar, etc.

A proposta é de uma apresentação mais clean (limpa), dispondo especialmente de informações essenciais para evitar carregar demais o material com dados, números, etc, que poderiam deixar a imagem poluída ou gerar algum tipo de confusão.

Dessa forma, as peças destacam, na parte central, o personagem Cupinzinho, que será a marca registrada do evento em 2015, além do nome do evento. A "Festa Nacional do Cupim Assado de Pato Bragado" é apresentada com fontes e estilo moderno e renovado, seguindo a proposta de inovação para esta que promete ser a maior edição de todos os tempos. Como não poderia faltar, as datas e o local do evento possuem espaço reservado.

A parte inferior do material é destinada à exibição dos artistas que farão o show principal da festa, dupla ou grupo de renome nacional que deverá atrair público oriundo de cidades muito além da área limítrofe do município de Pato Bragado. Ao fundo, a imagem de fogo visa estimular o calor, a exaltação, a movimentação, o fervor, a paixão, a animação, características relacionadas ao show musical e seu público.

Detalhes da programação, como a Exposição da Indústria e Comércio e ainda o 3º MotoCar - Encontro de Motos e Carros Antigos estarão contidos em materiais impressos como flyer e também serão relatados em releases e materiais jornalísticos. Dessa forma, todas as informações concernentes ao evento serão contemplados nas ações.

Também fazem parte dos produtos de comunicação os souvenirs, dentre eles o avental, caneca, boné, chaveiro, boton, entre outros. Os objetos são estampados com o mascote oficial da festa, permitindo aos consumidores levar para casa a imagem do simpático Cupinzinho, que representa uma lembrança alegre e divertida da festa.

4) Estratégia de Mídia e Não Mídia

A estratégia adotada em mídia e ações "não mídia" consiste em somar várias iniciativas, que compreendem a veiculação de peças publicitárias, spots, materiais jornalísticos, promoção de jantar de lançamento, página oficial do evento, panfletagem em cidades da região, concurso cultural em rádio comunitária, trabalho junto à comunidade escolar, distribuição/venda de souvenirs com a marca registrada da festa (o mascote Cupinzinho), além de pesquisa qualitativa com o público da festa.

4.1. Mídia

Meios recomendados

- Meio TV: (Mídia Básica) A TV tem forte apelo criativo, cria grande envolvimento com o espectador por apresentar som e imagem, é uma mídia de fácil entendimento e de grande abrangência de público.
- Rádio: (Mídia Básica) Mídia de alta audiência na nossa região, que apresenta características de mobilidade, que permite que os receptores sejam atingidos pela mídia sem a necessidade de estar parado e concentrado na mídia.
- Meio Jornal: (Mídia Básica) Mídia de grande visibilidade, apresenta grande número de impressões de uma mesma edição.
- Sites: (Mídia Básica) São visitados por pessoas de todas as idades, possuem a possibilidade da utilização de banners flutuantes, que precisam ser fechados para ter visibilidade total do site, ou seja, quem acessar irá se deparar com a mídia inserida.

– Outdoor: (Mídia de Apoio) Atinge várias camadas sociais, tende a possuir fácil entendimento e rápida leitura. Ótimo meio de comunicação para reforço da divulgação.

Defesa de inserções

As inserções presentes nos mapas de mídia foram pensadas para que cada meio de comunicação atingisse o maior número de pessoas possível.

Algumas escolhas são limitadas pelos meios de comunicação por possuírem saída apenas em datas determinadas, mas para meios que apresentam maior liberdade para a escolha de horários e inserções procuramos obter dados que facilitasse a escolha dos dias de veiculação.

– TV: a escolha da televisão local para a divulgação do evento foi feita com a intenção de trazer maior retorno aos investidores, visto que o retorno deve ser efetivo para a prefeitura e 28 parceiros que apóiam a Festa do Cupim.

– Rádio: optamos por horários em que as pessoas acordam e arrumam-se para o trabalho, ou que os aposentados costumam tomar chimarrão. E também em horários em que o rádio normalmente fica ligado, como no meio-dia durante o almoço e também no final de tarde.

– Jornal: optamos por intercalar para que as publicações não sejam feitas no mesmo dia, e optamos pela utilização da Gazeta Popular de Pato Bragado, pela alta confiabilidade e por alcançar também o interior e não apenas a área urbana do município.

– Site: possui maior acesso nas segundas e terças-feiras, e para divulgar a Festa do Cupim também terá inserção na sexta-feira de lançamento da mesma, convidando o público da região para prestigiar o evento.

– Outdoor: será utilizado pela grande visibilidade e também para a divulgação interna do evento.

4.2. Não mídia

Uma das propostas de não mídia é difundir a tradição da festa e o prato típico do município nas escolas, com o propósito de promover a valorização da cultura local. O projeto consiste em estipular na disciplina de Língua Portuguesa ou História a elaboração, pelos alunos, de um trabalho de pesquisa abrangendo a história da emancipação do município e da festa que marca a sua comemoração anual, quais os atrativos, público que atrai, importância para as entidades e associações.

Dentre as ações de marketing, uma proposta é realizar uma panfletagem em municípios da região, como forma de estender o convite ao público. A intenção é promover a distribuição de flyers constando a programação da festa. O material seria distribuído pelas misses do município de Pato Bragado, devidamente identificadas com camisetas da Festa do Cupim, além de um veículo também identificado. Nessa iniciativa, a beleza proeminente das representantes femininas do município deve chamar a atenção das pessoas e a exposição de suas imagens deve gerar um impacto positivo em relação à festa e à cidade de Pato Bragado.

Um mascote do Cupinzinho em tamanho humano é outro grande trunfo para chamar a atenção das pessoas, já que desperta curiosidade, transmite alegria, possui grande aceitação, consistindo-se em um apelo lúdico com forte potencial para alcançar lugar privilegiado na memória do público.

A ação pode ser desenvolvida em pontos localizados na área central de cidades como Marechal Cândido Rondon (49.773 habitantes), Quatro Pontes (3.963), Nova Santa Rosa (7.994), Mercedes (5.316) e Entre Rios do Oeste (4.202), Santa Helena (24.895), São José das Palmeiras (3.880) e até mesmo em Toledo (128.448), Maripá (5.810), Palotina (30.327) e outras. Juntas, as referidas cidades somam um público de 264.608 pessoas, compondo um grandioso universo a ser alcançado.

Outra ação de marketing proposta é desenvolver duas pesquisas durante a festa. Uma delas visando mensurar a satisfação do público visitante e coletar sugestões de melhorias. A outra pesquisa seria com os expositores do comércio e indústria, para coletar sua impressão, levantar valores de negócios movimentados na festa e também sugestões de aperfeiçoamento.

A primeira pesquisa poderia ser desenvolvida pela agência licitante, a partir da aplicação de questionário breve, com consultas aleatórias ao público. Os resultados, compilados, podem ser apresentados para a Comissão Central Organizadora e entidades parceiras, permitindo terem um raio-x do público, sendo possível identificar suas cidades de origem e qual a sua percepção em relação ao evento, o que permite implantar melhorias futuras.

Uma das questões a serem investigadas, por exemplo, seria se a fumaça que fica abaixo das árvores do bosque, no almoço de domingo, incomoda ou não o público. Dessa forma poderia ser adotada alguma providência, se constatada necessária.

Por sua vez, a pesquisa dos expositores pode ser coordenada e desenvolvida pela Associação Comercial e Empresarial (Acibra), que é organizadora da exposição. As informações coletadas podem compor um retrato do que é a exposição, permitindo planejar melhorias e traçar um projeto futuro para ela.

A proposta permitirá um aperfeiçoamento contínuo a cada nova edição, bem como proporcionará realizar um evento cada vez melhor e mais estimado e apreciado pelo público, que retornará a seus lares e cidades de origem com a melhor impressão possível da cidade e do povo acolhedor de Pato Bragado. --

Anexos:

Resumo Financeiro de investimento		
Veículos	Valor	valor,verba
		30000
O Presente	1350	
O Jomal	946	
Educadora AM	1000,5	
Atlântida FM	1000,5	
Difusora AM	999,6	
Difusora FM	999,6	
Aqui Agora Net	1000	
Gazeta Pato Bragado	3250	
Rádio Com Pato Bragado	3500	
MÉDIA/TOTAL	14046,2	
	sobra	15953

Sobras financeiras para serem usadas na produção de Cartaz, flyer, Banner, Front Light entre outras mídias

PRODUTO: Divulgação Festa do Cupim

FORMATO: 30"

MERCADO: Pato Bragado

TÍTULO: Divulgação Festa do Cupim

MAPA RÁDIO COMUNITÁRIA DE PATO BRAGADO			Março																														
TÍTULO/MATERIAL	FAIXA HORÁRIA	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	31
			D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T
Divulgação Festa do Cupim	06:00 – 10:00	30"	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2																		
	10:00 – 12:00	30"	1	1	1		1	1	1	1	1	1	2	2	2																		
	12:00 – 15:00	30"	1	1		1	1	1	1		1	1	2	2	2																		
	15:00 – 18:00	30"	1	1	1	1		1	1	1	2	2	2	2	2																		
	18:00 – 21:00	30"	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2																		
	21:00 – 24:00	30"			1	1	1			1	1	1	2	2	2																		
TOTAL DE INSERÇÕES/DIA			5	5	5	5	5	5	5	5	8	8	12	12	12																		

CUSTO UNITÁRIO	TOTAL DE INSERÇÕES	CUSTO TOTAL
PACOTE 3500,00	92	3500

Processo Licitatório
 Folha nº 244
 Pato Bragado - PR

PRODUTO: Divulgação Festa do Cupim
FORMATO: 01 página
MERCADO: Pato Bragado
TÍTULO: Divulgação Festa do Cupim

MAPA JORNAL – GAZETA POPULAR DE PATO BRAGADO – JORNAL MENSAL

TÍTULO/MATERIAL	TAMANHO	FORMATO	Março																															
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
			D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S		
FESTA NACIONAL DO CUPIM		01 página				1																												
TOTAL DE INSERÇÕES/MÊS						1																												

CUSTO UNITÁRIO	TOTAL DE INSERÇÕES	CUSTO TOTAL
3250	1	3250

Processo Licitatório
 Folha n° 945
 Pato Bragado - PR

Planilha1

PRODUTO: Divulgação Festa do Cupim

FORMATO: 1/2 página

MERCADO: Pato Bragado

TÍTULO: Divulgação Festa do Cupim

MAPA JORNAL - O PRESENTE

TÍTULO/MATERIAL	TAMANHO	FORMATO	Março																													
			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
			D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S
FESTA NACIONAL DO CUPIM		1/2 página						1						1																		
TOTAL DE INSERÇÕES/MÊS								1						1																		

CUSTO UNITÁRIO	TOTAL DE INSERÇÕES	CUSTO TOTAL
675	2	1350

Processo Licitatório
Folha nº 846
Pato Bragado - PR

PRODUTO: Divulgação Festa do Cupim
FORMATO: ½ página
MERCADO: Pato Bragado
TÍTULO: Divulgação Festa do Cupim

MAPA JORNAL – O JORNAL

TÍTULO/MATERIAL	TAMANHO	FORMATO	Março																													
			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
			D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S
FESTA NACIONAL DO CUPIM		½ página					1							1																		
TOTAL DE INSERÇÕES/MÊS							1						1																			

CUSTO UNITÁRIO	TOTAL DE INSERÇÕES	CUSTO TOTAL
473	2	946

Processo Licitatório
 Folha nº 0247
 Pato Bragado - PR

Planilha1

PRODUTO: Divulgação Festa do Cupim

FORMATO: 30"

MERCADO: Pato Bragado

TÍTULO: Divulgação Festa do Cupim

MAPA RÁDIO DIFUSORA - FM

TÍTULO/MATERIAL	FAIXA HORÁRIA	FORMATO	Março																														
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
			D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T
Divulgação Festa do Cupim	06:00 - 10:00	30"	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2																		
	10:00 - 12:00	30"		1		1	1				1		1	1																			
	12:00 - 15:00	30"	1	1	1	1		1	1	1	1	1	1	1	2																		
	15:00 - 18:00	30"			1		1						2	1	2																		
	18:00 - 21:00	30"	1					1	1	1			1		2																		
21:00 - 24:00	30"																																
TOTAL DE INSERÇÕES/DIA			3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	6	6	6																		

CUSTO UNITÁRIO	TOTAL DE INSERÇÕES	CUSTO TOTAL
20,4	49	999,6

Processo Licitatório
Folha nº 248
Pato Bragado - PR

PRODUTO: Divulgação Festa do Cupim

FORMATO: 30"

MERCADO: Pato Bragado

TÍTULO: Divulgação Festa do Cupim

MAPA RÁDIO DIFUSORA - AM

TÍTULO/MATERIAL	FAIXA HORÁRIA	FORMATO	Março																															
			1 D	2 S	3 T	4 Q	5 Q	6 S	7 S	8 D	9 S	10 T	11 Q	12 Q	13 S	14 S	15 D	16 S	17 T	18 Q	19 Q	20 S	21 S	22 D	23 S	24 T	25 Q	26 Q	27 S	28 S	29 D	30 S	31 T	
Divulgação Festa do Cupim	06:00 - 10:00	30"	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2																			
	10:00 - 12:00	30"		1		1	1					1		1	1																			
	12:00 - 15:00	30"	1	1	1	1			1	1	1	1	1	1	2																			
	15:00 - 18:00	30"			1		1						2	1	2																			
	18:00 - 21:00	30"	1						1	1	1			1		2																		
	21:00 - 24:00	30"																																
TOTAL DE INSERÇÕES/DIA			3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	6	6	6																			

CUSTO UNITÁRIO	TOTAL DE INSERÇÕES	CUSTO TOTAL
20,4	49	999,6

Processo Licitatório
Folha nº 249
Pato Bragado - PR

PRODUTO: Divulgação Festa do Cupim

FORMATO: 30"

MERCADO: Pato Bragado

TÍTULO: Divulgação Festa do Cupim

MAPA RÁDIO EDUCADORA - AM

TÍTULO/MATERIAL	FAIXA HORÁRIA	FORMATO	Março																														
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
			D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T
Divulgação Festa do Cupim	06:00 - 10:00	30"	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2																			
	10:00 - 12:00	30"		1		1	1				1		1	1																			
	12:00 - 15:00	30"	1	1	1	1			1	1	1	1	1	1	2																		
	15:00 - 18:00	30"			1		1					1	1	1																			
	18:00 - 21:00	30"	1						1	1	1			1		1																	
21:00 - 24:00	30"																																
TOTAL DE INSERÇÕES/DIA			3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	6	5	5																		

CUSTO UNITÁRIO	TOTAL DE INSERÇÕES	CUSTO TOTAL
21,75	46	1000,5

Processo Licitatório
Folha nº 250
Pato Bragado - PR

PRODUTO: Divulgação Festa do Cupim

FORMATO: 30"

MERCADO: Pato Bragado

TÍTULO: Divulgação Festa do Cupim

MAPA RÁDIO ATLANTIDA - FM

TÍTULO/MATERIAL	FAIXA HORÁRIA	FORMATO	Março																														
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
			D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T
Divulgação Festa do Cupim	06:00 - 10:00	30"	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2																		
	10:00 - 12:00	30"		1		1	1					1	1	1																			
	12:00 - 15:00	30"	1	1	1	1			1	1	1	1	1	2	2																		
	15:00 - 18:00	30"			1		1					1	1	1																			
	18:00 - 21:00	30"	1						1	1	1						1																
	21:00 - 24:00	30"																															
TOTAL DE INSERÇÕES/DIA			3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	6	5																		

CUSTO UNITÁRIO	TOTAL DE INSERÇÕES	CUSTO TOTAL
21,75	46	1000,5

Processo Licitatório
 Folha nº 951
 Pato Bragado - PR



PRODUTO: Divulgação Festa do Cupim

FORMATO: 300X300px

MERCADO: Pato Bragado

TÍTULO: Divulgação Festa do Cupim

MAPA SITE - AQUIAGORA

TÍTULO/MATERIAL	TIPO DO BANNER	FORMATO	Março																																	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
			D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T			
Divulgação Festa do Cupim	FLUTUANTE	300X300PX																																		
TOTAL DE INSERÇÕES/DIA/SEMANA																																				

CUSTO UNITÁRIO	TOTAL DE INSERÇÕES	CUSTO TOTAL
200	5	1000

Processo Licitatório
 Folha nº 259
 Pato Bragado - PR

Handwritten signature



Av. Irio Jacob Welp, 5000
CEP 85.960-000 – Marechal Cândido Rondon – PR
Fone/Fax: (045) 3284 2942 e 3284 2985
e-mail: ojornal@rondonet.com.br
ojornal.comercial@rondonet.com.br
CNPJ 03.077.207/0001-52

UMA EDITORA DE JORNAIS LTDA

Marechal Cândido Rondon, 02 de abril de 2014.

ORÇAMENTO DE ESPAÇO PUBLICITÁRIO.

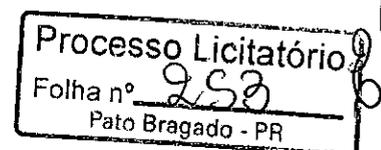
Conforme vossa solicitação, estamos informando os valores de inserções comerciais, conforme tamanhos especificados abaixo:

¼ de página em cores.....	R\$ 238,00.....	valor coluna R\$ 6,75
½ página em cores.....	R\$ 473,00.....	valor coluna R\$ 6,75
01 página em cores.....	R\$ 945,00.....	valor coluna R\$ 6,75

Qualquer duvida estamos a disposição.

Atenciosamente.

Algo Balke
15 3284 2942
Diretor



Marechal Cândido Rondon/PR, em 02 de abril de 2014.

Ref.: Orçamento de publicidade

Prezados Senhores:

Conforme solicitado informo o valor de publicidade para veiculação no jornal O Presente é de R\$ 7,95 (sete reais e noventa e cinco centavos) o centímetro coluna bruto ou R\$ 6,35 (seis reais e trinta e cinco centavos o centímetro coluna) líquido, em página indeterminada.

Destarte, para exemplificar os valores para espaços definidos são os seguintes:

- Página inteira: R\$ R\$ 1.351,50 bruto e R\$ 1.079,50 líquido;
- Meia página: R\$ 675,75 bruto e R\$ 539,75 líquido.
 - Obs.: proposta válida para 45 dias.

Sendo o que tínhamos para o momento, despedi-mo-nos.

Atenciosamente,

João Frederico Livi
CRA/PR 21.250
Departamento Comercial
(45)9972-7865 - (45)3254-1842
E-Mail: livi@opresente.com.br
Skype: joalivi@hotmail.com

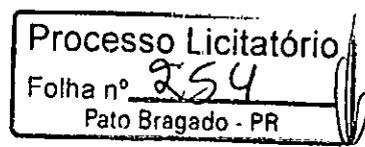


Tabela de Preço, 09 de Maio de 2014.

Através da presente informamos a tabela de valores praticados pelas Rádios **Educadora AM** e **Atlântida FM**, conforme solicitado.

- Spot comercial de 30 segundos: R\$ 21,75 por inserção (modalidade rotativa).

- Spot comercial de 60 segundos: R\$ 33,00 por inserção (Rotativa).

- Avisos ao vivo: R\$ 30,00.

Estes preços são praticados no horário das 05:00 às 19:00 horas, de segunda à domingo.

A tabela tem validade para o ano de 2014.

Atenciosamente

Paulo Nogueira

-----Mensagem original-----
De: RADIO EDUCADORA MARECHAL LTDA
Data: 09/05/2014 10:27:14
Para: redacao@rondonet.com.br
Assunto: FW: Orçamento

Processo Licitatório
Folha nº 255
Pato Bragado - PR





RÁDIO DIFUSORA DO PARANÁ LTDA - CNPJ: 81.562.126/0001-51
RUA SANTA CATARINA, 970 - CX. 1029 - CEP. 85960-000
MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PR
PABX: 45 3284-8080 - e-mail: pedrinho@radiodifusora.net

TABELA DE PREÇOS

JANEIRO 2014 À DEZEMBRO 2014.

RÁDIO DIFUSORA AM

ROTATIVO = CUSTO POR INSERÇÃO DE 30".....R\$ 20,40

ROTATIVO = CUSTO POR INSERÇÃO DE 60".....R\$ 40,81

DETERMINADO= AO VIVO CUSTO POR INSERÇÃOR\$ 31,66

HORÁRIOS 06:00HS ÀS 19:00HS.

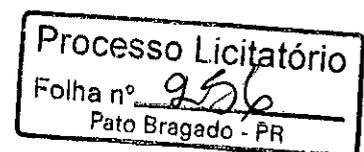
RÁDIO DIFUSORA FM

ROTATIVO = CUSTO POR INSERÇÃO DE 30".....R\$ 20,40

ROTATIVO = CUSTO POR INSERÇÃO DE 60".....R\$ 40,81

DETERMINADO= AO VIVO CUSTO POR INSERÇÃOR\$ 31,66.

**RÁDIO DIFUSORA DO PARANÁ LTDA.
ALCIDES WALDOW. SÓCIO PROPRIETÁRIO**



A informação a um click!



Marechal Cândido Rondon, 15 de maio de 2014.

**Assunto: orçamento de espaço publicitário
Prefeitura Municipal de Pato Bragado**

Prezado Senhor

Vimos por meio desta informar os valores de inserções comerciais, conforme o orçamento solicitado para os seguintes serviços:

- 1) Banner flutuante de 350 x 350 pixels: R\$200,00 valor diário/por inserção
- 2) Banner de 980 x 160 pixels: R\$265,00 valor diário/por inserção

(Valor do comissionamento já acrescido)

Sem mais no momento,

Cristine Rönnau Kempf
Diretora do AquiAgora.net

Processo Licitatório
Folha nº 257
Pato Bragado - PR

ENVELOPE Nº 02
Proposta Técnica: Plano de Comunicação – Via Identificada
Tomada de Preços nº 04/2014.
À Comissão de Licitação
Município de Pato Bragado
Razão social da licitante: Ramos & Pazini Ltda.
CNPJ/MF da licitante: 10.598.778/0001-06

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE PATO BRAGADO
PROTOCOLO GERAL
Protocolo nº: 11.02
Data: 30.1.05.2014
Hs: 08:08 Roberto

RAMOS & PAZINI LTDA
Rua Santa Catarina, 656 - Fone (45) 3254-4085
CEP 85960-000 - Marechal Cândido Rondon - PR
www.promovepropaganda.com.br



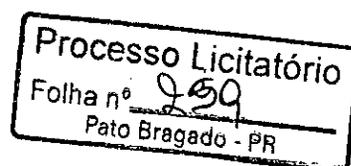
Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

ATA N.º 093/2014

Ata da sessão de recebimento dos envelopes, em atendimento ao Edital de Licitação – Tomada de Preços n.º 004/2014, que tem como objeto, contratação de empresa de agenciamento para administrar e gerenciar os serviços de publicidade, bem como elaborar textos, fazer gravações, fotografias e filmagem, utilizando-se de profissionais capacitados, devendo ainda gerenciar e executar o planejamento da mídia que deverá ter caráter informativo, educativo, cultural, das obras realizadas, dos atos administrativos e programas desenvolvidos pela administração municipal, direcionando as divulgações junto aos órgãos de imprensa com abrangência e audiência no Município de Pato Bragado-PR.

Aos trinta dias do mês de junho de dois mil e catorze, nas dependências da sala de reuniões, na Prefeitura do Município de Pato Bragado, Estado do Paraná, sito à Avenida Willy Barth, número dois mil, oitocentos e oitenta e cinco, reuniram-se os membros da Comissão Permanente de Licitação, os servidores Disel Daiane Bortolato, Luiz Alberto Rosinski, Djoni Aleander Rohden, para sob a presidência do primeiro, proceder abertura e conferencia dos dados constantes no involucro de n.º 02 da Licitação – Tomada de Preços n.º 004/2014, a qual tem como objeto a contratação de empresa de agenciamento, nos termos ao processo de Licitação em epígrafe. O Edital foi amplamente divulgado no Diário Oficial do Município, site eletrônico do Município e Site do Tribunal de Contas do Estado do Paraná. Sendo que a convocação para esta secção foi publicada no Diário Oficial do Município e Jornal de Grande circulação Local. As Licitantes estavam devidamente representadas na seção sendo, N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA, representada pelo senhor Evandro Neckel, e a empresa Ramos e Pazini – LTDA, representada pelo senhor Gercinei Gomes Ramos. Em seguida, procedeu-se a abertura dos envelopes n.º 02 – Proposta Técnica - Plano de Comunicação – Via identificada, os quais estavam sob guarda da Comissão de Licitação desde seu protocolo, estes estavam devidamente lacrados e rubricados pelos interessados. Após abertos os respectivos envelopes os mesmos foram rubricados e analisados pelas Licitantes interessada. Observou-se que o teor contido neste envelopes e idêntico ao conteúdo do envelope N.º 01 PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO – Via Não Identificada. Após esta etapa foi deixado espaço para manifestação das Licitantes caso houvesse interesse. Nenhuma manifestação foi realizada. Após isto, a Comissão Permanente de Licitação informou aos interessados que a convocação para próxima sessão será oportunamente divulgado no Diário Oficial do Município. Sem mais a constar na presente ata, encerramos a presente reunião às catorze horas e trinta e seis minutos. Nada mais havendo a tratar, a Senhora presidente deu por encerrada, de cujos trabalhos foi lavrada a presente ata que lida e achada conforme, vai assinada por mim e pelos demais membros da Comissão de Licitações presente.





Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

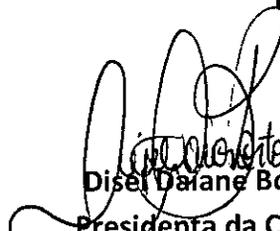
CONVOCAÇÃO PARA ABERTURA DO ENVELOPE N.º 04

LICITAÇÃO: TOMADA DE PREÇO N.º 004/2014

OBJETO: Contratação de empresa de agenciamento para administrar e gerenciar os serviços de publicidade

A Comissão Permanente de Licitações do Município de Pato Bragado – PR, **CONVOCA** as empresas participantes do certame acima descrito, **para participarem da abertura dos envelopes n.º 04 – PROPOSTA DE PREÇOS, a ser realizada às 10h00min do dia 10 de julho de 2014**, na sala de reuniões do Paço Municipal, sito à Avenida Willy Barth, 2885, Município de Pato Bragado - PR.

Pato Bragado - PR, 08 de Julho de 2014.


Daiane Bortolato
Presidenta da Comissão
Comissão Permanente de Licitação

PUBLICADO NO DIÁRIO OFICIAL
Eletrônica Nº 475
de 08/07/14 FL. 01
Visto

PUBLICADO NO DIÁRIO OFICIAL
Presença Nº 3876
de 10/07/14 FL. _____
Visto

Processo Licitatório

Folha nº 260
Pato Bragado - PR



N & N

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

N&N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA
Av. Brasil, 956 - Centro - Santa Helena - Pr - CEP: 85.892-000 - Fone 045 3268 - 3213
Inscrição Estadual nº ISENTA - CNPJ sob o nº 13.451.228/0001-40

ANEXO VII

PROPOSTA DE PREÇO

À Comissão de Licitação
Ref.: Edital de Tomada de Preços nº 004/2014

Prezados Senhores,

Apresentamos e submetemos à apreciação de V. S^{as}. nossa proposta de preço sujeito à valoração da licitação em epígrafe, declarando, para os devidos fins, que, na execução do contrato com o Município de Pato Bragado, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos abaixo:

a) honorários de **14%** (Quatorze por cento) incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

Os preços propostos contemplam todas as despesas necessárias à plena execução dos serviços, tais como de pessoal e de administração, e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear a esse título.

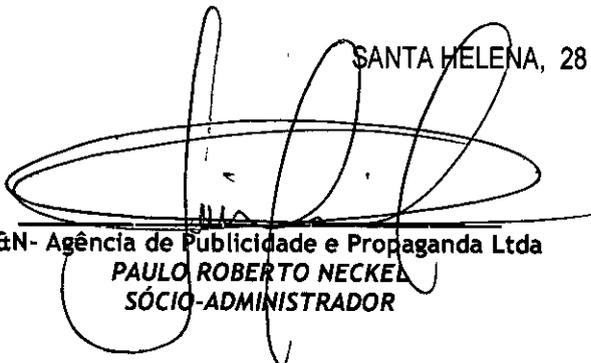
Declaramos que nos comprometemos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros e a transferir ao Município de Pato Bragado as vantagens obtidas.

Desde já declaramo-nos cientes de que o Município de Pato Bragado procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em Lei.

O prazo de validade da proposta de preços é de **60 (Sessenta)** dias a partir da data limite estabelecida para o recebimento das propostas (*envelopes nº 01 a 04*).

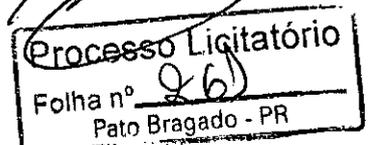
Atenciosamente,

SANTA HELENA, 28 de MAIO de 2014.


N&N- Agência de Publicidade e Propaganda Ltda
PAULO ROBERTO NECKEL
SÓCIO-ADMINISTRADOR

13.451.228/0001-40

N & N AGENCIA DE
PUBLICIDADE E
PROPAGANDA LTDA





N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

ANEXO IX

MODELO DE FORMULÁRIO PARA ASSINATURA DE CONTRATO

Razão Social do proponente: **N&N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA**

Endereço: **Av. Brasil, 956 – Centro – Santa Helena – Paraná**

CEP: **85.892-000** – Fone 045 3268 – 3213

Inscrição Estadual nº **ISENTA** - CNPJ sob o nº **13.451.228/0001-40**

Nome do representante legal autorizado para a assinatura do contrato:

PAULO ROBERTO NECKEL

Função: **SÓCIO-ADMINISTRADOR**

RG. 4.616.694-9 CPF 647.979.619-53

Email: evandroneckel@hotmail.com

SANTA HELENA, 28 de MAIO de 2014.

N&N- Agência de Publicidade e Propaganda Ltda
PAULO ROBERTO NECKEL
SÓCIO-ADMINISTRADOR

13.451.228/0001-40

**N & N AGENCIA DE
PUBLICIDADE E
PROPAGANDA LTDA**

Processo Licitatório
Folha nº 069
Pato Bragado - PR



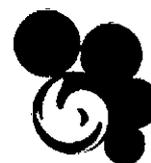
N & N
AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

ENVELOPE Nº 04
Proposta de Preço
Tomada de Preços nº 004/2014
À Comissão de Licitação
Município de Pato Bragado
Razão Social da Licitante: N&N AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA
CNPJ/MF da Licitante: 13.451.228/0001-40

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE PATO BRAGADO
PROTOCOLO GERAL

Protocolo Nº: 5163
Data: 30/10/2014
HS: 08:13 Rebrato

Processo Licitação
Folha nº 063
Pato Bragado - PR



RAMOS & PAZINI LTDA.

Rua Santa Catarina, 656, sala 13, telefone (45) 3254-4085 e-mail:
promovepropaganda@gmail.com e CNPJ/MF: 10.598.778/0001-06.

PROPOSTA DE PREÇO

À Comissão de Licitação

Ref.: Edital de Tomada de Preços nº 004/2014.

Prezados Senhores,

Apresentamos e submetemos à apreciação de V. Sas. nossa proposta de preço sujeito à valoração da licitação em epígrafe, declarando, para os devidos fins, que, na execução do contrato com o Município de Pato Bragado, adotaremos a seguinte política de preços para os serviços descritos abaixo:

a) honorários de **12 % (Doze por cento)** incidentes sobre os custos comprovados de serviços realizados por terceiros referentes à produção de peças e materiais cuja distribuição não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação.

Os preços propostos contemplam todas as despesas necessárias à plena execução dos serviços, tais como de pessoal e de administração, e todos os encargos (obrigações sociais, impostos, taxas) incidentes sobre os serviços objeto desta licitação, nada mais sendo lícito pleitear a esse título.

Declaramos que nos comprometemos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a terceiros e a transferir ao Município de Pato Bragado as vantagens obtidas.

Desde já declaramo-nos cientes de que o Município de Pato Bragado procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em Lei.

O prazo de validade da proposta de preços é de **100 (cem dias)** dias a partir da data limite estabelecida para o recebimento das propostas (envelopes nº 01 a 04).

Atenciosamente,

Pato Bragado, 30 de maio de 2014.

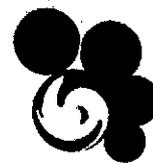
Silmara Denize Pazini

RG: 8.513.443 4

CPF 035.370.629-90

SÓCIA - ADMINISTRADORA

Processo Licitatório
Folha nº 269
Pato Bragado - PR



FORMULÁRIO PARA ASSINATURA DE CONTRATO

Razão Social da proponente: Ramos & Pazini Ltda,

Endereço rua Santa Catarina, nº 656, sala 13,

Bairro: centro CEP: 85.960-000,

Cidade: Marechal Cândido Rondon, Estado: Paraná,

CNPJ nº 10.598.778/0001-06, Inscrição Estadual nº isento,

Inscrição Municipal/ISS (alvará) nº 4424 Cad. Econômico 6788, Cad. Único 3037223

Nº do telefone 3254- 4085.

Nome do representante legal **autorizado para assinatura do contrato:**

Silmara Denize Pazini, Função: Sócia Administrativa, Endereço: rua Santa Catarina, 656, apartamento 11, RG nº 8.513.443-4 Órgão emissor SESP-PR, CPF nº 035.370.629-90, brasileira, casada, E-mail: promovepropaganda@gmail.com.

Pato Bragado, 30 de maio de 2014.

Silmara Pazini

SILMARA DENIZE PAZINI

RG: 8.513.443-4

CPF: 035.370.629-90

Função: Sócia Administradora

Processo Licitatório
Folha nº 065
Pato Bragado - PR

UNIDADE EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL

REGISTRO GERAL Nº 367.900-2 DATA DE EXPEDIÇÃO 05/07/2000

NOME GERCIANEI GOMES RAMOS

RELACAO GERCIANEI GOMES RAMOS ANA GOMES RAMOS

VIA DE REGISTRO GRADUACAO DE LICENCIADO DATA DE NASCIMENTO 11/06/1969

PROFISSAO COMARCELA DO PATO BRAGADO

C.NASC 3299.1480-330284-458

362-398-783-215

CHATELAIN PR MARCO ANTONIO MLAGANA

SIGNATURA DO DETENTOR

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

SECRETARIA DE ESTADO DE SEGURANÇA PÚBLICA INSTITUTO DE IDENTIFICAÇÃO DO PARANÁ

TOLEMI PIETRO

LEI Nº 7.910 DE 28/05/1990

TABELIONATO NARDELLO
 MARECHAL CANDIDO RONDON - PARANA
 R. 7 de Setembro, 1303 - Fone: (41) 3254-2418



AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

TABELIONATO NARDELLO
 MARECHAL CANDIDO RONDON - PARANA
 R. 7 de Setembro, 1303 - Fone: (41) 3254-2418

28 MAIO 2014 PR
Marechal

- FÁRIDA NARDELLO - Tabellã
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escritores Juramentados

SELO FUNARREN

LEI Nº 13.228 de 18/07/2000

TABELIONATO DE NOTAS E PROTESTOS

NARDELLO

FFAS910

CERTIFICO E DOU FÉ que o documento original apresentado encontra-se replastificado.

Marechal

VALIA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL

REGISTRO GERAL 18.515.443 4 DATA DE EXPEDIÇÃO 14/09/1998

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

SECRETARIA DE ESTADO DE SEGURANÇA PÚBLICA
INSTITUTO DE IDENTIFICAÇÃO DO PARANÁ

NOME SILMARA DENIZE PAZINI

NELSON PAZINI

INDRE MAIA PAZINI

NACIONALIDADE DATA DE NASCIMENTO 26/12/1981

COMUNDO-MAL-1500-5000R/PR-DA-SEDE

DOC ORIGEM C. NASC. 1133 LITRA 048 FOLHA 2891

ASSINATURA DO TITULAR *Silmara D. Pazini*

LEI Nº 7.119 DE 29/08/83

CARTEIRA DE IDENTIDADE



AUTENTICAÇÃO

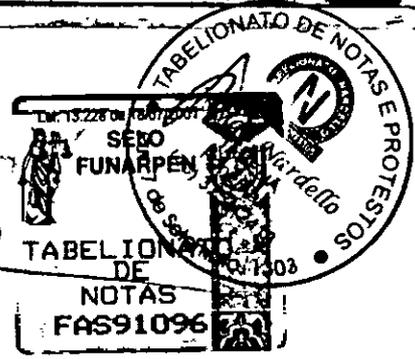
CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

M.C. Rondom 29 MAIO 2014 PR

TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PARANÁ
R. 7 de Setembro, 1303 - F.Fax (45) 3254-2418

- FÁRIDA NARDELLO - Tabellã
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escriturantes Jurementados



MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria da Receita Federal

CPF

035 370 629-90

SILMARA DENIZE PAZINI

2ª 931

Padron - Brasil - 006019-4

Cartão de uso pessoal e intransferível.
Deve ser apresentado junto com um documento de identidade.

06/2001

CAIXA
CAIXA ECONÔMICA FEDERAL



AUTENTICAÇÃO

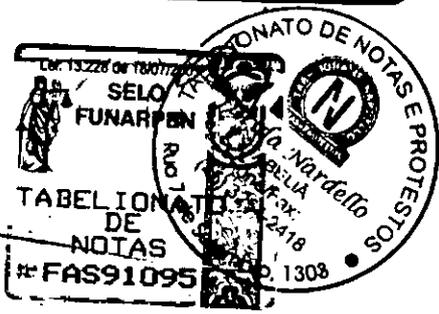
CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

M.C. Rondom 29 MAIO 2014 PR

TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PARANÁ
R. 7 de Setembro, 1303 - F.Fax (45) 3254-2418

- FÁRIDA NARDELLO - Tabellã
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escriturantes Jurementados



Processo Licitatório
Folha nº 967
Pato Bragado - PR

**PRIMEIRA ALTERAÇÃO CONTRATUAL DA SOCIEDADE
RAMOS & PAZINI LTDA
CNPJ/MF: nº 10.598.778/0001-06
NIRE: 412.0638680-3**

Folha: 1 de 1

Os abaixo identificados e qualificados: **SILMARA DENIZE PAZINI**, brasileira, solteira, nascida em 25/12/1981, natural de Marechal Candido Rondon - PR, professora, inscrita no CPF/MF sob nº. 035.370.629-90, portadora da carteira de identidade RG nº. 8.513.443-4 SESP-PR, residente e domiciliada na Rua Santa Catarina, 656, Apto 11, Centro, Marechal Candido Rondon - PR, CEP 85960-000, **GERCINEI GOMES RAMOS**, brasileiro, solteiro, nascido em 11/06/1969, natural de Grão Mongol - MG, designer, inscrito no CPF/MF sob nº. 662.598.789-15, portador da carteira de identidade RG nº. 5.567.900-2 SESP-PR, residente e domiciliado na Rua Santa Catarina, 656, Apto 11, Centro, Marechal Candido Rondon - PR, CEP: 85960-000, tem constituída entre si, uma sociedade empresária limitada que gira nesta praça sob o nome de **RAMOS & PAZINI LTDA**, com sede na Rua Santa Catarina, 656, Apto 13, Centro, Marechal Candido Rondon - PR, CEP 85960-000, e inscrita no CNPJ/MF sob nº. 10.598.778/0001-06, registrada na Junta Comercial do Paraná sob nº 412.0638680-3 em 26/01/2009; resolvem alterar o contrato social mediante as condições estabelecidas nas cláusulas seguintes:

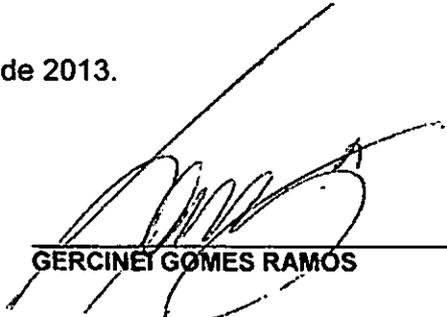
CLÁUSULA PRIMEIRA: A sociedade que tem por objeto social a exploração do ramo de: Agências de publicidade e propaganda, pesquisas de mercado e de opinião pública e outras atividades de publicidade, contanto que sempre complementares e vinculadas a atividade principal, passa a partir desta data a ter o seguinte objeto: Agência de Publicidade e Propaganda.

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

E por estarem assim, justos e contratados, lavram e assinam, a presente, em 3 (três) vias de igual teor e forma, obrigando-se fielmente por si, seus herdeiros e sucessores legais a cumpri-lo em todos os seus termos.

Marechal Candido Rondon - PR, 05 de abril de 2013.


SILMARA DENIZE PAZINI


GERCINEI GOMES RAMOS

JUNTA COMERCIAL DO PARANÁ
AGENCIA REGIONAL DE MARECHAL CANDIDO RONDON
CERTIFICO O REGISTRO EM: 10/04/2013
SOB NÚMERO: 20131961497
Protocolo: 13/196149-7, DE 10/04/2013
Emprese: 41 2 0638680 3
RAMOS & PAZINI LTDA
SEBASTIÃO MOTTA
SECRETARIO GERAL

TABELIONATO DE NOTAS
Fátima Nardolo
TABELLA
Fone/Fax:
(45) 3254-2418
Rua 7 de Setembro, 1303


Processo Licitatório
Folha nº. 268
Pato Bragado - PR

[Large handwritten signature]



AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CANDIDO RONDON - PARANA
R. 7 de Setembro, 1303 - F. Fax (45) 3254-2418

M.C. Rondon *29 MAIO 2014* PR

- FARIDA NARDELLO - Tabellã
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escriventes
Juramentados



TABELIONATO DE NOTAS
FAS91109

CÓPIA COLORIDA

[Handwritten signature]



TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PARANÁ
R. 7 de Setembro, 1383 - F. Fax (46) 3254-2418

AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

M.C. Rondon 29 MAIO 2014 PR

- FÁRIDA NARDELLO - Tabellã
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escreventes
Juramentados

CERTIFICO que o Selo de Autenticidade foi afixado na última folha do documento entregue à parte

RAMOS & PAZINI LTDA
CONTRATO SOCIAL

folha: 2 de 3

CLÁUSULA OITAVA - A administração da sociedade caberá a **SILMARA DENIZE PAZINI**, com os poderes e atribuições de gerir e administrar os negócios da sociedade, representá-la ativa e passivamente, judicial e extra judicialmente, perante órgãos públicos, instituições financeiras, entidades privadas e terceiros em geral, bem como praticar todos os demais atos necessários à consecução dos objetivos ou à defesa dos interesses e direitos da sociedade, autorizado o uso do nome empresarial isoladamente.

§ 1.º - É vedado o uso do nome empresarial em atividades estranhas ao interesse social ou assumir obrigações seja em favor de qualquer dos quotistas ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da sociedade, sem autorização do outro sócio.

§ 2.º - Faculta-se ao administrador, atuando isoladamente, constituir, em nome da sociedade, procuradores para período determinado, devendo o instrumento de mandato especificar os atos e operações a serem praticados.

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

CLÁUSULA DÉCIMA - Ao término de cada exercício social, coincidente com o ano civil, os administradores prestarão contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e demais demonstrações contábeis requeridas pela legislação societária, elaboradas em conformidade com as Normas Brasileiras de Contabilidade, participando todos os sócios dos lucros ou perdas apurados, na mesma proporção das quotas de capital que possuem na sociedade.

Parágrafo único - A sociedade poderá levantar balanços ou balancetes patrimoniais em períodos inferiores a um ano, e o lucro apurado nessas demonstrações intermediárias, poderá ser distribuído mensalmente aos sócios, a título de Antecipação de Lucros, proporcionalmente às quotas de capital de cada um. Nesse caso será observada a reposição dos lucros quando a distribuição afetar o capital social, conforme estabelece o art. 1.059 da Lei n.º 10.406/2002.

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

Parágrafo único - Até 30 (trinta) dias antes da data marcada para a reunião, o balanço patrimonial e o de resultado econômico devem ser postos, por escrito, e com a prova do respectivo recebimento, à disposição dos sócios que não exerçam a administração.

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

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

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

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - Fica eleito o foro de Marechal Cândido Rondon - PR para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato, renunciando-se, expressamente, a qualquer outro, por mais privilegiado que seja.



Processo Licitatório
Folha nº 270
Pato Bragado - PR

[Large handwritten signature]



AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PARANÁ
R. 7 de Setembro, 1303 - F.Fax (41) 3254-2418

M.C. Rondon 29 MAIO 2014 PR
[Handwritten signature]

- | | | |
|-------------------------------------|----------------------------|-------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | FÁRIDA NARDELLO - Tabellã | } Escreventes
Juramentados |
| <input checked="" type="checkbox"/> | GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA | |
| <input type="checkbox"/> | AMÉLIA HACKBARTH | |
| <input type="checkbox"/> | BÁRBARA CRISTINA AULER | |
| <input type="checkbox"/> | CAROLINE KROHN | |

CERTIFICO que o Selo de Autenticidade foi afixado na última folha do documento entregue à parte

**RAMOS & PAZINI LTDA
CONTRATO SOCIAL**

folha: 3 de 3

E por estarem assim, justos e contratados, datam, lavram e assinam o presente instrumento em 3 (três) vias de igual teor e forma, na presença de 2 (duas) testemunhas obrigando-se fielmente por si e por seus herdeiros a cumpri-lo em todos os seus termos.

Marechal Candido Rondon - PR, 15 de Janeiro de 2009

Silmara D. Pazini
SILMARA DENIZE PAZINI

Gercinei Gomes Ramos
GERCINEI GOMES RAMOS

Testemunhas:

Josiane Severo
JOSIANE SEVERO
RG n°. 506.106.794-7-SSP/RS

Noemi Sauer
NOEMI SAUER
RG n°. 7346594-0-SSP/PR

Gilmar José Minks
OAB/PR 039989
Advogado



Processo Licitatório
Folha nº 87
Pato Bragado - PR

[Large handwritten signature]



AUTENTICAÇÃO

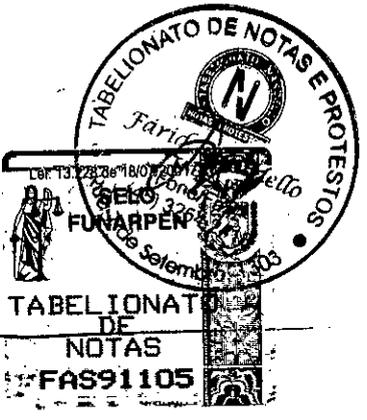
CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PARANÁ
R. 7 de Setembro, 1303 - F/Fax (45) 3254-2418

M.C. Rondon, 29 MAIO 2014 PR
[Handwritten signature]

- FÁRIDA NARDELLO - Tabelã
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escreventes
Juramentados



CÓPIA COLADA

AGÊNCIA **PROMOVE** PROPAGANDA

PROMOVEMOS
MARCAS, PRODUTOS,
SERVIÇOS E WEBSITES

ENVELOPE Nº 04
Proposta de Preço
Tomada de Preços nº 04/2014
À Comissão de Licitação
Município de Pato Bragado
Razão social da licitante: Ramos & Pazini Ltda
CNPJ/MF da licitante: 10.598.778/0001-06

SECRETARIA DO MUNICÍPIO DE PATO BRAGADO
PROTÓCOLO GERAL
PROTÓCOLO Nº 1162
Data: 30/05/2014
HRS: 08:08 Roberto

RAMOS & PAZINI LTDA
Rua Santa Catarina, 656 - Fone (45) 3254-4085
CEP 85960-000 - Marechal Cândido Rondon - PR
www.promovepropaganda.com.br

Processo Licitatório
Folha nº 272
Pato Bragado - PR



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

ATA N.º 116/2014

Ata da sessão de Abertura dos Envelopes n.º 04 - Edital de Licitação – Tomada de Preços n.º 004/2014.

Aos dez dias do mês de julho de dois mil e catorze, às dez horas e dez minutos, nas dependências da sala de reuniões, na Prefeitura do Município de Pato Bragado, Estado do Paraná, sito à Avenida Willy Barth, número dois mil, oitocentos e oitenta e cinco, reuniram-se os membros da Comissão Permanente de Licitação, os servidores Disel Daiane Bortolato, César Roberto Schaeffer e Djoni Aleander Rohden, para sob a presidência do primeiro, proceder abertura e conferencia dos documentos constantes no involucro de n.º 04 da Licitação – Tomada de Preços n.º 004/2014, a qual tem como objeto a contratação de empresa de agenciamento, nos termos ao processo de Licitação em epígrafe. Esta sessão de abertura, foi convocada mediante publicação no Diário Oficial do Município, e Jornal de Circulação Regional. As Licitantes estavam devidamente representadas na seção sendo, N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA, representada pelo senhor Evandro Neckel, e a empresa RAMOS E PAZINI – LTDA, representada pelo senhor Gercinei Gomes Ramos. Em seguida, procedeu-se a abertura dos envelopes n.º 04 – Proposta de Preços, os quais estavam sob guarda da Comissão de Licitação desde seu protocolo. Os envelopes continuavam devidamente lacrados e rubricados pelos interessados. Após abertos os respectivos envelopes, a proposta de preços apresentada foram rubricados e analisados pelas Licitantes interessadas. A Comissão também analisou a Proposta de preços contidos nos envelopes n.º 04, cujas quais estavam em conformidade com o solicitado no item 8, do edital convocatório. Os percentuais cotados, estavam dentro do máximo previsto no item 7.6.1 do Edital convocatório. A Proposta de preços apresentada pela licitante N & N AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA, apresentou valor percentual de 14% (catorze por cento); enquanto que a proposta de preços da Licitante RAMOS E PAZINI – LTDA, apresentou percentual de 12% (doze por cento). Após esta etapa foi deixado espaço para manifestação das Licitantes caso houvesse interesse. Nenhuma manifestação foi realizada. Após isto, a Comissão Permanente de Licitação informou aos interessados que o resultado desta seção será oportunamente divulgado no Diário Oficial do Município, bem como, a apresentação do Envelope n.º 5 (cinco) por parte da Licitante classificada, será convocada oportunamente. Sem mais a constar na presente ata, encerramos a presente reunião às dez horas e vinte e sete minutos. Nada mais havendo a tratar, a Senhora presidente deu por encerrada, de cujos trabalhos foi lavrada a presente ata que lida e achada conforme, vai assinada por mim e pelos demais membros da Comissão de Licitações presente.

Processo Licitatório
Folha nº 273
Pato Bragado - PR



N & N

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

N & N Agência de Publicidade e Propaganda LTDA

CNPJ: 13.451.228/0001-40

AO MUNICÍPIO DE PATO BRAGADO

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE PATO BRAGADO
PROTOCOLO GERAL

Protocolo Nº: 1450

Data: 15/07/2014

HS: 13:47 Roberto

REF: TOMADA DE PREÇOS N.º 004/2014

RECURSO SOLICITANDO INABILITAÇÃO DE LICITANTE.

N & N AGÊNCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDAS LTDA, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 13.451.228/0001-40, situada à Av. Brasil, Centro – Santa Helena - Pr, participante no processo licitatório em epígrafe, vem perante Vossa Senhoria, nos termos do Decreto nº 3.555 de 08 de agosto de 2000, Lei nº 8.666 de 21 de junho de 1993, apresentar as razões para Inabilitação da licitante **RAMOS E PAZINI LTDA**, Face a observância de exigências editalícias que comprometem o caráter de competitividade e disputa equânime entre as licitantes.

DAS EXIGÊNCIAS:

O edital supracitado exige conforme segue:

7.1.4 Relato de Solução de Problema de Comunicação: deverá ser apresentado um case, relatando, em no máximo três páginas, solução bem-sucedida de problema de comunicação.

7.1.4.1 O relato terá de ser formalmente referendado pelo respectivo anunciante e não pode referir-se a ações de comunicação solicitadas e/ou aprovadas pelo Município de Pato Bragado.

7.1.4.2 É permitida a inclusão de até 05 (cinco) peças, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para o relato, sendo que as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD e as peças gráficas, em proporções que preservem suas dimensões originais e sua leitura.

7.2 Os textos pertinentes ao Plano de Comunicação estão limitados a 10 (dez) páginas, ressalvado que as páginas utilizadas eventualmente apenas



N & N

AGÊNCIA DE PUBLICIDADE

N & N Agência de Publicidade e Propaganda LTDA
CNPJ: 13.451.228/0001-40

para separar os textos dos quesitos e os documentos a que se referem os subitens 7.1.1.3 e 7.1.1.4 não serão computados nesse limite de páginas.

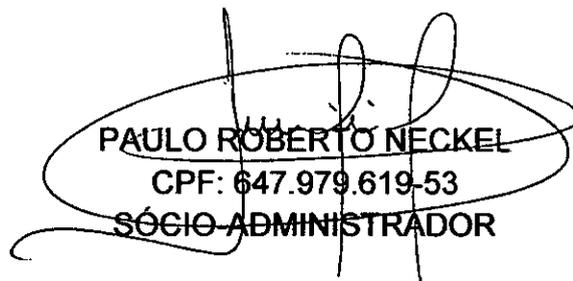
7.3 Caberá à Secretaria de Administração decidir se as campanhas publicitárias da Proposta vencedora serão ou não produzidas e veiculadas, com ou sem modificações, durante a execução do contrato.

DA ILEGALIDADE

Conforme exige claramente o item negrito supracitado 7.1.4.1 o relato de solução de problemas de comunicação deverá ser referendado, ou seja assinado pelo anunciante, sendo (órgão/pessoa a qual se beneficiou da referida solução), mais o que ocorreu é que a empresa RAMOS E PAZINI LTDA, apenas efetuou a descrição, relatou apenas possível problema solucionado, sem a referida assinatura ou declaração de quem de fato deveria, sendo um documento inválido, ora, como saber se tal fato realmente ocorreu? Portanto dada à meridiana clareza com que se apresenta a ilegalidade no referido documento pelo mero cotejo com a letra fria da lei, despiendo é arrostar cometimentos doutrinários ou o posicionamento de nossos Pretórios.

Diante dos fatos acima arrolados, solicitamos a desclassificação da referida empresa, com base no princípio de vinculação ao instrumento convocatório.

Santa Helena. 14 de Julho de 2014.


PAULO ROBERTO NECKEL
CPF: 647.979.619-53
SÓCIO ADMINISTRADOR



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

Ao Senhor
Paulo Roberto Neckel
Sócio Administrador da N & N Agência de Publicidade e Propagandas LTDA
CNPJ: 13.451.228/0001-40
Santa Helena – PR

Ref.: Recurso Interposto – Tomada de Preços n.º 004/2014
Protocolo n.º 1450/2014

RELATÓRIO DE DECISÃO

Trata-se de recurso interposto pela empresa N & N Agência de Publicidade e Propagandas LTDA, no processo licitatório, na modalidade Tomada de Preços n.º 004/2014, postulando a **inabilitação** da empresa Ramos e Pazini LTDA, conforme protocolo de n.º 1450, do dia 15/07/2014.

Narra à empresa N & N Agência de Publicidade e Propagandas LTDA que a empresa Ramos e Pazini LTDA teria descumprido o item 7.1.4.1 do edital do processo licitatório, vez que, não apresentou o relato de solução de problemas de comunicação assinado pela anunciante. O Recurso foi interposto no dia **15 de julho de 2014**.

É o breve relato.

Conforme consta na Ata n.º 093/2014, durante a sessão realizada no dia 30 de maio de 2014, foi promovido a abertura dos envelopes n.º 01 e 03 conforme item 14.4 do edital em pauta. Após abertos os respectivos envelopes os mesmos foram observados pelas Licitantes interessada, na oportunidade em que os documentos contidos nos envelopes 03 foram rubricados.

Posteriormente, no dia 30 de junho de 2014 conforme Ata n.º 111/2014 foi promovida a abertura do envelope n.º 02. Após esta etapa foi deixado espaço para manifestação das Licitantes caso houvesse interesse. Nenhuma manifestação foi realizada por parte das Licitante Interessadas.

De acordo com o item 14.6.1 “Se todos os representantes das licitantes estiverem presentes, abrir-se-á o prazo de 05 (cinco) dias úteis para interposição de recursos às decisões desta fase, que compreende o julgamento do conteúdo dos **ENVELOPES N.ºs 01, 02 e 03**”.

O resultado do julgamento dos envelopes n. 01 e 03 foi publicado no dia 30 de junho de 2014 (segunda-feira), no Diário Oficial Eletrônico do Município.



Prefeitura do Município de Pato Bragado

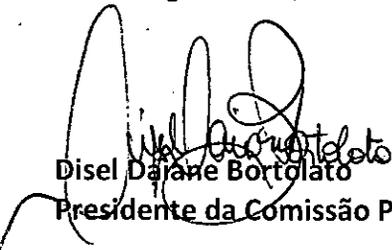
Estado do Paraná

Da análise do feito, verifica-se que, o prazo para interposição de recursos com relação ao julgamento dos envelopes n. 01 e 03 ocorreu no dia 07/07/2014.

Desta feita, considerando que o recurso foi interposto somente no dia 15/07/2014 o mesmo está intempestivo, de sorte que, o recurso não pode ser conhecido. Neste sentido o item "16.7.3 Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante".

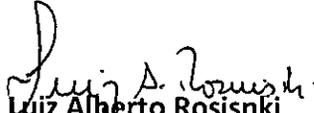
Diante do exposto, após a análise da manifestação, dos documentos apresentados e das considerações mencionadas, a Comissão de Licitações entende como intempestivo recurso apresentado, motivo pelo qual não reconhece o mesmo.

Pato Bragado – PR, em 18 de julho de 2014.



Disel Darane Bortolato

Presidente da Comissão Permanente de Licitações



Luiz Alberto Rosinski

Secretário



Dioni Aleander Rohden

Membro

Processo Licitatório

Folha nº 977

Pato Bragado - PR



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

**EXTRATO DE DECISÃO – PROCESSO ADMINISTRATIVO
PROCESSO LICITATÓRIO – TOMADA DE PREÇOS N.º 004/2014
EXTRATO DE DECISÃO ADMINISTRATIVA**

ORIGEM: Gabinete do Prefeito do Município de Pato Bragado

OBJETO: Recurso para Inabilitação de Licitante

RECORRENTE: N&N Agência de Publicidade e Propaganda Ltda

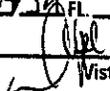
ASSUNTO: Intimação de decisão/julgamento.

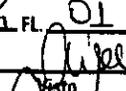
DECISÃO: Em não conhecer do Recurso Administrativo nos termos do item 14.6.1 do edital em referencia, apresentado pela Licitante N&N Agência de Publicidade e Propaganda Ltda, Protocolado sob n.º 1450 na data de 15/07/2014 haja vista que o mesmo e intempestivo.

A presente decisão estará disponível aos interessados junto à Secretaria de Administração da Prefeitura Municipal de Pato Bragado.

Pato Bragado, 18 de Julho de 2014.


Arnildo Rieger
Prefeito do Município

REGISTRADO NO DIÁRIO OFICIAL
Presente Nº 3883
de 19/07/14 Fl. 03

Visto

REGISTRADO NO DIÁRIO OFICIAL
Oliviano Nº 482
de 18/07/14 Fl. 01

Visto

Processo Licitatório
Folha nº 278
Pato Bragado - PR



Prefeitura do Município de Pato Bragado

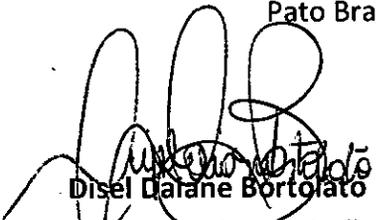
Estado do Paraná

CONVOCAÇÃO

TOMADA DE PREÇO N.º 004/2014

A Comissão Permanente de Licitação **CONVOCA** a empresa **RAMOS E PAZINI LTDA** Classificada como Vencedora do certame acima descrito, **para a entrega e posterior abertura do envelope n.º 05 – HABILITAÇÃO**, a ser realizada às **10h00min (dez horas) do dia 31 de julho de 2014**, na sala de reuniões do Paço Municipal, sito à Avenida Willy Barth, 2885, Município de Pato Bragado - PR.

Pato Bragado - PR, 28 de Julho de 2014.


Disel Darane Bortolato
Presidente da Comissão
Comissão Permanente de Licitação

PUBLICADO NO DIÁRIO OFICIAL
Presença Nº 3889
de 29/07/14 FL. 35

Visto

PUBLICADO NO DIÁRIO OFICIAL
Oliverias Nº 488
de 26/07/14 FL. 01

Visto

Processo Licitatório
Folha nº 279
Pato Bragado - PR

Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral

Contribuinte,

Confira os dados de Identificação da Pessoa Jurídica e, se houver qualquer divergência, providencie junto à RFB a sua atualização cadastral.

	REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL		
	CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA		
NÚMERO DE INSCRIÇÃO 10.598.778/0001-06 MATRIZ	COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL	DATA DE ABERTURA 26/01/2009	
NOME EMPRESARIAL RAMOS & PAZINI LTDA - ME			
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) *****			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 73.11-4-00 - Agências de publicidade			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS Não informada			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 206-2 - SOCIEDADE EMPRESARIAL LIMITADA			
LOGRADOURO R SANTA CATARINA	NÚMERO 656	COMPLEMENTO APTO 13	
CEP 85.960-000	BAIRRO/DISTRITO CENTRO	MUNICÍPIO MARECHAL CANDIDO RONDON	UF PR
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA		DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 26/01/2009	
TÍTULO DE SITUAÇÃO CADASTRAL			
SITUAÇÃO ESPECIAL *****		DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****	

Aprovado pela Instrução Normativa RFB nº 1.183, de 19 de agosto de 2011.

Emitido no dia **30/07/2014** às **09:00:37** (data e hora de Brasília).

Página: 1/1

[Voltar](#)

**PRIMEIRA ALTERAÇÃO CONTRATUAL DA SOCIEDADE
RAMOS & PAZINI LTDA
CNPJ/MF: nº 10.598.778/0001-06
NIRE: 412.0638680-3**

Folha: 1 de 1

Os abaixo identificados e qualificados: **SILMARA DENIZE PAZINI**, brasileira, solteira, nascida em 25/12/1981, natural de Marechal Candido Rondon - PR, professora, inscrita no CPF/MF sob nº. 035.370.629-90, portadora da carteira de identidade RG nº. 8.513.443-4 SESP-PR, residente e domiciliada na Rua Santa Catarina, 656, Apto 11, Centro, Marechal Candido Rondon - PR, CEP 85960-000, **GERCINEI GOMES RAMOS**, brasileiro, solteiro, nascido em 11/06/1969, natural de Grão Mongol - MG, designer, inscrito no CPF/MF sob nº. 662.598.789-15, portador da carteira de identidade RG nº. 5.567.900-2 SESP-PR, residente e domiciliado na Rua Santa Catarina, 656, Apto 11, Centro, Marechal Candido Rondon - PR, CEP: 85960-000, tem constituída entre si, uma sociedade empresária limitada que gira nesta praça sob o nome de **RAMOS & PAZINI LTDA**, com sede na Rua Santa Catarina, 656, Apto 13, Centro, Marechal Candido Rondon - PR, CEP 85960-000, e inscrita no CNPJ/MF sob nº. 10.598.778/0001-06, registrada na Junta Comercial do Paraná sob nº 412.0638680-3 em 26/01/2009; resolvem alterar o contrato social mediante as condições estabelecidas nas cláusulas seguintes:

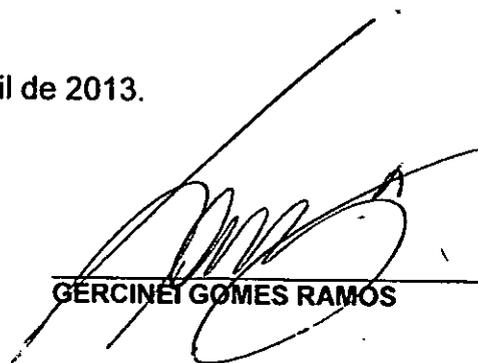
CLÁUSULA PRIMEIRA: A sociedade que tem por objeto social a exploração do ramo de: Agências de publicidade e propaganda, pesquisas de mercado e de opinião publica e outras atividades de publicidade, contanto que sempre complementares e vinculadas a atividade principal, passa a partir desta data a ter o seguinte objeto: Agência de Publicidade e Propaganda.

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

E por estarem assim, justos e contratados, lavram e assinam, a presente, em 3 (três) vias de igual teor e forma, obrigando-se fielmente por si, seus herdeiros e sucessores legais a cumpri-lo em todos os seus termos.

Marechal Candido Rondon - PR, 05 de abril de 2013.


SILMARA DENIZE PAZINI


GERCINEI GOMES RAMOS

JUNTA COMERCIAL DO PARANÁ
AGENCIA REGIONAL DE MARECHAL CANDIDO RONDON
CERTIFICO O REGISTRO EM: 10/04/2013
SOB NÚMERO: 20131961497
Protocolo: 13/196149-7, DE 10/04/2013
Empresa: 41 2 0638680-3
RAMOS & PAZINI LTDA
SEBASTIÃO MOTTA
SECRETARIO GERAL



Processo Licitatório
Folha nº 281
Pato Bragado - PR

[Large handwritten signature]



AUTENTICAÇÃO

TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CÂNDIDO RONDONI - PARANÁ
C. 7 de Setembro, 1303 - Fone: (41) 3254-2418

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

M.C. Roddy 2-8 JUL 2014 PR

- FÁRIDA NARDELLO - Tabeliã
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escreventes Juramentados



SELO
FÚNARREN
TABELIONATO DE NOTAS
FBL74206

CERTIFICO que o Selo de Autenticidade foi afixado na última folha do documento entregue à parte

RAMOS & PAZINI LTDA CONTRATO SOCIAL

folha: 1 de 3

Os abaixo identificados e qualificados: **SILMARA DENIZE PAZINI**, brasileira, solteira, nascida em 25/12/1981, professora, inscrita no CPF/MF sob nº 035.370.629-90, portadora da carteira de identidade RG nº 8.513.443-4 SESP-PR, residente e domiciliada na Rua Santa Catarina, 656, Apto 11, Centro, Marechal Candido Rondon-PR, CEP: 85960-000, **GERCINEI GOMES RAMOS**, brasileiro, solteiro, nascido em 11/06/1969, designer, inscrito no CPF/MF sob nº 662.598.789-15, portador da carteira de identidade RG nº 5.567.900-2 SESP-PR, residente e domiciliado na Rua Santa Catarina, 656, Apto 11, Centro, Marechal Candido Rondon-PR, CEP: 85960-000, **RESOLVEM**, por este instrumento particular de contrato e na melhor forma de direito, constituir uma **Sociedade Empresária Limitada** que se regerá pelos artigos 1.052 a 1.087 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002, pelas demais disposições legais aplicáveis à espécie e pelas cláusulas seguintes:

CLAUSULA PRIMEIRA - A sociedade girará sob o nome empresarial de **RAMOS & PAZINI LTDA** e terá sede e domicílio na Rua Santa Catarina, 656, Apto 13, Centro, Marechal Candido Rondon - PR, CEP 85960-000.

CLÁUSULA SEGUNDA - A sociedade poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, no país ou no exterior, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

CLÁUSULA TERCEIRA - A sociedade terá por objeto a exploração do ramo de: Agências de publicidade e propaganda, Pesquisas de mercado e de opinião pública e Outras atividades de publicidade, contanto que sempre complementares e vinculadas a atividade principal.

CLÁUSULA QUARTA - A sociedade iniciará suas atividades em 19/01/2009 e seu prazo de duração é por tempo indeterminado.

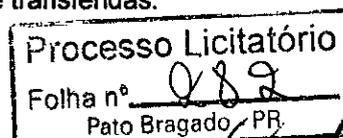
CLÁUSULA QUINTA - O capital social será de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais), dividido em 30.000 (trinta mil) quotas no valor de R\$ 1,00 (um real), cada uma, subscritas e integralizadas, neste ato, em moeda corrente do País, pelos sócios e distribuídas da seguinte forma:

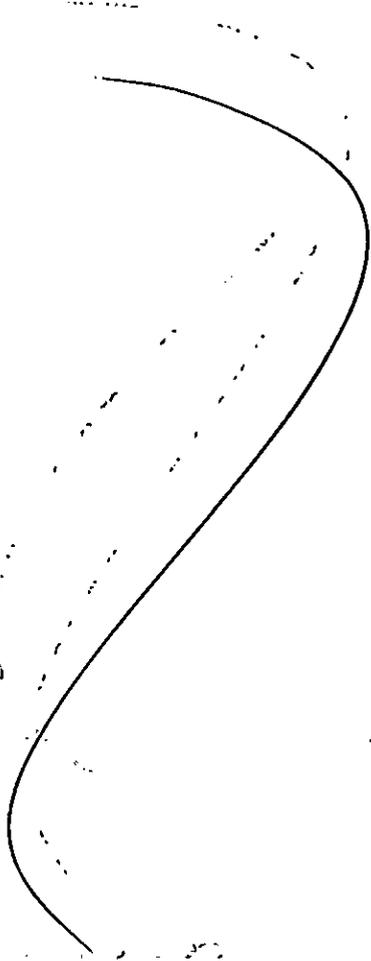
SOCIO	(%)	QUOTAS	VALOR
SILMARA DENIZE PAZINI	91.00	27.300	27.300,00
GERCINEI GOMES RAMOS	9.00	2.700	2.700,00
TOTAL	100.00	30.000	30.000,00

CLÁUSULA SEXTA - A responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social, conforme disposto no art. 1.052 da Lei 10.406/2002.

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

Parágrafo único: O sócio que pretenda ceder ou transferir todas ou parte de suas quotas deverá notificar por escrito aos outros sócios, discriminando a quantidade de quotas postas à venda, o preço, forma e prazo de pagamento, para que estes exerçam ou renunciem ao direito de preferência, que deverão fazer dentro de 30 (trinta) dias, contados do recebimento da notificação ou em prazo maior a critério do sócio alienante. Se todos os sócios manifestarem seu direito de preferência, a cessão das quotas se fará na proporção das quotas que então possuírem. Decorrido esse prazo sem que seja exercido o direito de preferência, as quotas poderão ser livremente transferidas.





10741



AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PARANÁ
R. 7 de Setembro, 1303 - F/fix (49) 3254-2418

M. Nardello
28 JUL 2014 PR

- FÁRIDA NARDELLO - Tabelião
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escriventes
Juramentados

CERTIFICO que a Selo de Autenticidade foi afixado na última folha do documento entregue à parte

1 X
7 06 13
TABELIONATO

[Large handwritten mark or signature]



AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PARANA
R. 7 de Setembro, 1303 - F. Fax (41) 3254-2418

[Handwritten signature] 8 JUL 2014 PR

- FÁRIDA NARDELLO - Tabellã
 - GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
 - AMÉLIA HACKBARTH
 - BÁRBARA CRISTINA AULER
 - CAROLINE KROHN
- } Escreventes
Juramentados

CERTIFICO que a Sala de Autenticidade foi afixado na última folha do documento entregue à parte

**RAMOS & PAZINI LTDA
CONTRATO SOCIAL**

folha: 3 de 3

E por estarem assim, justos e contratados, datam, lavram e assinam o presente instrumento em 3 (três) vias de igual teor e forma, na presença de 2 (duas) testemunhas obrigando-se fielmente por si e por seus herdeiros a cumpri-lo em todos os seus termos.

Marechal Candido Rondon - PR, 15 de Janeiro de 2009

Silmara D. Pazini
SILMARA DENIZE PAZINI

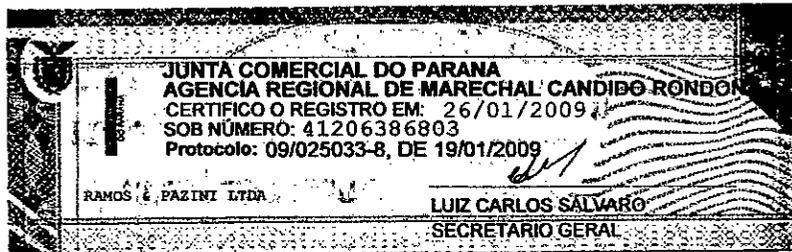
Gercinei Gomes Ramos
GERCINEI GOMES RAMOS

Testemunhas:

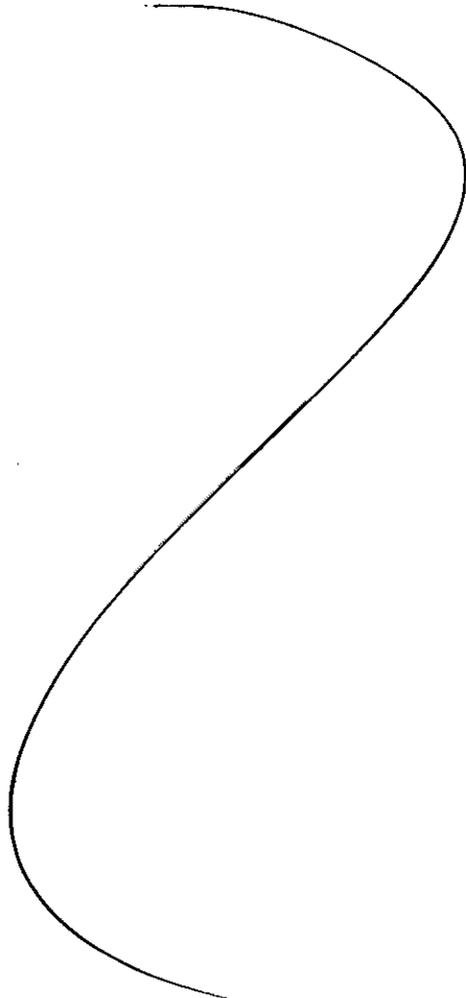
Josiane Severo
JOSIANE SEVERO
RG nº. 506.106.794-7-SSP/RS

Noemi Sauer
NOEMI SAUER
RG nº. 7346594-0-SSP/PR

Gilmar José Minks
Gilmar José Minks
OAB/PR 039989
Advogado



Processo nº *284*
Folha nº *284*
Pato Bragado - PR



TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PARANÁ
R. 7 de Setembro, 1303 - F. Fax (45) 3254-2418

AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

M. Rondon, 28 JUL 2014 PR

- FÁRIDA NARDELLO - Tabelião
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escreventes
Juramentados

Lei: 13.228 de 12/02/2001

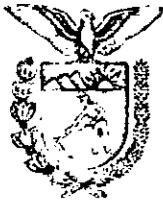
SELO FUNARPEN

TABELIONATO DE NOTAS E PROTESTOS

Nardello
BELLIA F. &
F. Fax: 3254-2418

Rua de Setembro, 1303

TABELIONATO DE NOTAS
Nº FBL74205



MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR
DEPARTAMENTO NACIONAL DE REGISTRO DO COMÉRCIO
JUNTA COMERCIAL DO PARANÁ

CERTIDÃO SIMPLIFICADA

Página: 001/001

Certificamos que as informações abaixo constam dos documentos arquivados nesta Junta Comercial e são vigentes na data da sua expedição.

Nome Empresarial RAMOS & PAZINI LTDA - ME ✓			
Natureza Jurídica: SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA			
Número de Identificação do Registro de Empresas - NIRE (Sede) 41 2 0638680-3	CNPJ 10.598.778/0001-06	Data de Arquivamento do Ato Constitutivo 26/01/2009	Data de Início de Atividade 19/01/2009
Endereço Completo (Logradouro, Nº e Complemento, Bairro, Cidade, UF, CEP) RUA SANTA CATARINA, 656-APTO 13, CENTRO, MARECHAL CÂNDIDO RONDON, PR, 85.960-000			
Objeto Social AGENCIA DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA. ✓			
Capital: R\$ 30.000,00 (TRINTA MIL REAIS)	Capital Integralizado: R\$ 30.000,00 (TRINTA MIL REAIS)	Microempresa ou Empresa de Pequeno Porte (Lei nº 123/2006) Microempresa	Prazo de Duração Indeterminado
Sócios/Participação no Capital/Espécie de Sócio/Administrador/Término do Mandato			Término do Mandato
Nome/CPF ou CNPJ	Participação no capital (R\$)	Espécie de Sócio	Administrador
GERCINEI GOMES RAMOS 662.598.789-15	2.700,00	SOCIO	XXXXXXXXXX
SILMARA DENIZE PAZINI 035.370.629-90	27.300,00	SOCIO	Administrador XXXXXXXXXX
Último Arquivamento		Situação	
Data: 06/05/2014	Número: 20142388165	REGISTRO ATIVO	
Ato: ENQUADRAMENTO DE MICROEMPRESA		Status XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX	
Evento (s):			

MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PR, 01 de julho de 2014 ✓



Assinatura:

SEBASTIÃO MOTTA
SECRETARIO GERAL

AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PARANÁ
R. 7 de Setembro, 1303 - Fone/Fax: (41) 3254-2418

Marechal Cândido Rondon, 28 JUL 2014 PR

- FÁRIDA NARDELLO - Tabellã
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escritórios Juramentados

TABELIONATO DE NOTAS E PROTESTOS

Nardello
LUIZ BELIA
Fone/Fax: 3254-2418
Setembro, 1303

Lei: 13.228 de 15/07/2011
SEVO
FUNARPEN

TABELIONATO DE NOTAS FBL74207

VALIDA EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL

REGISTRO GERAL 8.513.443 4 DATA DE EXPEÇÃO 14/09/1998

NOME SILMARA DENIZE PAZINI

FILIAÇÃO NELSON PAZINI IRONE MAIR PAZINI

NACIONALIDADE MAL. CAND. RONDON/PR DATA DE NASCIMENTO 25/12/1981

CONARCA-MAL CDD RONDON/PR DA SEDE

DOC OR SEM C.NASC. 7133, LIVRO-ACB, FOLHA-2887

CPF

CURITIBA - PR

ASSINATURA DO TITULAR *Silmara*

ASSINATURA DO DIRETOR

LEI Nº 7.119-DE 29/03/83

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

SECRETARIA DE ESTADO DE SEGURANÇA PÚBLICA INSTITUTO DE IDENTIFICAÇÃO DO PARANÁ



CARTÃO IDENTIFICADORA

Silmara D. Pazini

ASSINATURA DO TITULAR

CARTEIRA DE IDENTIDADE



AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

M. Rondon 01 JUL 2014 PR

TABELIONATO NARDELLO
MARCIAL CANDIDO RONDON - PARANÁ
R. 7 de Setembro, 1303 - F. Fax (41) 3254-2418

- FÁRIDA NARDELLO - Tabellã
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escritórios
Juramentados



TABELIONATO DE NOTAS
FAS94094

VÁLIDA EM TERRITÓRIO NACIONAL

REGISTRO GERAL 5.567.900 2 DATA DE EXPEDIÇÃO 05/07/2000

NOME GERCINEI GOMES RAMOS

FILIAÇÃO GERCINO GOMES RAMOS ANA GOMES RAMOS

NACIONALIDADE GRÃO MONGOL/MG DATA DE NASCIMENTO 11/06/1969

DOC. ORIGEM COMARCA-MAL. CDD RONDON/PR PATO BRAGADO C.HASC 3299, LIVRO-A3, FOLHA-450

CPF 662.598.789-15 CURITIBA - PR

ASSINATURA DO DIRETOR MARCO ANTONIO LAGANA

LEI Nº 7. 118 DE 29/08/83

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL

SECRETARIA DE ESTADO DE SEGURANÇA PÚBLICA INSTITUTO DE IDENTIFICAÇÃO DO PARANÁ

QUEREMOS VOSTROS

ASSINATURA DO TITULAR

CARTEIRA DE IDENTIDADE



AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

TABELIONATO NARDELLO
FÁRIDA NARDELLO
MARECHAL CARLOS RONDON - PARANÁ
R. 7 de Setembro, 1303 - Fone: (41) 3254-2418

M.C. Rondon 01 JUL 2014 PR

- FÁRIDA NARDELLO - Tabelião
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escritores Jureamentados

SELO EUNARPEN
TABELIONATO DE NOTAS FAS94105



CERTIFICO E DOU FÉ que: o documento original apresentado encontra-se replastificado.

Nardello

Handwritten notes and scribbles at the bottom left of the page.

Handwritten signature or mark at the bottom right.



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

CERTIFICADO DE REGISTRO CADASTRAL MUNICIPAL

N. 022/2014

ÓRGÃO EXPEDIDOR: PREFEITURA MUNICIPAL DE PATO BRAGADO

EMPRESA CADASTRADA: RAMOS E PAZINI LTDA.

A Prefeitura Municipal de Pato Bragado, Estado do Paraná, em conformidade com o Artigo 51 da Lei Federal n.º 8.666/93, de 21/06/93, com alterações introduzidas pela Lei Federal n.º 8.883/94, de 08/06/94, e requerimento protocolado sob n.º 1131, de 26 de maio de 2014.

RESOLVE:

CERTIFICAR que a EMPRESA: **RAMOS E PAZINI LTDA**, com sede na Rua Santa Catarina, N.º 656, Apto 013, centro, Marechal Cândido Rondon – PR, CEP nº 85.960-000, inscrita no CNPJ n.º 10.598.778/0001-06, encontra-se regularmente inscrita no Cadastro Municipal de Fornecedores deste Município, com o ramo de Agências de publicidade, podendo participar de licitações que este Executivo Municipal venha realizar. Esse Certificado não dispensa a Licitante de apresentar as Certidões negativas exigidas no Edital correspondente.

Este Certificado terá validade de 01 (um) ano, contados a partir da emissão do presente.

Pato Bragado, em 27 de maio de 2014. ✓


DISEL DAIANE BORTOLATO
Presidente da Comissão Permanente de Licitações



ALVARÁ DE LICENÇA

MUNICÍPIO DE
MARECHAL
CÂNDIDO RONDON-PR
SECRETARIA MUNICIPAL DE FAZENDA

Alvará Nº:	Cad. Económico:	Cad. Único:
4424	6788	3037223

Processo Licitatório
Folha nº 2/20
Pato Bragado - PR

Razão Social:		CPF/CNPJ:
RAMOS & PAZINI LTDA		10.598.778/0001.06
Nome de Fantasia:	Endereço:	Número:
	RUA SANTA CATARINA	656
Bairro:	Complemento:	
SEDE	APTO. 13	
Telefone Comercial:	Horário de Funcionamento:	
04500032544085	CONFORME LEGISLAÇÃO VIGENTE	
Atividades:		
<ul style="list-style-type: none">AGÊNCIAS DE PUBLICIDADEPESQUISAS DE MERCADO E DE OPINIÃO PÚBLICAOUTRAS ATIVIDADES DE PUBLICIDADE NÃO ESPECIFICADAS ANTERIORMENTE		
Importante:		
<p>1 - O presente ALVARÁ só terá validade mediante comprovação de pagamento da respectiva Taxa de Licença e, posteriormente, da Taxa de Verificação de Funcionamento Regular.</p> <p>2 - Será exigido o pagamento da Taxa de Licença sempre que se verificarem mudanças nas características do estabelecimento.</p> <p>3 - Alterações de endereço, ramo de atividade e razão social devem ser comunicadas ANTECIPADAMENTE à Prefeitura para aprovação das mesmas.</p>		
Marechal Cândido Rondon	07/02/2014	Válido Até 28 / 02 / 2015
		CLAIRZÓIA Secretaria Municipal de Fazenda





MINISTÉRIO DA FAZENDA
Secretaria da Receita Federal do Brasil

CERTIDÃO NEGATIVA
DE DÉBITOS RELATIVOS ÀS CONTRIBUIÇÕES PREVIDENCIÁRIAS E ÀS DE TERCEIROS

Nº 177882014-88888778

Nome: RAMOS & PAZINI LTDA - ME

CNPJ: 10.598.778/0001-06

Ressalvado o direito de a Fazenda Nacional cobrar e inscrever quaisquer dívidas de responsabilidade do sujeito passivo acima identificado que vierem a ser apuradas, é certificado que não constam pendências em seu nome relativas a contribuições administradas pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e a inscrições em Dívida Ativa da União (DAU).

Esta certidão, emitida em nome da matriz e válida para todas as suas filiais, refere-se exclusivamente às contribuições previdenciárias e às contribuições devidas, por lei, a terceiros, inclusive às inscritas em DAU, não abrangendo os demais tributos administrados pela RFB e as demais inscrições em DAU, administradas pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), objeto de Certidão Conjunta PGFN/RFB.

Esta certidão é válida para as finalidades previstas no art. 47 da Lei nº 8,212 de 24 de julho de 1991, exceto para:

- averbação de obra de construção civil no Registro de Imóveis;
- redução de capital social, transferência de controle de cotas de sociedade limitada e cisão parcial ou transformação de entidade ou de sociedade empresária simples;
- baixa de firma individual ou de empresário, conforme definido pelo art.931 da Lei nº 10.406, de 10 de Janeiro de 2002 - Código Civil, extinção de entidade ou sociedade empresária ou simples.

A aceitação desta certidão está condicionada à finalidade para a qual foi emitida e à verificação de sua autenticidade na Internet, no endereço <<http://www.receita.fazenda.gov.br>>

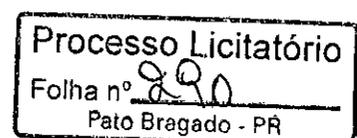
Certidão emitida com base na Portaria Conjunta PGFN/RFB nº 01, de 20 de janeiro de 2010.

Emitida em 16/06/2014.

Válida até 13/12/2014.

Certidão emitida gratuitamente.

Atenção: qualquer rasura ou emenda invalidará este documento.





Certificado de Regularidade do FGTS - CRF

Inscrição: 10598778/0001-06
Razão Social: RAMOS E PAZINI LTDA
Endereço: RUA SANTA CATARINA 656 / CENTRO / CURITIBA / PR / 85960-000

A Caixa Econômica Federal, no uso da atribuição que lhe confere o Art. 7, da Lei 8.036, de 11 de maio de 1990, certifica que, nesta data, a empresa acima identificada encontra-se em situação regular perante o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS.

O presente Certificado não servirá de prova contra cobrança de quaisquer débitos referentes a contribuições e/ou encargos devidos, decorrentes das obrigações com o FGTS.

Validade: 21/07/2014 a 19/08/2014

Certificação Número: 2014072110162629996960

Informação obtida em 30/07/2014, às 08:56:27.

A utilização deste Certificado para os fins previstos em Lei está condicionada à verificação de autenticidade no site da Caixa: www.caixa.gov.br



MUNICÍPIO DE MARECHAL CÂNDIDO RONDON
Estado do Paraná
Secretaria da Fazenda

Certidão Negativa de Débito

Nº 5963 / 2014

Dados do Contribuinte:

C.N.P.J.: 10.598.778/0001-06
Código: 3037223
Contribuinte: RAMOS & PAZINI LTDA ✓
Endereço: RUA SANTA CATARINA, 656 - APT. 13
Bairro: CENTRO
Cidade: MARECHAL CANDIDO RONDON
Estado: PR
CEP: 85960000

Finalidade da Certidão: PARA FINS DE PARTICIPACAO EM LICITACAO.

Certidão Negativa:

Certifico, para os devidos fins, que INEXISTEM DÉBITOS referentes a Tributos Municipais, inscritos ou não em Dívida Ativa, em nome do contribuinte acima citado, até a presente data.

Reserva-se o direito da Fazenda Municipal cobrar dívidas posteriormente apuradas mesmo as referentes a períodos compreendidos nesta CERTIDÃO.

A aceitação da presente certidão está condicionada a verificação de sua validade na internet no endereço: www.mcr.pr.gov.br ou no setor tributário da Prefeitura

Observação: Esta Certidão é válida somente para o contribuinte acima citado.

Validade: 60 dias a partir da data de emissão.

Emitido em: 16/07/2014 às 15:01:13

Processo Licitatório
Folha nº 298
Pato Bragado - PR



Estado do Paraná
Secretaria de Estado da Fazenda
Coordenação da Receita do Estado

Certidão Negativa
de Débitos Tributários e de Dívida Ativa Estadual
Nº 11845842-72

Certidão fornecida para o CNPJ/MF: **10.598.778/0001-06**

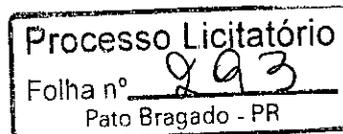
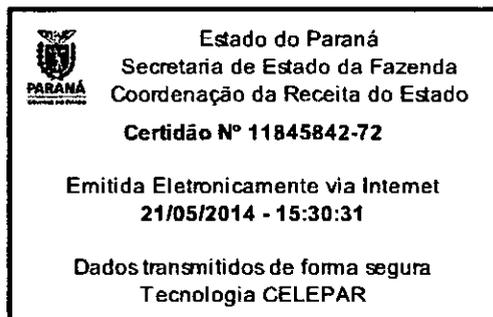
Este CNPJ/MF não consta nos cadastros da Secretaria da Fazenda do Paraná.

Ressalvado o direito da Fazenda Pública Estadual inscrever e cobrar débitos ainda não registrados ou que venham a ser apurados, certificamos que, verificando os registros da Secretaria de Estado da Fazenda, constatamos não existir pendências em nome do requerente, nesta data.

Finalidade: Licitação.

A autenticidade desta Certidão deverá ser confirmada via Internet
www.fazenda.pr.gov.br

Esta Certidão tem validade até **18/09/2014** - Fornecimento Gratuito





MINISTÉRIO DA FAZENDA
Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional
Secretaria da Receita Federal do Brasil

CERTIDÃO CONJUNTA NEGATIVA
DE DÉBITOS RELATIVOS AOS TRIBUTOS FEDERAIS E À DÍVIDA ATIVA DA UNIÃO

Nome: RAMOS & PAZINI LTDA - ME
CNPJ: 10.598.778/0001-06

Ressalvado o direito de a Fazenda Nacional cobrar e inscrever quaisquer dívidas de responsabilidade do sujeito passivo acima identificado que vierem a ser apuradas, é certificado que não constam pendências em seu nome, relativas a tributos administrados pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e a inscrições em Dívida Ativa da União junto à Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN).

Esta certidão, emitida em nome da matriz e válida para todas as suas filiais, refere-se exclusivamente à situação do sujeito passivo no âmbito da RFB e da PGFN, não abrangendo as contribuições previdenciárias e as contribuições devidas, por lei, a terceiros, inclusive as inscritas em Dívida Ativa do Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), objeto de certidão específica.

A aceitação desta certidão está condicionada à verificação de sua autenticidade na Internet, nos endereços <<http://www.receita.fazenda.gov.br>> ou <<http://www.pgfn.fazenda.gov.br>>.

Certidão emitida com base na Portaria Conjunta PGFN/RFB nº 3, de 02/05/2007.

Emitida às 15:35:19 do dia 21/05/2014 <hora e data de Brasília>.

Válida até 17/11/2014.

Código de controle da certidão: **953B.5FB4.EC9D.47ED**

Certidão emitida gratuitamente.

Atenção: qualquer rasura ou emenda invalidará este documento.

Processo Licitatório
Folha nº <u>294</u>
Pato Bragado - PR

TERMO DE ABERTURA

Contém este LIVRO DIÁRIO GERAL número 002 (dois), 00026 (vinte e seis) PAGINAS numeradas eletronicamente do número 00001 ao número 00026 e se destina a escrituração dos lançamentos das operações próprias do estabelecimento do contribuinte abaixo identificado.

Razão Social: RAMOS E PAZINI LTDA

Endereço: RUA SANTA CATARINA, 656, APTO 13

Bairro: CENTRO

Cidade: MAL CANDIDO RONDON

Estado: PR

CEP: 85.960-000

Registro na Junta Comercial do Paraná 41206386803

Data do Registro: 26/01/2009

Inscrição Estadual: 10.598.778/0001-06

C.N.P.J./C.P.F.: MAL CANDIDO RONDON, 01 de Janeiro de 2013

AUTENTICACÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

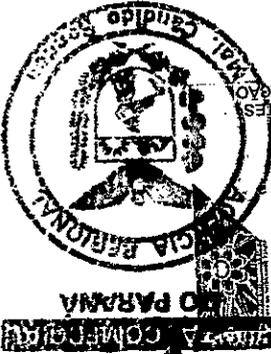
TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PARANÁ
R. 7 de Setembro, 1303 - Fone (45) 3254-2418

- FARIDA NARDELLO - Tabeleira
- GIAN FRANCO NARDELLO ROLTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BARBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escrituras
Juramentados

Lei: 1.988 de 18/08/2001
Art. 1º, inciso II, alínea "a"
Art. 1º, inciso III, alínea "a"
Art. 1º, inciso III, alínea "b"
Art. 1º, inciso III, alínea "c"
Art. 1º, inciso III, alínea "d"
Art. 1º, inciso III, alínea "e"
Art. 1º, inciso III, alínea "f"
Art. 1º, inciso III, alínea "g"
Art. 1º, inciso III, alínea "h"
Art. 1º, inciso III, alínea "i"
Art. 1º, inciso III, alínea "j"
Art. 1º, inciso III, alínea "k"
Art. 1º, inciso III, alínea "l"
Art. 1º, inciso III, alínea "m"
Art. 1º, inciso III, alínea "n"
Art. 1º, inciso III, alínea "o"
Art. 1º, inciso III, alínea "p"
Art. 1º, inciso III, alínea "q"
Art. 1º, inciso III, alínea "r"
Art. 1º, inciso III, alínea "s"
Art. 1º, inciso III, alínea "t"
Art. 1º, inciso III, alínea "u"
Art. 1º, inciso III, alínea "v"
Art. 1º, inciso III, alínea "w"
Art. 1º, inciso III, alínea "x"
Art. 1º, inciso III, alínea "y"
Art. 1º, inciso III, alínea "z"

TABELIONATO DE NOTAS
DE
NOTAS
FBL74208



CRISTIANE MARIA LEMOS PRESIDENTE
RESPONSÁVEL PELA AUTENTICAÇÃO

O presente livro/ficha, por mim examinado e conteúdo, acha-se em conformidade com a legislação em vigor em seus termos de abertura e encerramento.

Termo de Autenticação 14/037904-5
AGENCIA REGIONAL DE MARECHAL CANDIDO RONDON

01 ABR. 2014
MARECHAL CÂNDIDO RONDON

SILMARA DENIZE PAZINI
SOCIA ADMINISTRADORA
RG: 85134434 SSP/PR
CPF: 035.370.629-90

GILMAR JOSE MINKS
CONTADOR
RG: 3.001.795-1 SSP/PR
CRC: 024369/O-1 UF: PR

Processo Licitatório
Folha nº 095
Pato Bragado - PR

Consolidação: Empresa Grau: 5 Período: 01/2013 a 12/2013

Conta	Reduzida	Nome	Saldo Anterior	Débito	Crédito	Saldo Atual
512010001	336-0	PROVISÃO P/ O IRPJ	0,00	8.020,94	8.020,94	0,00
51202		PROVISÃO DE CONTRIBUIÇÃO S/ O LUCRO	0,00	4.812,56	4.812,56	0,00
512020001	337-9	PROVISÃO P/ A CONTRIBUIÇÃO SOBRE O LUCRO	0,00	4.812,56	4.812,56	0,00
513		RESULTADO DO EXERCICIO	0,00	207.903,00	207.903,00	0,00
51301		RESULTADO DO EXERCICIO	0,00	207.903,00	207.903,00	0,00
513010001	338-7	RESULTADO LIQUIDO DO EXERCICIO	0,00	207.903,00	207.903,00	0,00
		TOTAL GERAL	0,00	864.875,66	864.875,66	0,00

Silmara Pazini
SILMARA DENIZE PAZINI
SOCIA ADMINISTRADORA
CPF 035.370.629-90

Gilmar Jose Minks
GILMAR JOSE MINKS
CONTADOR
CRC 024369/O-1



AUTENTICACÃO

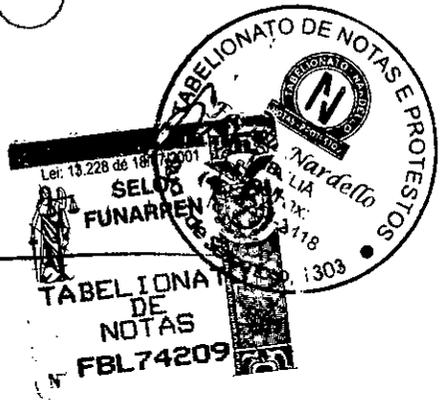
CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CANDIDO RONDON - PARANA
R. 7 de Setembro, 1303 - Fone (41) 3264-2418

28 JUL 2014 PR
M. C. Rondon

- FÁRIDA NARDELLO - Tabellã
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escreventes Jurementados



Consolidação: Empresa

Grau: 5

	12/2013	12/2012
ATIVO	40.207,34	31.762,02
ATIVO CIRCULANTE	25.503,23	31.762,02
DISPONÍVEL	25.503,23	31.762,02
CAIXA	25.503,23	31.762,02
CAIXA GERAL	25.503,23	31.762,02
ATIVO NÃO CIRCULANTE	14.704,11	0,00
IMOBILIZADO	14.704,11	0,00
COMPUTADORES E PERIFERICOS	15.000,00	0,00
COMPUTADORES E PERIFERICOS	15.000,00	0,00
(-) DEPRECIACÕES, AMORTIZACOES E EXAUSTÕES ACUMULADAS	-295,89	0,00
(-) DEPRECIACÃO DE COMPUTADORES E PERIFERICOS	-295,89	0,00
TOTAL DO ATIVO	40.207,34	31.762,02



16
2013
17:26
2013
2012

Classificação: Empresa Grau: 5 Encerrado em: 31/12/2013

	12/2013	12/2012
PASSIVO	40.207,34	31.762,02
PASSIVO CIRCULANTE	10.207,34	1.762,02
OBRIGAÇÕES TRIBUTÁRIAS	10.080,21	1.762,02
IMPOSTOS E CONTRIBUIÇÕES A RECOLHER	10.080,21	1.762,02
ISSQN A RECOLHER	961,29	87,00
CONTRIBUIÇÃO SOCIAL A RECOLHER	3.086,87	554,69
IRPJ A RECOLHER	5.144,78	924,48
COFINS A RECOLHER	745,29	177,00
PIS A RECOLHER	141,98	18,85
OUTRAS OBRIGAÇÕES	127,13	0,00
ENERGIA ELÉTRICA, ÁGUA E TELEFONE A PAGAR	127,13	0,00
TELEFONE A PAGAR	127,13	0,00
PATRIMÔNIO LÍQUIDO	30.000,00	30.000,00
CAPITAL SOCIAL	30.000,00	30.000,00
CAPITAL SOCIAL SUBSCRITO	30.000,00	30.000,00
CAPITAL SOCIAL	30.000,00	30.000,00
TOTAL DO PASSIVO	40.207,34	31.762,02

Reconhecemos a exatidão do presente Balanco Patrimonial com base nas informações e na documentação apresentada, encerrado em 31/12/2013, somando tanto no Ativo como no Passivo, a importância de R\$ 40.207,34 (quarenta mil, duzentos e sete reais e trinta e quatro centavos), e em 31/12/2012, somando tanto no Ativo como no Passivo, a importância de R\$ 31.762,02 (trinta e um mil, setecentos e sessenta e dois reais e dois centavos).

Silmara Pazini
SILMARA DENIZE PAZINI
SOCIA ADMINISTRADORA
CPF 035.370.629-90

Gilmar Jose Minks
GILMAR JOSE MINKS
CONTADOR
CRC 024369/O-1



AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presenta cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CANDIDO RONDON - PARANA
R. 7 de Setembro, 1303 - Fone (41) 3254-2418
M.C. Rondon

Marechal
28 JUL 2014 PR

- FÁRIDA NARDELLO - Tabelião
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BARBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escreventes Juramentados



Consolidação: Empresa

Grau: 5

	2013	2012
RECEITA OPERACIONAL BRUTA	207.903,00	72.220,00
RECEITA BRUTA DE VENDAS E SERVIÇOS	207.903,00	72.220,00
RECEITA DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇO	207.903,00	72.220,00
RECEITA COM SERVIÇOS PRESTADOS	207.903,00	72.220,00
DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA	12.948,35	4.802,63
(-) DEDUÇÕES DA RECEITA BRUTA	12.948,35	4.802,63
(-) IMPOSTOS INCIDENTES SOBRE VENDAS E SERVIÇOS	12.948,35	4.802,63
(-) ISSQN	6.849,09	2.166,60
(-) COFINS	5.013,09	2.166,60
(-) PIS	1.086,17	469,43
RECEITA LÍQUIDA	194.954,65	67.417,37
LUCRO BRUTO	194.954,65	67.417,37
DESPESAS OPERACIONAIS	23.553,65	15.056,51
DESPESAS OPERACIONAIS	23.553,65	15.056,51
DESPESAS TRABALHISTAS	15.016,43	11.937,20
CONTRIBUIÇÃO SINDICAL	880,30	0,00
CONSELHO EXECUTIVO DAS NORMAS PADRÃO	276,67	0,00
BOLSA AUXILIO CIEE	13.859,46	11.937,20
DESPESAS GERAIS	8.537,22	3.119,31
ASSISTENCIA CONTÁBIL E JURIDICA	250,00	0,00
DEPRECIACÕES E AMORTIZAÇÕES	295,89	0,00
ENERGIA ELÉTRICA	1.754,02	2.079,51
MATERIAL DE USO E CONSUMO	325,48	0,00
PROPAGANDA E PUBLICIDADE	2.250,00	0,00
SERVIÇO DE TERCEIROS (PJ)	700,00	410,00
TAXAS ASSOCIAÇÃO COMERCIAL	668,00	629,80
TAXAS E EMOLUMENTOS LEGAIS	282,96	0,00
TAXAS PREFEITURA	201,49	0,00
TELEFONE	689,58	0,00
TAXA CIEE/PR	1.119,80	0,00
RESULTADO ANTES DAS OPERAÇÕES FINANCEIRAS	171.401,00	52.360,86
DESPESAS FINANCEIRAS	374,26	1.377,35
DESPESAS OPERACIONAIS FINANCEIRAS	374,26	1.377,35
DESPESAS COM ATUALIZAÇÕES	374,26	1.377,35
VARIAÇÃO MONETÁRIA PASSIVA	374,26	1.377,35
RESULTADO ANTES DA PROVISÃO PARA A CONTRIBUIÇÃO SOCIAL	171.026,74	50.983,51
PROVISÃO DE CONTRIBUIÇÃO S/ O LUCRO	4.812,56	2.079,94
PROVISÃO P/ A CONTRIBUIÇÃO SOBRE O LUCRO	4.812,56	2.079,94
RESULTADO ANTES DA PROVISÃO PARA O IMPOSTO DE RENDA	166.214,18	48.903,57
PROVISÕES P/ IMPOSTO S/ O LUCRO	8.020,94	3.466,56
PROVISÃO P/ O IRPJ	8.020,94	3.466,56
LUCRO/PREJUÍZO LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	158.193,24	45.437,01

Silmara Pazini
SILMARA DENIZE PAZINI
SOCIA ADMINISTRADORA
CPF 035.370.629-90

Gilmar Jose Minks
GILMAR JOSE MINKS
CONTADOR
CRC 024369/O-1



Processo Licitatório nº 299
Folha nº 299
Pato Bragado - PR

Handwritten signature or scribble.



TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PARANÁ
R. 7 de Setembro, 1303 - Fone: (41) 3254-2418

AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

M.C. Rondon
28 JUL 2014 PR

- FÁRIDA NARDELLO - Tabellã
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AUHLER
- CAROLINE KROHN

Escreventes Juramentados



Lei: 13.228 de 12/2001
SELO FUNARREJ

TABELIONATO DE NOTAS
FBL74212

Consolidação: Empresa

Conta	Descrição	12/2013	12/2012
1	RESULTADO LIQUIDO DO PERIODO	158.193,24	45.437,01
2	(+/-) OUTROS RESULTADOS ABRANGENTES	0,00	0,00
2.101	VARIAÇÃO DA RESERVA DE REAVLIAÇÃO	0,00	0,00
2.102	GANHOS/PERDAS EM PLANOS DE PREVIDENCIA COMPLEMENTAR	0,00	0,00
2.103	AJUSTE DE AVALIAÇÃO PATRIMONIAL	0,00	0,00

Silmara Pazini

SILMARA DENIZE PAZINI
SOCIA ADMINISTRADORA
CPF 035.370.629-90

Gilmar Jose Minks
GILMAR JOSE MINKS
CONTADOR
CRC 024369/O-1



AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CÂNDIDO RONDOR - PARANA
R. 7 de Setembro, 1303 - F. Fax (41) 3254-2418
M.C. 1303/000

28 JUL 2014 PR

- FÁRIDA NARDELLO - Tabellã
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escreventes Juramentados



FBL74211

Mês/Ano: 12/2013

	CAPITAL SOCIAL	CAPITAL A INTEGRALIZAR	RESERVA DE CAPITAL	RESERVA DE LUCROS	AJUSTE DE AVALIAÇÃO PATRIMONIAL	LUCROS OU PREJUÍZOS ACUMULADOS	OUTROS RESULTADOS ABRANGENTES	Total do Patrimônio Líquido
Saldo Iniciais	30.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	30.000,00
Saldo de Exercícios Anteriores	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Integralização de Capital	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Transferência de Reservas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Resultado do Exercício	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	158.193,24	0,00	158.193,24
Distribuição de Lucros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-158.193,24	0,00	-158.193,24
Transferência para Lucros ou Prejuízos Acumulados	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Transferências de Capital com os Sócios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Resultados Abrangentes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Saldo Finais	30.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	30.000,00

Mês/Ano: 12/2012

	CAPITAL SOCIAL	CAPITAL A INTEGRALIZAR	RESERVA DE CAPITAL	RESERVA DE LUCROS	AJUSTE DE AVALIAÇÃO PATRIMONIAL	LUCROS OU PREJUÍZOS ACUMULADOS	OUTROS RESULTADOS ABRANGENTES	Total do Patrimônio Líquido
Saldo Iniciais	30.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	58.501,06	0,00	88.501,06
Saldo de Exercícios Anteriores	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Integralização de Capital	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Transferência de Reservas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Resultado do Exercício	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	45.437,01	0,00	45.437,01
Distribuição de Lucros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-103.938,07	0,00	-103.938,07
Transferência para Lucros ou Prejuízos Acumulados	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Transferências de Capital com os Sócios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-58.501,06	0,00	-58.501,06
Resultados Abrangentes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Saldo Finais	30.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	30.000,00

Folha nº 30
Pato Bragado - PR
Processo Licitatório

Silmara Pazini

SILMARA DENIZE PAZINI
SOCIA ADMINISTRADORA
CPF 035.370.629-90

Gilmar José Minks

GILMAR JOSÉ MINKS
CONTADOR
CRC 024369/O-1





TABELIONATO NARDELLO
 MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PARANÁ
 R. 7 de Setembro, 1303 - FFax. (45) 3254-2418

M.C. Rondon

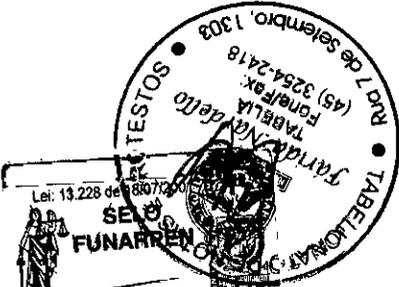
28 JUL 2014 PR

- FÁRIDA NARDELLO - Tabellã
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escrituras
Juramentados

AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.



Consolidação: Empresa

Método: Indireto

Conta	Descrição	12/2013	12/2012
1	OPERACIONAIS	166.934,45	40.006,40
1.01	RESULTADO LIQUIDO	158.193,24	45.437,01
1.01.001	RESULTADO LIQUIDO	158.193,24	45.437,01
1.02	AJUSTES	8.741,21	-5.430,61
1.02.001	DEPRECIACÃO	295,89	0,00
1.02.005	CLIENTES E CONTAS A RECEBER	0,00	0,00
1.02.010	ESTOQUES	0,00	0,00
1.02.011	SEGUROS A APROPRIAR	0,00	0,00
1.02.012	IMPOSTOS A RECUPERAR/COMPENSAR	0,00	0,00
1.02.014	OUTROS ATIVOS	0,00	0,00
1.02.015	FORNECEDORES	0,00	0,00
211010001	EDITORA O PRESENTE	0,00	0,00
1.02.020	OUTROS PASSIVOS	8.445,32	-5.430,61
1.02.021	AJUSTES DE EXERCICIOS ANTERIORES	0,00	0,00
2	INVESTIMENTO	-15.000,00	0,00
2.01	ENTRADAS/SAÍDAS	-15.000,00	0,00
2.01.001	ATIVO IMOBILIZADO	-15.000,00	0,00
2.01.005	INVESTIMENTOS	0,00	0,00
3	FINANCIAMENTO	-158.193,24	-103.938,07
3.01	ENTRADAS/SAÍDAS	-158.193,24	-103.938,07
3.01.001	EMPRÉSTIMOS	0,00	0,00
3.01.005	INTEGRALIZAÇÕES DE CAPITAL	0,00	0,00
3.01.010	DISTRIBUIÇÃO DE LUCROS	-158.193,24	-103.938,07
Aumento/Redução de Caixa e Equivalentes de Caixa		-6.258,79	-63.931,67
Disponibilidades			
No início do Período		31.762,02	95.693,69
No final do Período		25.503,23	31.762,02
Variação		-6.258,79	-63.931,67

Silmaria Pazini
SILMARA DENIZE PAZINI
SOCIA ADMINISTRADORA
CPF 035.370.629-90

Gilmar Jose Minks
GILMAR JOSE MINKS
CONTADOR
CRC 024369/O-1



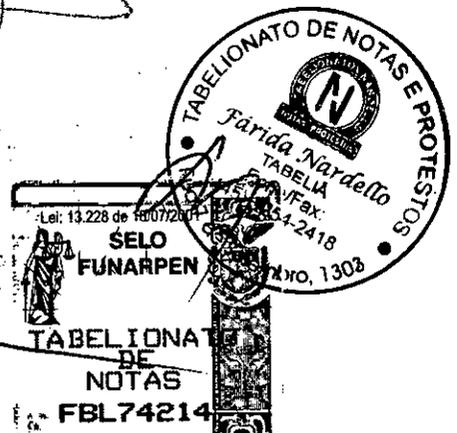
AUTENTICACÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PARANA
R. 7 de Setembro, 1308 - F.Fax (41) 3254-2418
M.C. Rondon

- FÁRIDA NARDELLO - Tabelião
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escreventes
Juramentados



Processo Licitatório
Folha nº 302
Pato Bragado - PR

NOTAS EXPLICATIVAS**1. CONTEXTO OPERACIONAL**

A empresa RAMOS & PAZINI LTDA cadastrada no CNPJ sob o número 10.598.778.0001-06, constituída em 26/01/2009, tem como objeto de exploração agências de publicidade e propaganda. Com sede em no município de Marechal Cândido Rondon - PR, na Rua Santa Catarina, nº 656, Apto 13, Centro.

2. DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

As demonstrações contábeis encerradas em 31 de Dezembro de 2013 e 31 de Dezembro de 2012 (comparativas), aqui compreendidos: Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado, Demonstração do Resultado Abrangente (DRA), Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido (DMPL) e Demonstração dos Fluxos de Caixa (DFC), foram elaboradas a partir de diretrizes contábeis e dos preceitos da Legislação Comercial, Lei 10.406/2002 e demais legislações aplicáveis e aos Princípios Contábeis.

O resultado é apurado de acordo com o regime de competência, que estabelece que as receitas e despesas devem ser incluídas na apuração dos resultados dos períodos em que ocorrerem, sempre simultaneamente quando se correlacionarem, independentemente de recebimento ou pagamento.

3. MOEDA FUNCIONAL E DE APRESENTAÇÃO

As demonstrações contábeis estão apresentadas em REAIS, que é a moeda funcional da empresa.

4. PRINCIPAIS PRÁTICAS CONTÁBEIS**a) Disponível**

São considerados saldos em caixa, contas bancárias e aplicações financeiras de liquidez imediata.

b) Adiantamento de Valores a receber

São registrados pelo valor provável de realização.

c) Não circulante

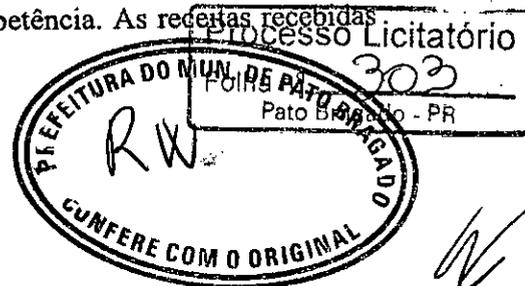
Os direitos realizáveis e as obrigações vencíveis após os 12 meses subsequentes à data das demonstrações contábeis são considerados como não circulantes.

d) Capital social

O capital social da empresa, no valor de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) é formado por cotas partes no valor de R\$ 1,00 (um real) cada, referentes a dois sócios em 31 de dezembro de 2013.

e) Receitas e despesas

As receitas e as despesas são reconhecidas pelo regime de competência. As receitas recebidas em forma não monetária são registrada pelo seu valor justo.



5. IMOBILIZADO

	2013		2012
Custo	Depreciação acumulada	Valor residual	Valor residual
Comp. E Periféricos	15.000,00	(295,00)	-
	15.000,00	- 295,00	-

Marechal Cândido Rondon – PR, 31 de Dezembro de 2013

Silmara Pazini

Silmara Denize Pazini
Sócia-Administradora
CPF: 035.370.629-90

Gilmar José Minks
Gilmar José Minks
Contador
CRC: 024369/O-1



TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PARANÁ
R. 7 de Setembro, 1303 - Fone: (41) 3254-2418

AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

Marechal 28 JUL 2014 PR

- FÁRIDA NARDELLO - Tabelião
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escritores Juramentados



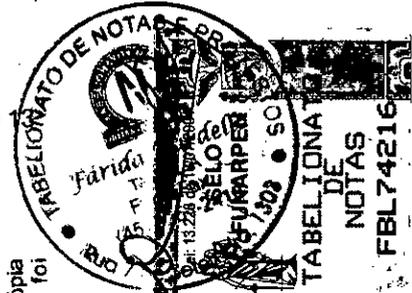
Processo Licitatório
Folha nº 304
Pato Bragado - PR

Handwritten mark

TERMO DE ENCERRAMENTO

Contém este LIVRO DIÁRIO GERAL número 002 (dois), 00026 (vinte e seis) PAGINAS numeradas eletronicamente do número 00001 ao número 00026 e se destinou a escrituração dos lançamentos das operações próprias do estabelecimento do contribuinte abaixo identificado, referentes ao período de 01/01/2013 a 31/12/2013

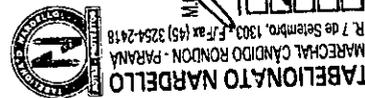
Razão Social: RAMOS E PAZINI LTDA
Endereço: RUA SANTA CATARINA, 656, APTO
Bairro: CENTRO
Cidade: MAL CANDIDO RONDON
Estado: PR
CEP: 85.960-000
Registro na Junta Comercial do Paraná 41206386803
Data do Registro: 26/01/2009
Inscrição Estadual:
C.N.P.J./C.P.F.: 10.598.778/0001-06



AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

Handwritten signature and date: 28 de Julho de 2014, PR. Names listed: FARIDA NARDELLO - Tabellã, GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA, AMELIA HACKBARTH, BARBARA CRISTINA AULER, CAROLINE KROHN.



MAL CANDIDO RONDON, 31 de Dezembro de 2013

Handwritten signature: Silmara Pazini. Below it: SILMARA DENIZE PAZINI, SOCIA ADMINISTRADORA, RG: 85134434 SSPPR, CPF: 035.370.629-90

Handwritten signature: Gilmar José Minks. Below it: GILMAR JOSÉ MINKS, CONTADOR, RG: 3.001.795-1 SSP/PR, CRC: 024369/O-1 UF: PR

JUNTA COMERCIAL DO PARANÁ



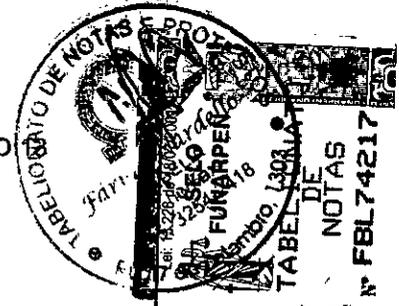
Processo Licitatório
Folha nº 305
Pato Bragado - PR

Handwritten initials/signature.

TERMO DE ABERTURA

Contém este LIVRO RAZÃO ANALÍTICO número 002 (dois), 00010 (dez) PAGINAS numeradas eletronicamente do número 00001 ao número 00010 e se destina a escrituração dos lançamentos das operações próprias do estabelecimento do contribuinte abaixo identificado.

Razão Social: RAMOS E PAZINI LTDA
 Endereço: RUA SANTA CATARINA, 656, APTO
 Bairro: CENTRO
 Cidade: MAL CANDIDO RONDON
 Estado: PR
 CEP: 85.960-000
 Registro na Junta Comercial do Paraná 41206386803
 Data do Registro: 26/01/2009
 Inscrição Estadual:
 C.N.P.J./C.P.F.: 10.598.778/0001-06



AUTENTICAÇÃO
 CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

M.C. RONDON, 26 de Janeiro de 2014, PR

Escriturantes
 Juruamentados

FÁRIDA NARDELLO - Tabella
 GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
 AMÉLIA HACKBARTH
 BARBARA CRISTINA AULER
 CAROLINE KROHN

TABELIONATO NARDELLO
 MARECHAL CANDIDO RONDON - PARANÁ
 R. 7 de Setembro, 1302 - Fone (41) 3254-2418

MAL CANDIDO RONDON, 01 de Janeiro de 2013

Silmara Pazini
 SILMARA DENIZE PAZINI
 SOCIA ADMINISTRADORA
 RG: 85134434 SSP/PR
 CPF: 035.370.629-90

Gilmar Jose Minks
 GILMAR JOSE MINKS
 CONTADOR
 RG: 3.001.795-1 SSP/PR
 CRC: 024369/O-1 UF: PR

Processo Licitatório
 Folha nº 306
 Pato Bragado - PR

[Handwritten signature]

TERMO DE ENCERRAMENTO

Contém este LIVRO RAZÃO ANALÍTICO número 002 (dois), 00010 (dez) PAGINAS numeradas eletronicamente do número 00001 ao número 00010 e se destinou a escrituração dos lançamentos das operações próprias do estabelecimento do contribuinte abaixo identificado, referentes ao período de 01/01/2013 a 31/12/2013

Razão Social: RAMOS E PAZINI LTDA
 Endereço: RUA SANTA CATARINA, 656, ANEXO
 Bairro: CENTRO
 Cidade: MAL CANDIDO RONDON
 Estado: PR
 CEP: 85.960-000
 Registro na Junta Comercial do Paraná 41206386803
 Data do Registro: 26/01/2009
 Inscrição Estadual:
 C.N.P.J./C.P.F.: 10.598.778/0001-06

MAL CANDIDO RONDON ; 31 de Dezembro de 2013

Silmara Pazini
 SILMARA DENIZE PAZINI
 SOCIA ADMINISTRADORA
 RG: 85134434 SSP/PR
 CPF: 035.370.629-90

Gilmar José Minks
 GILMAR JOSÉ MINKS
 CONTADOR
 RG: 3.001.795-1 SSP/PR
 CRC: 024369/O-1 UF: PR



AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.



MARCHELAL CANDIDO RONDON - PARANÁ
 R. 7 de Setembro, 1300 - F. Fax (45) 3254-2418
 TABELIONATO NARDELLO

Escriturais
 Juruamentados
 FARIDA NARDELLO - Tabela II
 GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
 AMELIA HACKBARTH
 BARBARA CRISTINA AULLER
 CAROLINE KROHN

31 de Dezembro de 2014
 PR

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL



COMARCA DE MARECHAL CÂNDIDO RONDON - ESTADO DO PARANÁ
CARTÓRIO DO DISTRIBUIDOR, PARTIDOR, CONTADOR, DEPOSITÁRIO PÚBLICO E AVALIADOR JUDICIAL
FÓRUM ARTHUR HERÁCLIO GOMES FILHO

Maria Terezinha Sequinel de Camargo
TITULAR

Adriano Pereira dos Santos
Carla Patrícia Sobrinho de Camargo
Cleon Eliézer de Camargo
Graciele Martins Leusch
Júnior Rafael de Lima Holz
Sandra Mara Signore
JURAMENTADOS

CERTIDÃO (NEGATIVA)

CERTIFICO, a pedido da parte interessada, que revendo os livros e sistema informatizado de distribuição CÍVEL (Cível) sob minha guarda, existentes neste cartório, verifiquei **não constar** nenhuma AÇÃO DE FALÊNCIA, RECUPERAÇÃO JUDICIAL ou CONCORDATA, contra:

RAMOS & PAZINI LTDA - ME - inscrita no CNPJ sob nº 10.598.778/0001-06, com sede na Rua Santa Catarina, nº 656, Apto. 13, Centro, neste Município e Comarca.

CERTIFICO mais que, procedi, buscas a partir da data do sinistro do Fórum local em 31-01-87, inclusive em processos salvos e redistribuídos.

O REFERIDO É VERDADE E DOU-FÉ.
Marechal Cândido Rondon, 02 de julho de 2014 - 11:43 horas.



Júnior Rafael de Lima Holz
E. Juramentado

Comarca de Marechal Cândido Rondon
Estado do Paraná
CARTÓRIO DISTRIBUIDOR, CONTADOR, PARTIDOR,
DEPOSITÁRIO PÚBLICO E AVALIADOR JUDICIAL
Rua Tiradentes, 1120 Edifício do Fórum
CNPJ 05.399.393/0001-71
Maria Terezinha Sequinel de Camargo
Oficial

Rua Tiradentes, 1120 - Centro - Edifício Fórum - Mal. Cândido Rondon - PR

Processo Licitatório
Folha nº 308
Pato Bragado - PR

[Large handwritten signature]



TABELIONATO NARDELLO
MARECHAL CÂNDIDO RONDON - PARANÁ
R. 7 de Setembro, 1303 - Fone: (41) 3254-2418

AUTENTICAÇÃO

CERTIFICO e dou fé que a presente cópia está conforme o original que me foi apresentado nesta data.

Marechal 28 JUL 2014 PR

- FÁRIDA NARDELLO - Tabelião
- GIAN FRANCO NARDELLO ROTTA
- AMÉLIA HACKBARTH
- BÁRBARA CRISTINA AULER
- CAROLINE KROHN

Escreventes
Juramentados





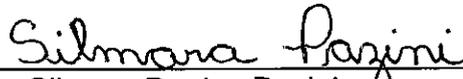
Município de Pato Bragado – PR.
À Comissão de Licitações
Tomada de Preços: 004/2014

**DECLARAÇÃO DE OBSERVÂNCIA AO DISPOSTO NO INCISO XXXIII DO
ARTIGO 7º DA CONSTITUIÇÃO FEDERAL**

O signatário da presente, em nome da Proponente, **DECLARA**, sob penas da Lei, que a empresa Ramos & Pazini Ltda. não mantém em seu quadro de pessoal menores de 18 (dezoito) anos em horário noturno de trabalho ou em serviço perigosos ou insalubres, não mantendo ainda, em qualquer trabalho, menores de 16 (dezesseis) anos, salvo na condição de aprendiz, a partir dos 14 (quatorze) anos.

Por ser expressão da verdade, firmamos o presente.

Pato Bragado, 31 de julho de 2014.



Silmara Denize Pazini
RG: 8.513.443 4
CPF 035.370.629-90
SÓCIA - ADMINISTRADORA



Município de Pato Bragado – PR.
À Comissão de Licitações
Tomada de Preços: 004/2014

DECLARAÇÃO - LC 123/2006

Pelo presente instrumento, a empresa Ramos & Pazini Ltda, inscrita no CNPJ n.º 10.598.778/0001-06, com endereço Rua Santa Catarina, 656, Sala 13, por intermédio de seu representante legal, o Sra. Silmara Denize Pazini, portadora do documento de identidade RG n.º 8.513.443-4, emitido pela SSP/PR, e do CPF n.º 035.370.629-90, **DECLARA**, sob penas da Lei, que se enquadra como microempresa (ou empresa de pequeno porte, conforme o caso) nos termos do Artigo 3º *caput*, incisos I e II da Lei Complementar 123/2006.

Por ser expressão da verdade, firmamos o presente.

Pato Bragado, 31 de julho de 2014.

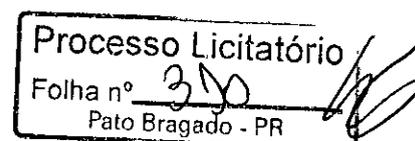
Silmara Pazini

Silmara Denize Pazini

RG: 8.513.443 4

CPF 035.370.629-90

SÓCIA - ADMINISTRADORA





Município de Pato Bragado – PR.
À Comissão de Licitações
Tomada de Preços: 004/2014

DECLARAÇÃO DE SUJEIÇÃO AO EDITAL E INEXISTÊNCIA DE FATOS SUPERVENIENTES IMPEDITIVOS DA HABILITAÇÃO

O signatário da presente, em nome da proponente **Ramos & Pazini Ltda.**, declara, expressamente, que se sujeita às condições estabelecidas no edital de Tomada de Preços em consideração e dos respectivos modelos, adendos, e anexos e documentos, que acatará integralmente qualquer decisão que venha a ser tomada pelo licitador quanto à qualificação apenas das proponentes que hajam atendido às condições estabelecidas e demonstrem integral possibilidade de executar a obra e/ou os serviços.

Declara, ainda, para todos os fins de direito, a inexistência de fatos supervenientes impeditivos da qualificação ou que comprometam a idoneidade da proponente nos termos do Artigo 32, parágrafo 2, e Artigo 97 da Lei 8.666, de 21 de junho de 1993, e suas alterações e que está ciente da obrigatoriedade de declarar ocorrências posteriores.

Pato Bragado, 31 de julho de 2014

Silmara Pazini

Silmara Denize Pazini

RG: 8.513.443 4

CPF 035.370.629-90

SÓCIA - ADMINISTRADORA

CERTIFICADO

O Conselho Executivo das Normas-Padrão outorga à

RAMOS & PAZINI LTDA

10.598.778/0001-06

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

SÃO PAULO, 30 DE JANEIRO DE 2014

Caio Barsotti

Presidente



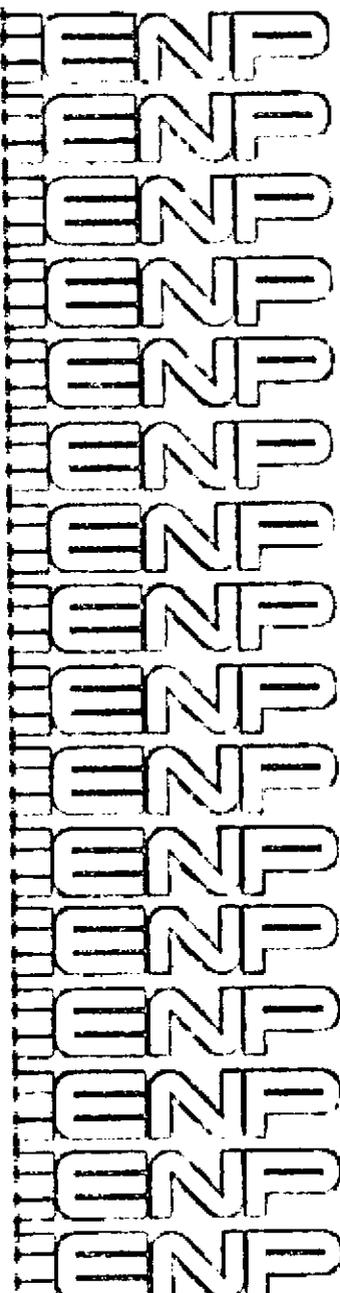
Validade:

30/01/2015

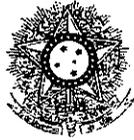


CENP
Conselho Executivo das Normas-Padrão

Este certificado tem validade condicionada à manutenção das condições técnicas certificadas e filiação da agência ao CENP, o que deve ser confirmado em www.cenp.com.br, na aba de certificação, "Consulta ao Banco de Agências".



[Handwritten signature]



PODER JUDICIÁRIO
JUSTIÇA DO TRABALHO

CERTIDÃO NEGATIVA DE DÉBITOS TRABALHISTAS

Nome: RAMOS & PAZINI LTDA - ME (MATRIZ E FILIAIS) L
 CNPJ: 10.598.778/0001-06
 Certidão nº: 48269912/2014
 Expedição: 23/05/2014, às 08:36:14
 Validade: 18/11/2014 - 180 (cento e oitenta) dias, contados da data de sua expedição.

Certifica-se que **RAMOS & PAZINI LTDA - ME (MATRIZ E FILIAIS)**, inscrito(a) no CNPJ sob o nº **10.598.778/0001-06**, NÃO CONSTA do Banco Nacional de Devedores Trabalhistas.
 Certidão emitida com base no art. 642-A da Consolidação das Leis do Trabalho, acrescentado pela Lei nº 12.440, de 7 de julho de 2011, e na Resolução Administrativa nº 1470/2011 do Tribunal Superior do Trabalho, de 24 de agosto de 2011.
 Os dados constantes desta Certidão são de responsabilidade dos Tribunais do Trabalho e estão atualizados até 2 (dois) dias anteriores à data da sua expedição.
 No caso de pessoa jurídica, a Certidão atesta a empresa em relação a todos os seus estabelecimentos, agências ou filiais.
 A aceitação desta certidão condiciona-se à verificação de sua autenticidade no portal do Tribunal Superior do Trabalho na Internet (<http://www.tst.jus.br>).
 Certidão emitida gratuitamente.

INFORMAÇÃO IMPORTANTE

Do Banco Nacional de Devedores Trabalhistas constam os dados necessários à identificação das pessoas naturais e jurídicas inadimplentes perante a Justiça do Trabalho quanto às obrigações estabelecidas em sentença condenatória transitada em julgado ou em acordos judiciais trabalhistas, inclusive no concernente aos recolhimentos previdenciários, a honorários, a custas, a emolumentos ou a recolhimentos determinados em lei; ou decorrentes de execução de acordos firmados perante o Ministério Público do Trabalho ou Comissão de Conciliação Prévia.

Processo Licitatório
 Folha nº 313
 Pato Bragado - PR



Nome: ZIMMERMANN E BARBOSA LTDA

CNPJ: 01.664.662/0001-29

Endereço: rua Santa Catarina, 783
Marechal Cândido Rondon - PR
85960-000

ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Atestamos para os devidos fins, que a Ramos & Pazini Ltda., há mais de 06 anos, possui competência técnica na prestação de serviços na área de Publicidade e Propaganda, onde presta os serviços abaixo relacionados para nossa empresa, sempre cumprindo pontualmente com as obrigações assumidas, no tocante aos serviços solicitados:

- Criação de Logotipo;
- Criação de selos;
- Campanhas de jornais e revistas;
- Criação de arte final para cartazes, faixas e banners;
- Desenvolvimento de banners para internet;
- Desenvolvimento de layout para sites;
- Desenvolvimento de campanhas diversas, spot para rádios e TV;
- Adesivos;
- Entre outros.

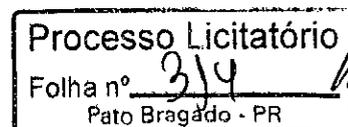
Marechal Cândido Rondon, 17 de julho de 2014.

Davi Gerson Zimmermann
Representante Legal

CNPJ: 01 664 662 /0001-29

Telefone: (45) 3284 - 1135

e-mail: davigz75@hotmail.com





PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE MARECHAL CÂNDIDO RONDON

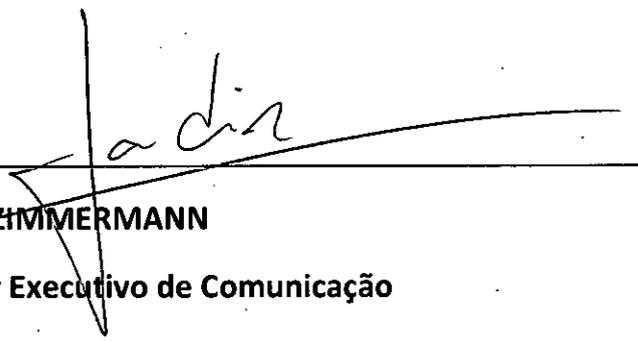
ESTADO DO PARANÁ

ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

Atestamos para os devidos fins, que a empresa Ramos & Pazini Ltda possui competência técnica na prestação de serviços na área de Publicidade e Propaganda, sendo que prestou os serviços abaixo relacionados para nossa entidade, no período de maio de 2009 até julho de 2014:

- Criação de Logotipos
- Criação de arte final para cartazes, faixas e banners
- Criação de peças publicitárias para jornais e revistas
- Criação de arte para outdoors
- Criação de arte para plotagem de veículos
- Desenvolvimento de banners para internet
- Desenvolvimento de layout para sites
- Desenvolvimento de campanhas institucionais diversas

Marechal Cândido Rondon, 16 de julho de 2014.



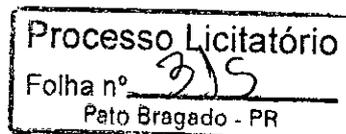
JADIR ZIMMERMANN

Diretor Executivo de Comunicação

CNPJ: 76.205.814/0001-24

Telefone: (45) 3284-8862

e-mail: imprensamcr@gmail.com





Município de Pato Bragado – PR.
À Comissão de Licitações
Tomada de Preços: 004/2014

DEMONSTRATIVO DE CAPACIDADE FINANCEIRA

Declaramos que as demonstrações abaixo correspondem a real situação da proponente. Esses índices foram obtidos no balanço do último exercício social.

Declaramos, ainda, que a qualquer tempo, desde que solicitado pelo licitador, nos comprometemos a apresentar as demonstrações financeiras que comprovarão as demonstrações.

SÃO AS DEMONSTRAÇÃO:

Tipo de índice	Valor em reais	Índice
Liquidez geral (LG) $LG = (AC + RLP) / (PC + ELP)$	$LG = (25.503,23+0,00) / (10.207,34+0,00)$	2,49
Liquidez corrente (LC) $LC = AC / PC$	$LC = 25.503,23/10.207,34$	2,49
Endividamento (E) $E = (PC + ELP)/(AC+RLP+AP)$	$E = (10.207,34+0,00) / (25.503,23+0,00+14.704,11)$	0,25

AC - ativo circulante; RLP - realizável a longo prazo.;
AP - ativo permanente; ELP - exigível a longo prazo.
PC - passivo circulante;

OBS: Os índices deverão ser apresentados com no máximo 2 (duas) casas decimais, desprezando-se as demais.

Pato Bragado, 01 de julho de 2014.

Silmara Pazini

Representante legal
Silmara Denize Pazini,
RG: 8.513.443 4
RAMOS E PAZINI LTDA

Ramos & Pazini Ltda.
CNPJ: 10.598.778/0001-06

Contador
Gilmar José Minks,
RG: 3.001.795-1
CRC: PR 024369/O-1

Gilmar José Minks
CRC/PR 024369/O-1
Contador

Processo Licitatório
Folha nº 316
Pato Bragado - PR

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE PATO BRAGADO
PROTÓCOLO GERAL
Protocolo Nº: 1526
Data: 31 / 07 / 2014.
HS: 09:16 Relevo

ENVELOPE Nº 05
Documentos de Habilitação
Tomada de Preços nº 04/2014
À Comissão de Licitação
Município de Pato Bragado
Razão social da licitante: Ramos & Pazini Ltda
CNPJ/MF da licitante: 10.598.778/0001-06

RAMOS & PAZINI LTDA
Rua Santa Catarina, 656 - Fone (45) 3254-4085
CEP 85960-000 - Marechal Cândido Rondon - PR
www.promovepropaganda.com.br



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

ATA N.º 129/2014

Ata da sessão de Abertura dos Envelopes n.º 05 - Edital de Licitação – Tomada de Preços n.º 004/2014, cujo objeto visa a Contratação de empresa de agenciamento para administrar e gerenciar os serviços de publicidade, bem como elaborar textos, fazer gravações, fotografias e filmagem, utilizando-se de profissionais capacitados, devendo ainda gerenciar e executar o planejamento da mídia que deverá ter caráter informativo, educativo, cultural, das obras realizadas, dos atos administrativos e programas desenvolvidos pela administração municipal, direcionando as divulgações junto aos órgãos de imprensa com abrangência e audiência no Município de Pato Bragado-PR.

Aos trinta e um dias do mês de julho de dois mil e catorze, às dez horas e dez minutos, nas dependências da sala de reuniões, na Prefeitura do Município de Pato Bragado, Estado do Paraná, sito à Avenida Willy Barth, número dois mil, oitocentos e oitenta e cinco, reuniram-se os membros da Comissão Permanente de Licitação, os servidores Disel Daiane Bortolato, Luiz Alberto Rosinski e Djoni Aleander Rohden, para sob a presidência do primeiro, proceder abertura e conferência dos documentos constantes no involucrio de n.º 05 **Documentos de Habilitação** – Tomada de Preços n.º 004/2014, a qual tem como objeto a contratação de empresa de agenciamento, nos termos ao processo de Licitação em epígrafe. Esta sessão de abertura, foi convocada mediante publicação no Diário Oficial do Município, e Jornal de Circulação Regional. A Licitante estava devidamente representada na seção sendo está a Licitante, RAMOS E PAZINI – LTDA, representada pelo senhor Gercinei Gomes Ramos. Em seguida, procedeu-se a abertura dos envelopes n.º 05 – **Documentos de Habilitação**, o qual foi devidamente protocolado sob n.º 1.526, após devida convocação. O envelope encontra-se devidamente lacrado. Após aberto o respectivo envelope, com os Documentos de Habilitação foram rubricados pela Licitante interessada. A Comissão também analisou o conteúdo do do envelope Documento de Habilitação contidos nos envelopes n.º 05, cujas quais estavam em conformidade com o solicitado no item 9 e seus respectivos subitens, do edital convocatório. Os percentuais dos índices encontram-se em conformidade com o item 9.1.2, do Edital convocatório. Após esta etapa foi deixado espaço para manifestação das Licitantes caso houvesse interesse. Nenhuma manifestação foi realizada. Após isto, a Comissão Permanente de Licitação informou aos interessados que o resultado desta seção será oportunamente divulgado no Diário Oficial do Município e no Jornal O Presente (diário de circulação local). Sem mais a constar na presente ata, encerramos a presente reunião às dez horas e vinte e cinco minutos. Nada mais havendo a tratar, a Senhora presidente deu por encerrada, de cujos trabalhos foi lavrada a presente ata que lida e achada conforme, vai assinada por mim e pelos demais membros da Comissão de Licitações presente.



Prefeitura do Município de Pato Bragado

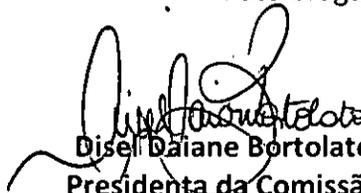
Estado do Paraná

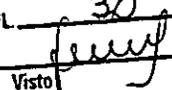
EDITAL DE CLASSIFICAÇÃO FINAL LICITAÇÃO MODALIDADE TOMADA DE PREÇOS N.º 004/2014

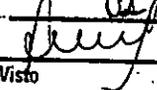
O Município de Pato Bragado, Estado do Paraná, através da Presidenta da Comissão Permanente de Licitações, tendo em vista o que consta do processo licitatório na modalidade Tomada de Preços n° 004/2014, visando a "Contratação de empresa de agenciamento para administrar e gerenciar os serviços de publicidade, bem como elaborar textos, fazer gravações, fotografias e filmagem, utilizando-se de profissionais capacitados, devendo ainda gerenciar e executar o planejamento da mídia que deverá ter caráter informativo, educativo, cultural, das obras realizadas, dos atos administrativos e programas desenvolvidos pela administração municipal, direcionando as divulgações junto aos órgãos de imprensa com abrangência e audiência no Município de Pato Bragado - PR", leva ao conhecimento dos interessados, que o licitante classificado e declarado vencedor do processo, é a empresa RAMOS E PAZINI – LTDA, a qual apresentou a documentação conforme solicitado no edital (Envelope 5), ficando assim HABILITADA.

Comunica, outrossim, que dentro do prazo de 05 (cinco) dias úteis, contados da data deste Edital, a Comissão de Licitação dará vista ao respectivo processo licitatório a qualquer das proponentes que se sinta prejudicada, para interposição de recurso.

Pato Bragado – PR, em 31 de julho de 2014.


Diene Daiane Bortolato
Presidenta da Comissão
Comissão Permanente de Licitação

PUBLICADO NO DIÁRIO OFICIAL
de 01/08/14 Fl. 30
Nº 3892
Visto 

PUBLICADO NO DIÁRIO OFICIAL
de 31/07/14 Fl. 02
Nº 491
Visto 

Processo Licitatório
Folha nº 318
Pato Bragado - PR



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

PARECER DE JULGAMENTO DA COMISSÃO DE LICITAÇÕES TOMADA DE PREÇOS 004/2014

OBJETO: Contratação de empresa de agenciamento.

Considerando o Critério de Julgamento citado no Edital de Licitação – Tomada de preços 004/2014, que é o Menor Preço Global, esta Comissão de Licitações apresenta a proposta apresentada pela proponente, RAMOS E PAZINI – LTDA, para execução do predito no objeto da Licitação com honorários previstos em percentual de 12% (doze por cento), como a de menor preço para o objeto de referência. Declaramos ainda, que esta proponente atendeu todos os critérios previstos no Edital de Licitação em pauta.

Pato Bragado – PR, em 31 de julho de 2014.

DAIANE BORTOLATO

Presidente da Comissão Permanente de Licitações

Processo Licitatório
Folha nº 390
Pato Bragado - PR



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

PARECER CONCLUSIVO

DE: ASSESSORIA JURIDICA
PARA: PREFEITO MUNICIPAL
GABINETE DO PREFEITO

Processo Licitatório, Modalidade Tomada de Preços n.º 004/2014

Assunto: Análise Final da Licitação Tomada de Preços n.º 004/2014

PARECER:

Retornam os autos para exame do procedimento licitatório na modalidade Tomada de Preços n.º 004/2014, tipo "*melhor técnica*", visando a contratação de empresa de agenciamento de publicidade.

Muito embora o critério seja o da melhor técnica, consta do Edital que a empresa que apresentar a melhor técnica, deverá ainda sujeitar-se a prestar o serviço pela melhor proposta de preços apresentadas, o que certamente atende ao Princípio da Economicidade.

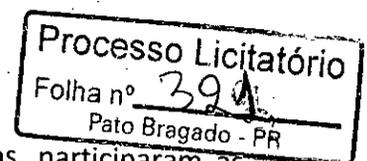
Como estabelecido no art. 21, § 2º, III da Lei 8.666, de 21/06/1993, a convocação das empresas foi efetuada mediante publicação de aviso da licitação na imprensa local (Jornal O Presente), no dia 26/04/2014 e Diário Eletrônico de 25/04/2014, ficando definida a data de até 30 de maio de 2014, as 09h00 para o protocolo dos envelopes. Assim sendo, foi respeitado o interstício mínimo de 15 (quinze) dias entre as datas de publicação e da reunião.

No dia, hora e local previamente designado, constatou-se que 05 (cinco) empresas haviam retirado o Edital, sendo que destas somente 02 (duas) protocolaram os envelopes, conforme se verifica na ATA 093/2014. Houve então a abertura dos envelopes de n.ºs 01 e 03, conforme item 14.4 do Edital, cujos conteúdos foram encaminhados para a subcomissão técnica (já previamente constituída) para análise e julgamento, tendo sido informados que a convocação acerca deste resultado seria oportunamente publicada.

Houve a convocação para participação da sessão de abertura dos envelopes de n.º 02, os quais foram abertos na presença das licitantes, ocasião em que constatou-se que o teor dos mesmos eram idênticos ao contido nos envelopes de n.º 01 (via não identificada), tendo sido novamente informados que haveria nova convocação para a continuidade do processo licitatório.

Houve a publicação do Edital de Classificação.

No dia 10 de junho de 2014, devidamente convocados, participaram as licitantes da abertura dos envelopes de n.º 04, os quais contém as propostas de preços,





Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

quando a comissão constatou que estas atenderam ao Edital, sendo informado que o resultado seria oportunamente publicado.

Houve apresentação de recurso contra inabilitação, o qual não foi conhecido porque intempestivo, a qual foi publicada.

Aos 31 de julho de 2014, com a devida convocação, reuniram-se os membros da comissão licitatória com a finalidade de abertura do envelope de nº 05 contendo a documentação da licitante RAMOS & PAZINI LTDA, a qual analisou os documentos e informou que o resultado seria oportunamente publicado.

O Edital de Classificação Final foi devidamente publicado aos 31/07/2014 no Diário Eletrônico e 01/08/2014 no Jornal O Presente, o qual declarou HABILITADA a licitante RAMOS E PAZINI LTDA, informando-se ainda o prazo recursal.

Nenhum recurso foi apresentado, razão pela qual o objeto foi adjudicado pelo Chefe do Poder Executivo, o qual convocou a empresa vencedora à comparecer para assinatura do contrato administrativo.

A Lei 12.232, de 29 de abril de 2010, dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências.

O Edital obedeceu os preceitos da Lei, especialmente ao contido no art. 6º e seus incisos.

A Minuta de contrato que consta do procedimento também prevê todas as exigências legais.

Todas as convocações foram devidamente publicadas tanto no diário eletrônico quanto no Diário Oficial do Município – Jornal O Presente, dando-se, portanto, plena publicidade a todos os atos.

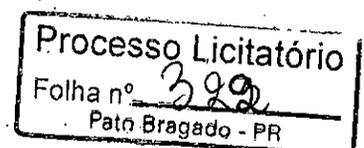
Ante o exposto, no aspecto formal, opinamos favoravelmente pela homologação do procedimento.

Pato Bragado/PR, 11 de agosto de 2014.


Juliano Andreoli

OAB/PR 29724

Assessor Jurídico Municipal





Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

TERMO DE HOMOLOGAÇÃO

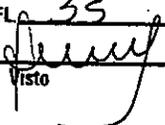
TOMADA DE PREÇOS N.º 004/2014

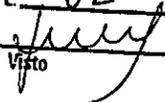
OBJETO: Contratação de empresa de agenciamento.

Em atenção às atribuições conferidas a Prefeita Municipal, esta ratifica o parecer da Comissão Permanente de Licitações, e autoriza providenciar o trâmite legal para efetivar a contratação da empresa RAMOS E PAZINI – LTDA, para execução do preedito no objeto da Licitação com honorários previstos em percentual de 12% (doze por cento), para execução, na forma de empreitada global, nos termos do Parecer Jurídico assinado e outros documentos pertinentes ao Processo Licitatório em pauta.

Pato Bragado - PR, em 11 de Agosto de 2014.


Arnildo Rieger
Prefeito do Município

PUBLICADO NO DIÁRIO OFICIAL
Presente Nº 3902
de 15/08/14 FL. 35

Visto

PUBLICADO NO DIÁRIO OFICIAL
eletronico Nº 500
de 14/08/14 FL. 02

Visto

Processo Licitatório
Folha nº 323
Pato Bragado - PR



Prefeitura do Município de Pato Bragado

Estado do Paraná

TERMO DE ADJUDICAÇÃO

TOMADA DE PREÇOS N.º 004/2014

OBJETO: Contratação de empresa de agenciamento.

Concluído todo o processo da Licitação, modalidade Tomada de preços n.º 004/2014, que tem como objeto Contratação de empresa de agenciamento, neste Município, ADJUDICO a execução do objeto deste Certame, à empresa RAMOS E PAZINI – LTDA, ficando as mesmas convocadas para assinatura do respectivo contrato administrativo.

Pato Bragado - PR, em 11 de Agosto de 2014.


Arnildo Rieger
Prefeito do Município

