

FX

Soluções digitais

LN \oplus g
repar
/ ∞ Δ
Me

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

g
A P
joão LU
g h/2

RELAÇÃO NOMINAL DOS PRINCIPAIS CLIENTES



Autorama.
Cliente desde 2021. Atua como concessionária autorizada Volkswagen.



Paróquia São José Operário.
Cliente desde 2020. Atua como organização Religiosa



Construmil.
Cliente desde 2023. Atua como loja de materiais de construção e acabamentos.



Colcci Umuarama
Cliente desde dezembro de 2024. Atua como loja franquia da marca Colcci.



Clínica Umutrauma.
Cliente desde 2018. Atua como clínica ortopédica.



Lar de Idosos Santa Faustina.
Cliente desde 2018. Atua como casa de acolhimento a idosos.



USAMS Brasil.
Cliente desde maio de 2024. Atua como representante da marca internacional USAMS no Brasil.

g
A negão M LU
CS Via 3

CURRÍCULO RESUMIDO

g
Δ
região
LN
L
VL
4

CURRÍCULO RESUMIDO

Colocamos à disposição do Município de Três Barras do Paraná a experiência e capacidade técnica de quatro profissionais especialistas no mercado publicitários, sendo eles:

LUIZ ANTONIO FIAUX MENDES

Agente de publicidade, graduando em Engenharia de Software. Desempenha a função de gestor de tecnologias e automação, além de acompanhamento de qualidade de entregáveis.

LAIS NUNES DIAS

Mercadóloga, graduada em Marketing, atua no mercado há mais de três anos. Desempenha a função de gestora de projetos e copywriter. Já trabalhou em diversos ramos de marketing e publicidade, com diferentes estratégias de mídia e impacto.

RAFAEL SIQUEIRA MOTA

Agente de publicidade gráfica. Atua no mercado de design e motion design há mais de três anos. Desempenha a função de designer e editor.

JOÃO PAULO LIMA

Profissional de Marketing e Publicidade Digital com mais de 4 anos de experiência, com foco em estratégias de campanhas digitais e otimização de resultados para clientes. Competências em análise de dados, manejo agrícola, gestão financeira e ferramentas tecnológicas para análise e produtividade. Desempenha a função de gestor de tráfego pago e análise de métricas de campanhas.

MATHEUS BRANCALHÃO

Agente de publicidade. Atua como designer gráfico de peças digitais e impressas. Possui amplo conhecimento com fotografia e estética artística.

VITOR APARECIDO DOS SANTOS

Agente de publicidade. Atua como estrategista para meios on-line e off-line. Possui amplo conhecimento sobre estratégias e métodos de conversão, além de técnicas de copywriting e storytelling práticas e eficientes.

LARISSA RODRIGUES ORSI

Agente de publicidade. Possui conhecimentos em social media, com ampla experiência em gestão de redes sociais diversas, atuando com clientes de diversos segmentos há mais de dois anos.

g
João
M LU
5 vic

DESCRIÇÃO DAS INSTALAÇÕES E INSTRUMENTAL TÉCNICO

g
d
nyoaw
L
LN
6
Via

A agência possui toda a gama de equipamentos necessária para a realização do atendimento do Município de Três Barras, conforme lista abaixo:

- 01 Notebook Ryzen 7;
- 01 iPhone 15 Pro 256 GB;
- 01 iPhone 15 Pro Max 256GB
- 01 iPhone 16 Pro Max 256GB
- 01 iPhone 12 128GB
- 01 iPhone 12 64GB
- 01 Drone DJI FPV
- 02 MacBook Air M2
- 07 Apple Macintosh (IMAC) de alta performance;
- 02 DJI Osmo Mobile 6 - estabilizador de gravação mobile;
- 03 Microfone Hollyland Lark M2;
- 02 iluminações em painéis;
- Banco de imagens como iStock, Freepik, Envato e recursos de criação de imagens com uso de Inteligência Artificial;
- Banco de dados de pesquisa de audiência online;
- Software de gerenciamento de processos internos da agência;
- Backup de arquivos em nuvem e em hardware;
- Software de criatividade completo do Pacote Adobe (mais comuns sendo Photoshop, Illustrator, AfterEffects e Premier)
- 01 câmera fotográfica profissional;
- 01 estabilizador e suporte para câmera profissional;
- Internet com fibra óptica de ultravelocidade.

g
A
M João
LU
7/12

REPERTÓRIO DE AÇÕES

Handwritten notes in blue ink:
A
g
①
yoo
LN
8 Vic

Cliente: Paróquia São José Operário

Veículos: Redes sociais e Site Institucional

Data de ocorrência: Maio de 2025

Objetivo: Comunicar à população de Umuarama que ocorrerá a típica e tradicional festa junina Festa do Zé Operário.



Handwritten signatures and initials in blue ink.

Cliente: USAMS Brasil

Veículos: Redes sociais e Site Institucional

Data de ocorrência: Abril de 2025

Objetivo: Elevar a marca e reconhecimento de qualidade no digital.



g
João
LN
10

RELATÓRIO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Handwritten notes in blue ink:
D
g
M
João
LW
12 vic

Case 01
AUTORAMA

Recebemos o desafio de aumentar as vendas da Autorama voltadas para o público CNPJ, com foco especial em produtores rurais, empresários e prestadores de serviço. Até então, o volume de vendas para pessoas físicas era expressivo, enquanto as vendas destinadas a CNPJs apresentavam desempenho abaixo do potencial.

Esse desequilíbrio representava uma oportunidade estratégica importante: ampliar o alcance e fortalecer o relacionamento com um público que poderia gerar vendas recorrentes e em maior escala. A baixa adesão de CNPJs às ofertas disponíveis limitava o crescimento da marca nesse segmento.

Para mudar esse cenário, desenvolvemos a campanha CNPJ Week, uma ação promocional exclusiva que rapidamente ganhou força e foi prorrogada para todo o restante do mês. A campanha contou com materiais gráficos impressos no ponto de venda, vídeos institucionais e promocionais, além de peças criadas especialmente para veiculação de mídia paga nas redes sociais, atingindo de forma segmentada o público-alvo.

O resultado foi um sucesso. A campanha teve excelente adesão e engajamento do público CNPJ, refletindo diretamente no aumento das vendas e fortalecendo a marca junto a empresários e produtores rurais. A ação superou expectativas e consolidou a CNPJ Week como uma estratégia relevante para o posicionamento comercial da Autorama.

Por ser verdade,



Ricardo Dessico
Gerente Comercial

g
LN
13
Ve

Artes para redes sociais

*A escolha da cor do veículo está sujeita a cobrança adicional. Consulte condições comerciais.

Na maioria das cores da unidade está sujeita a cobrança adicional. Consulte condições comerciais.

CNPJ
Week
VolksVale+

DE 14 A 19 DE ABRIL
COMPRA SEU VOLKS ZERO
VANTAGENS E CONDIÇÕES EXCLUSIVAS
PARA CNPJ A PARTIR DE UMA UNIDADE

Volkswagen **Virtus Sense**

Desconto de até **11%**



Autorama

📍 Autorama Umuarama
Av. Tiradentes, 1920 - Tel: (44) 3621-3700

📍 Autorama Curitiba
Av. Paraisópolis, 1630 - Tel: (44) 3619-9999

g d
M João
LU
15
ke

Banners para site institucional



J
S
M. J. J. J. J.
LN
16
Kri

Case 02 -
Kairós Negócios Sustentáveis

A Kairos Negócios Sustentáveis nos procurou com um desafio recorrente entre empresas em crescimento: a ausência de materiais institucionais de apoio para que seus vendedores pudessem apresentar, com clareza e impacto, o portfólio de serviços aos clientes em potencial.

Além disso, a empresa ainda não estava inserida no ambiente digital de forma estruturada, o que limitava sua visibilidade, dificultava o acesso a informações e restringia as oportunidades de negócios com novos públicos.

Para resolver essa demanda, desenvolvemos duas frentes estratégicas: a criação de um site institucional completo e a produção de um VT institucional. O site foi pensado para transmitir a identidade e os valores da marca, com foco em performance orgânica e navegação intuitiva. Já o vídeo institucional foi idealizado para refletir, com sensibilidade e autoridade, a essência da Kairos na atuação com logística reversa eficiente, reforçando o compromisso da marca com a sustentabilidade.

O resultado foi uma presença digital sólida e bem posicionada. A Kairos passou a contar com um portfólio profissional, acessível online, que ampliou o alcance da marca e otimizou a busca orgânica. O vídeo institucional, por sua vez, tornou-se uma poderosa ferramenta de apresentação, gerando identificação imediata com o propósito da empresa e fortalecendo sua imagem no mercado.

Por ser verdade,



José Alexandre Ferreira
Diretor Comercial

Handwritten notes and signatures in the bottom right corner, including initials and the number 17.

Peças:
Layout de Site Institucional



Handwritten notes and signatures in the bottom right corner, including the name 'João LN' and the number '18'.

SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO E PRAZOS

Handwritten notes and signatures in blue ink:
g
s
20
W
João
42

A FX Soluções Digitais atua com um modelo de atendimento personalizado, no qual sua equipe se dirige até o cliente para captar informações essenciais e apresentar os retornos relacionados aos projetos em andamento. Em situações pontuais, onde houver necessidade de urgência e comum acordo entre as partes, os encontros podem ocorrer de forma remota, utilizando ferramentas como Google Meet, WhatsApp, e-mail ou chamadas com conferência. Todo o processo se inicia a partir do levantamento de informações feito junto ao cliente. A partir disso, os dados são levados para dentro da agência, onde são discutidos em conjunto por diferentes setores. Essa integração visa encontrar os melhores caminhos criativos e estratégicos, considerando linguagem, formato e canais de divulgação mais apropriados. Com as ideias estruturadas, o projeto segue para os núcleos de pesquisa, planejamento e mídia. Nessa fase, são desenvolvidas as diretrizes da campanha — com base em análise de mercado, estudo do público-alvo, comportamento de consumo e avaliação dos veículos de mídia disponíveis, considerando seus alcances e condições de negociação. O prazo estimado para elaboração do plano de mídia é de até dois dias úteis. Para otimizar a execução, a FX antecipa as ideias ao cliente, mesmo antes da finalização completa da campanha. Isso permite validações rápidas ou ajustes necessários nas estratégias sugeridas. Com o aval do cliente ou novas diretrizes, o trabalho segue seu fluxo. Com a aprovação conceitual, começa a fase criativa. Nela, as ideias ganham vida por meio de layouts alinhados ao objetivo da comunicação e ao perfil do público, buscando clareza, impacto visual e coerência com os canais de veiculação. O material criado passa, então, por análise da direção criativa e administrativa da agência. Em seguida, é apresentado ao cliente para revisões finais — seja na arte, no conteúdo ou no plano de mídia e comunicação — garantindo que tudo esteja de acordo com suas expectativas. Com o sinal verde, a FX inicia as adaptações das peças da campanha para os formatos finais e cuida de toda a logística de produção e veiculação, sempre de acordo com as especificidades de cada meio. A equipe acompanha todo o processo até a entrega final, garantindo padrão de qualidade e cumprimento dos prazos. A FX Soluções Digitais manterá um canal de comunicação ativo e diário com a Secretaria de Comunicação do município (ou responsável designado), facilitando o andamento das demandas. As solicitações podem partir do próprio gestor do contrato ou da agência, que poderá propor ações estratégicas conforme resultados de análises e pesquisas públicas. Em casos emergenciais, a agência também garante a disponibilidade total de sua equipe técnica para atender prontamente às necessidades do município no que diz respeito à comunicação institucional e publicitária.

Prazos:

Handwritten notes and signatures in blue ink, including the name "João" and the number "21".

2 dias úteis: Criação de peças avulsas (cartazes, folders, flyers, placas, painéis, anúncios, roteiros etc).

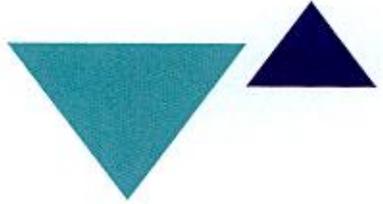
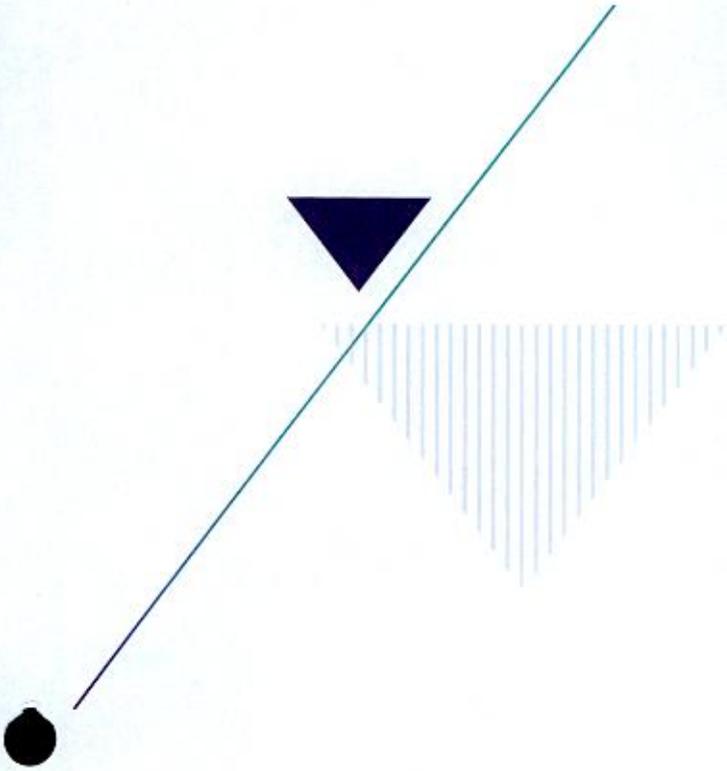
2 dias úteis: Elaboração de plano de mídia.

4 dias úteis: Criação de campanhas e cronograma de publicidade.

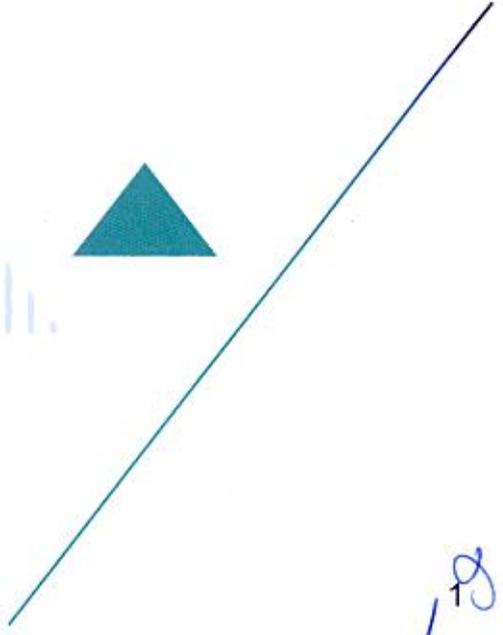
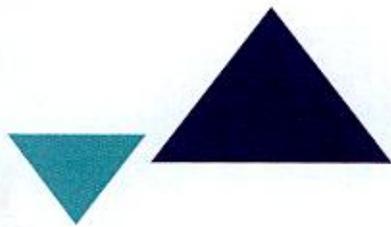
Handwritten notes:
g
L
Miguel
LU
22
V



8
P
scribbles
LU
Vic



CAPACIDADE DE
ATENDIMENTO



CURRÍCULO RESUMIDO

9.4.1. Currículo Resumido, em papel sulfite A4 75 g/m², com a qualificação e a quantificação dos profissionais colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná, de no máximo 05 (cinco) linhas por profissional, exigindo-se pelo menos um profissional para cada um dos seguintes setores: criação, atendimento e mídia.

01	ESTUDO E PLANEJAMENTO
03	CRIAÇÃO
02	PRODUÇÃO
02	MÍDIA
03	ATENDIMENTO
02	REDAÇÃO
02	FINANCEIRO

2
2

01

ANA CAROLINE K. SCHIMANKO - ESTUDO E PLANEJAMENTO - Sócia-proprietária da agência. Graduada em Sistemas de Informação, Pós-graduanda em Marketing e Estratégias Digitais e acadêmica de Direito. Possui mais de **16 anos** de experiência, sendo 7 anos como gestora da Dudacom e 9 anos no setor público. Atuou na parte de contratos e licitações junto à Diretoria de Compras da Unioeste.

02

JONAS TRENTIN - MÍDIA - Graduado em Publicidade e Propaganda e Pós-graduando em Marketing e Estratégias Digitais. Possui **6 anos** de experiência em atendimento a veículos de comunicação e fornecedores e acompanhamento das produções internas e externas dos clientes, além de domínio na execução e planejamento para redes sociais e produção de conteúdo publicitário.

03

EDUARDO SCHIMANKO - MÍDIA - Graduado em Fisioterapia pela Unioeste. Possui **2 anos** de experiência no relacionamento com veículos e fornecedores, negociação de valores e condições de veiculação e na conferência de entregas, elaboração de cronogramas e acompanhamento de performance, garantindo o cumprimento dos objetivos da campanha.

04

TAINA BRESSAN - CRIAÇÃO - Graduanda em Publicidade e Propaganda. Possui mais de **3 anos** de experiência na criação de peças gráficas, além de amplo conhecimento em produção de conteúdo para redes sociais e na criação de identidades visuais. Possui domínio das ferramentas do Pacote Adobe e cursos na área de Designer Gráfico e Estratégias Digitais.

05

VITOR FACCHI - CRIAÇÃO - Graduado em Publicidade e Propaganda e em Planejamento de Comunicação e Mídia. Dispõe de mais de **8 anos** experiência como analista de marketing e designer gráfico. Possui amplos conhecimentos em desenvolvimento de campanhas, branding, comunicação estratégica e identidades visuais, além de experiência em produções fotográficas.

06

PAULO ROBERTO DOS ANJOS - CRIAÇÃO - Formado em Design Gráfico pela Uningá, conta com mais de **8 anos** de experiência na área de Criação e Direção de Arte. Possui amplo conhecimento e cursos em computação gráfica, identidade visual, branding e UX Design. Além disso, atua na criação de campanhas e peças publicitárias e planejamento estratégico.

3

- 07 ELLEN PICUSSA - REDAÇÃO** - Graduada em Jornalismo e Especialista em Brand Design e Marketing Digital. Possui mais de **6 anos** de experiência em planejamento, redação e desenvolvimento de campanhas, planejamento e gestão de redes sociais e produção de conteúdo com técnicas SEO. Atuou em rádios e portais de notícias, acumulando experiências em jornalismo impresso, on-line e radiojornalismo.
- 08 ADRIANA MARCON - REDAÇÃO** - Graduada em Comunicação Social: Jornalismo e Letras. Possui mais de **8 anos** de experiência na área de marketing e comunicação, especialmente como Analista de Comunicação e Marketing e Redatora. Conta com amplo conhecimento e cursos em redação de diferentes gêneros textuais, revisão textual, criação de conteúdo, copywriting, roteiros e fotografia.
- 09 JULIA CAPPELETTO - PRODUÇÃO** - Graduada em Comunicação Social – Jornalismo, com mais de **4 anos** de experiência em redação para TV, campanhas publicitárias, hard news e mídia, com passagens pela Ric TV Oeste e CATVE. Autora de livro-reportagem, possui conhecimentos em SEO, roteirização e podcasts. Formação complementar em gramática e escrita criativa.
- 10 CAROLINE PEREIRA DE SOUSA - PRODUÇÃO** - Graduada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, com mais de **7 anos** de experiência em atendimento publicitário, marketing e social media, com foco em captação e qualificação de leads. Domina o pacote Adobe, Meta Ads e Google Ads. Possui experiência na área de criação e estratégias digitais.
- 11 MARIA EDUARDA BRAUN - ATENDIMENTO** - Graduada em Publicidade e Propaganda. Possui mais de **3 anos** de experiência em Atendimento Publicitário, atuando diretamente com planejamento, execução e relacionamento com clientes em agências de comunicação. Conta também com experiência como Social Media, responsável pela gestão de conteúdos, elaboração de estratégias e análise de resultados.
- 12 VICTOR HUGO RIBAS - ATENDIMENTO (GUARAPUAVA)** - Graduado em Publicidade e Propaganda, com mais de **30 anos** de experiência nas áreas comercial e editorial. Atuou como Editor Chefe nos jornais Folha do Paraná, A Cidade e cadernos especializados como o agrícola do Jornal Hoje. Foi executivo de negócios no jornal A Cidade de Cascavel e editor nos jornais da Expovel e Show Rural Coopavel.

13

GABRIELLY SAQUETE - ATENDIMENTO (ESTAGIÁRIA) - Atua há **2 anos** no setor de atendimento, tendo iniciado como menor aprendiz e atualmente como estagiária. Auxilia no relacionamento com clientes, organização de demandas internas, elaboração de briefings e controle de prazos. Suporte no alinhamento entre cliente e equipes de criação, mídia e produção.

14

LEONARDO SCHIMANKO - FINANCEIRO - Graduando de Ciências Econômicas. Conta com mais de **4 anos** de experiência na criação e organização de notas fiscais e controle de contas, contato com fornecedores e clientes. Tem experiência, também, no contato com veículos de comunicação e elaboração de planos de mídia. Possui amplo conhecimento de informática e tecnologia, possuindo cursos na área.

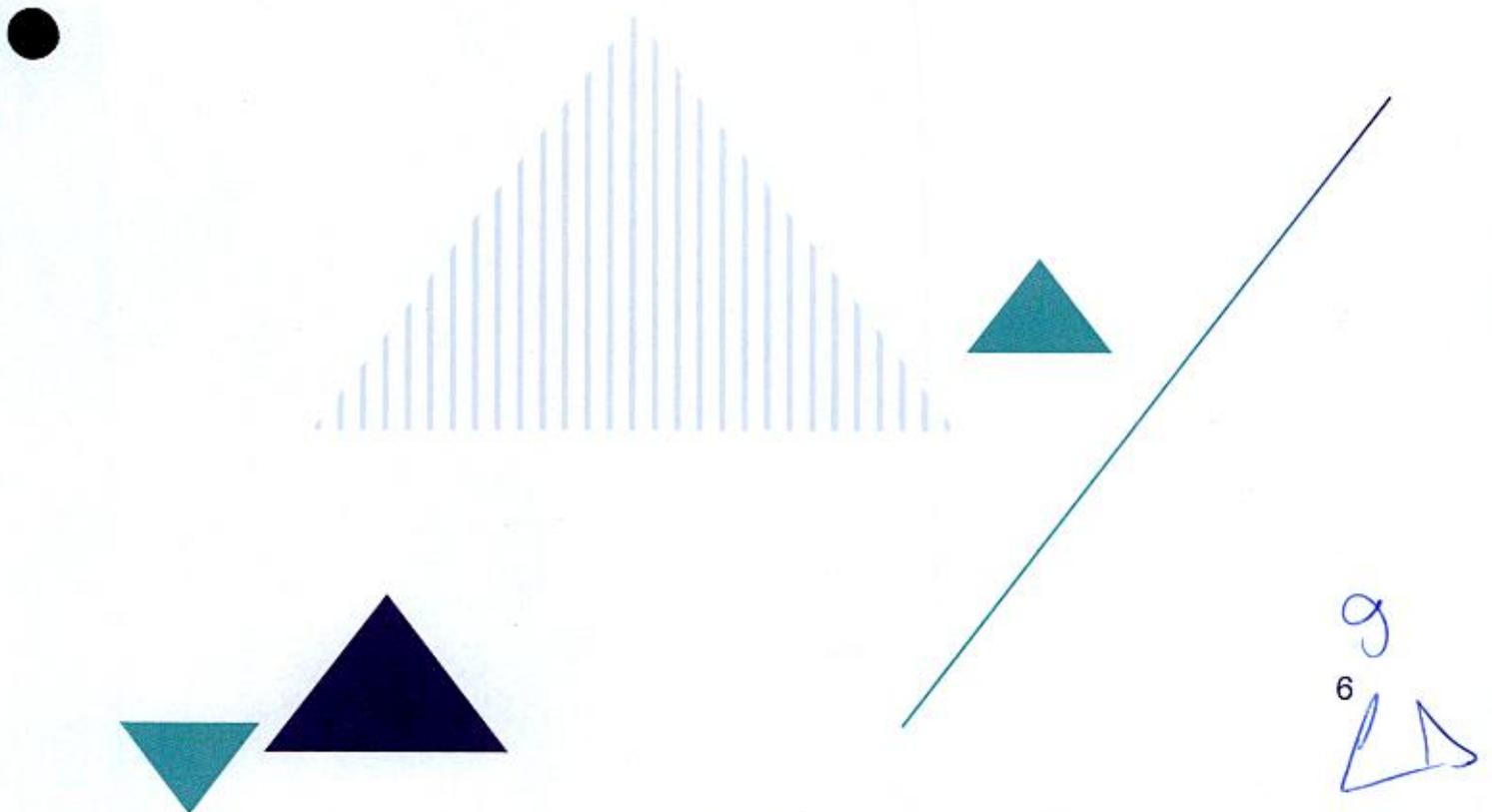
15

CINTIA CAPPELETTO - FINANCEIRO - Graduada em Ciências Econômicas. Possui mais de **35 anos** de experiência em gestão de contas, controle de fluxo de caixa e de notas fiscais, além de experiência com atendimento ao cliente e contato com fornecedores. Atuou no setor financeiro do jornal O Paraná, sendo responsável pelo contato com fornecedores e agências, faturamento e geração de notas fiscais.



REPERTÓRIO DA LICITANTE

9.4.2. Repertório da Licitante, constituído de peças publicitárias concebidas e veiculadas, expostas ou distribuídas pela agência.



PEÇA 01: MÍDIA IMPRESSA - REVISTA (PÁGINA INTEIRA)**Licitante:** Dudacom Marketing Integrado**Título:** Celebrando nossa história com sabor e tradição**Cliente:** Prefeitura de Pato Bragado**Data de produção:** janeiro de 2025**Período de veiculação:** fevereiro de 2025**Veículo:** Conceito em Revista

Solução do problema de comunicação: A Prefeitura de Pato Bragado solicitou a criação de uma peça gráfica para divulgar a programação comemorativa do aniversário do município. A campanha utilizou elementos visuais atrativos, QR Code para acesso rápido às informações e chamadas diretas à participação popular. Com o slogan "Celebrando nossa história com sabor e tradição", a peça reforça o vínculo afetivo da população com a cidade e convida para os eventos gratuitos realizados nos dias 08, 14, 15 e 16 de março, promovendo cultura, lazer e integração comunitária.

32 ANOS PATO BRAGADO



35ª FESTA NACIONAL DO CUPIM ASSADO



08, 14, 15 E 16 DE MARÇO | **CELEBRANDO NOSSA HISTÓRIA COM SABOR E TRADIÇÃO**
PROGRAMAÇÃO GRATUITA! PARTICIPE!

ESCANEIE O QR CODE AO LADO E FIQUE POR DENTRO!



SIGA-NOS NO INSTAGRAM

@PATOBRAGADO







PEÇA 02: MÍDIA IMPRESSA - JORNAL (PÁGINA INTEIRA)**Licitante:** Dudacom Marketing Integrado**Título:** Alerta Vermelho: não seja a próxima vítima**Cliente:** Prefeitura de Dois Vizinhos**Data de produção:** dezembro de 2023**Período de veiculação:** janeiro de 2024**Veículo:** Jornal A Notícia e Jornal Tribuna dos Lagos

Solução do problema de comunicação: A dengue é um dos principais problemas de saúde pública da atualidade. Pensando nisso e levando em conta que o mês de janeiro possui grande incidência de casos de dengue e de proliferação do mosquito *Aedes aegypti*, a campanha posiciona o mosquito da dengue como um vilão que ameaça a vida da população, lembrando a necessidade de todos atuarem no combate.

ALERTA VERMELHO

**NÃO SEJA A
PRÓXIMA
VÍTIMA**



**A MELHOR FORMA DE PREVENÇÃO É ELIMINAR OS FOCOS DO MOSQUITO.
COM AÇÕES SIMPLES VOCÊ PODE SALVAR A SUA VIDA! COMECE AGORA!**



TAMPE CAIXAS, TONEIS
E BARRIS DE ÁGUA



GUARDE GARRAFAS DE
VIDRO OU PLÁSTICO
SEMPRE COM A BOCA
PARA BAIXO



GUARDE PNEUS EM
LOCAIS COBERTOS,
PROTEGIDOS DA CHUVA



COLOQUE O LIXO EM
SACOS PLÁSTICOS BEM
FECHADOS



MANTENHA CALHAS E
LAJES SEMPRE LIMPAS



MANTENHA SEU QUINTAL
LIMPO REMOVENDO ENTULHOS
E QUALQUER RECIPIENTE QUE
POSSA ACUMULAR ÁGUA



NÃO JOGUE LIXO EM
TERRENOS BALDIOS



PREENCHA COM AREIA
OS PRATINHOS DE
VASOS DE PLANTA



LAVE COM FREQUÊNCIA,
COM ÁGUA E SABÃO, OS
BEBEDOUROS DO SEU PET

QUE A DENGUE MATA, VOCÊ JÁ SABE.

**DE UMA VEZ POR TODAS:
VAI MESMO PERDER PARA O MOSQUITO?**



PREFEITURA MUNICIPAL DE
DOIS VIZINHOS
Trabalhando por você!

PEÇA 03: MÍDIA RÁDIO - SPOT 30"**Licitante:** Dudacom Marketing Integrado**Título:** Natal dos Sonhos**Cliente:** Prefeitura de Capitão Leônidas Marques**Data de produção:** novembro de 2023**Período de Veiculação:** dezembro de 2023**Veículo:** Rádio San FM e Rádio Hawai FM

Solução do problema de comunicação: O Município de Capitão Leônidas Marques realiza, anualmente, o Natal dos Sonhos. No ano de 2023, a programação especial de celebração de final de ano foi repleta de atividades natalinas e culturais. O spot foi produzido visando incentivar a população a participar do Natal dos Sonhos, lembrando a magia desse período especial do ano.

A MÍDIA CONSTA NO DVD EM ANEXO.

PEÇA 04: MÍDIA RÁDIO - SPOT 30"**Licitante:** Dudacom Marketing Integrado**Título:** Corbélia é Show! – Show Rural 2025**Cliente:** Prefeitura de Corbélia**Data de produção:** janeiro de 2025**Período de veiculação:** fevereiro de 2025**Veículo:** Rádio Alternativa FM e Rádio Arena FM

Solução do problema de comunicação: Durante a participação da Prefeitura de Corbélia no Show Rural Coopavel, uma das maiores feiras do agronegócio do Brasil, foi necessário divulgar o potencial do município como um polo de oportunidades para negócios e investimentos. O objetivo do spot era reforçar a imagem de Corbélia como uma terra acolhedora, com economia sólida e vocação agroindustrial. A peça sonora destacou esses atributos com uma mensagem impactante e otimista, e fez parte da campanha com o objetivo de convidar os visitantes da feira a conhecerem a cidade e suas possibilidades.

A MÍDIA CONSTA NO DVD EM ANEXO.



RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

9.4.3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, em que serão descritas soluções publicitárias propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação.

CASE 01**PROJETO VERÃO: O MOSQUITO ESTÁ SE PREPARANDO!****PREFEITURA DE MARECHAL CÂNDIDO RONDON****PROBLEMA**

A dengue é um grave problema de saúde pública, com potencial letal, e um desafio a ser enfrentado por toda a população, pois deve ser combatida durante todos os meses do ano, com necessidade de cuidados redobrados nos períodos mais quentes e chuvosos. Isso porque são esses os fatores que tornam o ambiente muito mais propício para a proliferação do *Aedes aegypti*, mosquito vetor da doença.

Sabemos, portanto, que quanto mais materiais capazes de armazenar água parada, por menores que sejam, mais focos do mosquito dessa arbovirose podem ser contabilizados e, conseqüentemente, mais casos de dengue registrados.

Além disso, a proliferação do mosquito é muito rápida. De acordo com a Fundação Osvaldo Cruz, um ovo demora até 10 dias para se tornar um mosquito adulto. Portanto, é de extrema importância que haja engajamento de todos para eliminar os criadouros do vetor, a fim de reduzir os casos da doença.

Dessa maneira, o município de Marechal Cândido Rondon, localizado no oeste do Paraná, com o objetivo de intensificar as ações contra a dengue, por envolver questões de saúde coletiva, precisou criar uma campanha com o intuito de evitar que os números da doença aumentem de maneira desordenada, se tornando um problema endêmico.

SOLUÇÃO

Para a estruturação da campanha, nos apoiamos nos cuidados contra a dengue, preconizados por órgãos da saúde, que visam conscientizar a população de maneira efetiva acerca das atitudes necessárias para eliminar locais de propagação do mosquito.

É essencial que a população participe ativamente, mantendo os cuidados indispensáveis contra a doença. É preciso estar sempre em alerta com a finalidade de conservar o ambiente sempre limpo para impedir a proliferação da dengue. Tais medidas de prevenção são primordiais quando se fala em saúde coletiva, vidas preservadas e controle endêmico. Com linguagem clara e tipografia cuidadosamente escolhida, sob o slogan "Projeto verão: o mosquito está se preparando!", a ação que é, em certa medida, lúdica, apesar da seriedade

da temática, busca conscientizar, por esse viés, todos os membros da comunidade a fim de impedir que o mosquito “treine” em seus quintais, fazendo alusão a uma academia de musculação, como mostra o ilustração usada nas peças, bem como os textos de apoio que orientam: “Não deixe que o seu quintal seja a academia perfeita para ele!” e “Água parada, nem pensar!”.

RESULTADOS

Com resultados alcançados no município de Marechal Cândido Rondon, a partir da veiculação da campanha, é possível afirmar que os objetivos desejados foram alcançados, tendo em vista a comparação de dados divulgados em novembro/23, mês anterior à campanha, e em janeiro/24, mês após.

No mês de novembro/23, a Secretaria de Saúde de Marechal Cândido Rondon, por meio do setor de Endemias, divulgou Levantamento Rápido de Índices para *Aedes aegypti* (LIRAA) e a cidade apresentou média de 2,1% de infestação pelo mosquito transmissor da dengue. Já nas primeiras semanas de 2024 os resultados mostraram que o município contabilizou a média de infestação de 1%.

Essa notável redução nos registros, apontados pelo órgão de saúde municipal, mostra que a comunidade aderiu à campanha redobrando os cuidados com seus quintais, conforme orientava a campanha, a fim de acabar com os focos do mosquito da dengue.



TIONI DE OLIVEIRA

Contrato nº 239/2023

Concorrência Pública nº 01/2023

Município de Marechal Cândido Rondon

Ellen Picussa

Responsável pela elaboração do relato: Ellen Picussa - Redatora

FICHA TÉCNICA**PEÇA 01: JORNAL - 1/4 PÁGINA****Licitante:** Dudacom Marketing Integrado**Título:** Projeto Verão – O Mosquito Está Se Preparando!**Cliente:** Prefeitura de Marechal Cândido Rondon**Data de produção:** dezembro de 2023**Período de veiculação:** janeiro de 2024**Veículo:** Jornal Tribuna do Oeste

Solução do problema de comunicação: Para combater o avanço da dengue no verão, período propício à proliferação do *Aedes aegypti*, a Prefeitura de Marechal Cândido Rondon apostou em uma campanha com forte impacto visual e linguagem acessível. No jornal, a peça trouxe um layout bem estruturado, com boa leitura em mídia impressa, utilizando contraste de cores para destacar a mensagem: “Não deixe que o seu quintal seja a academia perfeita para ele!”. A imagem do mosquito musculoso chamou a atenção do leitor logo no primeiro contato, facilitando a assimilação da ideia central da campanha.

PEÇA 01: JORNAL 1/4 PÁGINA

PROJETO VERÃO

**O MOSQUITO
ESTÁ SE PREPARANDO!**

**NÃO DEIXE QUE
O SEU QUINTAL
SEJA A ACADEMIA
PERFEITA PARA ELE!**

**ÁGUA PARADA,
NEM PENSAR!**

Secretaria de
Saúde

PROTEÇÃO DE
**MARECHAL
CÂNDIDO RONDON**



FICHA TÉCNICA**PEÇA 02: BANNER - POP-UP****Licitante:** Dudacom Marketing Integrado**Título:** Projeto Verão – O Mosquito Está Se Preparando!**Cliente:** Prefeitura de Marechal Cândido Rondon**Data de produção:** dezembro de 2023**Período de veiculação:** janeiro de 2024**Veículo:** AquiAgora.net, Marechal News

Solução do problema de comunicação: Assim como os outros materiais, a peça para web apresenta um mosquito com aparência de fisiculturista, em um ambiente urbano com objetos que acumulam água — reforçando visualmente o conceito de que pequenos descuidos transformam quintais em locais ideais para o “treinamento” do mosquito. Com o slogan “Projeto Verão – O mosquito está se preparando!”, e mensagens curtas e diretas, a campanha foi otimizada para portais digitais, garantindo ampla visibilidade, especialmente entre o público jovem e urbano. O banner contribuiu para uma comunicação rápida, de alto impacto e fácil compartilhamento.

PEÇA 02: POP-UP (590X440PX)

PROJETO VERÃO
O MOSQUITO
ESTÁ SE PREPARANDO!

NÃO DEIXE QUE
O SEU QUINTAL
SEJA A ACADEMIA
PERFEITA PARA ELE!

ÁGUA PARADA,
NEM PENSAR!

Secretaria de Saúde
MARECHAL
 CLAUDIO RONDON

CASE 02**ATENDIMENTO PRIORITÁRIO: UM DIREITO SEU
PREFEITURA DE UMUARAMA****PROBLEMA**

Em outubro de 2023, a Prefeitura Municipal de Umuarama, em conjunto com a Procuradoria de Defesa do Consumidor (Procon), percebeu um problema que, apesar de atingir poucos cidadãos, precisava ser remediado: a falta de atendimento preferencial para os grupos prioritários no comércio local.

De acordo com as leis federais de nº 10.048/2000 e nº 14.626/2023, os grupos que tem direito à prioridade no atendimento são: pessoas com deficiência, pessoas com transtorno do espectro autista (TEA), pessoas idosas com idade igual ou superior a 60 anos, gestantes, lactantes, pessoas com criança de colo, obesos, pessoas com mobilidade reduzida - e seus acompanhantes -, além de doadores de sangue.

Entretanto, apesar de haver uma legislação que rege esse atendimento preferencial, os comerciantes de Umuarama não o estavam oferecendo, o que acabava por prejudicar esses consumidores, que precisam de um atendimento mais rápido.

Dessa forma, foi solicitada a produção de uma campanha de conscientização, de forma a informar os grupos prioritários sobre seus direitos e a necessidade de cobrá-los, tendo em vista que o Procon possui este papel fiscalizador.

Assim, foram produzidos materiais de tv, rádio, jornal, folder, outdoor, redes sociais e portais de notícia.

SOLUÇÃO

Diante da necessidade de conscientizar a população (foco principal) e os comerciantes, surgiu a campanha com mote "Atendimento Prioritário: um direito seu".

Composta por diversas peças, o principal intuito da campanha é explicar detalhadamente sobre as regras para o atendimento preferencial, destacando quem possui preferência e quais são as obrigações dos comerciantes, deixando claro que a falta de atendimento prioritário é um descumprimento da lei.

As peças contam com figuras e fotografias que ilustram os grupos prioritários, gerando identificação com o público-alvo. Além disso, foram usadas cores e tipografias que inspiram



força, confiança e equilíbrio, o que é primordial numa campanha informativa.

Além disso, as peças colocam o Procon à disposição da população, o que evidencia esse comprometimento do órgão com a cidade e, além disso, fortalece a mensagem, para os comerciantes, de que o atendimento prioritário deve ser realizado da forma como é previsto na legislação.

Para complementar a ideia, nos próximos meses haverá o lançamento da parte dois da campanha, que é voltada ao comércio, dando mais ênfase ao seu papel.

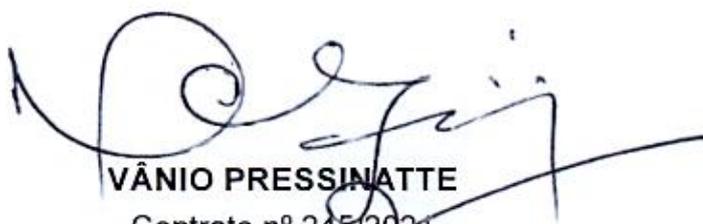
RESULTADOS

Após o lançamento da campanha, pode-se observar um maior número de comerciantes obedecendo às leis de Atendimento Prioritário, colocando, inclusive, placas no comércio e orientando os compradores

Além disso, a população passou a participar mais ativamente dessa fiscalização do comércio, criando um laço mais forte com o Procon e buscando amparo deste órgão quando necessário.

Muitos indivíduos buscaram o Procon em busca, também, de informações, o que ilustrou a importância de a campanha ser informativa. Dessa forma, o público prioritário passou a ter suas necessidades atendidas com frequência.

A campanha ainda está sendo divulgada, e logo terá início a parte complementar, voltada ao comércio, que promete trazer uma integração muito maior entre comerciantes, população e o Procon.

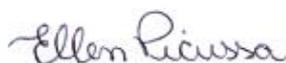


VÂNIO PRESSINATTE

Contrato nº 245/2021

Concorrência Pública nº 001/2019

Município de Umuarama



Responsável pela elaboração do relato: Ellen Picussa - Redatora

FICHA TÉCNICA**PEÇA 01: FOLDER A4 - DUAS DOBRAS****Licitante:** Dudacom Marketing Integrado**Título:** Atendimento Prioritário: Um Direito Seu**Cliente:** Prefeitura de Umuarama – PROCON**Data de produção:** novembro de 2023**Período de distribuição:** dezembro de 2023**Veículo:** Distribuição nos próprios públicos e comércio local - Destak Panfletagem

Solução do problema de comunicação: A peça visa informar a população sobre os direitos legais de atendimento prioritário, destacando os grupos contemplados pelas Leis Federais nº 10.048/2000 e 14.626/2023, incluindo os doadores de sangue. Com linguagem acessível, diagramação clara e visual atrativo, o folder orienta os cidadãos sobre como exigir seus direitos e a quem recorrer em caso de descumprimento. Distribuído em espaços públicos e estabelecimentos parceiros, amplia o alcance da informação e estimula a cidadania ativa.

PEÇA 01: FOLDER (FRENTE)

Você sabia que você pode fazer parte de um grupo especial que tem **direito ao atendimento prioritário - e deve exigi-lo** -, ao visitar estabelecimentos do nosso município?

PROCON
UMUARAMA

**ATENDIMENTO
PRIORITÁRIO**
UM DIREITO SEU!

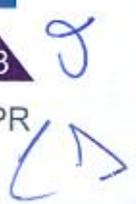
Caso não tenha seu direito respeitado,
procure o Procon.

DISQUE PROCON: (44) 3621-5600

procon@umuarama.pr.gov.br

Avenida Presidente Castelo Branco, 3871

Centro - 87.501-170 - Umuarama/PR



PEÇA 01: FOLDER (VERSO)

GRUPOS PRIORITÁRIOS

De acordo com as leis federais de nº 10.048/2000 e nº 14.626/2023, os grupos que tem direito à prioridade no atendimento, em diversos estabelecimentos, são: pessoas com deficiência, as pessoas com transtorno do espectro autista (TEA), as pessoas idosas com idade igual ou superior a 60 (sessenta) anos, as gestantes, as lactantes, as pessoas com criança de colo, os obesos, as pessoas com mobilidade reduzida - e seus acompanhantes - , além de doadores de sangue.

DOADORES DE SANGUE

Em relação, especificamente, aos doadores de sangue, a Lei Federal nº 14.626 diz que "terão direito a atendimento prioritário após todos os demais beneficiados", sempre mediante comprovante de doação, com validade de 120 dias. Ou seja, se a pessoa doadora de sangue estiver em um estabelecimento ao mesmo tempo que outros públicos que tem o direito à prioridade, esse doador deve ser atendido depois.

A legislação ainda prevê que os atendimentos em regime de prioridade podem ser feitos por meio de locais específicos e identificados para essa finalidade como caixas, guichês, balcões ou outro meio.

CASO NÃO TENHA SEU DIREITO RESPEITADO

PROCURE O PROCON

No entanto, nos casos em que não é possível um local específico para atender o público prioritário, as pessoas deverão ser atendidas imediatamente após o término do atendimento que estiver em andamento, e antes de outras pessoas.

Sendo assim, os cidadãos que fazem parte dos grupos descritos devem estar atentos para ter esse direito respeitado e, caso contrário, podem registrar reclamação junto ao órgão fiscalizador: o Procon.

FICHA TÉCNICA**PEÇA 02: OUTDOOR 9X3M****Licitante:** Dudacom Marketing Integrado**Título:** Atendimento Prioritário: Um Direito Seu**Cliente:** Prefeitura de Umuarama – PROCON**Data de produção:** novembro de 2023**Período de distribuição:** dezembro de 2023**Veículo:** Daibope Painéis

Solução do problema de comunicação: Com a proposta de reforçar o direito ao atendimento prioritário e estimular o cidadão a buscar seus direitos, o outdoor utiliza frases de impacto com linguagem direta e visual limpo. A peça destaca o papel do PROCON como órgão fiscalizador, promovendo a conscientização pública em locais de grande circulação e garantindo visibilidade à campanha.

PEÇA 02: OUTDOOR

ATENDIMENTO PRIORITÁRIO

UM DIREITO SEU!

Caso não tenha seu direito respeitado, procure o Procon.

PROCON
UMUARAMA

SECRETARIA
UMUARAMA

g



SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

9.4.4. Sistemática de Atendimento, em papel sulfite A4 75 g/m², discriminando-se os prazos, não superiores a 10 (dez) dias, a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia.

SISTEMÁTICA

Trabalhando especificamente com órgãos públicos, a Dudacom fica responsável pela criação de soluções para os mais diversos meios, respeitando as características de cada um, o público-alvo e as necessidades de comunicação. Para isso, todas as atividades são mapeadas por meio de registros on-line, acompanhando cada processo por meio de métricas, desde a criação até a logística de entrega, aplicação ou divulgação, inclusive nos regimes de contratação.

Além dos recursos humanos, advindos de uma equipe competente, investimos em recursos tecnológicos, proporcionando à nossa equipe acesso integral a equipamentos e software modernos que, aliados ao cuidado no atendimento, garantem o sucesso das campanhas, devido à qualidade e boa apresentação de nossos serviços.

Preocupada com a eficiência do atendimento, utilizamos o sistema organizacional Publi, que contribui na agilidade dos processos e no acompanhamento, interligando todos os departamentos da agência. Cada demanda recebida passa por etapas dentro da agência, para que seja executada com qualidade e atenção em cada processo.

Levando em conta nossa especialidade no atendimento ao setor público, nossa experiência nos permite compreender que a dinâmica de funcionamento de uma instituição pública difere das demais.

Pensando nisso, entendemos que o Município de Três Barras do Paraná possui, diariamente, diversas demandas que devem ser cumpridas com agilidade e qualidade. Assim, a sistemática de atendimento aqui proposta foi desenvolvida especificamente para esta instituição.

SISTEMA OPERACIONAL DAS DEMANDAS:

Atendimento: é a primeira etapa de tudo dentro da Dudacom e está presente em todas as demais etapas. Estaremos sempre em contato com a Instituição, nos colocando à disposição em todos os momentos. Os profissionais de atendimento acompanharão todas as demandas até o final, pois um atendimento de qualidade garante uma linha de comunicação sem desvios entre os envolvidos em cada processo, mantendo todos integrados na produção de qualquer material.

O atendimento inicia no contato com o cliente. Ao receber uma solicitação, nossa equipe de atendimento é responsável por extrair o máximo possível de informações, de forma a facilitar o processo.

Com essas informações em mãos, o processo vai para a próxima etapa. Mas o papel do atendimento continua, trazendo a visão do Município de Três Barras do Paraná para os projetos e alinhando informações e prazos para, no final, entregar algo que responda às suas necessidades e expectativas.

Criação: após definirmos o direcionamento da estratégia de comunicação, tem início a criação. As ideias são executadas e tomam forma, iniciando na redação, que descreve ideias criativas e é responsável por toda a parte textual, aliada à estratégia prévia. Após o processo da redação, o briefing vai para as mãos dos designers ou para produção em locais especializados, no caso de materiais para rádio ou materiais em vídeo. Ali as ideias criativas se tornam realidade.

Planejamento de Mídia: essa etapa ocorre simultaneamente à criação, em casos onde haja veiculação de materiais. Enquanto os materiais são produzidos, a parte de mídias estuda quais meios de comunicação são os mais adequados para a circulação do material, como rádios, jornais impressos, revistas, outdoors, meio digital, televisão etc., bem como os veículos de cada meio, horários, audiência, formatos e verbas, aliando tudo para que as produções sejam veiculadas da forma correta e que a comunicação faça efeito, atingindo o público-alvo.

Aprovações e decisões: todos os materiais produzidos, os orçamentos e planejamentos de mídia passarão pelas mãos da equipe responsável do Município de Três Barras do Paraná para aprovação, sempre com a possibilidade de alterações e adaptações imediatas. Isso porque, além da eficácia na comunicação, os resultados na satisfação dos clientes são importantíssimos para a Dudacom.

Atendimentos em emergências: além de disponibilizarmos um profissional de atendimento para agilizar as demandas presenciais, nossa equipe estará disponível durante todo o dia por meio do WhatsApp, e-mail e telefone, para receber demandas e auxiliar em tudo o que for solicitado. Temos, também, um telefone de plantão para o caso de urgências e emergências, garantindo que nenhuma necessidade seja deixada de lado.

PRAZOS

A Dudacom nunca deixa de responder um questionamento ou retornar alguma solicitação. Além disso, o profissional exclusivo para atendimento ao Município de Três Barras do Paraná acompanha todo o processo de produção e distribuição dos materiais, seja em gráfica, panfletagem, mídia exterior, veiculações em TV, rádio, internet e demais meios de comunicação.

Somos rigorosos com o estrito cumprimento dos prazos dos fornecedores e realizamos check-in da veiculação de toda a campanha para assegurar a entrega total da mídia.

Assim, trabalhamos de acordo com as necessidades dos nossos clientes.

Em condições normais de trabalho, para idealizar, roteirizar e criar a identidade visual de uma nova campanha, solicitamos o prazo de três dias. Para elaboração de plano de mídia e criação de peças avulsas, o prazo é de dois dias. Em caso de emergência, o prazo de entrega é de três horas úteis.

É interessante ressaltar que trabalhamos com planejamentos mensais, ou seja, todos os materiais e campanhas idealmente ficam prontos no mês anterior à sua veiculação. Isso nos permite desenvolver demandas de urgência e emergência, bem como as cotidianas, que surgirem no decorrer dos dias, com tranquilidade e sem sair do nosso planejamento, visto que, com os demais materiais já planejados e finalizados, temos tempo para reorganizar a pauta, caso necessário, sem deixar de entregar nenhum material.

Entendemos que uma Instituição tão grande e com público tão diversificado como o Município de Três Barras do Paraná tem necessidades de comunicação diversas e imediatas. Assim, nosso método de atendimento é nos fazermos presentes para identificar essas necessidades, acolher as demandas e realizá-las o quanto antes. Para isso, priorizamos uma comunicação direta e honesta, bem como o papel da equipe de comunicação da instituição, que é primordial para nosso trabalho.

PEÇAS AVULSAS

02 DIAS

CAMPANHAS

03 DIAS

PLANO DE MÍDIA

02 DIAS

EMERGÊNCIAS

03 HORAS ÚTEIS

RELACIONAMENTO COM A MÍDIA

No atendimento aos veículos de comunicação, há sempre um representante da agência fazendo contato periódico com os órgãos de imprensa, mantendo o bom relacionamento com os profissionais responsáveis pela gestão dos meios, além de criar a metodologia mais adequada para a integração entre clientes, veículos e a agência.

A Dudacom preza pela ética e pelo profissionalismo em todas as suas relações, seja com a prefeitura ou com os veículos de comunicação, sempre respeitando os prazos dos contratos, as normas e as especificações de cada situação.

Nossa filosofia de trabalho é pautada nas seguintes obrigações:

- Atender de forma satisfatória e eficaz, com profissionais qualificados;
- Realizar reuniões periódicas de acordo com a demanda de nosso cliente;
- Disponibilizar relatórios com todas as informações necessárias sobre o desenvolvimento das campanhas, bem como dos investimentos realizados;
- Coordenar a execução dos trabalhos internos e externos, bem como cobrar, quando necessário, a sua eficiência;
- Garantir a qualidade nos trabalhos executados;
- Executar os trabalhos mediante aprovação do cliente;
- Flexibilidade para se adaptar as demandas dos clientes.

COMPLIANCE

A Dudacom preza por gestão eficiente e moderna de seus contratos, principalmente por ser especializada no atendimento junto ao setor público.

Diante disso, entendemos que uma agência é composta por muito mais que apenas ideias. Temos a obrigação de oferecer segurança aos nossos clientes durante a execução técnica e jurídica de nossos contratos.

Ou seja, para além das ideias, nossa agência se preocupa com a imagem das instituições públicas. Assim, observando que nos últimos anos, no Brasil e em todo o mundo, o elevado nível de corrupção praticado em vários segmentos econômicos trouxe desgastes incalculáveis para a imagem dos gestores e principalmente das instituições, a Dudacom buscou atualizar seus métodos de gestão, devido à necessidade imperiosa de conhecer e praticar o compliance nas atividades do dia a dia, que impactam instituições de todos os portes e segmentações.

O conceito de compliance visa gerar valor ao meio publicitário – nosso negócio –, além de assegurar a melhor imagem possível para as instituições – seu governo.

A Dudacom utiliza a metodologia do compliance na gestão dos contratos de nossos clientes, e essa boa prática de gestão é certificada através das Normas Padrão da Atividade Publicitária reguladas pelo CENP, entidade que normatiza nossa atividade e orienta as boas práticas publicitárias em todo território nacional.

Adotar essa metodologia nos garante estar em compliance estratégico por si só. Significa que nossa agência prima pela transparência, elevando o grau de maturidade de gestão. Estar em compliance mostra que nossos gestores e equipes dominam os processos e

procedimentos, implementados e executados com efetiva conformidade política, comercial, trabalhista, contratual e comportamental.

Assim, na Dudacom podemos garantir:

- Orientações normativas;
- Alinhamento às legislações aplicáveis;
- Ferramentas preventivas adequadas;
- Gestão de processos;
- Operações estruturadas de informação, com suporte e monitoramento das atividades da agência que se adequem aos processos de compliance;
- Gestão de contratos de serviços e materiais alinhado aos níveis de compliance estabelecidos pela empresa;
- Rotinas de inspeção e fiscalização de atividades;
- Foco na conformidade de processos em nível municipal, estadual e federal;
- Sistema de normatização e padronização sempre ativo e atualizado;
- Processos de auditoria interna com foco nos requisitos para se atingir o compliance;
- Sistemas de controle com graus de profundidade adequados e;
- Comunicação estruturada sobre os instrumentos normativos das instituições.

Tudo isso porque não somos apenas uma agência de publicidade, mas uma empresa que transforma ideias em realidade!

AUDITORIAS DE CIRCULAÇÃO E CONTROLE DE MÍDIA

As pesquisas e os dados atualizados de audiência, relativas à televisão e ao rádio, em formato de ranking e separados por segmentos de hábito de consumo de mídia, assim como jornais impressos, sites, mídia extensiva, outdoor e material impresso em geral, são disponibilizados sem ônus para nossos clientes.

Essas informações têm como referência os dados disponibilizados pelos institutos de referência de mercado, aos quais temos acesso por meio da parceria com o Cenp (Fórum da Autorregulação do Mercado Publicitário):

Kantar Ibope Media: trata-se da maior empresa da América Latina de mensuração de investimentos publicitários e audiência, sendo uma das 25 maiores empresas de pesquisa do mundo. Fornece pesquisas e métricas e tem parceria com as duas principais empresas globais de pesquisa de mercado: Nielsen Company e WPP.

A plataforma reúne inteligência conectada para oferecer as mais precisas informações sobre consumo, desempenho e investimento de mídia.

Instituto Verificador da Comunicação (IVC): é uma entidade nacional, sem fins lucrativos, que é responsável pela auditoria multiplataforma de mídia. Certifica métricas de desempenho de veículos midiáticos, por meio de serviços de auditoria multiplataforma.

Seu objetivo é fornecer dados isentos e detalhados sobre comunicação, incluindo tráfego web, tanto de desktops quanto de smartphones, tablets e aplicativos, bem como circulação, eventos, e inventário e campanhas de mídia out of home.

Para isso, conta com uma plataforma única que interliga números de diversas audiências às agências mais importantes de todo o país. A entidade é composta por representantes de anunciantes, agências de propaganda e editores.

Ipsos: plataforma que fornece dados e informações trazidas por especialistas, seguindo o Regulamento Geral da Proteção de Dados. Observa orientações e exigências no mercado e traduz essas informações em pesquisas de mercado, respeitando e protegendo os dados pessoais de cada um, seguindo a abordagem 4s: segurança, simplicidade, supervelocidade e substância.

Nielsen: é líder mundial em medição, dados e análises de audiência, moldando o futuro da mídia. Atuam medindo e analisando o comportamento do público através de todos os canais e plataformas para descobrir seus gostos e a aprovação de materiais.

Monitor Evolution: permite monitorar os investimentos publicitários das marcas aplicados nos principais veículos de comunicação do país, disponibilizando o total das verbas destinadas à publicidade em nove meios: cinema, internet, jornal, mobiliário urbano, outdoor, rádio, revista, TV aberta, incluindo ações de merchandising e TV por assinatura. A entrega do Monitor Evolution é mensal e os clientes dispõem de dados dos últimos três anos.

A plataforma proporciona cobertura de 41 mercados de TV aberta, 42 canais de TV por assinatura, 10 mercados de rádio, 150 títulos de revista, 26 mercados com 70 títulos de jornal, 17 mercados de outdoor, 11 mercados com 567 salas de cinema, 6 portais de internet e 8 mercados de mobiliário urbano e 5 emissoras para merchandising. Além disso, proporciona relatórios customizados de investimentos publicitários para atender às demandas específicas do mercado sobre informações de setores econômicos, categorias de produtos e marcas.

Tunad: Plataforma que otimiza os resultados das campanhas em transmissões de grande impacto, medindo, analisando e estimulando a reação online dos consumidores. Na plataforma, é possível realizar planejamento de mídia preditivo com IA; mensuração e atribuição de campanhas; e otimização e controle de mídia.

A Dudacom utiliza todas as ferramentas necessárias e disponíveis para auditoria de mídia, garantindo as veiculações e tiragem de veículos auditados para comprovação de exibição nos meios contratados.

Também disponibilizamos, durante a vigência do contrato, métodos, mapas e planos de mídia, peças criadas pela agência, roteiros para TV, spot e anúncios, bem como materiais impressos e suas tiragens.

TRANSPARÊNCIA E CONTROLE DE INVESTIMENTOS

Valorizamos a transparência e comunicação direta com nossos clientes, especialmente no que se refere ao trabalho que entregamos. Levando isso em consideração, nosso atendimento conta com um detalhe importantíssimo: uma nuvem com dados compartilhados e atualizados.

Disponibilizamos, para nossos clientes, todos os dados em cloud, atualizados semanalmente, para manutenção dos contratos e serviços realizados. Quando firmado o contrato, é enviado um link com acesso a pasta referente a este.

Assim, nessa nuvem, é possível encontrar:

- Materiais desenvolvidos;
- Planejamentos de mídia;
- Pedidos de Inserção e Produção;
- Notas Fiscais;
- Comprovantes de veiculação;
- Produções de teceiros;
- Comprovantes de pagamento;
- Relatórios de impulsionamentos e tráfego pago;
- E outros materiais necessários para o cumprimento do contrato.

Com os dados em nuvem, garantimos que nossos clientes consigam realizar a manutenção do trabalho realizado por todos os setores durante toda a vigência do contrato, e conseguirmos realizar a prestação de contas de forma simples, automática e regular.

RECURSOS MATERIAIS

Na Dudacom, acreditamos que para se ter qualidade é necessário eficiência e eficácia dos softwares e equipamentos utilizados. Por isso, investimos em recursos de última geração e softwares originais e licenciados para oferecer aos nossos profissionais segurança e as ferramentas que eles precisam para dar vida às suas ideias.

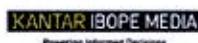
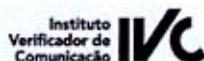
Para tanto, nossa equipe tem a sua disposição todos os softwares do Pacote Adobe: Photoshop, Illustrator, InDesign, Premiere Pro, After Effects, ou seja, uma gama de softwares para trabalhar com todos os tipos de materiais, sejam impressos ou online. Além do Pacote Adobe, também dispomos de banco de imagens licenciados como Adobe Stock e iStock.

Também disponibilizamos equipamentos de alta capacidade, na parte de eletrônicos e informática, contamos com:

- 02 notebooks HP Intel Core i7;
- 02 notebooks Acer Intel Core i5;
- 07 computadores Intel Core i7;
- 05 computadores Intel Core i5,
- 02 IMacs 21" Intel core i5;
- 01 Impressoras Multifuncional Epson;
- 01 Impressora Multifuncional Laser Kyocera;
- 01 Impressora Multifuncional Laser HP;
- 01 Smart TV Samsung 40";
- 01 câmera Canon Rebel T1 e 01 filmadora Sony HD;
- 01 Servidor Dell T630;
- 01 Veículo VW Jetta 2020 para atendimento.

Contamos, ainda, com móveis feitos sob medida, cadeiras giratórias presidente, que garantem mais conforto à equipe.

Todos os setores da agência são integrados via software **Publi**, com 30 anos de mercado, é o líder brasileiro em agências de publicidade, sendo um software de alta segurança de dados, que ajuda a garantir que todas as demandas sejam atendidas nos prazos acordados, com 100% de segurança e agilidade.



Nielsen



Microsoft



Adobe Stock

publi



REFERENDO

Cascavel, 14 de maio de 2025.

Ana Caroline ^{dos} Kuhn Schimanko
RG: 10.575.156-7 / CPF: 056.876.909-05
Sócia Administradora
Dudacom Marketing Integrado
CNPJ: 24.811.536/0001-55



Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná
ESTADO DO PARANÁ

CONCORRÊNCIA Nº 03/2025

2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – Nota Máxima = 15 pontos

Avaliador: Elisângela Esp. Alcântara.

Licitante: Duda Com M.D.

Nota máxima possível 15 pontos, será avaliado conforme os critérios abaixo:

CRITÉRIO	PONTUAÇÃO
1. Currículo Resumido, com a qualificação e a quantificação dos profissionais colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná, exigindo-se pelo menos um profissional para cada um dos seguintes setores: criação, atendimento e mídia. Nota Máxima 03 Pontos	NOTA: <u>3</u>
A licitante que apresentar pelo menos um profissional para cada um dos setores obterá nota integral; a licitante que não apresentar no mínimo um profissional para cada um dos setores obterá nota zero e será desclassificada com fundamento no item 11.7, "c" do Edital.	<u>3</u>
Justificativa: <u>Segue todos os requisitos dos profissionais na área.</u>	
2. Repertório da Licitante Nota máxima: 04 pontos (MÉDIA)	MÉDIA: <u>3,9</u>
a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e aos desafios de comunicação (Máximo 04 pontos)	<u>2,0</u>
Justificativa: <u>Abordagem adequada e com briefing bem executado.</u>	
b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo (Máximo 04 pontos)	<u>1,0</u>
Justificativa: <u>Fosse a mensagem com clareza e objetiva.</u>	
c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças (Máximo 04 pontos)	<u>0,9</u>
Justificativa: <u>Distinção e contrastes, lembrando uma boa clareza</u>	
3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação Nota máxima: 05 pontos (MÉDIA)	MÉDIA: <u>5</u>
a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária (Máximo 04 pontos).	<u>1,5</u>
Justificativa: <u>Concursos bem executados,</u>	
b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente (Máximo 04 pontos)	<u>1,00</u>
Justificativa:	



Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná
ESTADO DO PARANÁ

CAPITAL DO FEUÃO	
Plano e este visivelmente atinge o objetivo do consulto planejado.	
c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos (Máximo 04 pontos)	3,00
Justificativa: Ação visivelmente bem realizada, impacto visual e físico de impacto.	
d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante (Máximo 04 pontos).	3,15
Justificativa: Segue o ponto de pensamento e objetivo do componente do início ao fim do Programa de Ape.	
5. Sistemática de atendimento Nota máxima: 03 pontos	Nota: 3/
<p>a) nesse quesito, obterá 3 (três) pontos a licitante que discriminar:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ a.1) para a criação de peça avulsa, prazo igual ou inferior a 02 (dois) dias; ✓ a.2) para a criação de campanha, prazo igual ou inferior a 03 (três) dias; ✓ a.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo igual ou inferior a 03 (três) dias. <p>b) obterá 2 (dois) pontos a licitante que discriminar:</p> <ul style="list-style-type: none"> b.1) para a criação de peça avulsa, prazo entre 03 (três) e 05 (cinco) dias; b.2) para a criação de campanha, prazo entre 04 (quatro) e 06 (seis) dias; b.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo entre 04 (quatro) e 06 (seis) dias. <p>c) obterá 1 (um) ponto a licitante que discriminar:</p> <ul style="list-style-type: none"> c.1) para a criação de peça avulsa, prazo entre 06 (seis) e 10 (dez) dias; c.2) para a criação de campanha, prazo entre 07 (sete) e 10 (dez) dias; c.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo entre 07 (sete) e 10 (dez) dias. <p>d) obterá nota zero a licitante que discriminar prazos superiores a 10 (dez) dias.</p>	03
Justificativa: Plano de entrega e produção entende com os outros planos do cliente.	
NOTA DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	NOTA: 34,9



CAPITAL DO FELUÃO

Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná
ESTADO DO PARANÁ

CONCORRÊNCIA Nº 03/2025

2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – Nota Máxima = 15 pontos

Avaliador: Silvia Christina Franze Soranis

Licitante: Duola Com marketing integrado

Nota máxima possível 15 pontos, será avaliado conforme os critérios abaixo:

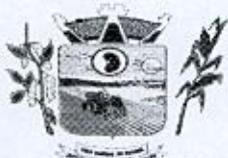
CRITÉRIO	PONTUAÇÃO
1. Currículo Resumido, com a qualificação e a quantificação dos profissionais colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná, exigindo-se pelo menos um profissional para cada um dos seguintes setores: criação, atendimento e mídia. Nota Máxima 03 Pontos	NOTA: 3
A licitante que apresentar pelo menos um profissional para cada um dos setores obterá nota integral; a licitante que não apresentar no mínimo um profissional para cada um dos setores obterá nota zero e será desclassificada com fundamento no item 11.7, "c" do Edital.	03
Justificativa: <u>Apresentou mais de um profissional por setor atendendo a demanda</u>	
2. Repertório da Licitante Nota máxima: 04 pontos (MÉDIA)	MÉDIA: 4,0
a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e aos desafios de comunicação (Máximo 04 pontos)	1,0
Justificativa: <u>A solução criativa nas peças possui layout original e atende a soluções dos desafios / atingir público alvo</u>	
b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo (Máximo 04 pontos)	1,0
Justificativa: <u>Tanto imagem quanto linguagem são adequadas</u>	
c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças (Máximo 04 pontos)	2,0
Justificativa: <u>Atoma qualidade, boa execução e acabamento das peças. Cláusula, bem distribuídas, cores original</u>	
3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação Nota máxima: 05 pontos (MÉDIA)	MÉDIA: 3,8
a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária (Máximo 04 pontos).	0,8
Justificativa: <u>Existiu planejamento estratégico muito bem pensado.</u>	
b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente (Máximo 04 pontos)	1,0
Justificativa:	



Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná
ESTADO DO PARANÁ

CAPITAL DO FIELÃO

As peças chamam muito atenção para a temática da Soluções.	
c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos (Máximo 04 pontos)	1,0
Justificativa: conseguiu diminuir a infestação da dengue através de Marketing Teru Referência de mosquito 'musculoso'	
d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante (Máximo 04 pontos).	1,0
Justificativa: Excelente, pois que expõem e faz conexões de a ideia lógica.	
5. Sistemática de atendimento Nota máxima: 03 pontos	Nota: 3,0
<p><input checked="" type="checkbox"/> nesse quesito, obterá 3 (três) pontos a licitante que discriminar:</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 1) para a criação de peça avulsa, prazo igual ou inferior a 02 (dois) dias;</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 2) para a criação de campanha, prazo igual ou inferior a 03 (três) dias;</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> 3) para a elaboração de plano de mídia, prazo igual ou inferior a 03 (três) dias.</p> <p>b) obterá 2 (dois) pontos a licitante que discriminar:</p> <p>b.1) para a criação de peça avulsa, prazo entre 03 (três) e 05 (cinco) dias;</p> <p>b.2) para a criação de campanha, prazo entre 04 (quatro) e 06 (seis) dias;</p> <p>b.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo entre 04 (quatro) e 06 (seis) dias.</p> <p>c) obterá 1 (um) ponto a licitante que discriminar:</p> <p>c.1) para a criação de peça avulsa, prazo entre 06 (seis) e 10 (dez) dias;</p> <p>c.2) para a criação de campanha, prazo entre 07 (sete) e 10 (dez) dias;</p> <p>c.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo entre 07 (sete) e 10 (dez) dias.</p> <p>d) obterá nota zero a licitante que discriminar prazos superiores a 10 (dez) dias.</p>	03
Justificativa: cumpre requisito	
NOTA DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	NOTA: 13,8



CAPITAL DO FÊMEÃO

Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná
ESTADO DO PARANÁ

CONCORRÊNCIA Nº 03/2025

2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – Nota Máxima = 15 pontos

Avaliador: Rafael M. de O.

Licitante: Luís com marketing integrado.

Nota máxima possível 15 pontos, será avaliado conforme os critérios abaixo:

CRITÉRIO	PONTUAÇÃO
1. Currículo Resumido, com a qualificação e a quantificação dos profissionais colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná, exigindo-se pelo menos um profissional para cada um dos seguintes setores: criação, atendimento e mídia. Nota Máxima 03 Pontos	NOTA: <u>03</u>
A licitante que apresentar pelo menos um profissional para cada um dos setores obterá nota integral; a licitante que não apresentar no mínimo um profissional para cada um dos setores obterá nota zero e será desclassificada com fundamento no item 11.7, "c" do Edital.	<u>03</u>
Justificativa: <u>O licitante apresentou vários profissionais no quadro de atendimento do escritório.</u>	
2. Repertório da Licitante Nota máxima: 04 pontos (MÉDIA)	MÉDIA: <u>04</u>
a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e aos desafios de comunicação (Máximo 04 pontos)	<u>1.5</u>
Justificativa: <u>clara objetivo.</u>	
b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo (Máximo 04 pontos)	<u>1.5</u>
Justificativa: <u>clarezza no atendimento a percepção dos clientes e público alvo.</u>	
c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças (Máximo 04 pontos)	<u>1.0</u>
Justificativa: <u>muito bem distribuído, limpo no distribuído de conteúdo. boa qualidade de apresentação.</u>	
3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação Nota máxima: 05 pontos (MÉDIA)	MÉDIA: <u>05</u>
a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária (Máximo 04 pontos).	<u>1.2</u>
Justificativa: <u>com as evidências apresentadas, a forma clara e objetiva de tentar resolver o problema apresentado.</u>	
b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente (Máximo 04 pontos)	<u>1.0</u>
Justificativa:	



Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná
ESTADO DO PARANÁ

CAPITAL DO FIELÃO

a práticos sempre apresentados e acessível a todos os públicos alvo que poderão fazer a sua parte.	
c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos (Máximo 04 pontos)	1.5
Justificativa: com o objetivo de concretizar e contar com o apoio de todos os problemas poderão ser amenizados e tal resultado.	
d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante (Máximo 04 pontos).	1.3
Justificativa: o fato claro e simples de concretizar a todos a agência de comunicação que conta que cada um faz sua parte e problemas poderão ser evitados.	
5. Sistemática de atendimento Nota máxima: 03 pontos	Nota: 03
a) nesse quesito, obterá 3 (três) pontos a licitante que discriminar: <ul style="list-style-type: none"> a.1) para a criação de peça avulsa, prazo igual ou inferior a 02 (dois) dias; a.2) para a criação de campanha, prazo igual ou inferior a 03 (três) dias; a.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo igual ou inferior a 03 (três) dias. 	03
b) obterá 2 (dois) pontos a licitante que discriminar: <ul style="list-style-type: none"> b.1) para a criação de peça avulsa, prazo entre 03 (três) e 05 (cinco) dias; b.2) para a criação de campanha, prazo entre 04 (quatro) e 06 (seis) dias; b.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo entre 04 (quatro) e 06 (seis) dias. 	
c) obterá 1 (um) ponto a licitante que discriminar: <ul style="list-style-type: none"> c.1) para a criação de peça avulsa, prazo entre 06 (seis) e 10 (dez) dias; c.2) para a criação de campanha, prazo entre 07 (sete) e 10 (dez) dias; c.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo entre 07 (sete) e 10 (dez) dias. 	
d) obterá nota zero a licitante que discriminar prazos superiores a 10 (dez) dias.	
Justificativa: Ele sempre com questões de atendimento.	
NOTA DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	NOTA: 15.



Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná
ESTADO DO PARANÁ

CONCORRÊNCIA Nº 03/2025

2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – Nota Máxima = 15 pontos

Avaliador: Rafaelo m. de O.

Licitante: Ex soluções digitais LTDA.

Nota máxima possível 15 pontos, será avaliado conforme os critérios abaixo:

CRITÉRIO	PONTUAÇÃO
1. Currículo Resumido, com a qualificação e a quantificação dos profissionais colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná, exigindo-se pelo menos um profissional para cada um dos seguintes setores: criação, atendimento e mídia. Nota Máxima 03 Pontos	NOTA: 03
A licitante que apresentar pelo menos um profissional para cada um dos setores obterá nota integral; a licitante que não apresentar no mínimo um profissional para cada um dos setores obterá nota zero e será desclassificada com fundamento no item 11.7, "c" do Edital.	03
Justificativa: o licitante apresentou bagagem e equipe de atendimento pelo que foi solicitado	
2. Repertório da Licitante Nota máxima: 04 pontos (MÉDIA)	MÉDIA: 3.1
a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e aos desafios de comunicação (Máximo 04 pontos)	1.1
Justificativa: criativos de baixo.	
b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo (Máximo 04 pontos)	1.0
Justificativa: claro, bem objetivo, tipo de assunto abordado.	
c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças (Máximo 04 pontos)	1.0
Justificativa: pouco chamativo, falta de atrativo nos cores e no arte.	
3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação Nota máxima: 05 pontos (MÉDIA)	MÉDIA: 3.6
a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária (Máximo 04 pontos).	08
Justificativa: falta de exemplos sobre a aceitação assim citada.	
b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente (Máximo 04 pontos)	08
Justificativa:	

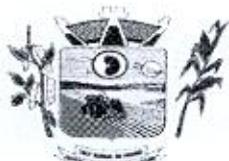


J.

Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná
ESTADO DO PARANÁ

CAPITAL DO FIELÃO

a forma como foi apresentado o resultado não ficou claro ..	
c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos (Máximo 04 pontos)	1.0
Justificativa: O desafio abordado aparentemente mostrou um resultado relevante a opção apresentada.	
d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante (Máximo 04 pontos).	1.0
Justificativa: os meios utilizados se enquadraram nos melhores formas de engajamento de comunicação só podendo ser apresentados de uma forma um pouco mais clara.	
5. Sistemática de atendimento Nota máxima: 03 pontos	Nota 02
<p>a) nesse quesito, obterá 3 (três) pontos a licitante que discriminar:</p> <ul style="list-style-type: none"> a.1) para a criação de peça avulsa, prazo igual ou inferior a 02 (dois) dias; a.2) para a criação de campanha, prazo igual ou inferior a 03 (três) dias; a.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo igual ou inferior a 03 (três) dias. <p>b) obterá 2 (dois) pontos a licitante que discriminar:</p> <ul style="list-style-type: none"> b.1) para a criação de peça avulsa, prazo entre 03 (três) e 05 (cinco) dias; b.2) para a criação de campanha, prazo entre 04 (quatro) e 06 (seis) dias; b.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo entre 04 (quatro) e 06 (seis) dias. <p>c) obterá 1 (um) ponto a licitante que discriminar:</p> <ul style="list-style-type: none"> c.1) para a criação de peça avulsa, prazo entre 06 (seis) e 10 (dez) dias; c.2) para a criação de campanha, prazo entre 07 (sete) e 10 (dez) dias; c.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo entre 07 (sete) e 10 (dez) dias. <p>d) obterá nota zero a licitante que discriminar prazos superiores a 10 (dez) dias.</p>	B.
Justificativa: o não atingi os quesitos exigidos. a outro agenciamento com menor preço.	
NOTA DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	NOTA: 11.7



CAPITAL DO FÊLIÃO

Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná
ESTADO DO PARANÁ

CONCORRÊNCIA Nº 03/2025

2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – Nota Máxima = 15 pontos

Avaliador: Belisombra Ap. Silveira

Licitante: Ox Soluções Digitais, LTDA

Nota máxima possível 15 pontos, será avaliado conforme os critérios abaixo:

CRITÉRIO	PONTUAÇÃO
1. Currículo Resumido, com a qualificação e a quantificação dos profissionais colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná, exigindo-se pelo menos um profissional para cada um dos seguintes setores: criação, atendimento e mídia. Nota Máxima 03 Pontos	NOTA: <u>3</u>
A licitante que apresentar pelo menos um profissional para cada um dos setores obterá nota integral; a licitante que não apresentar no mínimo um profissional para cada um dos setores obterá nota zero e será desclassificada com fundamento no item 11.7, "c" do Edital.	<u>3</u>
Justificativa: <u>Empresa com profissionais adequados para todos os setores</u>	
2. Repertório da Licitante Nota máxima: 04 pontos (MÉDIA)	MÉDIA: <u>2,3 (2,3)</u>
a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e aos desafios de comunicação (Máximo 04 pontos)	<u>0,8</u>
Justificativa: <u>Básica e imortal, falta informações</u>	
b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo (Máximo 04 pontos)	<u>1,00</u>
Justificativa: <u>Transmite só o necessário sem muita criatividade</u>	
c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças (Máximo 04 pontos)	<u>0,5</u>
Justificativa: <u>Cumprir o objetivo, mas pouco detalhada.</u>	
3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação Nota máxima: 05 pontos (MÉDIA)	MÉDIA: <u>4,20</u>
a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária (Máximo 04 pontos).	<u>3,5</u>
Justificativa: <u>Arte em si executada dentro do básico</u>	
b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente (Máximo 04 pontos)	<u>0,8</u>
Justificativa:	



Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná
ESTADO DO PARANÁ

CAPITAL DO FELIÃO

Em relevo se cumpre com o objetivo mas fica claro.	
c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos (Máximo 04 pontos)	0,9
Justificativa: Mídia básica sem muita complexidade	
d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante (Máximo 04 pontos).	3,0
Justificativa: As informações são basicamente claras, sem muito impacto.	
5. Sistemática de atendimento Nota máxima: 03 pontos	Nota: 2,0
a) nesse quesito, obterá 3 (três) pontos a licitante que discriminar: <ul style="list-style-type: none"> ↳ a.1) para a criação de peça avulsa, prazo igual ou inferior a 02 (dois) dias; a.2) para a criação de campanha, prazo igual ou inferior a 03 (três) dias; ↳ a.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo igual ou inferior a 03 (três) dias. 	2,0
b) obterá 2 (dois) pontos a licitante que discriminar: <ul style="list-style-type: none"> b.1) para a criação de peça avulsa, prazo entre 03 (três) e 05 (cinco) dias; b.2) para a criação de campanha, prazo entre 04 (quatro) e 06 (seis) dias; b.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo entre 04 (quatro) e 06 (seis) dias. 	
c) obterá 1 (um) ponto a licitante que discriminar: <ul style="list-style-type: none"> c.1) para a criação de peça avulsa, prazo entre 06 (seis) e 10 (dez) dias; c.2) para a criação de campanha, prazo entre 07 (sete) e 10 (dez) dias; c.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo entre 07 (sete) e 10 (dez) dias. 	
d) obterá nota zero a licitante que discriminar prazos superiores a 10 (dez) dias.	
Justificativa: Entre requisitos de prazo uma não se está adequar	
NOTA DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	NOTA: 3,5



Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná
ESTADO DO PARANÁ

CONCORRÊNCIA Nº 03/2025

2. CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – Nota Máxima = 15 pontos

Avaliador: Silvia Christina Frare Sorais

Licitante: Fx Soluções Digitais Ltda

Nota máxima possível 15 pontos, será avaliado conforme os critérios abaixo:

CRITÉRIO	PONTUAÇÃO
1. Currículo Resumido, com a qualificação e a quantificação dos profissionais colocados à disposição da Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná, exigindo-se pelo menos um profissional para cada um dos seguintes setores: criação, atendimento e mídia. Nota Máxima 03 Pontos	NOTA: 3
A licitante que apresentar pelo menos um profissional para cada um dos setores obterá nota integral; a licitante que não apresentar no mínimo um profissional para cada um dos setores obterá nota zero e será desclassificada com fundamento no item 11.7, "c" do Edital.	03
Justificativa: <i>apresenta profissional p/ cada setor. Não especificou de forma clara, mas deu p/ entender</i>	
2. Repertório da Licitante Nota máxima: 04 pontos (MÉDIA)	MÉDIA: 2,8
a) a originalidade da solução criativa e sua adequação à natureza do cliente, ao público-alvo e aos desafios de comunicação (Máximo 04 pontos)	0,5
Justificativa: <i>Pouca criatividade, usou sempre duas cores, falta um colorido. Achou básicas as peças</i>	
b) a clareza e precisão das mensagens e a adequação da linguagem às características dos meios e públicos-alvo (Máximo 04 pontos)	0,8
Justificativa: <i>alguns textos de texto do manuseio a fonte ficou difícil de ler.</i>	
c) a qualidade da produção, da execução e do acabamento das peças (Máximo 04 pontos)	1,5
Justificativa: <i>Qualidade média, poderia desempenhar melhor.</i>	
3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação Nota máxima: 05 pontos (MÉDIA)	MÉDIA: 2,0
a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução publicitária (Máximo 04 pontos).	0,3
Justificativa: <i>não trouxe números p/ comprovar o "sucesso" da campanha</i>	
b) a demonstração de que a solução publicitária contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente (Máximo 04 pontos)	0,7
Justificativa:	



Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná
ESTADO DO PARANÁ

CAPITAL DO FEMÃO

<p>Apenas afirma. Quanto foi vendido? Comparação quanto vendia e quanto vendeu após? Faltam esses dados</p>	
<p>c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos (Máximo 04 pontos)</p>	0,5
<p>Justificativa: a complexidade impulsiona vendas, faltam números p/ entender a relevância</p>	
<p>d) o encadeamento lógico da exposição do Relato pela licitante (Máximo 04 pontos).</p>	0,5
<p>Justificativa: Faz uma soma p/ vendas CNPJ tem encadeamento lógico</p>	
<p>5. Sistemática de atendimento Nota máxima: 03 pontos</p>	Nota: 2,0
<p>a) nesse quesito, obterá 3 (três) pontos a licitante que discriminar:</p> <ul style="list-style-type: none"> a.1) para a criação de peça avulsa, prazo igual ou inferior a 02 (dois) dias; a.2) para a criação de campanha, prazo igual ou inferior a 03 (três) dias; a.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo igual ou inferior a 03 (três) dias. <p>b) obterá 2 (dois) pontos a licitante que discriminar:</p> <ul style="list-style-type: none"> b.1) para a criação de peça avulsa, prazo entre 03 (três) e 05 (cinco) dias; b.2) para a criação de campanha, prazo entre 04 (quatro) e 06 (seis) dias; b.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo entre 04 (quatro) e 06 (seis) dias. <p>c) obterá 1 (um) ponto a licitante que discriminar:</p> <ul style="list-style-type: none"> c.1) para a criação de peça avulsa, prazo entre 06 (seis) e 10 (dez) dias; c.2) para a criação de campanha, prazo entre 07 (sete) e 10 (dez) dias; c.3) para a elaboração de plano de mídia, prazo entre 07 (sete) e 10 (dez) dias. <p>d) obterá nota zero a licitante que discriminar prazos superiores a 10 (dez) dias.</p>	2
<p>Justificativa: Criação de campanha 4 dias úteis</p>	
<p>NOTA DA CAPACIDADE DE ATENDIMENTO</p>	<p>NOTA: 9,8</p>



Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná
ESTADO DO PARANÁ

ATA DA SEGUNDA REUNIÃO DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA DE AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS – CONCORRÊNCIA Nº 03/2025

(Capacidade de Atendimento das Agências de Publicidade)

Aos vinte e sete dias do mês de maio do ano de dois mil e vinte e cinco, com início às 09h00, na sala de reuniões do Paço Municipal de Três Barras do Paraná, situada na Avenida Brasil, nº 245, reuniu-se a Subcomissão Técnica constituída por meio do Processo de Credenciamento nº 01/2025, composta pelas avaliadoras Rafaela Muniz de Oliveira, Silvia Christina Frare Savaris e Elisangela Aparecida Alcantera, sob a coordenação da Agente de Contratação Vanessa Macagnan Acunha Oenning.

A reunião teve como finalidade a análise da **Capacidade de Atendimento** das agências de publicidade participantes da Concorrência Pública nº 03/2025, em conformidade com os critérios estabelecidos no edital do certame e com fundamento nas disposições da Lei Federal nº 12.232/2010 e da Lei nº 14.133/2021.

Durante os trabalhos, foi registrado que o **Invólucro nº 3**, contendo os documentos relativos à Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação das agências concorrentes, foi devidamente aberto na presença das três avaliadoras, que acompanharam a conferência e separação do material a ser avaliado.

Foram analisadas, nesta etapa, as propostas técnicas das Agências: **DUDA COM MARKETING INTEGRADO e FX SOLUÇÕES DIGITAIS LTDA**, cujas identidades já estavam formalmente reveladas nesta fase do procedimento.

A avaliação foi conduzida de forma individual, fundamentada e criteriosa pelas integrantes da Subcomissão, com base nos seguintes critérios estabelecidos em edital:

- (1) Currículo Resumido;
- (2) Repertório da Licitante;
- (3) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação;
- (4) Sistemática de Atendimento.



Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná
ESTADO DO PARANÁ

As notas atribuídas por cada avaliadora foram registradas em planilhas padronizadas, devidamente assinadas e incorporadas aos autos do processo licitatório, conforme segue:

Resultados obtidos:

Agência: DUDA COM MARKETING INTEGRADO

- Rafaela Muniz de Oliveira: 15,0 pontos
- Silvia Christina Frare Savaris: 13,8 pontos
- Elisangela Aparecida Alcantera: 14,9 pontos
- **Média final:** 14,6 pontos

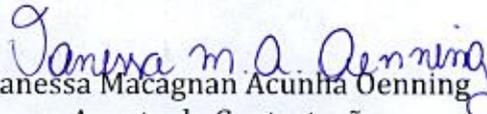
Agência: FX SOLUÇÕES DIGITAIS LTDA

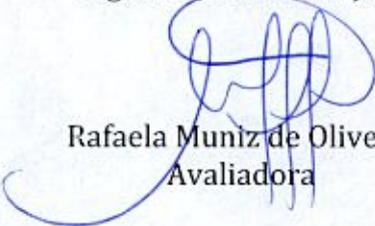
- Rafaela Muniz de Oliveira: 11,7 pontos
- Silvia Christina Frare Savaris: 9,8 pontos
- Elisangela Aparecida Alcantera: 11,5 pontos
- **Média final:** 11,0 pontos

Todas as pontuações foram devidamente justificadas de forma técnica pelas avaliadoras, em conformidade com o § 4º do art. 11 da Lei nº 12.232/2010, assegurando a **imparcialidade, transparência e lisura** do processo de avaliação.

Nada mais havendo a tratar, foi encerrada, sendo lavrada a presente ata, que, após lida e achada conforme, vai por todos os presentes assinada.

Três Barras do Paraná, 27 de maio de 2025.


Vanessa Macagnan Acunha Oenning
Agente de Contratação


Rafaela Muniz de Oliveira
Avaliadora





Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná
ESTADO DO PARANÁ

Silvia Savaris
Silvia Christina Frare Savaris
Avaliadora

Elisangela Aparecida Alcantera
Elisangela Aparecida Alcantera
Avaliadora



CAPITAL DO FELIÃO

Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná
ESTADO DO PARANÁ

EDITAL DE CONVOCAÇÃO**CONCORRÊNCIA Nº 03/2024****PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 02/2025**

O MUNICÍPIO DE TRÊS BARRAS DO PARANÁ, torna público que fará realizar a **SEGUNDA SESSÃO PÚBLICA** referente à **Concorrência Presencial nº 03/2025**, às 09h00min do dia 05 de junho de 2025, na Sala do Departamento de Licitações, situada no Paço Municipal, localizado na Avenida Brasil, nº 245, Centro, Três Barras do Paraná-PR.

Informações e esclarecimentos poderão ser obtidos junto ao Departamento de Licitações, de segunda a sexta-feira, das 8h30 às 17h00, no endereço citado ou pelo telefone (45) 988246760. Também poderão ser solicitados por e-mail: licitacao@tresbarras.pr.gov.br ou acessados diretamente no **Portal da Transparência** do Município (www.tresbarras.pr.gov.br).

Três Barras do Paraná-PR, 27 de maio de 2025.

NERCEU DE SOUZA

Prefeito Municipal em Exercício

NOS BENS DE DOMÍNIO PÚBLICO DO MUNICÍPIO DE TRÊS BARRAS DO PARANÁ.

Informações e esclarecimentos relativos ao Edital, modelos, adendos e anexos poderão ser solicitados junto ao Departamento de Licitações, no endereço Avenida Brasil, 245, Centro, Três Barras do Paraná, Paraná - Telefone (45) 98824-6760 - e-mail: licitacao@tresbarras.pr.gov.br. O Edital e seus respectivos modelos, adendos e anexos, poderá ser examinado no Portal da Transparência localizado no sítio do Município de Três Barras do Paraná-PR (www.tresbarras.pr.gov.br), na plataforma da BLL (www.bll.org.br), também poderão ser solicitados através do e-mail licitacao@tresbarras.pr.gov.br, ou pessoalmente no endereço citado, das 8h30 às 17h00.

Três Barras do Paraná-PR, 27 de maio de 2025.

NERCEU DE SOUZA

Prefeito Municipal em Exercício

Publicado por:

Carlos Sniezko

Código Identificador:EFE19244

**MUNICÍPIO DE TRÊS BARRAS DO PARANÁ
DECRETO Nº 6466/2025**

DATA 27/05/2025

Súmula. Abre um crédito suplementar no Orçamento da Câmara Municipal de Três Barras do Paraná, atualiza os valores das metas Financeiras no PPA Lei nº 2165/21, LDO Lei nº 2784/2024 de 18/12/2024, 2785/2024 de 26/12/2024.

O PREFEITO MUNICIPAL DE TRÊS BARRAS DO PARANÁ, ESTADO DO PARANÁ, EM EXERCÍCIO, SENHORNERCEU DE SOUZA, NO USO DE SUAS ATRIBUIÇÕES LEGAIS, CONSIDERANDO O CONTIDO NA LEI Nº 2894/2025 DE 27/05/2025.

DECRETA

Art. 1º. Fica aberto crédito suplementar no Orçamento da Câmara Municipal de Três Barras do Paraná no valor de R\$ 440.000,00 (quatrocentos e quarenta mil reais), nas seguintes dotações orçamentárias:

01	Poder Legislativo Municipal	
01.01	Câmara Municipal	
010310001.2.001000	Manutenção das Atividades Legislativas	
3.1.90.11 (1) (1)	Vencimentos e Vantagens Fixas - Pessoal Civil	150.000,00
3.1.90.13 (2) (1)	Contribuições Patronais	30.000,00
3.3.90.14 (5) (1)	Diárias - Pessoa Civil	100.000,00
3.3.90.30 (6) (1)	Material de Consumo	50.000,00
3.3.90.33 (7) (1)	Passagens e Desp. Com Locomoção	20.000,00
3.3.90.39 (11) (1)	Outros Serv. de Terç. P. Jurídica	70.000,00
3.3.90.93 (15) (1)	Indenizações e Restituições	20.000,00

Total.....R\$ 440.000,00

Art. 2º. Para a cobertura do presente crédito suplementar, será utilizado a anulação parcial das seguintes dotações orçamentárias:

02	Secretaria Municipal de Obras, Viação e Serv. Urbanos	
02.01	Departamento de Serviços Rodoviários	
267820006.2.014000	Manutenção do Depart. de Serviços Rodoviários	
3.3.90.30 (115) (000)	Material de Consumo	90.000,00

02	Secretaria Municipal de Obras, Viação e Serv. Urbanos	
02.02	Departamento de Serviços Urbanos	
124520007.2.012000	Manutenção do Departamento Serviços Urbanos e Obras	
3.3.90.30 (135) (000)	Material de Consumo	100.000,00

10	Secretaria Municipal de Agricultura e Meio Ambiente	
10.01	Departamento de Agricultura	
206080015.2.041000	Manutenção do Departamento de Agricultura	
3.3.90.30 (552) (000)	Material de Consumo	100.000,00
3.3.90.39 (558) (000)	Outros Serv. de Terç. P. Jurídica	150.000,00

Total.....R\$ 440.000,00

Art. 3º. Fica autorizado a atualizar valores no exercício de 2025, dos projetos e/ou atividades que receberam aportes e/ou reduções nas seguintes Leis: Plano Plurianual (PPA) Lei nº 2165/21; Lei de Diretrizes Orçamentária (LDO) Lei nº 2784/2024 de 18/12/2024,

2785/2024 de 26/12/2024, e Lei Orçamentária Anual (LOA) nº 2786/2024.

Art. 4º. Este Decreto entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Gabinete do Prefeito Municipal de Três Barras do Paraná, em 27 de maio de 2025.

NERCEU DE SOUZA

Prefeito Municipal em Exercício

Publicado por:

Karine Fernanda Skorupa

Código Identificador:91C8FDDB

**MUNICÍPIO DE TRÊS BARRAS DO PARANÁ
DECRETO Nº 6467/2025**

DECRETO Nº 6467/2025

Data 27.05.2025

Súmula. Concede Licença Especial a Servidora Efetiva lotada na Secretaria Municipal de Saúde e dá outras providências.

NERCEU DE SOUZA, Prefeito Municipal em Exercício de Três Barras do Paraná, Estado do Paraná, no uso de suas atribuições que lhe são conferidas por lei, considerando o contido no art. 60, da Lei Municipal 2626/2024 (estatuto do servidor),

DECRETA:

Art. 1º. Fica concedida Licença Especial de 90 (noventa) dias, a servidora conforme abaixo descrito:

Matrícula	Nome	Cargo	Período Aquisitivo	Período da Licença
696-3/1	Dagmar Ibez	Técnic. Enfermagem	em 27/02/2018 a 16/01/2023	27/05/2025 a 28/08/2025

Art. 2º. O servidor nominado e beneficiado com a Licença Especial deverá retomar suas atividades no primeiro dia trabalhado subsequente ao último dia da licença que ora é concedida, sem qualquer aviso ou notificação.

Art. 3º. Fica igualmente suspenso o adicional de insalubridade.

Art. 4º. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Gabinete do Prefeito Municipal de Três Barras do Paraná, em 27 de maio de 2025.

NERCEU DE SOUZA

Prefeito Municipal em Exercício

Publicado por:

Marlice Cristina Mariano

Código Identificador:0A12B400

**MUNICÍPIO DE TRÊS BARRAS DO PARANÁ
EDITAL DE CONVOCAÇÃO**

CONCORRÊNCIA Nº 03/2024

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 02/2025

O MUNICÍPIO DE TRÊS BARRAS DO PARANÁ, torna público que fará realizar a **SEGUNDA SESSÃO PÚBLICA** referente à **Concorrência Presencial nº 03/2025**, às **09h00min do dia 05 de junho de 2025**, na Sala do Departamento de Licitações, situada no Paço Municipal, localizado na Avenida Brasil, nº 245, Centro, Três Barras do Paraná-PR.

Informações e esclarecimentos poderão ser obtidos junto ao Departamento de Licitações, de segunda a sexta-feira, das 8h30 às 17h00, no endereço citado ou pelo telefone (45) 988246760. Também poderão ser solicitados por e-mail: licitacao@tresbarras.pr.gov.br

ou acessados diretamente no **Portal da Transparência** do Município (www.tresbarras.pr.gov.br).

Três Barras do Paraná-PR, 27 de maio de 2025.

NERCEU DE SOUZA

Prefeito Municipal em Exercício

Publicado por:

Carlos Sniezko

Código Identificador:61B6CB4F

MUNICÍPIO DE TRÊS BARRAS DO PARANÁ
EDITAL Nº. 109/2025

EDITAL Nº. 109/2025

27/05/2025

Processo Seletivo Simplificado – PSS Nº 001/2023

NERCEU DE SOUZA, Prefeito Municipal em Exercício de Três Barras do Paraná, Estado do Paraná, no uso de suas atribuições que lhe são conferidas por Lei,

TORNA PÚBLICO:

Fica convocada a candidata aprovada no Processo Seletivo Simplificado – PSS nº 001/2023, em seu respectivo cargo, conforme abaixo relacionada:

PROFESSOR APOIO

CLASSIFICAÇÃO	NOME
53ª	FABIANA LIMA HELMANN

Fica convocada a candidata aprovada acima descrita para comparecer ao Departamento de Recursos Humanos desta Municipalidade no prazo de 5(cinco) dias após sua publicação, em horário de 08h00min as 11h30min e das 13h30min as 17h00min horas, munida dos seguintes documentos (original e cópia): Cédula de Identidade, CPF, CTPS, Título de Eleitor, comprovante da última votação, Certidão de Nascimento dos filhos menores de 14 anos e respectiva caderneta de vacinação para os menores de 05 anos, 01 (uma) foto 3x4 recente, Atestado de Saúde, Hemograma Completo, Tipo sanguíneo, Certidão de Nascimento ou Casamento, Declaração de Bens, Escolaridade exigida para provimento do cargo pretendido, comprovante de endereço, PIS/PASEP, Certidão Negativa de Débitos Municipais e Certidão de Antecedentes Criminais.

Gabinete do Prefeito Municipal, de Três Barras do Paraná, em 27 de maio de 2025.

NERCEU DE SOUZA

Prefeito Municipal em Exercício

Publicado por:

Marlice Cristina Mariano

Código Identificador:2531054A

MUNICÍPIO DE TRÊS BARRAS DO PARANÁ
LEI Nº 2891/2025

Data 27/05/2025

Súmula: Autoriza a repassar ajuda de custo para o CTG Presilhas dos Amigos, e dá outras providências.

A CÂMARA MUNICIPAL DE TRÊS BARRAS DO PARANÁ, ESTADO DO PARANÁ APROVOU, E EU, NERCEU DE SOUZA, PREFEITO MUNICIPAL, SANCIONO A SEGUINTE LEI.

Art. 1º Fica o Chefe do Poder Executivo Municipal autorizado a repassar ajuda de custo nos exercícios de 2025 e 2026, para o deslocamento em participação de rodeios promovidos por outros CTGs do Estado do Paraná, ao CTG Presilhas dos Amigos, entidade sem fins lucrativos, devidamente inscrita no CNPJ sob o nº 08.519.922/0001-11, com endereço Av. Brasil, nº 1350, no município

de Três Barras do Paraná, mediante ressarcimento através de documentos fiscal hábil.

1 – o valor total não poderá ultrapassar a R\$ 12.000,00 (doze mil reais).

Art. 2º O valor será pago por ressarcimento da despesa, mediante a apresentação de documento fiscal hábil.

Art. 3º A entidade beneficiada com o incentivo desta Lei deverá comprovar sua regularidade fiscal com a Fazenda Federal, Estadual e Municipal, além de manter suas atividades junto à comunidade.

Art. 4º As despesas decorrentes desta Lei serão suportadas com recursos do orçamento municipal de 2025, nas seguintes dotações:

08.01.2781.200142.04000 Manutenção do Desporto Amador

3.390.30 Material de Consumo

3.390.36 Outros Serviços de Terceiros Pessoa Física

3.390.39 Outros Serviços de Terceiros Pessoa Jurídica

Art. 5º O prazo para a execução deste objeto será até 31 de dezembro de 2026.

Art. 6º Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Gabinete do Prefeito Municipal de Três Barras do Paraná, 27 de maio de 2025.

NERCEU DE SOUZA

Prefeito Municipal em Exercício

Publicado por:

Karine Fernanda Skorupa

Código Identificador:9D25ED6D

MUNICÍPIO DE TRÊS BARRAS DO PARANÁ
LEI Nº 2892/2025

DATA 27/05/2025

SÚMULA. Autoriza o Chefe do Poder Executivo a ceder as dependências do Ginásio de Esporte Mário Lopes para a realização do baile de formatura dos alunos do Colégio Estadual Princesa Izabel, do Ensino Médio e Normal, e dá outras providências.

A CÂMARA MUNICIPAL DE TRÊS BARRAS DO PARANÁ, ESTADO DO PARANÁ APROVOU, E EU, NERCEU DE SOUZA, PREFEITO MUNICIPAL, SANCIONO A SEGUINTE LEI.

Art. 1º. Fica o Chefe do Poder Executivo Municipal autorizado a ceder as dependências do Ginásio de Esporte Mário Lopes para a realização do baile de formatura dos alunos do Colégio Estadual Princesa Izabel, do Ensino Médio e Normal.

§ 1º O período da cedência do Ginásio de Esporte Mário Lopes será para os dias 02 a 06 de dezembro de 2025.

§ 2º A organização do evento ficará sob a responsabilidade Colégio Estadual Princesa Izabel, do Ensino Médio e Normal.

§ 3º A cedência é gratuita, sem a cobrança de qualquer valor.

§ 4º A entidade beneficiada com o incentivo estabelecido no caput deste artigo é responsável pela limpeza do local, bem como eventuais danos causados ao patrimônio público.

Art. 2º. Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Gabinete do Prefeito Municipal de Três Barras do Paraná, 27 de maio de 2025.

NERCEU DE SOUZA

Prefeito Municipal em Exercício

Publicado por:

Karine Fernanda Skorupa

Código Identificador:7D6D0F7B

MUNICÍPIO DE TRÊS BARRAS DO PARANÁ
LEI Nº 2893/2025

Data 27/05/2025

Autoriza o Chefe do Poder Executivo Municipal a efetuar despesa e ceder as dependências do Ginásio de Esporte Mário Lopes para o evento “3º Open Full Karate Contact” a ser promovido pelo Centro de

Raciocínio básico.

Toda mulher carrega dentro de si histórias, batalhas e sonhos. E quando o câncer de mama se apresenta, ele não atinge apenas o corpo feminino: impacta famílias, comunidades e toda uma rede de afeto. Em Três Barras do Paraná, a campanha “Outubro Rosa 2025” nasce do compromisso de transformar a informação em cuidados preventivos e esperança.

Segundo o Instituto Nacional de Câncer (INCA), entre as mulheres, o câncer de mama é o diagnóstico mais recorrente. Há também a chance de detecção precoce, o que ocasiona um aumento de chances de cura em até 95%. Diante desta realidade, há o impulso a agir, informar e envolver toda a população.

Apesar de ser uma condição exclusivamente feminina, neste ano, a campanha traz um chamado especial: o engajamento dos homens. Afinal, quando pais, filhos, maridos, irmãos e amigos se unem a essa causa, multiplicamos vozes, ampliamos o cuidado e criamos uma rede de apoio ainda mais forte. O diagnóstico precoce deixa de ser apenas um ato individual e passa a ser um compromisso coletivo.

De 01 a 31 de outubro de 2025, a Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná, através da campanha irá mobilizar o município com ações informativas e emocionais, utilizando mídias tradicionais e digitais para impactar toda a população. Essa campanha é mais do que publicidade: é um movimento pela vida. Apesar dos avanços na informação e na mobilização em torno do câncer de mama, ainda enfrentamos uma grande barreira: a baixa adesão da população aos exames preventivos. Muitas mulheres deixam de realizar a mamografia por medo, desinformação ou falta de incentivo. Soma-se a isso a ausência de uma cultura coletiva de cuidado, onde o apoio familiar e comunitário — especialmente dos homens — pode ser decisivo. O engajamento masculino ainda é tímido, quando poderia ser um poderoso aliado na quebra de tabus, no incentivo à busca por diagnóstico precoce e na criação de uma rede de apoio emocional. A campanha de 2025 busca enfrentar justamente esse desafio: transformar o cuidado com a saúde da mulher em uma responsabilidade compartilhada.

Estratégia de comunicação.

A estratégia da campanha será multicanal, visando informar, conscientizar e mobilizar a população de forma ampla e efetiva. Serão trabalhados conteúdos informativos, emocionais e interativos, com presença em mídias tradicionais e digitais.

A campanha terá dois eixos principais:

1. Conscientização: educação sobre prevenção, fatores de risco e sinais de alerta.
2. Engajamento: incentivo à participação em ações comunitárias e de apoio emocional.

O que comunicar?

Comunicar a importância de realizar exames preventivos anualmente, bem como o rotineiro estado de atenção a fatores de riscos e sinais de alerta, além de conscientizar a população sobre a importância do apoio masculino durante este processo, como uma maneira decisiva na estabilidade emocional das mulheres, aumentar o cuidado e ampliar a rede de apoio.

Por que comunicar?

Para reduzir os índices de mortalidade por câncer de mama, precisamos ir além da informação técnica. É necessário tocar os corações, despertar o senso de urgência e construir uma rede de afeto e incentivo ao cuidado. Promovendo não apenas a cultura do autocuidado, mas também o envolvimento ativo das famílias, principalmente dos homens — que podem ser aliados decisivos na quebra de tabus, no acolhimento e no estímulo às mulheres para realizarem exames preventivos.

Para quem?

Toda a população de Três Barras do Paraná, com foco especial em mulheres acima de 40 anos e no incentivo ao engajamento de homens (familiares, amigos e companheiros).

Como comunicar?

Por meio de uma campanha multicanal, utilizando conteúdos educativos, peças visuais, spots, vídeos e engajamento digital.

Quanto investir?

Com orçamento estimado em R\$30.000, distribuído entre produção e distribuição de matérias, outdoors, som de rua, mídia tradicional (televisão, rádio, portais de notícias...), portais verticais e impulsionamento digital.

A campanha "Outubro Rosa 2025" tem como base a ideia de que a prevenção ao

câncer de mama não deve ser vista apenas como uma responsabilidade individual feminina, mas como um compromisso coletivo da comunidade. O foco não está apenas na disseminação de informações técnicas sobre o câncer de mama, mas em criar um movimento de união e apoio mútuo, com destaque para o papel fundamental dos homens na conscientização, no incentivo aos exames preventivos e no apoio emocional às mulheres. É essencial que a população de Três Barras do Paraná compreenda que a adesão aos exames periódicos e a criação de uma rede de apoio são determinantes para a redução dos índices de mortalidade. O raciocínio por trás dessa abordagem está em cultivar uma cultura de autocuidado e responsabilidade compartilhada, onde o cuidado com a saúde da mulher se estende ao envolvimento de todos os membros da família e na comunidade. A estratégia de comunicação da campanha "Outubro Rosa 2025" é construída sobre três pilares principais: conscientização, engajamento e apoio emocional. A campanha busca não só informar a população, mas também gerar ação e participação ativa, utilizando uma abordagem multicanal para atingir o maior número possível de pessoas. A seguir estão os principais aspectos da estratégia de comunicação:

Conscientização: O objetivo é educar a população sobre a importância da prevenção, destacando os fatores de risco e os sinais de alerta do câncer de mama. Serão usadas peças educativas nas redes sociais, outdoors, spots de rádio e materiais impressos como cartazes e panfletos. A comunicação será clara, objetiva e sensível, com o propósito de incentivar a realização de exames preventivos e quebrar o estigma de que o cuidado com a saúde é algo considerado como "tabu".

Engajamento: A campanha incentivará a participação da população em atividades preventivas, como o apoio à realização de exames anuais e o recorrente estado de atenção a sinais típicos da ocorrência desta doença. Serão realizados posts interativos nas redes sociais, como enquetes e quizzes, para aumentar o engajamento. O apoio masculino será um ponto chave: será comunicada a importância do envolvimento dos homens no processo de conscientização e apoio às mulheres, destacando seu papel na estabilidade emocional e no estímulo aos exames preventivos. Desta forma, a campanha trará o acolhimento emocional, promovendo a criação de uma rede de apoio onde a saúde mental e o bem-estar das mulheres sejam priorizados.

A presença em múltiplas plataformas, incluindo rádio, TV, redes sociais e a mídia impressa garantirá uma comunicação abrangente, acessível e capaz de alcançar todos os públicos. O engajamento será amplificado com a utilização de tráfego pago e a criação de filtros personalizados no Instagram, que incentivarão a participação de maneira orgânica nas redes sociais.

Ideia criativa.

A seguir, apresentaremos as seguintes peças:

- a) 01 (um) layout de meia página para jornal de modelo standard;
- b) 01 (um) layout de página inteira para revista;
- c) 01 (um) roteiro para spot de rádio;
- d) 01 (um) layout de banner para o site da Câmara (728 x 90 pixels);
- e) 01 (um) layout de banner para internet (outros sites);
- f) 02 (dois) layouts de post (jpg/gif + texto) para Facebook;
- g) 01 (um) layout de post (jpg + texto) para Instagram;
- h) 01 (um) layout de post carrossel (jpg + texto) para Instagram;
- i) 01 (um) roteiro para vídeo de YouTube.

MÍDIA E NÃO MÍDIA

Mídia e não mídia.

Para atingir os objetivos da campanha "Outubro Rosa 2025" de Três Barras do Paraná, a comunicação visual e textual precisa ser clara, emocionalmente envolvente e educativa, promovendo tanto a conscientização quanto o engajamento da população. A campanha visa impactar o maior número possível de pessoas, sendo organizada em diferentes frentes de mídia, tanto tradicionais quanto digitais. Para tanto, seguindo o proposto em edital de duração de 31 dias, descreveremos os detalhes necessários para cada uma das ações a serem tomadas.

Para que possamos atingir toda a população do Município de Três Barras, a fim de cumprirmos com os objetivos da campanha, apresentamos uma proposta de campanha multimídia, ou seja, que se faz presente em diversos meios de comunicação distintos. Para esta campanha, os meios escolhidos foram: Televisão (TV Tarobá e RPC TV), Rádio (Rádio Rota do Sol e Rádio Cidade 104), Jornais Impressos (Correio do Povo e O Paraná), Internet (Portal Cantu, Click 3, Facebook, Instagram e Site Institucional do Município de Três Barras), Mídia Exterior (Outdoor), além de Ações de Não-Mídia (Carro de Som).

Identidade Visual da Campanha. A identidade visual será desenvolvida com um logo representativo, simbolizando o combate ao câncer de mama, com cores que remetam ao Outubro Rosa, como o rosa, que simboliza a luta contra a doença, aliado a elementos que tragam um toque acolhedor e inclusivo. A paleta de cores será composta por tons suaves de rosa, lilás e cinza, com tipografia personalizada que transmite a ideia de seriedade e, ao mesmo tempo, esperança. O logo e a tipografia serão utilizados de maneira consistente em todas as peças para reforçar a identidade visual da campanha, além de sempre respeitar a identidade de marca já instituída pela Prefeitura de Três Barras.

Reformulação das Redes Sociais da Prefeitura para a Campanha. As redes sociais da Prefeitura de Três Barras precisam ser adaptadas para incorporar a identidade visual da campanha. Sendo isto realizado a partir de dois principais canais: Facebook e Instagram. Facebook: Será criada uma capa e uma foto de perfil com a logo da campanha, que reforçam o engajamento e o apoio à causa do Outubro Rosa. A capa de Facebook trará a mensagem principal da campanha, reforçando o objetivo de prevenção e conscientização, e destacando o chamado ao apoio masculino, que é um diferencial desta campanha. A foto de perfil será simples, com

Reformulação das Redes Sociais da Prefeitura para a Campanha. As redes sociais da Prefeitura de Três Barras precisam ser adaptadas para incorporar a identidade visual da campanha. Sendo isto realizado a partir de dois principais canais: Facebook e Instagram. Facebook: Será criada uma capa e uma foto de perfil com a logo da campanha, que reforçam o engajamento e o apoio à causa do Outubro Rosa. A capa de Facebook trará a mensagem principal da campanha, reforçando o objetivo de prevenção e conscientização, e destacando o chamado ao apoio masculino, que é um diferencial desta campanha. A foto de perfil será simples, com o logo da campanha e a cor rosa predominante, criando um forte reconhecimento visual. Instagram: A foto de perfil também será atualizada com o logo da campanha. Para o feed, será criado um destaque específico para o Outubro Rosa, no qual serão agrupadas as principais postagens relacionadas ao tema. O grid fixado trará a garantia de que, enquanto corre toda a campanha, as informações principais permanecerão em destaque no perfil de comunicação oficial da Prefeitura.

Cronograma de Publicações e Interação nas Redes Sociais. Será desenvolvido um cronograma de publicações com duas peças semanais para o feed e stories no Instagram e Facebook, com conteúdo variado: posts educativos sobre a importância dos exames preventivos, depoimentos de mulheres e homens que compartilham suas histórias, mitos e verdades sobre o câncer de mama, e ações comunitárias. As postagens também incluirão chamadas de engajamento, como enquetes e quizzes, que irão estimular a participação ativa do público, além da possibilidade de criação de um filtro de Instagram personalizado, que terá como objetivo incentivar os usuários a participarem da campanha de forma orgânica, criando um engajamento espontâneo. As pessoas poderão usar esse filtro e compartilhá-lo em suas redes sociais, mostrando o apoio à causa, e assim amplificar a divulgação da campanha.

Modelo de Outdoor. O outdoor será uma peça central de divulgação visual em pontos estratégicos da cidade, como avenidas principais e locais de grande circulação. A arte será composta pela logo da campanha e uma mensagem simples e direta, como "Outubro Rosa – Cuide de você, cuide de quem você ama". A ideia é criar um impacto visual com a utilização da cor rosa e um apelo emocional que chame a atenção para a importância do exame preventivo.

Spot de Rádio de 30". O spot de rádio será de 30 segundos e terá um tom empático e educativo. O texto do spot irá enfatizar a importância do diagnóstico precoce, mencionando que os exames podem salvar vidas, com uma chamada especial para

os homens se envolverem, tanto como aliados para incentivar as mulheres a realizarem os exames quanto como apoio emocional. A locução será clara e com um toque emocional para sensibilizar os ouvintes, com uma mensagem de esperança e apoio comunitário.

Produção Visual para Televisão de até 15". O spot de TV será uma produção curta de 15 segundos, com imagens rápidas e impactantes que mostram mulheres e homens participando ativamente da campanha: realizando exames, recebendo apoio de seus familiares e compartilhando a importância de cuidar da saúde. O objetivo é passar uma mensagem rápida e eficaz sobre a prevenção, estimulando o engajamento de forma visual, com o uso da identidade visual e o tom emocional da campanha.

Banner para o Site Institucional da Prefeitura. O banner para o site institucional da Prefeitura será uma peça digital que destacará o logo da campanha, a frase "Outubro Rosa 2025 – Prevenção é o Melhor Caminho" e uma breve descrição do objetivo da campanha. Ele será colocado no topo da página, visível a todos que acessarem o site, direcionando os visitantes para mais informações sobre os exames preventivos e a programação de eventos relacionados ao Outubro Rosa. Panfletos para Distribuição à População. Os panfletos serão distribuídos em pontos de grande circulação como praças, escolas, unidades de saúde e estabelecimentos comerciais. Eles conterão informações sobre a importância do autoexame e dos exames preventivos, dados sobre fatores de risco, sinais de alerta e as opções de apoio disponíveis na cidade, como unidades de saúde e serviços para agendamento dos exames. A linguagem será direta e acessível, com o objetivo de educar e incentivar a participação da população.

Cartazes para Colagem em Espaços Públicos. Os cartazes serão colados em locais estratégicos da cidade, como pontos de ônibus, postos de saúde e centros comunitários. Eles trarão uma mensagem clara e impactante, como "A Prevenção é o Melhor Caminho", e irão reforçar a importância de realizar o exame de mamografia. A arte será colorida e chamativa, com a identidade visual da campanha e uma breve explicação sobre os sinais de alerta e onde as pessoas podem buscar mais informações ou marcar exames. Esses materiais serão produzidos com o objetivo de atingir diferentes públicos, garantir ampla disseminação da campanha e gerar um engajamento significativo, reforçando a importância do diagnóstico precoce e a criação de uma rede de apoio

comunitário que envolva não apenas as mulheres, mas também os homens, no cuidado e apoio emocional. A combinação de mídias digitais e tradicionais garantirá um alcance eficaz em Três Barras do Paraná.

**Simulação e investimentos em Campanha - Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná
Mídia e Não Mídia - Outubro/25**

Mídia TV					
Veículo	Programa	Inserções total	Custo Unitário R\$	Custo Total R\$	% investimento
TV Taroba	Primeira Hora	3	R\$ 366,80	R\$ 1.100,40	3.84%
TV Taroba	Bora Paraná	6	R\$ 158,60	R\$ 951,60	3.32%
TV Taroba	Jornal Tarobá 1ª Edição	3	R\$ 687,00	R\$ 2.061,00	7.19%
RPC TV	Bom Dia Paraná	4	R\$ 368,00	R\$ 1.472,00	5.14%
RPC TV	Meio Dia Paraná	1	R\$ 1.349,00	R\$ 1.349,00	4.71%
RPC TV	Mais Você	3	R\$ 590,00	R\$ 1.770,00	6.18%
RPC TV	É De Casa	1	R\$ 459,00	R\$ 459,00	1.60%
RPC TV	Encontro	1	R\$ 472,00	R\$ 472,00	1.65%
RPC TV	Vale a Pena Ver de Novo	1	R\$ 766,00	R\$ 766,00	2.67%
Total		23		R\$ 10.401,00	36.29%

Mídia Rádio					
Veículo	Formato	Inserções total	Custo Unitário R\$	Custo Total R\$	% investimento
Rádio Rota do Sol FM	SPOT 30"	60	R\$ 24,42	R\$ 1.465,20	5.11%
Rádio Cidade 104 FM	SPOT 30"	60	R\$ 16,00	R\$ 960,00	3.35%
Total		120		R\$ 2.425,20	8.46%

Mídia Jornal					
Veículo	Formato	Inserções total	Custo Unitário R\$	Custo Total R\$	% investimento
Correio do povo do PR	½ página	1	R\$ 63,14	R\$ 1.073,38	3.74%
O Paraná	½ página	1	R\$ 81,76	R\$ 1.389,92	4.85%
Total		2		R\$ 2.463,30	8.60%

Mídia Portal de Notícias					
Veículo	Formato	Periodicidade	Custo Unitário R\$	Custo Total R\$	% investimento
Portal Cantu	Super Slide 1240x300px	mensal	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	3.49%
Click 3	Banner 1920X1080px	mensal	R\$ 2.500,00	R\$ 2.500,00	8.72%
Total				R\$ 3.500,00	12.21%

Mídia Redes Sociais					
Veículo	Publicação	Período Trafego Pago	Custo Unitário R\$	Custo Total R\$	% investimento
Facebook e Instagram(META)	01/10 a 31/10	31 dias	R\$ 70,00	R\$ 2.170,00	
Total				R\$ 2.170,00	7.57%



TABELA DE PREÇOS		
FAIXA HORÁRIA	DURAÇÃO	CUSTO UNITÁRIO - BRUTO
06:00h às 19:00h	15"	R\$ 20,70
06:00h às 19:00h	30"	R\$ 24,42
06:00h às 19:00h	45"	R\$ 43,70
06:00h às 19:00h	60"	R\$ 57,60
VIGÊNCIA DA TABELA: 2025		

BOA VISTA DA APARECIDA, 06 DE MAIO DE 2025.

***OBS: O VALOR DA TABELA NÃO INCLUI O PERCENTUAL DA AGÊNCIA.**



ROSANE DIAS

DIREÇÃO GERAL

(45) 99107-6607

rotadosolfm@hotmail.com

CNPJ: 03.876.852/0001-35

RÁDIO ROTA DO SOL LTDA-ME

F: (45) 3287-1475 Rua Celmo Miranda, 802
Centro - Boa Vista da Aparecida, PR

RUA CELMO MIRANDA, 802 - CENTRO - FONE/FAX: (45) 3287-1475 - CEP 85780-000 - BOA VISTA DA APARECIDA - PR



A Cidade 104 tem uma grade focada em música boa, jornalismo dinâmico e atualizado. Contamos com uma identidade visual inovadora, promoções criativas, prêmios especiais para nossos ouvintes e um compromisso sólido com comunidade Tribarense.

Confira a tabela de programação da Rádio Cidade 104 para o ano de 2025, das 06:00 às 21 horas:

Material	Valor Bruto
Custo unitário 10"	R\$ 8,00
Custo unitário 20"	R\$ 13,00
Custo unitário 30"	R\$ 16,00
Custo unitário 45"	R\$ 24,00
Custo unitário 60"	R\$ 32,00
Testemunhal 30"	R\$ 42,00
Testemunhal 60"	R\$ 50,00

Geberson A. Della Betta
Diretor de Operações

www.cidade104.net

ASSOCIAÇÃO PADROEIRA - CNPJ: 02.225.863/0001-92 - FONE: (45) 3235-1889
AV. BRASIL, 144, SALA 01 - CENTRO - TRÊS BARRAS DO PARANÁ - PR

ATUALIZADO EM 03/01/2025

MÍDIA KIT IMPRESSO 2025

Validade 31/12/2025

DADOS VEÍCULO		CIRCULAÇÃO: IMPRESSO + DIGITAL	
ID	CP	EDIÇÃO IMPRESSA:	4.000 EXEMPLARES
FANTASIA	CORREIO DO POVO	EDIÇÃO DIGITAL:	1.850 PDF(S)
CNPJ	02.175.166/0001-74	TOTAL	5.850
RAZÃO SOCIAL	Gráfica Editora Cantu Ltda.		
ENDEREÇO	R Coronel Guilherme de Paula, N° 876		
COMPLEMENTO	Prédio		
BAIRRO	Centro		
CEP	85301-220		
CIDADE	Laranjeiras do Sul - Pr		
TELEFONE	42-3635-2944		

DADOS TÉCNICOS		COLUNAGEM			
PERIODICIDADE	Diário	NOTICIÁRIO		CLASSIFICADOS	
DIA(S) DE CIRCULAÇÃO	Ter-Qua-Qui-Sex-Sab	COLUNAS	CM	COLUNAS	CM
TIRAGEM	4000 Exemplares	1	5	1	5
FORMATO	Tablóide	2	10,5	2	10,5
ALTURA	34 cm	3	15,5	3	15,5
LARGURA	26 cm	4	21	4	21
		5	26	5	26
CÁLCULO DO VALOR DO ANÚNCIO - INSTRUÇÕES:					
Inicialmente, determine as dimensões do anúncio em centímetros, considerando a largura e a altura desejada. Em seguida, identifique o número de colunas que o anúncio ocupará, conforme as medidas na tabela (Noticiário, Classificados, Atas e Editais). A altura pode ser qualquer medida até o máximo da altura total da página do jornal. Calcule o total de cm/col, multiplicando o número de colunas pela altura do seu anúncio. Exemplo: 03 colunas x 15 centímetros de altura = 45 cm/col. Para saber o valor, multiplique 45 pelo valor cm/col que consta na tabela. Exemplo : 45 x valor indeterminado = Valor do anúncio.					

TABELA DE VALORES CM/COL	POSIÇÃO	DIA ÚTIL	FDS	COR +	VALIDADE 31/12/2025
	CAPA	R\$ 171,63	R\$ 181,63	0%	
	DETERMINADO	R\$ 63,14	R\$ 73,14	30%	
	INDETERMINADO	R\$ 52,15	R\$ 62,15	30%	
	CLASSIFICADOS	R\$ 26,90	R\$ 36,90	0%	
	ATAS E EDITAIS*	R\$ 45,65	R\$ 55,65	0%	
	ENCARTE / MILHEIRO	R\$ 800,00	R\$ 950,00	0%	

*Atas e Editais: Publicação com largura mínima de duas (02) colunas, e altura sempre em múltiplos de 4 cm

PERFIL DO LEITOR E CIRCULAÇÃO					*Dados fornecidos pelo departamento de circulação dos jornais/portais. Mês de referência: Outubro de 2024 
FAIXA ETÁRIA	15 a 25 anos	26 a 45 anos	46 a 65 anos	66 anos ou mais	
	18%	26%	28%	28%	
CLASSE SOCIAL	A	B	C	D	
	38%	42%	12%	8%	
ESCOLARIDADE	Fundamental	Secundário	Superior	Pós Graduação	
	9%	28%	45%	18%	
DISTRIBUIÇÃO	Assinantes	Gratuita	Avulsa	Digital	
	1.681	1.213	1.106	1.850	
SEXO BIOLÓGICO	Homem	Mulher			
	47%	53%			

RESERVA DE ESPAÇO: Reservas de espaços até as 12h do dia anterior	ARQUIVO: JPG, JPEG ou PDF Resolução : 350 DPI Divisão de cores : CMYK	DEPTO.COMERCIAL: WHATSAPP (42) 99974-2044 WHATSAPP (41) 98405-2344
ENVIO DO MATERIAL: Até as 16h do dia anterior (exceto edição final de semana)		

Gráfica Editora Cantu Ltda. CNPJ 02.175.166/0001-74 R Coronel Guilherme de Paula, N° 876 - Prédio - Centro - CEP 85301-220 - Laranjeiras do Sul - Pr FONE 42-3635-2944

ATUALIZADO EM 03/01/2025

MÍDIA KIT IMPRESSO 2025

Válidade 31/12/2025

LISTA DE CIDADES E QUANTIDADE DE EXEMPLARES

CIDADE	EXEMPLARES
Campo Bonito	50
Catanduvas	50
Diamante do Sul	50
Espigão Alto do Iguaçu	50
Foz do Jordão	50
Goioxim	50
Guaraniáçu	50
Ibema	50
Laranjal	50
Marquinho	50
Palmital	50
Pinhão	50
Porto Barreiro	50
Quedas do Iguaçu	50
Reserva do Iguaçu	50
Rio Bonito do Iguaçu	50
São Jorge d'Oeste	50
Saudade do Iguaçu	50
Sulina	50
Três Barras do Paraná	50
Virmond	50
Candói	100
Cantagalo	100
Guarapuava	200
Laranjeiras do Sul	2.450
Nova Laranjeiras	100



Correio
DO POVO DO PARANÁ

TIRAGEM IMPRESSA TOTAL/DIA

4.000

EXEMPLARES

TIRAGEM DIGITAL

1.850

ASSINANTES E GRUPO DE MENSAGENS

TOTAL : CIRCULAÇÃO

5.850

GRAFICA EDITORA CANTU LTDA:02175166000174 Assinado de forma digital por GRAFICA EDITORA CANTU LTDA:02175166000174
Dados: 2025.02.04 11:16:40 -03'00'

ATUALIZADO EM 21/12/2024

MÍDIA KIT IMPRESSO 2025

Validade 31/12/2025

DADOS VEÍCULO		CIRCULAÇÃO: IMPRESSO + DIGITAL	
ID	OP	EDIÇÃO IMPRESSA:	8.365 EXEMPLARES
FANTASIA	O PARANÁ	EDIÇÃO DIGITAL:	1.754 PDF(S)
CNPJ	21.819.026/0001-36	TOTAL	10.119
RAZÃO SOCIAL	Jornal O Paraná S/A.		
ENDEREÇO	Rua Rio Grande do Sul, Nº 2601		
COMPLEMENTO	-		
BAIRRO	Centro		
CEP	85801-011		
CIDADE	Cascavel - Pr		
TELEFONE	45-3321-1000		

DADOS TÉCNICOS		COLUNAGEM			
PERIODICIDADE	Diário	NOTICIÁRIO		CLASSIFICADOS	
DIA(S) DE CIRCULAÇÃO	Ter-Qua-Qui-Sex-Sab/Dom(Conjunta)	COLUNAS	CM	COLUNAS	CM
TIRAGEM	8365 Exemplares	1	4,7	1	3,9
FORMATO	Tablóide	2	10,1	2	8,3
ALTURA	34 cm	3	15,4	3	12,7
LARGURA	26 cm	4	20,7	4	17
		5	26	5	21,5
				6	26

CÁLCULO DO VALOR DO ANÚNCIO - INSTRUÇÕES:
 Inicialmente, determine as dimensões do anúncio em centímetros, considerando a largura e a altura desejada.
 Em seguida, identifique o número de colunas que o anúncio ocupará, conforme as medidas na tabela (noticiário, classificados).
 A Altura pode ser qualquer medida até o máximo da altura total da página. Calcule o total de cm/col, multiplicando o número de colunas pela altura do seu anúncio.
 Exemplo: 63 colunas x 15 centímetros de altura = 45 cm/col.
 Para saber o valor, multiplique 45 pelo cm/col que consta na tabela.
 Exemplo: 45 x indeterminado = valor do anúncio.

TABELA DE VALORES CM/COL	POSIÇÃO	DIA ÚTIL	FDS	COR +	VALIDADE 31/12/2025
	CAPA	R\$ 342,43	R\$ 498,63	0%	
	DETERMINADO	R\$ 81,76	R\$ 85,03	30%	
	INDETERMINADO	R\$ 71,16	R\$ 76,34	30%	
	CLASSIFICADOS	R\$ 30,13	R\$ 37,51	0%	
	ATAS E EDITAIS*	R\$ 30,13	R\$ 49,50	0%	
	ENCARTE / MILHEIRO	R\$ 950,00	R\$ 1.050,00	0%	

*Atas e Editais: Publicação com largura mínima de duas (02) colunas, e altura sempre em múltiplos de 4 cm, até um máximo de 36 cm

PERFIL DO LEITOR E CIRCULAÇÃO					*Dados fornecidos pelo departamento de circulação dos jornais/portais. Mês de referência : Outubro de 2024
FAIXA ETÁRIA	15 a 25 anos	26 a 45 anos	46 a 65 anos	66 anos ou mais	
	18%	35%	35%	12%	
CLASSE SOCIAL	A	B	C	D	
	53%	32%	12%	3%	
ESCOLARIDADE	Fundamental	Secundário	Superior	Pós Graduação	
	9%	28%	38%	25%	
DISTRIBUIÇÃO	Assinantes	Gratuita	Avulsa	Digital	
	4.860	2.669	836	1.754	
SEXO BIOLÓGICO	Homem	Mulher			
	56%	44%			

RESERVA DE ESPAÇO: Reservas de espaços até as 12h do dia anterior	ARQUIVO: JPG, JPEG ou PDF Resolução : 350 DPI Divisão de cores : CMYK	DEPTO.COMERCIAL: WHATSAPP (45) 99971-0458 WHATSAPP (41) 98405-2344
---	---	---

Jornal O Paraná S/A. CNPJ 21.819.026/0001-36 Rua Rio Grande do Sul, Nº 2601 - - - Centro - CEP 85801-011 - Cascavel - Pr FONE 45-3321-1000

Página 02

ATUALIZADO EM 21/12/2024

MÍDIA KIT IMPRESSO 2025

Validade 31/12/2025

LISTA DE CIDADES E QUANTIDADE DE EXEMPLARES

CIDADE	EXEMPLARES
Anahy	32
Assis Chateaubriand	43
Boa Vista da Aparecida	39
Braganey	28
Calélandia	39
Campo Bonito	27
Capanema	30
Capitão Leônidas Marques	49
Cascavel	6.181
Calanduvás	51
Céu Azul	43
Corbélia	42
Diamante do Sul	21
Diamante d'Oeste	20
Entre Rios do Oeste	43
Formosa do Oeste	23
Foz do Iguaçu	98
Guaraniaçu	21
Ibema	23
Igatu	34
Iracema do Oeste	22
Itaipulândia	22
Jesuitas	34
Lindoeste	29
Maripá	22
Matelândia	22
Medianeira	34
Mercedes	52
Missal	41
Nova Aurora	37
Nova Laranjeiras	21
Nova Santa Rosa	21
Ouro Verde do Oeste	59
Palotina	41
Pato Bragado	39
Marechal Cândido Rondon	311
Quatro Pontes	36
Ramilândia	18
Santa Lúcia	29
Santa Tereza do Oeste	42
Santa Terezinha de Itaipu	22
São José das Palmeiras	42
São Miguel do Iguaçu	33
São Pedro do Iguaçu	22
Serranópolis do Iguaçu	23
Terra Roxa	42
Toledo	181
Três Barras do Paraná	21
Tuplissi	69
Vera Cruz do Oeste	91




TIRAGEM IMPRESSA TOTAL/DIA

8.365

EXEMPLARES

TIRAGEM DIGITAL

1.754

ASSINANTES E GRUPO DE MENSAGENS

TOTAL : CIRCULAÇÃO

10.119



Você realmente sabe onde investir no marketing da sua marca?

Divulgar é importante? Será que se o cliente não conhecer a nossa marca e o nosso produto, ele comprará? Grandes marcas só se tornaram conhecidas graças à propaganda.

Segundo a agência F/Nazca, somos mais de 110 milhões de internautas no Brasil, e esses números crescem 20% ao ano.

A internet já alcançou o Rádio e a TV. 87% dos internautas utilizam a rede para pesquisar produtos e serviços antes de comprar.

Sejam bem vindos à nova Economia Digital, onde o pequeno veloz leva uma enorme vantagem sobre o grande lento! A internet é um instrumento que reduz drasticamente o custo da comunicação.

O Portal Cantu sempre antenado com o que os internautas procuram, é hoje um dos mais importantes veículos de comunicação de toda a região da Cantuquiriguaçu, que compreende 21 municípios, chegando aos impressionantes quatro milhões de visualizações/mês. Tendo ainda relevante audiência em outros grandes centros, como por exemplo Cascavel e Guarapuava.

O mundo está convergindo para esta fantástica mídia. Você vai ficar de fora?

Espaços publicitários no Portal Cantu: (Período = 30 dias, exceto Pop Up) para Home Page

Pop Up (toda vez que o Portal é aberto)	700x500px	R\$ 100,00 (cem reais ao dia)
1 - Super Slíde (a cada 3 visualizações)	1240x300px	R\$ 1.000,00 (hum mil reais)
2 (aparecendo com outros três anúncios em sistema carrossel)	740x400px	R\$ 700,00 (setecentos reais)
3 (a cada 5 visualizações)	300x250px	R\$ 500,00 (quinhentos reais)
4 (a cada 5 visualizações)	300x600px	R\$ 600,00 (seiscentos reais)
5 (a cada 5 visualizações)	900x300px	R\$ 600,00 (seiscentos reais)
6 e 7 (a cada 5 visualizações)	400x150px	R\$ 400,00 (Quatrocentos reais)
8 (a cada 5 visualizações)	300x250px	R\$ 350,00 (trezentos e cinquenta reais)
9, 10 e 11 (a cada 5 visualizações)	300x100px	R\$ 200,00 (duzentos reais)

O banner 1 também aparece em sistema rotativo com até outros três clientes em todas as páginas do portal.

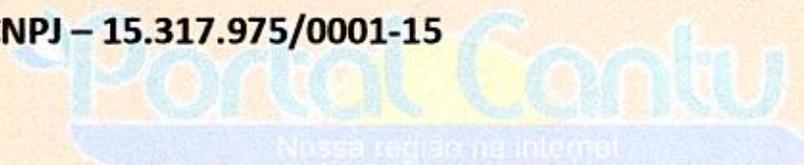
Os banners 2 e 5 também aparecem em sistema rotativo com todos os clientes destes espaços, nas páginas de relevância ao mesmo, como cidade, categoria, etc...(sempre determinado em conjunto com a editoria do Portal Cantu).

www.portalcantu.com.br

Pop Up	Espaços 1 – 2 – 3 – 4	Espaço 5
		
Espaços 6 – 7 – 8	Espaços 9 – 10 – 11	<ul style="list-style-type: none"> - Para matérias jornalísticas promocionais é cobrado um valor de R\$ 150,00 (cento e cinquenta reais) a postagem. - Para entrevistas promocionais na TV Cantu é cobrado um valor de 450,00 (quatrocentos e cinquenta reais) a postagem. - Para coberturas especiais a negociação é feita diretamente com o departamento comercial.
		



Portal Cantu Agência de Notícias
Av. Ivan Ferreira do Amaral 331
Guaraniaçu – Paraná.
CNPJ – 15.317.975/0001-15



www.portalcantu.com.br



Orçamento: Prefeitura de Três Barras do Paraná – Paraná

PADRÃO	PREMIUM	MASTER
<ul style="list-style-type: none"> Logo no site com link para o Facebook ou Instagram. Banner 360 x720 	<ul style="list-style-type: none"> Logo no site com link para o Facebook ou Instagram. Banner 1920x1080 	<ul style="list-style-type: none"> Logo no site com link para o Facebook ou Instagram. Banner 1920x1080 Veiculação de 03 vídeos em formato 1920x1080 extensão mp4
Pagamento mensal	Pagamento mensal	Pagamento mensal
R\$2.000,00	R\$2.500,00	R\$3.000,00

Documento assinado digitalmente
gov.br JAIME MARTINS DA SILVA
 Data: 17/04/2025 15:35:33 -0300
 Verifique em <https://validar.it.gov.br>

Jaime Martins da Silva
 Sócio proprietário Mídia Click3 Ltda

Mídia Click3 LTDA
 CNPJ: 27.877.921 0001-93 Rua Mato Grosso 956 – Centro – Três Barras do Paraná (45) 99123-7611

Nosso papel é causar uma boa impressão

ARQUIVO:

Prefeitura de três barras do Paraná



2) LOCAÇÃO DE OLTDOR R\$ 580,00 CADA
 01- LOCALIZADO RUA SOBRADINHO 860
 02- PR FRENTE COOPAVEL ENTRADA NOVO TREVO
 TAMANHO 2,00 X 5,00 10 M2
PRUDUÇÃO DE LONA 100 X 100 R\$ 860,00 CADA
30 DIAS
 MONTAGEM R\$200,00 CADA PEQUENO
 E GRANDE R\$320,00

- Linha original (sem compensação)
- Linha compensada para fresa: ___mm ___ graus
- Linha de rebaixo: ___mm fresa ___
- Rebaixo engraver 2D: ___mm fresa ___
- Drill no centro passante - fresa ___mm

RESPONSÁVEL	Sidney de Paula		
DATA SOLICITADA		ENTREGA TOTAL SERVIÇO	30 DIAS
MATERIAIS			
PINTURA	<input type="checkbox"/> S <input type="checkbox"/> N	POLIMENTO	<input type="checkbox"/> A <input type="checkbox"/> B <input type="checkbox"/> C
MONTAGEM	<input type="checkbox"/> S <input type="checkbox"/> N		
TRANSPORTADORA	<input type="checkbox"/> S <input type="checkbox"/> N		

INÍCIO: ___/___/___
 HORA: ___:___



TÉRMINO: ___/___/___
 HORA: ___:___

39.285.591/0001-26

TRÊS BARRAS DO PARANÁ

08/05/2025



VOZES COMERCIAIS

BANCO DE VOZES ONLINE

DATA: 09/05/2025

ORÇAMENTO

Cliente: Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná

Conforme texto enviado no WhatsApp, segue orçamento com a locutora Priscila:

Fica de R\$120,00 apenas voz.

Prazo de entrega de 1 dia útil.

O pagamento é feito de forma antecipada, através de transferência bancária, pelos bancos: Caixa, Inter, Bradesco, Itaú, Banco do Brasil, PagBank. Ou via pix.

- Alteração textual, voz, estilo, é cobrado novamente a gravação.

- Erros por parte do locutor, a gente faz a correção sem custo adicional, é só nos informar o erro ou mandar a frase para correção, que pedimos a refeição.



CNPJ: 32.502.133/0001-52

Razão Social: GLC Produtora de Áudio LTDA.

Endereço: Avenida Muniz Falcão - 381 - Premier Office - Palmeira dos Índios - AL

Telefone fixo: (82) 3420 - 1830

WhatsApp: (82) 9 9955 - 2150

E-mail: atendimento@vozescomerciais.com.br

Aurora Films

CNPJ: 60.220.259/0001-70
Av. Rio de Janeiro, nº 5233, Zona II
Umuarama – PR, CEP 87501-370
(44) 8817-4168
contato.aurorafilms@gmail.com

Orçamento 001 – 09/05/2025

Cliente: Prefeitura de Três Barras
Cidade: Três Barras, PR

Descrição:

- Gravação, edição e finalização de 01 vídeo publicitário no formato horizontal (1920x1080) com duração de 30 segundos, e entrega de uma versão reduzida de 15 segundos, mantendo a essência da mensagem para uso em redes sociais e mídia digital.

Condições gerais:

- Entrega do material em formato digital (Full HD);
- Registro na ANCINE (Agência Nacional de Cinema) para veiculação em TV;
- Entrega digital na RPC (Globo) e demais;
- Incluso assistência no roteiro, correção de cor, artes (2D), trilha (banco de trilha) e locução;
- Pré-produção (maquiagem, figurino, locação) e casting inclusos;
- É de responsabilidade do cliente fornecer a logomarca da empresa em alta qualidade;
- Incluso 01 diária de captação de imagem e áudio;
- Prazo de entrega de 07 dias úteis após a gravação;
- Caso houver alguma modificação no roteiro após aprovado, poderá sofrer alterações no valor da produção e no prazo de entrega do material finalizado;

Equipe de produção / Equipamentos:

- 01 Diretor de cena (acumula funções de diretor de fotografia e cinegrafista);

- 01 Editor;
- Atores (conforme roteiro);
- Kit de iluminação: 01 LED Amaran, 01 softbox, 01 LED Yongnuo;
- Gravador lapela Synco G2;

Câmeras:

- Sony A6400
- Sony a7SII

Lentes:

- Sigma 24-70mm f/2.8 Art
- Canon 70-300mm f/4.0 (*adaptador não permite mudança de diafragma*)
- Sigma 30mm f/1.4
- Sony 16mm f/2.8
- Meike 85mm f/1.8

Estabilizadores:

- DJI Ronin RS4
- Zhiyun Weebill S

Iluminação adicional:

- Bastão LED Yongnuo YN660
- 2x VL49 RGB Ulanzi
- Tubo de LED VL110
- Tubo de LED P200

Drone:

- DJI Mini 4 Pro

Edição:

- Software profissional Adobe Premiere

OBS: Orçamento válido por 30 dias.

Investimento:

R\$ 3.700,00

Razão Social: AURORA FILMS LTDA
CNPJ: 60.220.259/0001-70

Assinatura:  Documento assinado digitalmente
CAIO HENRIQUE MARTINS MARUCCI
Data: 12/05/2025 14:14:24 -0300
url: https://brasil.gov.br

Tabela de Preço 2025

Som Bilo Martendal
CNPJ:30.712.898/0001-91

Valor do carro por hora – R\$60,00(sessenta reais)



Som Bilo Martendal
CNPJ:30.712.898/0001-91



DUDACOM
MARKETING INTEGRADO

Plano de Comunicação Publicitária

Raciocínio Básico

Instalado oficialmente em 1 de fevereiro de 1983, o município de Três Barras do Paraná tem uma população de 11.135 pessoas, de acordo com o censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2022, distribuídas em seus 505,505 km² de território, sendo a maioria domiciliada em áreas rurais do município.

A fim de orientar, informar ou incentivar a população, seja de áreas rurais ou urbanas, e mantê-la ciente e engajada acerca das ações que acontecem no Município de Três Barras do Paraná, a administração municipal viabiliza a realização de campanhas que são de grande importância para toda a sociedade, nos diversos setores geridos pelo poder público municipal como educação, agricultura, assistência social, saúde etc.

Ao abordar a temática saúde, devemos nos lembrar que esse termo engloba também a saúde física, um dos aspectos primordiais para o bem-estar e a qualidade de vida. Isso porque, a saúde física está intimamente relacionada ao bom funcionamento do nosso corpo, do nosso organismo de maneira ampla, ou seja, com todos os órgãos e sistemas funcionando do jeito certo, vivemos melhor.

Assim, quando há o comprometimento da saúde física, por exemplo, há prejuízos em diversas outras esferas da vida do indivíduo, impactando até mesmo na sociedade onde se insere, conseqüentemente. Diante disso, é essencial cuidar também da saúde física das pessoas.

E quando se fala em saúde física, conseqüentemente estamos falando sobre cuidados, prevenção e diagnóstico precoce das mais variadas doenças, dentre elas uma que acomete principalmente mulheres: o câncer de mama.

O câncer de mama ocorre pela multiplicação de maneira desordenada de células, formando tumores, que se manifestam, muitas vezes, por meio de nódulos ou caroços nos seios, acompanhado ou não de dor.

As células das mamas que habitualmente são as mais afetadas são as responsáveis pelo revestimento dos ductos mamários ou as que estão localizadas nos lóbulos das glândulas mamárias. Dessa maneira, os tumores que acometem essas regiões dos seios são denominados carcinomas ductais ou lobulares.

Além desses, que são os mais comumente detectados, também existem os tipos de câncer de mama raros, como os linfomas e os sarcomas.

A prevenção é crucial, pois as doenças estão associadas a fatores de risco tanto evitáveis quanto não-evitáveis. Fatores não-evitáveis incluem genética, idade e gênero, enquanto os evitáveis estão relacionados a hábitos como sedentarismo, consumo de álcool e tabagismo.

Além da prevenção, que certamente é uma grande aliada para evitar que a doença se instale, o diagnóstico precoce também é de extrema importância, pois é ele quem vai determinar o tipo de tratamento que o paciente irá receber, mais ou menos invasivo, bem como as chances de sucesso desse tratamento, ou seja, a cura da doença. Isso porque, é importante salientar, quanto antes descoberto e tratado, mais probabilidades de vencer o câncer de mama há.

E é exatamente sob o viés da prevenção e do diagnóstico precoce que o briefing solicita o desenvolvimento de uma campanha que conscientize e incentive toda a população da cidade de Três Barras do Paraná - sem exceção -, a combater o câncer de mama, uma das doenças que, de acordo com o Instituto Nacional de Câncer (INCA), "é a primeira causa de morte por câncer em mulheres no Brasil".

Exposto isso, observamos a realidade do município de Três Barras do Paraná, que de acordo com o IBGE, de toda a população, 2,094 são mulheres, o que representa quase 19% dos munícipes, na faixa etária dos 40 a 69 anos, grupo etário mais acometido pelo câncer de mama.

Outro dado extremamente preocupante e que, conseqüentemente, merece total atenção e envolvimento de toda a sociedade é o fato de a região Sul do Brasil se destacar como uma das localidades com maior número de mortes por câncer de mama, conforme aponta o INCA, em estudo realizado em 2021.

Para resolver o problema de comunicação e criar a campanha proposta de forma eficaz, estudamos estratégias de comunicação e semiótica com base na mensagem que desejamos transmitir. Dessa forma, nossa Estratégia de Comunicação Publicitária mostra como superamos esse desafio de comunicação.

Estratégia de Comunicação Publicitária

Nossa estratégia de comunicação será voltada para a conscientização ampla e acessível sobre o câncer de mama. Embora o tema seja conhecido, o estigma e os tabus ainda persistem, dificultando o diagnóstico precoce e o tratamento adequado. Por isso, a campanha vai além da visibilidade: queremos informar, acolher e mobilizar. Vamos adotar uma comunicação clara e empática, capaz de alcançar diferentes públicos — não apenas mulheres, mas também familiares, amigos e redes de apoio. Por meio de conteúdos educativos a campanha tem potencial para incentivar o diálogo, combater o preconceito e reforçar a importância da prevenção.

O que dizer?

A campanha visa combater o aumento preocupante da mortalidade por câncer de mama no Brasil, destacando a importância estratégica do diagnóstico precoce. Nas últimas duas décadas, as mortes pela doença cresceram mais de 80%, principalmente devido à detecção tardia, quando as chances de cura são reduzidas. Em contraste, a identificação precoce do câncer pode elevar as taxas de cura para mais de 90%, segundo a OMS. Exames regulares e a conscientização da população são essenciais para detectar a doença em estágios iniciais, o que salva vidas e reduz o impacto no sistema de saúde. Promover o diagnóstico precoce é crucial para transformar o cenário atual e garantir um futuro com mais esperança e menos perdas.

A quem dizer?

A campanha Outubro Rosa em Três Barras do Paraná busca conscientizar toda a população, incluindo homens, sobre a importância da prevenção e do diagnóstico precoce do câncer de mama. Embora mais comum em mulheres, a doença impacta famílias inteiras, tornando essencial o envolvimento de todos. A informação e o engajamento coletivo fortalecem a luta, promovem o autocuidado e ajudam a quebrar tabus, formando uma rede de apoio que salva vidas.

Como dizer?

A estratégia de comunicação visa levar o público a compreender, de forma clara e objetiva, a gravidade do câncer de mama e a importância da prevenção e do diagnóstico precoce para reduzir riscos e facilitar a detecção da doença.

Assim, desenvolvemos uma campanha, reiteramos, de fácil entendimento, que deixa claro o papel fundamental de cada um no combate ao câncer de mama. A ideia de que todas as pessoas devem se engajar na batalha contra o câncer pode ser observada no slogan da campanha "Outubro Rosa: um toque de informação, uma onda de mobilização". O texto convida o público a se engajar ativamente na causa, destacando a importância da prevenção e do diagnóstico precoce do câncer de mama. Aponta a necessidade de mobilização coletiva, ressaltando que a luta contra a doença é de todos. Além disso, reforça a relevância de unir forças para combater o câncer de mama, alinhando-se ao pedido do briefing.

Além disso, também pede, explicitamente, para que as pessoas incentivem, por exemplo, "mãe, irmã, esposa, amiga". Porque todos podem "ajudar a salvar vidas" por meio dessas orientações. E ainda deixa um lembrete importante que faz toda a diferença: "quanto antes descobrir, mais chances existem para a cura", salienta.

As peças publicitárias desenvolvidas para a campanha do Outubro Rosa pela Prefeitura de Três Barras do Paraná apresentam uma construção visual pensada cuidadosamente para sensibilizar, informar e envolver toda a comunidade em torno da causa da prevenção e do diagnóstico precoce do câncer de mama.

A cor rosa, símbolo internacional do Outubro Rosa desde os anos 1990, representa empatia, carinho e acolhimento, conforme Eva Heller. Usada de forma suave, ela transmite conforto e sensibilidade, facilitando a abordagem do tema da saúde feminina e autocuidado sem gerar medo.

A campanha utiliza harmoniosamente as cores roxa, branca, preta e rosa para criar contraste, organizar a informação e destacar os conteúdos. O roxo traz profundidade emocional, o branco dá leveza e clareza, e o preto equilibra o visual e facilita a leitura. As imagens de casais e famílias humanizam a mensagem, criando identificação com o público. Elas destacam o autocuidado e mostram o câncer de mama como uma questão coletiva, afetando não só as mulheres, mas também seus familiares e amigos. A escolha da tipografia é outro ponto de destaque: com fontes leves, modernas e acolhedoras, a comunicação se dá de forma acessível e suave, sem tornar a mensagem pesada ou alarmista.

A leveza tipográfica contribui para a leitura fluida, favorecendo a compreensão das orientações de forma natural e empática.

Além disso, os textos das peças usam uma linguagem clara e convidativa, com frases como "É hora de unirmos forças contra o câncer de mama" e "Você também pode ajudar a salvar vidas!", incentivando a participação da sociedade. A campanha informa e inspira a mobilização, destacando a importância da prevenção através de atitudes simples, como alimentação saudável, exercício físico, amamentação e exames.

A campanha alcança com eficácia toda a população de Três Barras do Paraná, unindo design sensível, conteúdo relevante e abordagem inclusiva. Com empatia e leveza, promove a conscientização sobre o câncer de mama, cumprindo seu papel social com compromisso.

Quando dizer?

A campanha será veiculada de 1º a 31 de outubro de 2025, durante o mês do Outubro Rosa, focando na prevenção e diagnóstico precoce do câncer de mama. O investimento de R\$ 30.000,00 será distribuído estrategicamente no plano de mídia, considerando a capacidade de cada veículo e as necessidades de comunicação.

Por que dizer?

Discutir o câncer de mama é crucial para aumentar a conscientização e garantir que todos, independentemente de gênero, saibam sobre prevenção e diagnóstico precoce. O câncer de mama é o mais comum entre mulheres, afetando uma em cada oito globalmente, com mais de 66.000 novos casos previstos no Brasil em 2025, segundo o INCA. Isso reforça a urgência de ações de conscientização.

O diagnóstico precoce pode superar 90% de taxa de cura, pois permite iniciar o tratamento nos estágios iniciais, antes que a doença avance. Envolver homens na conscientização também ajuda a reduzir o estigma do câncer de mama masculino, embora menos frequente. A educação e a comunicação eficazes sobre prevenção podem reduzir a mortalidade e aumentar as chances de sobrevivência, tornando a conversa sobre o tema um passo crucial para salvar vidas.

Que meios, instrumentos ou ferramentas de comunicação utilizar?

A campanha publicitária é versátil, adaptando-se a diversos meios e formatos.

Com base no período de veiculação e orçamento, foram criadas peças para otimizar o alcance, apoiadas por uma estratégia de mídia bem planejada. Apresentamos, a seguir, a função tática de cada uma das 10 peças criativas:

Peça 01: 01 (uma) meia página para jornal (26x17 cm) - a peça reforça a importância de todos se unirem contra o câncer de mama, tanto para espalhar informação, quanto para estimular a prevenção e o apoio a quem trata a doença.

Peça 02: 01 (uma) página inteira para revista (21x28 cm) - a peça destaca a necessidade da prevenção e do diagnóstico precoce no combate ao câncer de mama, demonstrando quais ações devem ser tomadas pela população.

Peça 03: 01 (um) roteiro para spot de rádio 30" - o spot tem a função de estimular a população a se unir com a doença, oferecendo apoio e empatia àqueles que enfrentam o câncer.

Peça 04: 01 (um) banner para o site institucional (728 x 90 pixels) - a peça tem a função tática de chamar a atenção para o Outubro Rosa e para a campanha, estimulando a população a se manter alerta.

Peça 05: 01 (um) banner para internet (1300x700 pixels) - a peça, voltada para os familiares de pessoas que tratam o câncer de mama, reforça a importância de apoiar quem passa pelo tratamento.

Peças 06 e 07: 02 (dois) posts para Facebook (1080x1080 pixels e 1080x1350px) - as peças são informativas, e elucidam as formas de prevenção da doença, bem como a importância do diagnóstico precoce para a cura.

Peça 08: 01 (um) post para Instagram (1080x1350 pixels) - a peça para Instagram reforça a importância da união no combate à doença e ao apoio às pessoas que passam pelo tratamento.

Peça 09: 01 (um) post carrossel para Instagram (5 cards, 1080x1080 pixels) - com intuito informativo, a peça destaca as formas de prevenção da doença e a importância do diagnóstico precoce, ensinando a população como combater o câncer de mama.

Peça 10: 01 (um) roteiro para vídeo 30" (1920x1080 pixels) - a peça promove empatia e mobilização por meio de imagens emocionais, destacando a importância da prevenção com sensibilidade e união.

Estratégia de Mídia e Não Mídia

A estratégia de mídia e não mídia desenvolvida para esta campanha tem o objetivo de atender às diretrizes estabelecidas no briefing, buscando transmitir de forma clara, sensível e eficaz a mensagem do Outubro Rosa. A proposta contempla não apenas a conscientização das mulheres, mas também o envolvimento dos familiares no processo de prevenção e apoio ao diagnóstico precoce do câncer de mama.

Para isso, selecionamos os meios de comunicação com maior potencial de alcance e afinidade com o público-alvo, considerando o perfil da população de Três Barras do Paraná. A escolha dos veículos se baseou em critérios técnicos de penetração, credibilidade, abrangência e capacidade de segmentação local, conforme os dados mais recentes disponíveis no Mídia Dados Brasil 2024, Ipsos, IBGE e Digital 2024.

Estabelecemos o período de veiculação da campanha, conforme determinado pelo briefing, entre os dias 01 e 31 de outubro de 2025, contemplando todo o mês simbólico de combate ao câncer de mama, o qual busca criar uma frequência de mensagem suficiente para promover reconhecimento, reflexão e engajamento por parte da comunidade ao longo de todo o período oficial do Outubro Rosa.

Nosso planejamento prioriza a complementaridade entre os meios tradicionais e digitais, promovendo uma comunicação multicanal, com linguagem adaptada a cada plataforma. A televisão regional, por meio do programa Canta Paraná da TV Tarobá, proporciona abrangência e identificação cultural. As rádios Cidade FM 104.9 e Rota do Sol FM 107.5 garantem frequência e proximidade com o público local. O jornal Correio do Povo do Paraná, a revista Nossa Senhora Aparecida e o portal Click3 fortalecem a credibilidade institucional da campanha. E, por fim, as redes sociais (Instagram, Facebook e YouTube) ampliam o alcance com conteúdos interativos, dinâmicos e direcionados.

Dessa forma, apresentamos uma campanha construída com foco na efetividade e na economicidade, respeitando o teto orçamentário estipulado de R\$ 30.000,00 e distribuindo os recursos de forma inteligente entre produção e veiculação, conforme item 9.1.7.2 do edital. A escolha dos meios e veículos é respaldada por estudos de consumo de mídia e comportamento informacional da população, assegurando maior penetração, engajamento e impacto junto ao público-alvo. Em conformidade com as determinações do edital, apresentamos também a relação das peças criadas, acompanhadas dos respectivos valores com base na tabela de custos do SINAPRO, já aplicando o desconto de 50% previsto no certame.

É importante esclarecer que os custos internos se referem aos serviços realizados pelo corpo técnico da própria agência, como a criação de cards para redes sociais, remunerados com base na Tabela Referencial de Preços vigente do SINAPRO/PR. Já os custos de produção envolvem serviços e insumos externos fornecidos por empresas terceirizadas, como a gravação de spots ou VTs. Por fim, os custos de veiculação correspondem às despesas com a divulgação em veículos de mídia, como a inserção de um spot em emissoras de rádio.

Tática de mídia

Rádio FM: A classe econômica A/B compõe 40% do público presente no meio rádio AM/FM, sendo a classe C predominante, com 46% de presença, o que reflete diretamente o perfil da população de Três Barras do Paraná, composta majoritariamente por famílias de classe C. A penetração do meio rádio no Brasil é de 82%, segundo o estudo Inside Radio (Kantar IBOPE), e mantém-se elevada nas cidades do interior. A faixa etária predominante no consumo é de 35 a 44 anos, com 21% de audiência, seguida da faixa entre 45 e 54 anos (19%). O rádio é um meio de alto envolvimento afetivo e de confiança, especialmente no interior, e permite uma

frequência elevada com custo acessível, ideal para fixar mensagens institucionais de conscientização como as do Outubro Rosa.

No rádio, a proposta inclui duas emissoras com excelente penetração regional. A Rádio Cidade FM 104.9, emissora sediada em Três Barras do Paraná, que possui ampla audiência local e programação variada, com destaque para o programa "Cidade Sertaneja", voltado a um público que consome rádio de forma constante, seja em casa, no campo ou no comércio. E a Rádio Rota do Sol FM 107.5, com sede em Boa Vista da Aparecida e ampla cobertura regional, que se destaca por sua audiência consolidada nos municípios vizinhos, incluindo Três Barras do Paraná. Com presença em plataformas digitais e uma programação focada na música popular e regionalista, a rádio alcança um público maduro e familiar.

Televisão aberta: A televisão continua sendo um meio de grande penetração no Brasil, presente em 94% dos lares brasileiros, com índice ainda mais elevado nas regiões Sul e no interior, conforme o Mídia Dados Brasil 2024. No recorte por classe social, a penetração entre as classes C e D/E chega a 95%, enquanto nas classes A/B atinge 92%. O programa Canta Paraná atrai um público fiel, familiar, com predominância das faixas 35+, especialmente nas zonas rurais e pequenas cidades. O tempo médio diário de consumo de TV é de 3h27 minutos, o que reforça a eficiência desse meio para entregar mensagens de conscientização com forte apelo emocional e identificação regional. Para a veiculação em TV será aproveitado o VT produzido para o Youtube.

Jornal: O jornal impresso, por sua vez, é estratégico para alcançar empresários, investidores, além de lideranças políticas e comunitárias. Esses públicos priorizam conteúdos com maior profundidade, dados técnicos e editoriais com visão institucional. O meio é majoritariamente consumido por pessoas das classes A/B, com mais de 35 anos e alta participação em decisões socioeconômicas locais. Para esse meio, foi incluído o Jornal Correio do Povo do Paraná, que possui conexão com a população local e circulação expressiva entre moradores, comerciantes, profissionais liberais e lideranças civis. Esse veículo oferece espaço para aprofundamento de conteúdo, argumentação técnica e construção de narrativa institucional, aspectos ideais para fortalecer a campanha.

Revista: A revista impressa é um meio qualificado, com forte apelo visual e editorial, ideal para campanhas que buscam reforçar mensagens institucionais com profundidade, credibilidade e sofisticação. Conforme o Mídia Dados Brasil 2024, esse meio tem penetração relevante entre públicos das classes A/B, com poder de decisão e interesse por conteúdo segmentado. Com periodicidade definida e circulação dirigida, as revistas são eficazes para alcançar não somente os moradores mas também o público formador de opinião, proporcionando maior tempo de leitura e absorção da mensagem.

No contexto da campanha, destaca-se a inclusão da Revista Nossa Senhora Aparecida, veículo de forte presença regional, com 5 mil exemplares distribuídos gratuitamente em 41 paróquias de 17 municípios da Arquidiocese de Cascavel, incluindo aqui o município de Três Barras do Paraná. Com edições bimestrais, conteúdo editorial de qualidade e ampla penetração comunitária, a revista se mostra estratégica para atingir famílias e lideranças religiosas locais, reforçando os valores da campanha junto a um público tradicional e participativo.

Internet: A utilização de portais de notícia na campanha é uma estratégia fundamental para ampliar o alcance da comunicação de forma segmentada e com credibilidade. Reconhecidos como fontes confiáveis, esses veículos digitais atraem um público fiel e engajado, que busca conteúdo relevante e atualizado, tornando-os ideais para a veiculação de mensagens institucionais que reforcem a imagem de uma gestão

transparente e comprometida com o desenvolvimento local. De acordo com o Mídia Dados 2024, a internet já representa 93% de presença entre os meios utilizados pela população, consolidando o consumo de notícias via dispositivos móveis e computadores, o que garante alcance qualificado, segmentado e mensurável em tempo real.

Nesse contexto, a campanha utilizará como veículo principal o portal Click3, se mantém constantemente atualizado e com alto engajamento com os moradores da cidade. Esse canal funciona como referência diária para informações públicas e acontecimentos do município, sendo essencial para divulgar ações, investimentos e resultados da gestão.

As redes sociais e plataformas digitais complementam a estratégia com segmentação precisa e grande capacidade de engajamento. O Brasil possui mais de 150 milhões de usuários ativos em redes como Instagram, Facebook e YouTube, com penetração média de 88% em áreas urbanas. A maior parte desse público tem entre 25 e 44 anos, sendo altamente responsivo a conteúdos em vídeo (Reels, Stories e Shorts). Seguindo essa linha, a campanha será veiculada nas redes sociais do município Facebook, Instagram e YouTube, de forma impulsionada, para trazer ainda mais alcance para a campanha.

Também será utilizado como meio próprio de divulgação da campanha, o site oficial do município, por se tratar de um canal institucional, confiável e com alcance direto junto à população local. Sua utilização fortalece a transparência e a credibilidade das informações, garantindo acesso gratuito e facilitado ao conteúdo. Além disso, permite atualizações frequentes, integração com outros canais oficiais e reforça o compromisso da administração pública com a promoção da saúde e a conscientização da comunidade.

Esta estrutura tática assegura que a campanha Outubro Rosa, mesmo com recursos otimizados, alcance de forma estratégica e sensível um amplo público. A integração de meios como rádio, TV, jornal, revista, portais de notícia e redes sociais institucionais garante uma presença multicanal eficaz, capaz de disseminar a mensagem de conscientização com amplitude e impacto. A campanha fortalece o posicionamento do Governo Municipal de Três Barras do Paraná como uma gestão humana, engajada na promoção da saúde, na valorização da vida e no cuidado com a mulher. Ao estimular o diálogo e o apoio familiar, a ação reforça o vínculo com a comunidade e promove o protagonismo social na prevenção ao câncer de mama.

Resumo do Investimento conforme item 9.1.7.2		
Tipo	Valor Total R\$	Percentual %
Mídia	R\$ 23.995,00	83,62
Produção	R\$ 4.700,00	16,38
Total Geral:	R\$ 28.695,00	100,00

PLANO DE MÍDIA - JORNAL		Outubro de 2025																															Valor Total						
Veículo	Prancha	Tiragem	Formato	Valor com desconto de cor	Valor com desconto de cor	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	Total	Valor Unitário	
Jornal Correio do Povo	Lançadeiras do Sul	4.000	Peça 01: Meia Página Incompleto. cor, 25x17cm	R\$ 52,15	R\$ 67,80																																	1	R\$ 5.762,58
					Total:																															R\$ 5.762,58			

PLANO DE MÍDIA - REVISTA		Outubro de 2025																															Valor Total						
Veículo	Prancha	Tiragem	Formato	Valor com desconto de cor	Valor com desconto de cor	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	Total	Valor Unitário	
Revista Nossa Senhora Aparecida	17 municípios (41 paróquias)	5.000	Peça 02: Página inteira Indefinido, cor, 21x28cm																																			1	R\$ 1.700,00
					Total:																															R\$ 1.700,00			

Veículo	Prancha	Programação	Cobertura	Outubro de 2025																															Valor Total				
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31					
Rádio Colina 104.1 fm	Três Barras	10h às 12h	Três Barras e mais 30 municípios																																			150	R\$ 15,00
Rádio Colina 104.1 fm	Três Barras	13h às 15h	Três Barras e mais 30 municípios																																			150	R\$ 20,00
					Total:																															R\$ 4.000,00			

PLANO DE MÍDIA - PORTAL		Outubro de 2025																															Valor Total					
Veículo	Prancha	Formato	Valor Diária	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	Total	Valor Unitário		
Portal Click3	Três Barras do Paraná	Peça 05: Banner topo 1300x700px	Mensal																																		31	R\$ 2.500,00
Site Oficial do Município	Três Barras do Paraná	Peça 04: Banner 728x96px	Orgânico																																		31	R\$ 0,00
					Total:																															R\$ 2.500,00		

PLANO DE MÍDIA - META ADS		Total de impressões		Cobertura		CPM R\$		CTR	
Alcance Real (estimado)	Frequência média	Total de impressões	Cobertura	CPM R\$	CTR	Total R\$	CPM R\$	CTR	Total R\$
2.250	12	27.000	83%	37,04	3,12	R\$ 1.000,00	37,04	1,18%	R\$ 1.000,00
2.250	12	27.000	83%	37,04	3,12	R\$ 1.000,00	37,04	1,18%	R\$ 1.000,00

PLANO DE MÍDIA - YOUTUBE		Total de impressões		Cobertura		CPM R\$		CTR	
Alcance Real (estimado)	Frequência média	Total de impressões	Cobertura	CPM R\$	CTR	Total R\$	CPM R\$	CTR	Total R\$
1.900	18	34.200	95%	29,24	0,03	R\$ 1.000,00	29,24	0,30	R\$ 1.000,00

PLANO DE MÍDIA - REVISTA		Outubro de 2025																															Valor Total					
Veículo	Prancha	Tiragem	Formato	Valor com desconto de cor	Valor com desconto de cor	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	Total	Valor Unitário
TV Tarobá	Cascavel	166 municípios da região oeste	3,3 milhões																																		4	R\$ 1.258,00
					Total:																															R\$ 5.032,00		

Valores absolutos e percentuais dos investimentos alocados em veículos de divulgação, separadamente por meios.

Mídia	Quantidade de inserções	Valor Total R\$	Percentual %
Jornal	1	R\$ 5.762,58	20,08
Revista	1	R\$ 1.700,00	5,92
Rádio	300	R\$ 6.000,00	20,91
Portal	-	R\$ 2.500,00	8,72
Redes sociais	-	R\$ 3.000,00	10,45
TV	4	R\$ 5.032,00	17,54
Total:	-	R\$ 23.995,00	83,62

Valores absolutos e percentuais alocados na produção e/ou execução técnica de cada peça para mídia

Material	Quantidade	Valor Total	Percentual %
Produção de Spot 30 segundos, incluso trilha sonora personalizada, locução e finalização.	1	R\$ 450,00	1,57
Produção de um filme de 30 segundos, incluso edição, pós-produção, áudio, cachê dos atores e entrega digital para TV.	1	R\$ 3.000,00	10,45
Banco de imagens diversos, incluso 10 fotos	1	R\$ 350,00	1,22
Produção fotográfica, incluso cachê dos atores, 3 horas	1	R\$ 900,00	3,14
Total:	-	R\$ 4.700,00	16,38

Valores extraídos da Tabela SINAPRO, com a aplicação do desconto de 50% (cinquenta por cento), para demonstrar os custos internos da agência relativos a cada peça publicitária.

Mídia	Quantidade	Valor Unitário R\$	Valor Total R\$
a) 01 (um) layout de meia página para jornal - Peça 01	1	R\$ 3.459,00	R\$ 3.459,00
b) 01 (um) layout de página inteira para revista - Peça 02	1	R\$ 4.960,00	R\$ 4.960,00
c) 01 (um) roteiro para spot de rádio - Peça 03	1	R\$ 3.390,00	R\$ 3.390,00
d) 01 (um) layout de banner (site da Prefeitura) - Peça 04	1	R\$ 3.401,00	R\$ 3.401,00
e) 01 (um) layout de banner para internet (outros sites) - Peça 05	1	R\$ 3.401,00	R\$ 3.401,00
f) 02 (dois) layouts de post (jpg + texto) para Facebook - Peças 06 e 07	2	R\$ 3.055,00	R\$ 6.110,00

g) 01 (um) layout de post (jpg + texto) para Instagram - Peça 08	1	R\$ 3.055,00	R\$ 3.055,00
h) 01 (um) layout de post carrossel (jpg + texto) para Instagram - Peça 09	1	R\$ 6.110,00	R\$ 6.110,00
i) 01 (um) roteiro para video - Peça 10	1	R\$ 4.266,00	R\$ 4.266,00
Total:	-		R\$ 38.152,00

Cascavel, 14 de maio de 2025.


Ana Caroline Kuhn Schimanko
RG: 10.575.156-7 / CPF: 056.876.909-05
Sócia Administradora



Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná
ESTADO DO PARANÁ

ATA DA SEGUNDA SESSÃO DA CONCORRÊNCIA PRESENCIAL Nº 03/2025

Aos cinco dias do mês de junho do ano de dois mil e vinte e cinco (05/06/2025), às 09h00min, reuniu-se, na Sala do Departamento de Licitações da Prefeitura Municipal de Três Barras do Paraná, situada na Avenida Brasil, nº 245, Centro, CEP 85485-000, a Comissão de Contratação designada pelo Decreto nº 6.091/2024, para dar continuidade aos trabalhos da Concorrência Presencial nº 03/2025, cujo objeto é a contratação de uma agência de publicidade e propaganda para a prestação de serviços técnicos especializados na concepção, planejamento, criação, execução e divulgação de campanhas institucionais, bem como na realização de outros serviços publicitários de interesse da Administração Pública Municipal, conforme previsto no edital.

A sessão foi convocada por meio do Edital de Convocação, datado de 27 de maio de 2025, publicado no Diário Oficial do Município - AMP, e também encaminhado via aplicativo WhatsApp aos dois participantes, conforme registros da Comissão.

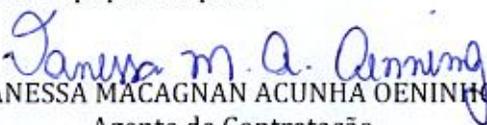
No horário designado, constatou-se a ausência dos representantes das duas empresas participantes, a saber: FX Soluções Digitais Ltda. e Duda Com Marketing Integrado EIRELI, previamente credenciadas e identificadas na primeira sessão realizada em 14 de maio de 2025.

Diante da ausência dos licitantes, a Comissão deliberou por prosseguir com os trabalhos de forma regular, em conformidade com as normas do edital e com a legislação pertinente, sem prejuízo algum aos participantes.

Na sequência, procedeu-se à abertura do Envelope nº 2 - Proposta Técnica - Via Identificada, conforme previsto no edital, para fins de continuidade da análise técnica. O envelope foi conferido e aberto. Todo o material examinado será digitalizado e posteriormente disponibilizado no Portal da Transparência do Município, conforme determina a Lei nº 14.133/2021, em observância aos princípios da publicidade e da transparência.

As empresas licitantes terão o prazo de 5 (cinco) dias úteis para vista do material, contados de 06/06 até 12/06, às 09h00.

Nada mais havendo a tratar, a sessão foi encerrada, lavrando-se a presente ata, que, após lida e achada conforme, vai assinada por mim, Vanessa Macagnan Acunha Oenning, Agente de Contratação, e pelos membros da Equipe de Apoio.


VANESSA MACAGNAN ACUNHA OENNING
Agente de Contratação


CARLOS SNEZKO
Equipe de Apoio


LUANA CRISTINA REFFATTI
Equipe de Apoio