

em favor da empresa que venha a ser coligada, controlada ou controladora da sociedade constituída.

CLÁUSULA NONA

Os sócios no exercício da administração e de cargos na sociedade poderão em comum acordo fixar uma retirada mensal a título de pró-labore.

CLÁUSULA DÉCIMA

Ao término de cada exercício social, em 31 de dezembro, os administradores prestarão contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo aos sócios, na proporção de suas quotas, os lucros ou perdas apuradas. Nos quatro meses seguintes ao término do exercício social, os sócios deliberarão sobre as contas e designarão administradores, quando for o caso.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA

Falecendo ou interdito qualquer sócio, a sociedade continuará sua atividade com os herdeiros ou sucessores. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou dos sócios remanescentes, o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado. Em nenhuma hipótese a Sociedade poderá continuar com apenas um sócio por mais de 180 (cento e oitenta) dias.

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA

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

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA

Os casos omissos no presente contrato serão resolvidos pelo consenso dos sócios, com observância da Lei nº 10.406/2002.



CERTIFICO O REGISTRO EM 11/07/2017 13:36 SOB Nº 20170160653.
PROTOCOLO: 170160653 DE 22/06/2017. CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO:
11702616670. NIRE: 27200474335.
LABOX COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA - ME

Edvaldo Maiorano de Lima
SECRETÁRIO-GERAL
MACEIÓ, 11/07/2017
www.facilita.al.gov.br



CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA

Fica eleito o foro da cidade de Maceió-AL, para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

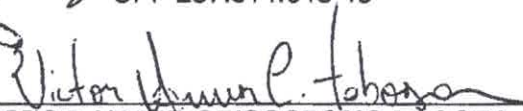
E, por se acharem em perfeito acordo em tudo quando neste instrumento particular foi lavrado, obrigam-se a cumprir o presente contrato assinando-o em única via, destinado ao registro e arquivamento na Junta Comercial do Estado de Alagoas, para que produza os efeitos legais.

Maceió - AL, 06 de Junho de 2017.




GUSTAVO MORENO BORLIDO DE CASTRO REIS
CPF 287.814.648-43




VICTOR AVNER CRISOSTOMO TABOZA
CPF 066.795.224-12



CERTIFICO O REGISTRO EM 11/07/2017 13:36 SOB Nº 20170160653.
PROTOCOLO: 170160653 DE 22/06/2017. CÓDIGO DE VERIFICAÇÃO:
11702616670. NIRE: 27200474335.
LABOX COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA LTDA - ME

Edvaldo Maiorano de Lima
SECRETÁRIO-GERAL
MACEIÓ, 11/07/2017
www.facilita.al.gov.br

ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE INHAPI

PREFEITURA MUNICIPAL DE INHAPI
PORTARIA Nº43, DE 07 DE MAIO DE 2018.

Exonera ocupante de cargo de provimento efetivo de Professora, constante no quadro de pessoal desse município.

O **Prefeito do Município de INHAPI**, no uso das atribuições que lhe conferem a Lei Orgânica do Município, e *Considerando* o requerimento formulado, escrito e protocolado pela servidora **Andressa Queiroz Braz**, junto a Prefeitura Municipal de Inhapi/AL em 07/05/2018, autuado sobre o processo administrativo 1475/2018.

RESOLVE:

Art. 1º **EXONERAR** a pedido, a senhora **Andressa Queiroz Braz**, portador (a) do RG 1512271799 e CPF 041.945.395-40 do cargo de Professora, portador da matrícula nº2081-1 no quadro de funcionários deste município, lotado na Secretaria de Educação.

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

JOSÉ CÍCERO VIEIRA
Prefeito

Publicado por:
Tiago do Nascimento Guerra
Código Identificador:644857AC

ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE MARAGOGI

GABINETE DO PREFEITO
DECISÃO

RECURSOS ADMINISTRATIVOS

Concorrência nº 01/2018 – Publicidade e Propaganda Institucional. O Prefeito de Maragogi torna público aos interessados a decisão do recurso nos autos do processo em referência. Decisão: Conhecer dos recursos por serem tempestivos; **NEGAR PROVIMENTO** ao recurso interposto, **mantendo-se inalterada a classificação de todas as licitantes. Ao tempo que comunica que a decisão foi RATIFICADA** pelo Chefe de Executivo, bem como informamos que os documentos concernentes a proposta técnica (via não identificada) será encaminhada para a Subcomissão Técnica para avaliação. Os autos estão com vistas franqueadas aos interessados na sede da Prefeitura de Maragogi.

MARIA CRISTINA DA COSTA WANDERLEY
Presidente CPL

Publicado por:
Ítalo Joseph Guedes Santos
Código Identificador:16E2927F

GABINETE DO PREFEITO
TERMO DE CONVALIDAÇÃO

Considerando as disposições da Lei nº. 8.666/93, especialmente seu artigo 61, parágrafo único, que determina como condição indispensável para a eficácia dos contratos da Administração a providência relativa à publicação resumida do respectivo instrumento; Considerando o poder-dever da Administração de convalidar os atos que não possuam vícios insanáveis, como os de objeto, motivo e finalidade, nem mesmo prejuízo a direitos de terceiros; Considerando que não se constata, na ausência de publicação do extrato do contrato, qualquer lesão ao interesse público, uma vez que os respectivos procedimentos transcorreram na forma da lei;

Considerando, ainda, o disposto no art. 55 da Lei nº. 9.784/99 Lei de Processo Administrativo da União, que autoriza a convalidação, pela própria Administração, de atos em que se evidencie não acarretarem lesão ao interesse público nem prejuízo a terceiros, nos quais sejam constatados apenas defeitos sanáveis;

Fica convalidado o ato relativo ao Extrato do Contrato de Adesão da Ata de Registro de Preços, que celebram entre si o Município de Maragogi – AL, e a Empresa **NUTRICASH SERVIÇOS LTDA**, CNPJ: 42.194.191/0001-10, mediante cláusulas e condições da Ata de Registro de Preços 001/2017 – Pregão Presencial 003/2017, oriunda da Prefeitura Municipal de Curaçá – AL, devendo ocorrer as suas respectivas publicações, na forma da Lei nº. 8.666/93, convalidação esta, respaldada nos princípios da Administração Pública e na Lei Federal nº. 9.784/99, visto que não se verifica lesão ao interesse público nem prejuízo a terceiros, sendo o vício sanável na forma da lei.

EXTRATO DE CONTRATO

CONTRATO: Contrato de Adesão de Ata de Registro de Preços, firmado em 31/05/2017, entre a **PREFEITURA MUNICIPAL DE MARAGOGI-AL** e a empresa **NUTRICASH SERVIÇOS LTDA**, inscrita no CNPJ: 42.194.191/0001-10

OBJETO: Prestação de serviços de gerenciamento/administração compartilhado de abastecimento de frota de veículos de forma continuada junto a rede de postos de abastecimento com controle de aquisição de combustíveis (gasolina comum e óleo diesel S10)

FUNDAMENTO LEGAL: Deriva do processo de Adesão de Ata de Registro de Preços, de acordo com o artigo 15, inciso II da Lei Federal 8.666 de 21 de fevereiro de 1993, art. 1º e seguintes do Decreto nº 7.892, de 23 de janeiro de 2013.

VIGÊNCIA: 12 meses

VALOR TOTAL: R\$ 1.266.200,00 (um milhão duzentos e sessenta e seis mil e duzentos reais)

SIGNATÁRIOS: pelo Contratante, **FERNANDO SÉRGIO LIRA NETO** e, pelo Contratado, **NUTRICASH SERVIÇOS LTDA**

Maragogi-AL, 07 de maio de 2018.

MARIA CRISTINA COSTA WANDERLEY

Presidente da Comissão Permanente de Licitação e Contratos

Publicado por:
Ítalo Joseph Guedes Santos
Código Identificador:DB9CB808

ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE MAR VERMELHO

PREFEITURA MUNICIPAL DE MAR VERMELHO
EXTRATO TERMO ADITIVO

EXTRATO SEGUNDO TERMO ADITIVO A ATA DE REGISTRO DE PREÇOS Nº 15/2017

ESPÉCIE: Segundo Termo Aditivo a Ata de Registro de Preços nº 15/2017, oriundo do Processo Administrativo nº 2800/2017
MODALIDADE: Pregão Presencial nº 017/2017-SRP.
CONTRATANTE: PREFEITURA DE MAR VERMELHO-CNPJ: 12.333.761/0001-44. **FORNECEDOR:** AUTO POSTO VIÇOSA EIRELI EPP, inscrita no CNPJ sob nº 18.527.801/0001-75. **OBJETO:** Recequilíbrio Econômico-Financeiro aos itens 01, 02, 03 e 04 da ARP nº 15/2017, para futura e eventual aquisição de Combustíveis automotivos. **DO VALOR:** Fica revisado o valor unitário do Item 01 – Item 01 – Gasolina Aditivada que era de R\$ 4,39, passa para R\$ 4,56 (quatro reais e cinquenta e seis centavos); Item 02 – Gasolina Comum que era de R\$ 4,33, passa para R\$ 4,50 (quatro reais e cinquenta centavos); Item 03 – Óleo diesel S-10 que era de R\$ 3,63 passa para R\$ 3,84 (três reais e oitenta e quatro centavos); Item 04 – Óleo diesel B-S500 que era de R\$ 3,48 passa para R\$ 3,69 (três reais e sessenta e nove centavos). **DA RATIFICAÇÃO:** Ficam integralmente ratificadas as demais cláusulas da ARP. **FORO:** Comarca de Viçosa-AL. **FUNDAMENTAÇÃO:** Art. 65, II, “d” da Lei nº 8.666/93 e artigos 17 e 19 do Decreto Federal nº 7.892/13. **DATA CELEBRAÇÃO:**

Noticiário do Interior

EMILSON TEIXEIRA | emilson@tribuna.com.br



Canapi, em defesa do Meio Ambiente

A Prefeitura de Canapi vem se engajando na implantação de uma Área de Proteção Ambiental APA. É que na última semana houve na Quadra de Esportes da Escola Municipal Tancredo Neves uma Audiência Pública...

Canapi II

Por falar em Canapi, uma parceria firmada entre Prefeitura e a Defensoria Pública do Estado, resultou na presença do 'Expresso da Cidadania' naquela cidade serena...

Satisfação

O prefeito Vinícius destaca a importância da visita: 'é uma ação importante, que chega junto da população e dá maior transparência aos serviços de excelência. Aproveito o ensejo para agradecer à Defensoria pela inclusão de Canapi como município contemplado com o Expresso da Cidadania...

Boca da Mata

A Prefeitura de Boca da Mata não vai deixar passar em branco os festejos juninos deste ano, sobretudo com um investimento caseiro que visa agradar a todos. 'Temos uma programação simples, mas com certeza tudo dentro das características tradicionais. O tema já de si...

Flexeiras

Sábado o vereador André da Teó (PSB) recebeu lá em Flexeiras o deputado Leo Loureiro (PP), a fim de realizar visitas na zona rural. A missão foi para acompanhar as demandas existentes em algumas regiões; é o caso do povoado da antiga Usina Paixão...

Promessa

Leo Loureiro revelou seu apoio e comprometimento com a população da região da zona da mata, e garantiu que não irá medir esforços para ajudar as comunidades mais carenciadas de Flexeiras, tanto na zona rural quanto na cidade...

Joaquim Gomes

Na luta para garantir aos servidores da Educação os 60% do Procatório oriundo do Fundo, o Sindicato dos Servidores Públicos de Joaquim Gomes, promete novamente recorrer da Justiça, inicialmente ao MPF...

Joaquim Gomes II

Segundo os argumentos da assessoria jurídica do Sindicato, existe uma série de questionamentos que precisam e devem ser feitos e acredita que a Justiça não venha homologar o TAC, pois contraria um mesmo termo já assinado aqui na instância estadual do MPFE e não seria a forma legal de gastar o recurso...

Joaquim Gomes III

Ao que se sabe, no dia 20 passado, a procuradora da República Nielda Kaspary promoveu reunião com o prefeito Adriano Barros, e o procurador geral do município, Michel Galvão, para tratar dos termos do acordo sobre os valores bloqueados pela Justiça Federal...

São Miguel dos Campos

O clima político já vem se aquecendo em São Miguel dos Campos neste ano de eleição. É que no sábado, a filha do ex-prefeito Nivaldo Jatobá, Maria Helena, reuniu centenas de mulheres na Câmara Municipal...

Diploma

Quem se encontra em nosso Estado é o secretário nacional de Regulação e Supervisão do Ensino Superior do Ministério da Educação, Henrique Sartori. Veio neste sábado-a Manhã, na missão de regularizar a situação de milhares de estudantes enganados pelo Interior...

Dimensão

Em Alagoas, o secretário Henrique Sartori deve receber os estudantes em Palmeira dos Índios, no auditório do IEL. Estima-se que mais de 20 mil estudantes fizeram graduação em oito Faculdades, com a promessa da titulação superior...

Petrobras reajusta preço do gás em 7,1%

Valor deve-se às cotações internacionais e custos de transporte e taxas portuárias

A Petrobras reajustou hoje (8) em 7,1%, em média, o preço do Gás Liquefeito de Petróleo (GLP) de uso industrial e comercial às distribuidoras. A companhia tom como base o preço de paridade formado pelas cotações internacionais...



De acordo com a Petrobras, o aumento será a média entre 5,8% e 8,6%, a depender do polo

De acordo com a estatal, a paridade é necessária porque o mercado brasileiro de combustíveis é aberto à livre concorrência, dando às distribuidoras a alternativa de importar os produtos. Além disso, o preço médio considera uma margem que cobre os riscos - como volatilidade do câmbio e dos preços.

Com o aumento, o preço praticado pela Petrobras está em 31% em relação ao

preço praticado no mercado internacional. Na avaliação do Sindicato, 'esse preço vem pressionando ainda mais os custos de negócios que têm o GLP entre seus principais insumos, impactando de forma crucial empresas que operam com uso intensivo de GLP'.

RECEITA A Receita abre hoje (8), às 9h, consulta a lote multicorpo de restituição de Impo-

to de Renda. As restituições residuais são de 2008 a 2017.

O crédito bancário para 125.669 contribuintes será realizado no dia 15 próximo, somando R\$ 200 milhões. Desse total, R\$ 85,3 milhões, são de contribuintes com preferência para receber: 23.957 dívidas e 2.140 com alguma deficiência física ou mental ou moléstia grave.

Para saber se teve a declaração liberada, o contri-

buinte deverá acessar a página da Receita na Internet, ou ligar para o Recife 146.

Pelo serviço e-CAC, na internet, é possível acessar o extrato da declaração e ver se há inconsistências dos dados identificados pelo processamento. Nesta hipótese, diz a Receita, o contribuinte pode avaliar as inconsistências e fazer a autorregularização, mediante entrega de declaração retificadora.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO JOSÉ DA TAPEIRA-AL AVISOS DE LICITAÇÃO PRELIMINAR Nº 01/2018-SRP Objeto: Registro de preços para eventual aquisição de certos insumos, visando atender às necessidades das famílias carentes do Município de São José da Tapeira-AL.

MUNICÍPIO DE MARAGOGI TERMO DE CONSÓRCIO Nº 001/2018-CP Objeto: Prestação de serviços de gerenciamento-administração compartilhada de abastecimento de água de veículos de frota contratada junto a rede de postos de abastecimento com antídoto de aquecimento de combustíveis (gasolina comum e diesel S10).

CONTRATO CONTRATO DE ADESAO de Ata de Registro de Preços, firmado em 31/05/2017, entre a PREFEITURA MUNICIPAL DE MARAGOGI-AL e a empresa NUTRIASH SERVICOS LTDA, inscrita no CNPJ nº 14.069.910-10.

PREFEITURA DE MARAGOGI DECISÃO (RECURSOS ADMINISTRATIVOS) Concorrência nº 01/2018 - Publicidade e Propaganda Institucional do Prefeito de Maragogi torna públicos aos interessados a decisão de recusar nos autos do processo em referência. Dado o caráter dos recursos por serem temporários...

CONSORCIO INTERMUNICIPAL PARA GESTAO DOS RESIDUOS SOLIDOS - CIGRES AVISO DE SUSPENSÃO - TOMADA DE PREÇOS Nº 01/2018 A Comissão Permanente de Licitação do Consórcio Intermunicipal para Gestão dos Resíduos Sólidos, Estação de Alagados, leva ao conhecimento dos interessados que o Edital da Tomada de Preços nº 001/2018, que tem como objeto o Contratação de empresa de engenharia para elaboração de Planos de Recuperação de Áreas Degradadas - PRADs, sob o Impedimento...



Dia das Mães é a segunda data mais importante do varejo

NO BRASIL

Vendas do Dia das Mães devem crescer até 5%

A área de Indicadores e Estudos Econômicos da Boa Vista SPC projeta um crescimento entre 4,5% e 5% nas vendas neste Dia das Mães, na comparação com 2017. A data é considerada a segunda mais importante do varejo...

Ativa se deve a uma melhoria do cenário econômico que reflete não só o aumento de postos de trabalho, mas também no mercado de crédito, complementa o economista.

A Boa Vista SPC é uma empresa brasileira que alia inteligência analítica à alta tecnologia para transformar dados em soluções para os desafios de clientes e consumidores.

Criada há mais de 30 anos como SPCV, o Serviço Central de Proteção ao Crédito, tem contribuído significativamente para o desenvolvimento da atividade de crédito no Brasil, ajudando o País a estabelecer uma relação de consumo mais equilibrada entre empresas e consumidores.

A Boa Vista é precursora do Cadastro Positivo, banco de dados com informações sobre o histórico de pagamentos, que deixa a análise de crédito mais justa e acessível.

Pioneira também em serviços ao consumidor, a Boa Vista responde por iniciativas que cooperam com a sustentabilidade econômica dos brasileiros, como a criação do CPF líquido, como o envio de mensagens de 4,5% ou menos de 5%, o aumento deve ser o melhor desde 2013, quando houve uma elevação de 4,5% nas vendas do varejo. Esta espec-





Maceio - terça-feira
8 de maio de 2018

Estado de Alagoas
Unidade Federativa do Brasil

Edição Eletrônica Certificada Digitalmente conforme LEI Nº 7.397/2012

Ano 106 - Número 822

COMPANHIA DE
EDICAÇÃO
IMPRESSÃO E
PUBLICAÇÃO DE
ALAGOAS

Avaliada de forma digital
pela COMISSÃO DE LICITAÇÃO
EDUCAÇÃO IMPRESSÃO E
PUBLICAÇÃO DE ALAGOAS
Data: 2018.05.07
23.66.32-40197

Diário dos Municípios

Prefeitura Municipal de Branquinha

PREFEITURA MUNICIPAL DE BRANQUINHA-AL AVISO DE COTAÇÃO

A Prefeitura Municipal de Branquinha, através do Departamento de compras, informa que está recebendo cotações para o processo abaixo descrito: Processo nº. 4.060/2018; Prazo para envio das propostas: 5 (cinco) dias úteis, a partir desta publicação: Objeto: Registro de preço para futura e eventual contratação de empresa especializada em serviços de Buffet. Maiores informações no endereço: Conjunto Raimundo Nonato, s/n –Branquinha - AL, Fone: (82) 99621-7232 ou pelo e-mail: setordecomprasbranquinha@outlook.com. Branquinha, 07 de Maio de 2018. Vitor Vasconcelos Cerqueira Cavalcante - Diretor do Departamento de Compras.

Prefeitura Municipal de Campo Alegre

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPO ALEGRE AVISOS DE LICITAÇÃO

PROCESSO ADMINISTRATIVO Nº 00227/2018 - EDITAL Nº 003/2018.1 – TOMADA DE PREÇOS – TIPO MENOR PREÇO GLOBAL. OBJETO: Obras de Engenharia – Construção de 01 (uma) Praça Multieventos na Área Urbana do Município de Campo Alegre. Abertura: 23 de maio de 2018, às 09:00h. Local: Sala de Reuniões da Comissão Permanente de Licitação. FUNDAMENTAÇÃO LEGAL: Lei Federal nº 8.666/93, Lei Complementar nº 123/06. INFORMAÇÕES: O edital encontra-se à disposição dos interessados das 08:00 às 11:00 horas na Sede da Comissão Permanente de Licitação situada a Avenida Monsenhor Hildebrando Veríssimo Guimarães, nº 002 – 1º Andar, Centro, Campo Alegre/AL e no site www.campoalegre.al.gov.br. Campo Alegre, 07 de maio de 2018. Thiago Santos Souza. Presidente da CPL

Prefeitura Municipal de Feira Grande

ESTADO DE ALAGOAS PREFEITURA MUNICIPAL DE FEIRA GRANDE AVISO DE ANULAÇÃO

O Prefeito do Município de Feira Grande/AL torna a público a decisão de ANULAR a adjudicação do Item 01 – aquisição de veículo SUV do Pregão Presencial nº 11/2018, que tem por objeto a eventual e futura aquisição de veículos, por fundamento no art. 49, caput da Lei nº 8.666/93 c/c ao art.9 da Lei Federal nº 10.520/2002, por razões de ilegalidade na adjudicação: veículo Doblo não contem especificação de veículo SUV. Flávio Rangel Apóstolo Lira – Prefeito.

ESTADO DE ALAGOAS PREFEITURA MUNICIPAL DE FEIRA GRANDE AVISO DE REVOGAÇÃO

O Prefeito do Município de Feira Grande/AL torna a público a decisão de REVOGAÇÃO do Pregão Presencial nº 07/2018, que tem por objeto a eventual e futura contratação de empresa de engenharia para prestação de serviços de manutenção predial, por fundamento no art. 49, caput da Lei nº 8.666/93 c/c ao art.9 da Lei Federal nº 10.520/2002, por razões de interesse público: ausência de competitividade. Flávio Rangel Apóstolo Lira – Prefeito.

Prefeitura Municipal de Limoeiro de Anadia

PREFEITURA MUNICIPAL DE LIMOEIRO DE ANADIA AVISO DE LICITAÇÃO PREGÃO PRESENCIAL Nº 14/2018

OBJETO: contratação de empresa especializada na prestação dos serviços de Buffet para atender o Município de Limoeiro de Anadia. ABERTURA: 21/05/2018, às 09hs:00min. DISPONIBILIDADE DOS EDITAIS E INFORMAÇÕES: sala de licitações, localizada Na praça Romão Gomes, 31, Centro, Limoeiro de Anadia/AL, CEP: 57.260-000, de segunda à sexta-feira das das 8:00 às 12:00 horas, ou por solicitação via e-mail através do endereço eletrônico: licitacaolimoeiro@gmail.com. Limoeiro de Anadia, 08 de maio de 2018. Mikhael Kennedy Falcão Farias Pregoeiro – Portaria nº. 664/2017.

Prefeitura Municipal de Maragogi

PREFEITURA DE MARAGOGI DECISÃO (RECURSOS ADMINISTRATIVOS)

Concorrência nº 01/2018 – Publicidade e Propaganda Institucional. O Prefeito de Maragogi torna público aos interessados a decisão do recurso nos autos do processo em referência. Decisão: Conhecer dos recursos por serem tempestivos; NEGAR PROVIMENTO ao recurso interposto, mantendo-se inalterada a classificação de todas as licitantes. Ao tempo que comunica que a decisão foi RATIFICADA pelo Chefe do Executivo, bem como informamos que os documentos concernentes a proposta técnica (via não identificada) será encaminhada para a Subcomissão Técnica para avaliação. Os autos estão com vistas franqueadas aos interessados na sede da Prefeitura de Maragogi.

Maria Cristina da Costa Wanderley
Presidente CPL

MUNICÍPIO DE MARAGOGI TERMO DE CONVALIDAÇÃO

Considerando as disposições da Lei nº. 8.666/93, especialmente seu artigo 61, parágrafo único, que determina como condição indispensável para a eficácia dos contratos da Administração a providência relativa à publicação resumida do respectivo instrumento;

Considerando o poder-dever da Administração de convalidar os atos que não possuam vícios insanáveis, como os de objeto, motivo e finalidade, nem mesmo prejuízo a direitos de terceiros;

Considerando que não se constata, na ausência de publicação do extrato do contrato, qualquer lesão ao interesse público, uma vez que os respectivos procedimentos transcorreram na forma da lei;

Considerando, ainda, o disposto no art. 55 da Lei nº. 9.784/99 Lei de Processo Administrativo da União, que autoriza a convalidação, pela própria Administração, de atos em que se evidencie não acarretarem lesão ao interesse público nem prejuízo a terceiros, nos quais sejam constatados apenas defeitos sanáveis:

Fica convalidado o ato relativo ao Extrato do Contrato de Adesão da Ata de Registro de Preços, que celebram entre si o Município de Maragogi/AL, e a Empresa NUTRICASH SERVIÇOS LTDA, CNPJ: 42.194.191/0001-10, mediante cláusulas e condições da Ata de Registro de Preços 001/2017 – Pregão Presencial 003/2017, oriunda da Prefeitura Municipal de Curaçá/BA, devendo ocorrer as suas respectivas publicações, na forma da Lei nº. 8.666/93, convalidação esta, respaldada nos princípios da Administração Pública e na Lei Federal nº. 9.784/99, visto que não se verifica lesão ao interesse público nem prejuízo a terceiros, sendo o vício sanável na forma da lei.

Publicado por:
Claudia Kelly Azevedo da Silva
Código Identificador:0389D2A8

**SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
PREGÃO PRESENCIAL Nº 020/2018**

OBJETO: Registro de Preços para futura e eventual aquisição de Fraldas Descartáveis para os alunos matriculados nas as Creches da Rede Municipal de Ensino.

ABERTURA: 19 de junho de 2018, às 16:30h (horário local).

INFORMAÇÕES: informações disponíveis no Prédio da Prefeitura Municipal de Jaramataia, situado na Rua Professor Deraldo Campos, 209, Centro, das 8:00 às 14:00 horas, ou através do e-mail licitacaojaramataia@gmail.com.

Jaramataia, 05 de junho de 2018.

GIVALDO INACIO DOS SANTOS
Pregoeiro

Publicado por:
Claudia Kelly Azevedo da Silva
Código Identificador:59CBD2CF

**SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
PREGÃO PRESENCIAL Nº 021/2018**

OBJETO: Preços para futura e eventual contratação de empresa especializada no fornecimento de Gêneros Alimentícios, destinados a Merenda Escolar.

ABERTURA: 22 de junho de 2018, às 14:30h (horário local).

INFORMAÇÕES: informações disponíveis no Prédio da Prefeitura Municipal de Jaramataia, situado na Rua Professor Deraldo Campos, 209, Centro, das 8:00 às 14:00 horas, ou através do e-mail licitacaojaramataia@gmail.com.

Jaramataia, 05 de junho de 2018.

GIVALDO INACIO DOS SANTOS
Pregoeiro

Publicado por:
Claudia Kelly Azevedo da Silva
Código Identificador:E9850D3F

**ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE JEQUIÁ DA PRAIA**

**COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
RETIFICAÇÃO DE PUBLICAÇÃO**

No dia 15 de Maio de 2018 na pagina 7 do Diário Oficial dos Municípios Alagoano, no extrato da ata de registro de preços 15/2018 - PP 11/2018. ONDE-SE-LE: R\$ 42.309,80 (quarenta e dois mil trezentos e onove reais e oitenta centavos) LEA-SE: R\$ 40.811,80 (quarenta mil oitocentos e onze reais e oitenta centavos).

Publicado por:
Jose Fabiano da Silva Santos
Código Identificador:2487C856

**COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO
RETIFICAÇÃO DE PUBLICAÇÃO**

No dia 15 de Maio de 2018 na pagina 6 do Diário Oficial dos Municípios Alagoano, no extrato da ata de registro de preços 14/2018 - PP 11/2018. ONDE-SE-LÊ: R\$ 231.048,00 (duzentos e trinta e um mil, quarenta e oito reais) LEA-SE: R\$ 230.174,00 (duzentos e trinta mil, cento e setenta e quatro reais).

Publicado por:
Jose Fabiano da Silva Santos
Código Identificador:C875C1A7

**ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE LAGOA DA CANOA**

**COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES
AVISO DE LICITAÇÃO**

A PREFEITURA MUNICIPAL DE LAGOA DA CANOA torna público aos interessados a realização da licitação na modalidade Pregão Presencial - SRP de Nº 015/2018 – 2ª chamada, do tipo menor preço por item. Objeto: registro de preços para futuras e eventuais aquisições de materiais esportivos. Data/Hora: 26 de junho de 2018, as 09h00min. O edital do processo encontra-se a disposição dos interessados no site: <http://www.lagoadacanoa.al.gov.br/>. Informações através do email: cpl.canoa@gmail.com.

Lagoa da Canoa, 05 de junho de 2018.

LUCIVAN ALEXANDRINO DE BARROS
Pregoeiro



Publicado por:
Lucivan Alexandrino de Barros
Código Identificador:3E021FAB

**COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES
AVISO DE LICITAÇÃO**

A PREFEITURA MUNICIPAL DE LAGOA DA CANOA torna público aos interessados a realização da licitação na modalidade Pregão Presencial - SRP de Nº 016/2018 – 2ª chamada, do tipo menor preço por item. Objeto: registro de preços para futuras e eventuais aquisições de ferramentas diversas e outros itens correlatos. Data/Hora: 26 de junho de 2018, as 13h00min. O edital do processo encontra-se a disposição dos interessados no site: <http://www.lagoadacanoa.al.gov.br/>. Informações através do email: cpl.canoa@gmail.com.

Lagoa da Canoa, 05 de junho de 2018.

LUCIVAN ALEXANDRINO DE BARROS
Pregoeiro

Publicado por:
Lucivan Alexandrino de Barros
Código Identificador:6E8E4DEB

**ESTADO DE ALAGOAS
PREFEITURA MUNICIPAL DE MARAGOGI**

**GABINETE DO PREFEITO
CONVOCAÇÃO CONCORRÊNCIA 001/2018**

Convocamos as empresas licitantes do processo CONCORRÊNCIA Nº 01/2018 - TIPO MELHOR TÉCNICA, que tem como objeto a Contratação de agência de propaganda para prestação de serviços de publicidade, propaganda e marketing, abrangendo trabalhos de criação, produção gráfica, reprodução e veiculação de programas e campanhas publicitárias em mídias faladas e escritas, e de comunicação dirigida, publicação legal, de caráter informativo, educativo e de orientação social à comunidade, em conformidade com o projeto básico dispostos no Anexo I do Edital, para a continuidade do referido processo, definindo a data de 08 de junho de 2018 às 14:30 hs na sala de reuniões da Comissão Permanente de Licitações do município de Maragogi-AL, situada na PRAÇA GUEDES DE MIRANDA, 30 – Bairro do Centro - Maragogi – Alagoas.

Maragogi-AL, 05 de junho de 2018

FERNANDO RÉGIS AZEVEDO VIANA
Pregoeiro Oficial

MARIA CRISTINA COSTA WANDERLEY
Presidente da CPL

[Handwritten marks in blue ink, possibly initials or symbols]

[Red handwritten mark]



[Vertical handwritten text on the right edge of the page]

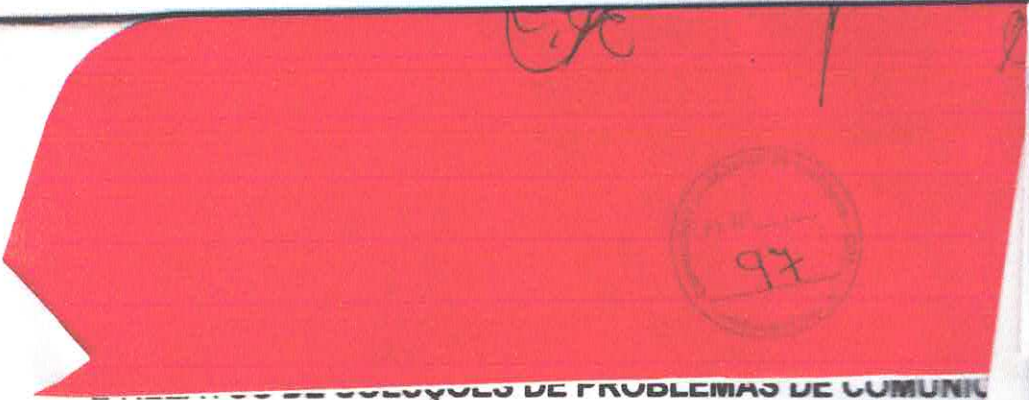




Comunicação

Labox Comunicação Estratégica LTDA-ME - CNPJ 11.653.365/00

Concorrência nº 01/2018



SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNIC

PREFEITURA MUNICIPAL DE MARAGOGI - ALAGOAS
CONCORRÊNCIA Nº 01/2018

MINDÉLLO E ASSOCIADOS COMUNICAÇÃO LTDA
CNPJ - 02.250.445/0001-11

**À COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÕES DO
MUNICÍPIO DE MARAGOGI**

ENVELOPE Nº 3

**PROPOSTA TÉCNICA - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO
REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS
DE COMUNICAÇÃO**

**NOVAGENCIA PROPAGANDA LTDA
CNPJ.: 04.668.053/0001-36**

CONCORRÊNCIA Nº 001/2018



Av. da Paz, 1864 - Sala 605
Empresarial Terra Brasilis - Centro
CEP: 57020 - 440
82 3313.8066



REPERTÓRIO

[Handwritten signatures and initials in blue ink]



Av. da Paz, 1864 - Sala 605
Empresarial Terra Brasilis - Centro
CEP: 57020 - 440
82 3313.8066



Agência: Labox Comunicação Estratégica
Cliente: Prefeitura Municipal de Marechal Deodoro
Título: Furto de água é crime
Peça: Outdoor
Data de produção: 18/04/2017
Período de veiculação: 24/04/2017 até dias atuais.
Veículo: Outdoor próprio do anunciante
Praça: Marechal Deodoro
Dimensões: 9x3m

Problema a ser resolvido: A administração do Serviço Autônomo de Água e Esgoto, órgão vinculado à Prefeitura Municipal de Marechal Deodoro, identificou um elevado número de usuários furtando água através de ligações clandestinas – popularmente, “gato de água” – e apontou a necessidade de criação de campanha para conscientizar quanto à ilegalidade da prática.

FURTO DE ÁGUA É CRIME
SEJA HONESTO. PAGUE PELO SEU CONSUMO E DENUNCIE GATOS.

Só com pessoas conscientes
Marechal Deodoro cresce.

DENUNCIE:
(82) 3263.2638
HORÁRIO DE ATENDIMENTO
SEG A SEX - 8H ÀS 12H E 13H ÀS 17H

NASCE uma nova
Marechal

SAAE

www.marechaldeodoro.al.gov.br

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

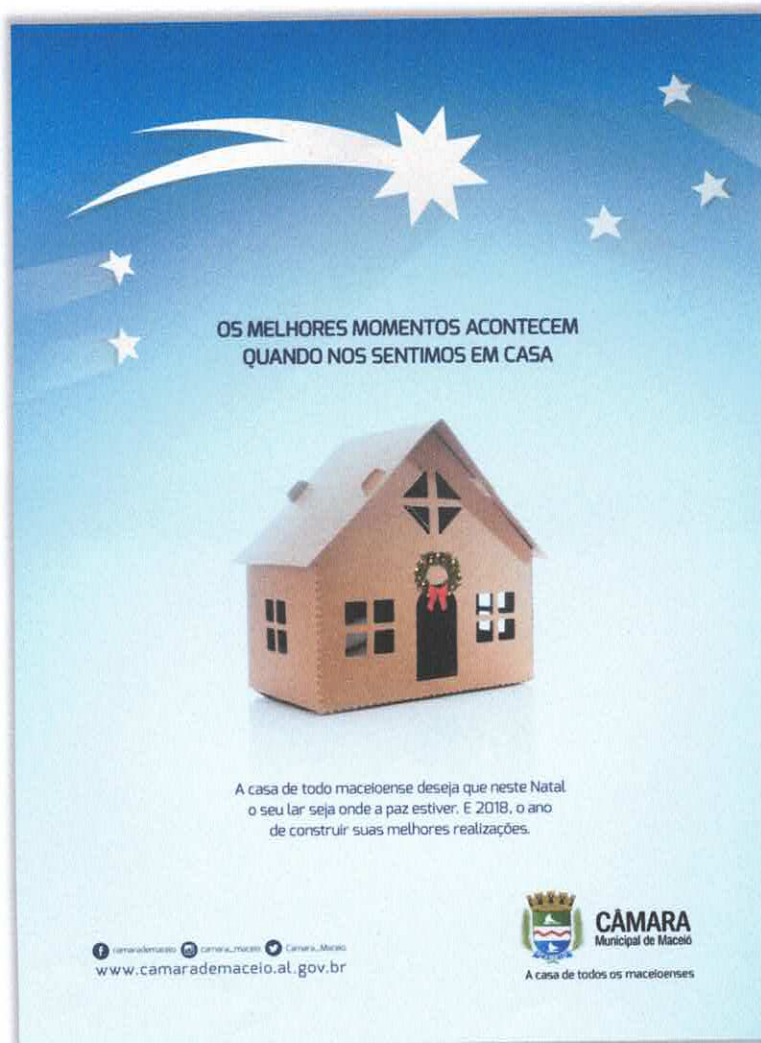


Av. da Paz, 1864 - Sala 605
Empresarial Terra Brasilis - Centro
CEP: 57020 - 440
82 3313.8066

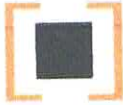


Agência: Labox Comunicação Estratégica
Cliente: Câmara Municipal de Maceió
Título: Natal Câmara
Peça: Anúncio de revista - Página inteira
Data de produção: 13/12/2017
Período de veiculação: 22/12/2017
Veículo: Revista Construção Civil & Mercado Imobiliário
Praça: Alagoas
Dimensões: 22x30,5cm

Problema a ser resolvido: Com o slogan é "A casa de todos os maceioenses", a Câmara Municipal de Maceió pretendia desejar aos leitores boas festas de fim de ano de forma leve e suave, através de um anúncio institucional que não precisasse evidenciar os recorrentes temas políticos trabalhados no transcorrer do ano.



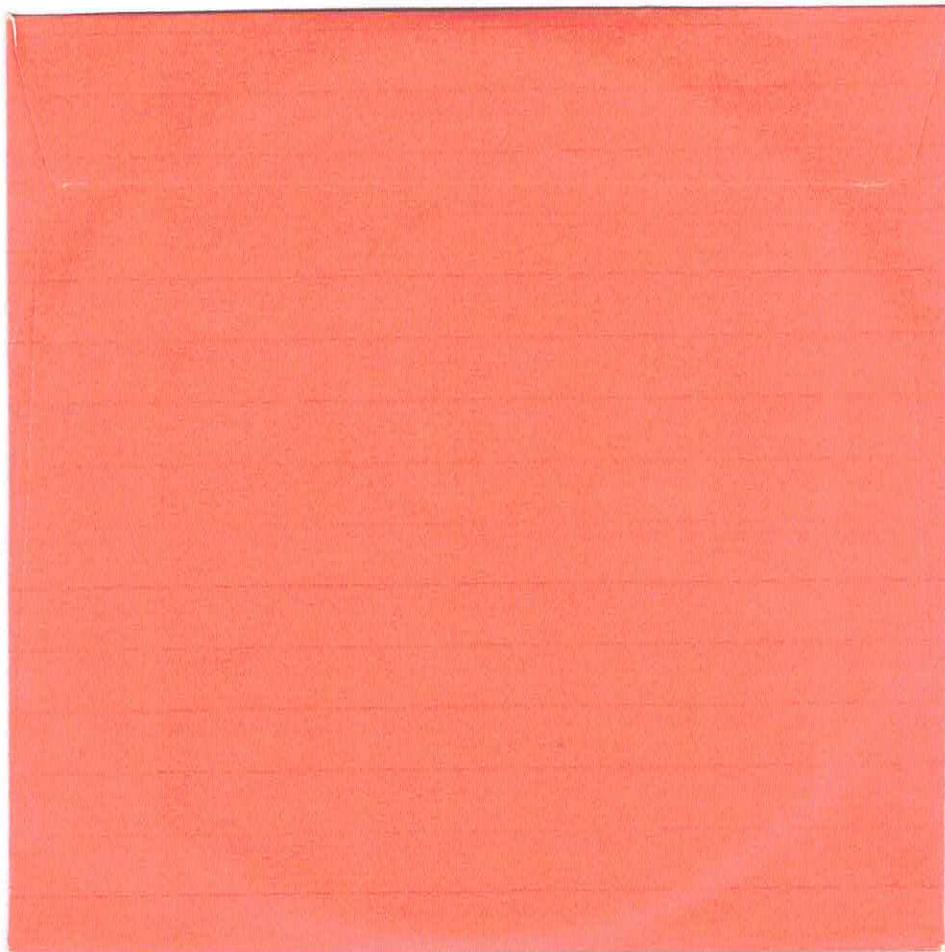
Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature at the top right and several smaller ones below it.



Av. da Paz, 1864 - Sala 605
Empresarial Terra Brasilis - Centro
CEP: 57020 - 440
82 3313.8066



Agência: Labox Comunicação Estratégica
Cliente: Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Alagoas
Título: Profissional certo
Peça: VT
Data de produção: 04/07/2017
Período de veiculação: 09/07/2017 a 19/07/2017
Veículo: TV Gazeta
Praça: Alagoas
Dimensões: 30 segundos
Problema a ser resolvido: Apontar a necessidade da contratação de profissionais habilitados pelo Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Alagoas para realização de trabalhos por ele homologados, como construções, reformas, instalações elétricas, projetos agrícolas, entre outros.



Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large 'P' and '1970', and a signature at the bottom right.

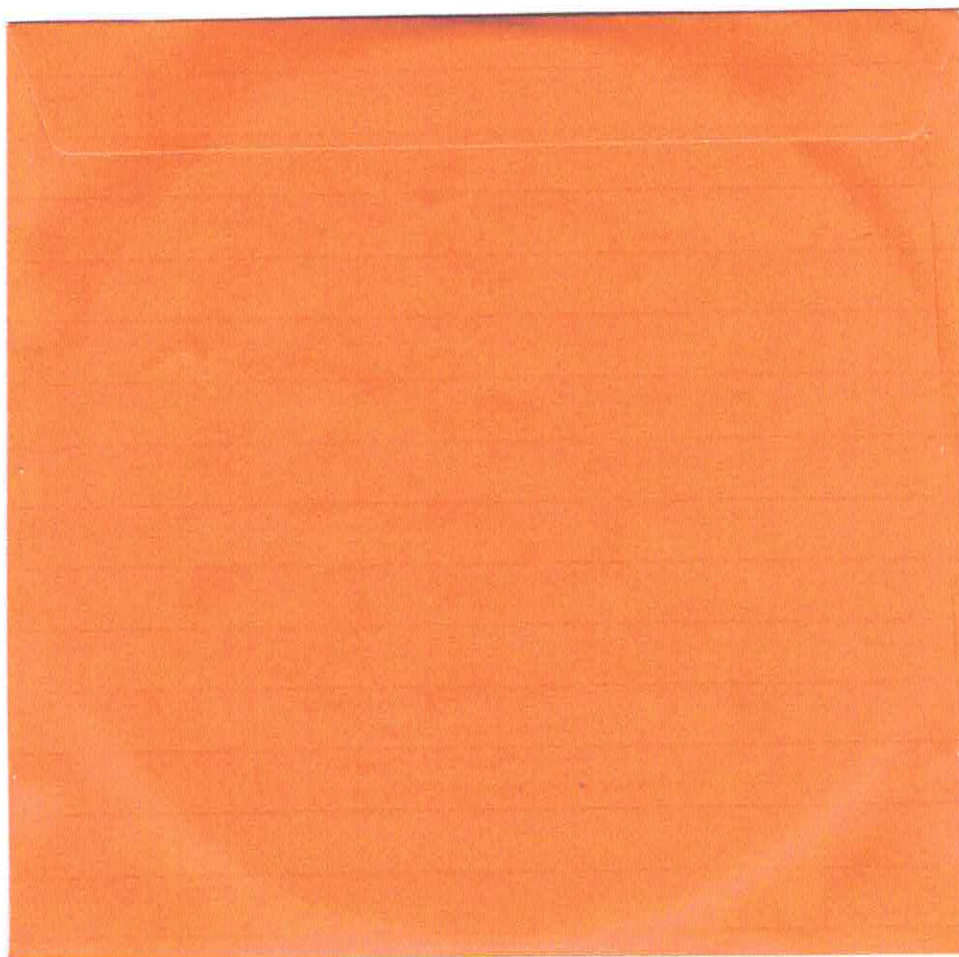
Handwritten signature in blue ink.



Av. da Paz, 1864 - Sala 605
Empresarial Terra Brasilis - Centro
CEP: 57020 - 440
82 3315.8066



Agência: Labox Comunicação Estratégica
Cliente: Prefeitura de Traipu
Título: Prestação de contas final
Peça: VT/Clipe para redes sociais
Data de produção: Dezembro de 2016, incluindo imagens de banco.
Período de veiculação: 31/12/2016 (publicação)
Veículo: Facebook e Instagram
Praça: Estimulado para Traipu, Arapiraca, Maceió e Girau do Ponciano.
Dimensões: 60 segundos
Problema a ser resolvido: Apresentar resumo das obras e trabalhos realizados durante o ano de 2016, de forma a realçar o orgulho de ser munícipe de Traipu.



[Handwritten signature]
[Handwritten signature]

[Handwritten signature]
[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



Av. da Paz, 1864 - Sala 605
Empresarial Terra Brasilis - Centro
CEP: 57020 - 440
82 3313.8066



Agência: Labox Comunicação Estratégica

Cliente: Escola de idiomas Unilínguas

Título: Dê voz

Peça: Outbus

Data de produção: 08/12/2016

Período de veiculação: 26/12/2016 a 26/01/2017

Veículo: Rota Mídia Exterior

Praça: Maceió

Dimensões: 225x97cm

Problema a ser resolvido: A escola pretendia captar novos alunos, desmistificando a ideia de que os cursos de línguas estrangeiras são complexos e difíceis de aprender, realçando que, ao contrário, todos são aptos a aprender novos idiomas.



Handwritten signatures in blue ink.



Av. da Paz, 1864 - Sala 605
Empresarial Terra Brasilis - Centro
CEP: 57020 - 440
82 3313.8066



Agência: Labox Comunicação Estratégica

Cliente: Cimento Zumbi

Título: Mais força e resistência na sua obra

Peça: VT

Data de produção: 03/01/2017

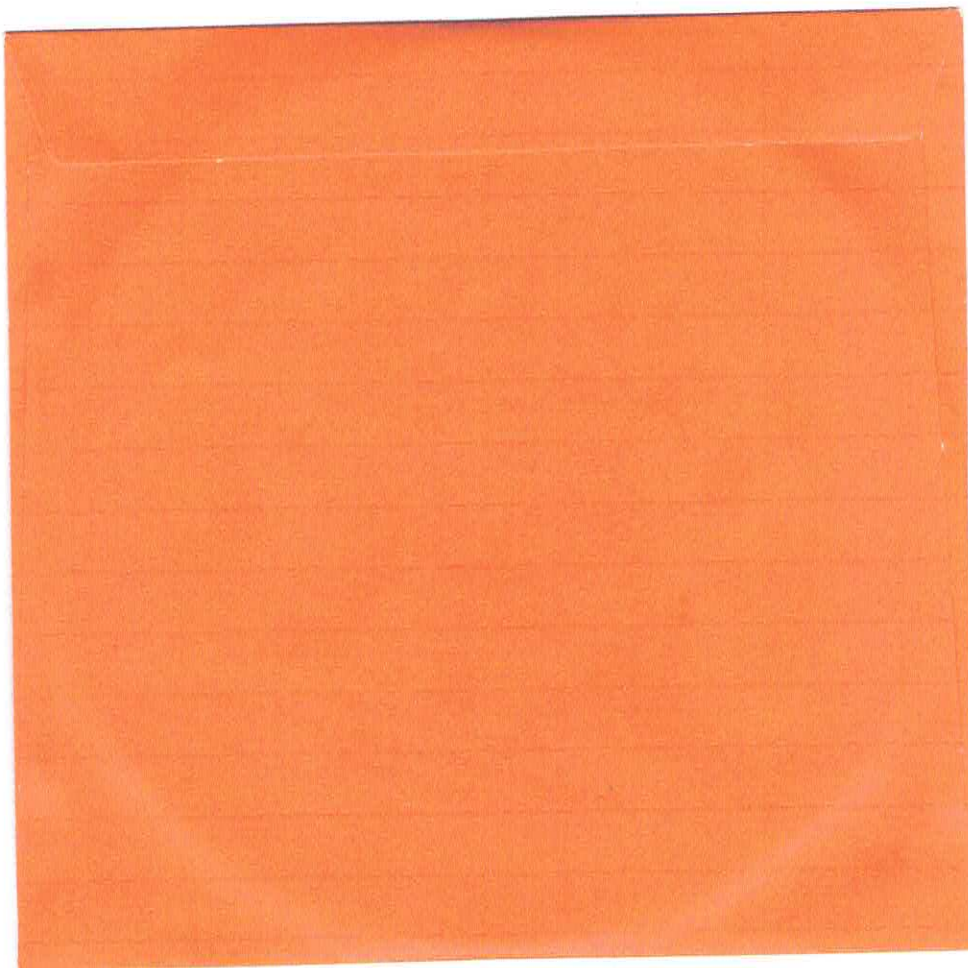
Período de veiculação: 16/01/2017 a 08/02/2017

Veículo: TV Pajuçara

Praça: Alagoas

Dimensões: 30 segundos

Problema a ser resolvido: Lançar a empresa Cimento Zumbi no mercado alagoano, dando destaque ao cimento do tipo CP IV, produto carro-chefe, mas também apresentando outros produtos ofertados.



Handwritten signatures and initials in blue ink, including a circled 'D' and a signature that appears to be 'Zumbi'.



Av. da Paz, 1864 - Sala 605
Empresarial Terra Brasilis - Centro
CEP: 57020 - 440
82 3313.8066



Maceió, 05 de março de 2018.

Gustavo Moreno Borlido de Castro Reis
Sócio-administrador
CPF 287.814.648-43
RG 23.409.565-9 SSP/SP



Av. da Paz, 1864 - Sala 605
Empresarial Terra Brasilis - Centro
CEP: 57020 - 440
82 3313.8066



RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO



UNILÍNGUAS – É fácil reconhecer um clássico.

Cenário:

A Unilínguas surgiu como uma cooperativa de ensino de idiomas formada por professores e ex-professores da Casa de Cultura Britânica, instituição de ensino vinculada à Universidade Federal de Alagoas (Ufal). Em função disso, apesar de nova, a empresa já possuía em seu quadro profissionais com mais de trinta anos de experiência, reconhecimento e renome na cidade. A escola de idiomas oferecia cursos para todas as idades e já possuía um número razoável de alunos, mas ainda necessitava consolidar o seu nome para conseguir ampliar o número de matrículas.

Problema de Comunicação:

Reconhecida e bem conceituada entre os ex-alunos de seus fundadores, a Unilínguas ainda era pouco conhecida pelo público geral de Maceió como uma das melhores opções da cidade para o aprendizado de um novo idioma. Um dos problemas identificados era o desconhecimento da origem da empresa e, conseqüentemente, de seu quadro profissional. A escola nunca havia feito nenhum tipo de campanha publicitária para fortalecer o seu nome e expandir o seu público.

Solução:

Após estudar e avaliar a situação, percebemos que o devido ao histórico e ao reconhecimento de seus fundadores a escola já surge com muito prestígio em Maceió. Baseado nisto, a Labox elaborou a campanha “É fácil reconhecer um clássico!”, a qual mostra, através de elementos que representam ícones da cultura inglesa, que a Unilínguas, apesar de ser nova, já surgia como um “clássico”, isto é, como um ícone no ensino de idiomas na cidade.

As mídias escolhidas para integrar a campanha foram outbus, redes sociais (Facebook) e spot de rádio. O outbus foi escolhido porque é uma mídia que circula por toda a cidade e as linhas de ônibus escolhidas se adequam ao target da instituição, trazendo grande retorno. O rádio foi escolhido pois é uma mídia que possui baixo custo e permite um grande alcance. Além disso, as rádios selecionadas para veiculação possuem caráter jovem e “descolado”, perfil similar ao da escola. E, por fim, as publicações no Facebook permitiram um contato direto com o público alvo, mantendo-os informado dos prazos de matrícula, preços e outras informações relevantes, com uma linguagem informal e divertida.

Resultados:



Av. da Paz, 1864 - Sala 605
Empresarial Terra Brasilis - Centro
CEP: 57020 - 440
82 3313.8066



No primeiro dia de campanha, o site da escola teve 600 cliques a mais do que a média comum e, no decorrer do mês, a Unilínguas obteve grande sucesso no número de matrículas, atingindo a capacidade máxima em todas as suas turmas.

Reconheço a veracidade deste case storie,

Liz Toledo Lima de Aguiar
Presidente

Unilínguas Alagoas Escola de Línguas Modernas LTDA-EPP



Av. da Paz, 1864 - Sala 605
Empresarial Terra Brasilis - Centro
CEP: 57020 - 440
82 3313.8066



Cliente: Unilínguas
Título: É fácil reconhecer um clássico!
Peça: Outbus
Período de veiculação: 07/07/2015 a 02/08/2015
Veículo: Rota Mídia Exterior
Praça: Maceió
Dimensões: 225x97cm



Handwritten signatures and initials in blue ink, including 'SFB', 'K', and others.



Av. da Paz, 1864 - Sala 605
Empresarial Terra Brasilis - Centro
CEP: 57020 - 440
82 3313.8066



Cliente: Unilínguas

Título: É fácil reconhecer um clássico!

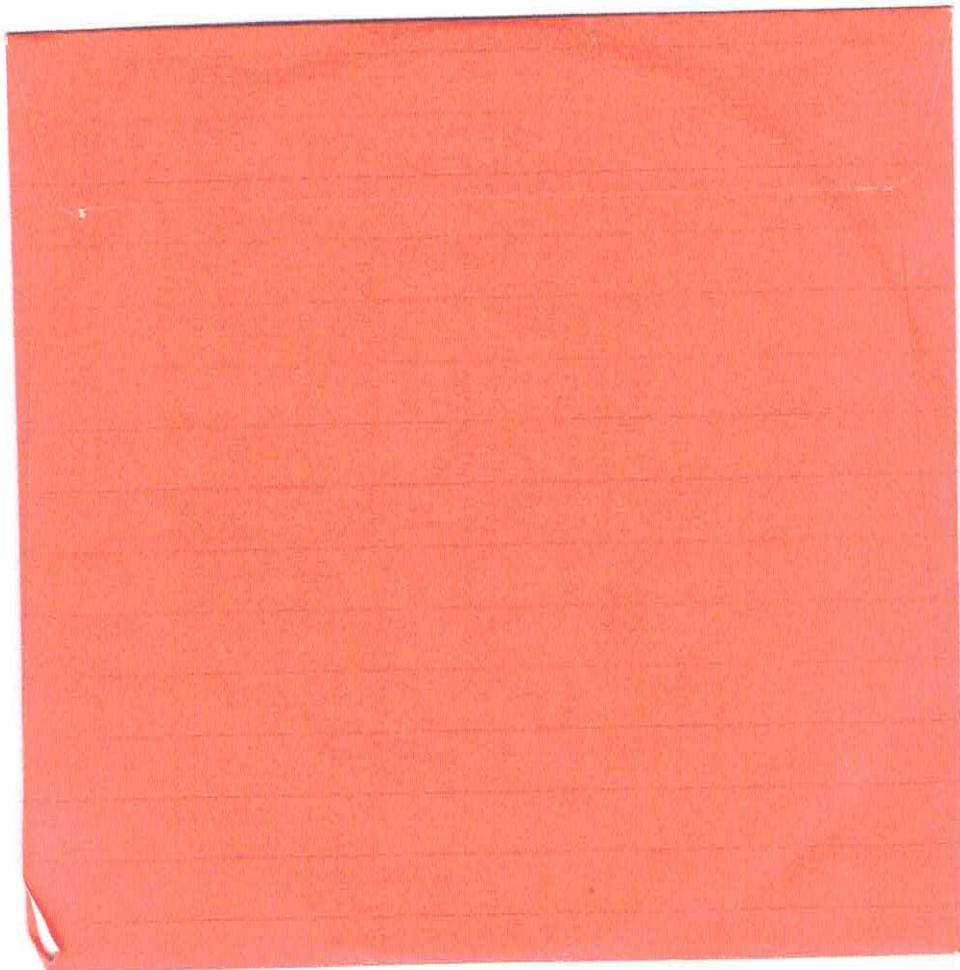
Peça: Spot

Período de veiculação: 02/07/2015 a 20/07/2015

Veículo: Educativa FM, Rádio Farol e Rádio Jovem Pan.

Praça: Maceió

Dimensões: 30 segundos



[Handwritten signatures and initials in blue ink]



PREFEITURA DE PALMEIRA DOS ÍNDIOS – Palmeira 125 Anos

Cenário:

A Prefeitura Municipal de Palmeira dos Índios, localizada a 135 km de Maceió, na região do Agreste, comemorou seus 125 anos de emancipação política no dia 20 de agosto de 2014. Mesmo sendo um dos municípios mais antigos do Estado de Alagoas, não conseguiu manter o ritmo de desenvolvimento. Há alguns anos a prefeitura tem retomado o crescimento econômico, bem como sua influência política na região. Uma campanha publicitária de aniversário deve, além de comemorar a data, ressaltar a volta do ritmo de desenvolvimento e crescimento da região.

Problema de comunicação:

A administração municipal identificou que as melhorias realizadas na cidade não eram percebidas pela população e, conseqüentemente, não se refletiam em sua autoestima. Isso estaria acontecendo justamente por causa do período de baixo desenvolvimento vivenciado pelo município em anos anteriores. A Prefeitura, então, viu a necessidade de mostrar os investimentos que vem sendo realizados na cidade, com o intuito de recuperar o orgulho de ser um cidadão palmeirense.

Solução:

Após analisar as informações repassadas pelo cliente, incluindo suas pretensões, a campanha proposta buscou utilizar a data do aniversário de emancipação da cidade como gatilho para uma campanha de valorização do munícipe e recuperação de autoestima. O período festivo foi reconhecido como propício para o melhor recebimento da mensagem, haja visto que a data da emancipação política é comemorada anualmente e lembrada pelos cidadãos. O slogan “Palmeira, terra boa de viver” foi, então, criado com o objetivo de passar duas mensagens:

a) o município voltou a se desenvolver, valorizando o trabalho realizado pela administração;

b) o habitante de Palmeira dos Índios é privilegiado por morar em uma cidade cultural e historicamente rica e que reencontrou o caminho do crescimento econômico.

Para tal, foram produzidos anúncios de uma página e meia página para jornal, além de um jingle e um VT de 30”. A campanha foi veiculada nos dias que antecederam e sucederam a data da emancipação, em nível local e estadual.

As peças gráficas apresentavam as melhorias realizadas pela administração em diversos setores – saúde, educação, infraestrutura, comércio –, bem como reafirmavam a cultura e o dia-a-dia local, com recortes do Cristo Goiti (monumento icônico da cidade), a Casa-museu de Graciliano Ramos e paisagens da zona rural.

O jingle e o VT completaram a campanha, descrevendo os investimentos realizados no município, como a construção de casas populares, maior número de atendimentos médicos e a valorização do trabalhador. Isso justificou porquê é um privilégio morar em Palmeira dos Índios e porquê a cidade é uma “terra boa de viver”.

Resultados:



A campanha foi bem recebida pelo cliente e pela população de Palmeira dos Índios, tendo atingido o objetivo de valorizar a cultura e o povo local, além de comemorar o aniversário de emancipação da cidade. O jingle passou a ser utilizado como trilha das demais peças audiovisuais da prefeitura e o slogan constantemente lembrado pela população. O sucesso da campanha fez extrapolar a data do aniversário, transformando-a em uma campanha contínua e base para demais materiais publicitários adotados pela Prefeitura.

Reconheço a veracidade deste Case Storie;

Cesar Henrique de França Romeiro
Jornalista – Diretor de Comunicação
Prefeitura Municipal de Palmeira dos Índios



Av. da Paz, 1864 - Sala 605
Empresarial Terra Brasilis - Centro
CEP: 57020 - 440
82 3313.8066



Cliente: Prefeitura Municipal de Palmeira dos Índios

Título: Palmeira 125 Anos

Peça: ½ página de jornal

Período de veiculação: 17/08/2014

Veículo: Gazeta de Alagoas

Praça: Alagoas

Dimensões: 25,5x25,2cm

Palmeira,
terra boa de viver.

125
Anos

Vivendo um novo tempo de desenvolvimento e cheia de motivos para comemorar, Palmeira dos Índios completa mais um ano de história.
Dia 20 de Agosto. Parabéns, terra boa de viver!

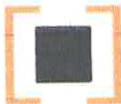
 **PALMEIRA DOS ÍNDIOS**
PREFEITURA
PALMEIRA DESENVOLVIDA. CIDADÃO VALORIZADO

Av. da Paz, 1864 - Sala 605
Empresarial Terra Brasilis - Centro
CEP: 57020 - 440
82 3313.8066



Cliente: Prefeitura Municipal de Palmeira dos Índios
Título: Palmeira 125 Anos
Peça: VT
Período de veiculação: 22/08/2014 a 23/08/2014
Veículo: TV Gazeta
Praça: Alagoas
Dimensões: 30 segundos

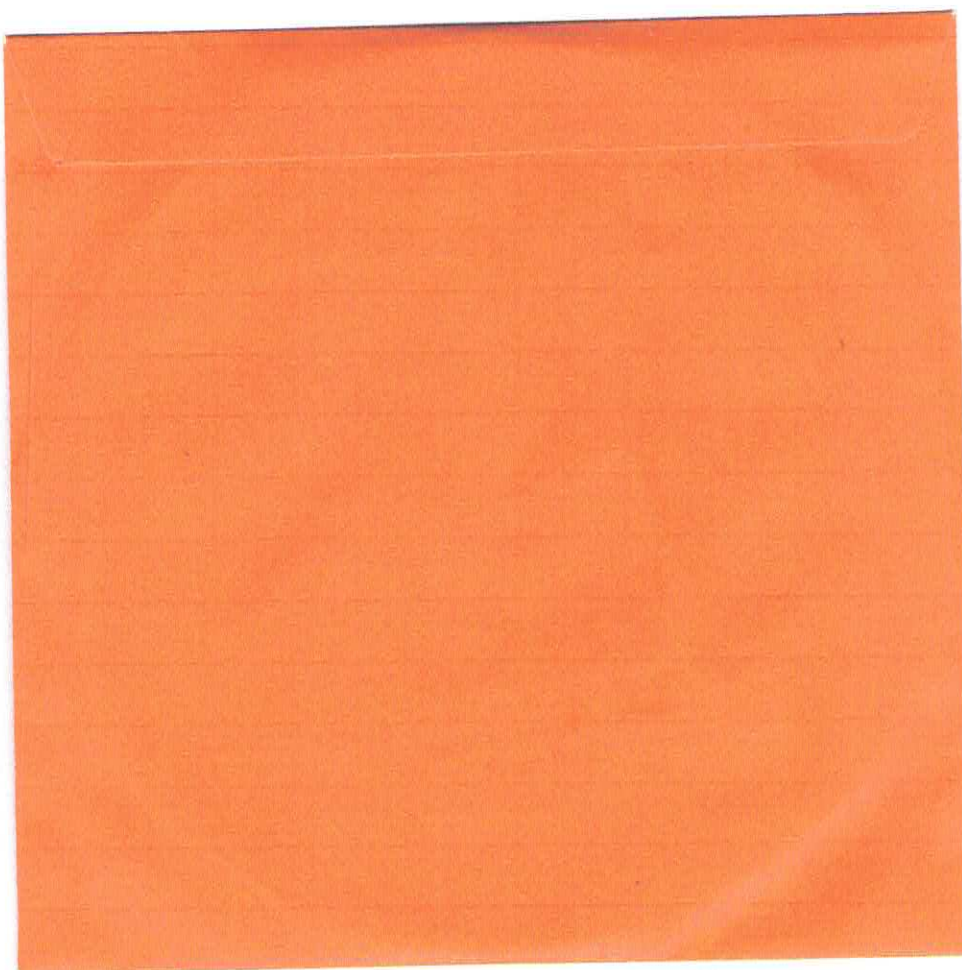




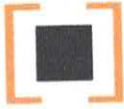
Av. da Paz, 1864 - Sala 605
Empresarial Terra Brasilis - Centro
CEP: 57020 - 440
82 3313.8066



Cliente: Prefeitura Municipal de Palmeira dos Índios
Título: Palmeira 125 Anos
Peça: Jingle
Período de veiculação: 01/08/2014 a 31/08/2014
Veículo: Rádio Palmeira FM e Rádio Farol FM Palmeira
Praça: Palmeira dos Índios e região
Dimensões: 30 segundos



(Handwritten signatures and initials in blue ink)



Av. da Paz, 1864 - Sala 605
Empresarial Terra Brasilis - Centro
CEP: 57020 - 440
82 3313.8066



Maceió, 05 de março de 2018.

Gustavo Moreno Borlido de Castro Reis
Sócio-administrador
CPF 287.814.648-43
RG 23.409.565-9 SSP/SP



Av. da Paz, 1864 - Sala 605
Empresarial Terra Brasilis - Centro
CEP: 57020 - 440
82 3313.8066



CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

[Handwritten signatures and initials in blue ink]



I – RELAÇÃO NOMINAL DOS PRINCIPAIS CLIENTES

A Labox Comunicação Estratégica LTDA-ME, até a data de apresentação desta proposta, atende os seguintes clientes:

- 1. FACIMA (Faculdade da Cidade de Maceió)**
Ramo de atividade: Instituição de ensino superior.
Início do atendimento: março de 2010.
- 2. FAA (Faculdade Alagoana de Administração)**
Ramo de atividade: Instituição de ensino superior.
Início do atendimento: novembro 2012.
- 3. Prefeitura Municipal de Palmeira dos Índios/AL**
Ramo de atividade: Poder Público – Prefeitura Municipal.
Início do atendimento: maio de 2014.
- 4. Unilínguas**
Ramo de atividade: Escola de idiomas
Início do atendimento: junho de 2015.
- 5. Prefeitura Municipal de Marechal Deodoro/AL**
Ramo de atividade: Poder Público – Prefeitura Municipal.
Início do atendimento: dezembro de 2015.
- 6. Cimento Zumbi – Indústria de Cimentos de Alagoas LTDA**
Ramo de atividade: Indústria.
Início do atendimento: março de 2016.
- 7. Casa Cor Alagoas**
Ramo de atividade: Mostra permanente de arquitetura e design.
Início do atendimento: setembro de 2016.
- 8. Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Alagoas**
Ramo de atividade: Conselho profissional.
Início do atendimento: maio de 2017.
- 9. Câmara Municipal de Maceió**
Ramo de atividade: Poder Público – Câmara Municipal.
Início do atendimento: julho de 2017.
- 10. Prefeitura Municipal de Canapi**
Ramo de atividade: Poder Público – Prefeitura Municipal.
Início do atendimento: setembro de 2017.



II - QUANTIFICAÇÃO E QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL

Os seguintes profissionais estão à disposição para execução do contrato referente à esta proposta:

1. ATENDIMENTO, ESTUDO E PLANEJAMENTO:

- a) Gustavo Moreno Borlido de Castro Reis
Atendimento, estudo e planejamento. É graduado em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela Faculdades Integradas Alcântara Machado (Fiam). Atuou em rádio, como repórter na Bandeirantes AM e Rádio 2 Comunicação. Possui experiência de 14 anos de atendimento de contas públicas, incluindo prefeituras municipais e governo estadual. Coordenação de publicidade de campanhas políticas em Diadema, Pouso Alegre, Mariana, Maceió, além da coordenação do núcleo de rádio de campanha presidencial em 2002.
- b) Victor Avner Crisóstomo Taboza
Atendimento, estudo e planejamento. Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal de Alagoas (Ufal). Pós-graduando em MBA em Propaganda, Marketing e Comunicação Integrada, pelo Centro Universitário Maurício de Nassau. Trabalha na área desde 2008, tendo sido estagiário de produção da TV Maceió e estagiário no Jornal Extra de Alagoas. Atuou profissionalmente como repórter do Jornal Extra de Alagoas e da Tribuna Independente. Foi assessor de comunicação na Câmara Federal, no gabinete do deputado federal Givaldo Carimbão. Entre janeiro de 2013 e outubro de 2015 exerceu a função de Secretário Municipal de Comunicação na Prefeitura Municipal de Traipu/AL.
- c) Bruno Félix de Vasconcelos
Assistente de Atendimento. Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pelo Centro Universitário Cesmac. Atuou como estagiário no Departamento de Marketing do Centro Universitário Cesmac. Trabalhou na assessoria de comunicação do deputado estadual Ronaldo Medeiros. Bolsista do PSIC - Programa Semente de Iniciação Científica. Certificado pelo curso de atualização "Mídia - do planejamento à compra". Formado em inglês pela System Idiomas. Participou em duas edições do Alagoas Social Media e segunda edição da CAITE - Congresso Acadêmico Integrado de Inovação e Tecnologia.
- d) Arconço Teixeira de Assunção Neto
Planejamento de Mídias Sociais. Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pelo Centro Universitário Tiradentes - UNIT/AL. Atuou como estagiário em assessoria de comunicação na empresa UNIT, como jornalista nas empresas Maceio40Graus e Sistema Jornal de Comunicação. Trabalhou como Social Media nas agências Kuka Estratégia, Dux, Plus Agência Digital, Bluebell Design & Comunicação e Mam.bo. Possui cursos de Marketing Digital, Produção de Conteúdo para Web e Neuromarketing.



2. CRIAÇÃO:

a) Carlos Daniel Cavalcante Sarmento
Diretor de arte. Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pela Faculdade Maurício de Nassau. Trabalha na área de comunicação há mais de 10 anos, onde atuou por 2 anos como Assessor de Marketing do Grupo Maikai. Com experiência em Photoshop, Corel Draw e Adobe Illustrator, participou do Flash Camp em 2011 e do Adobe Camp (Illustrator CS5 e Photoshop CS6 avançado e Indesign CS5) em 2013 e Curso no SEBRAE de Design Thinking 2012. Jornada Adobe - Creative Impact 2014. Jornada Adobe Photoshop CC14 Avançado.

b) Joanna Gabriela de Rezende César Lins
Redatora. Graduada em 2007 em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda no Centro Universitário Cesmac. Pós-graduanda em Assessoria de Comunicação e Marketing, também na mesma instituição. Atua como redatora publicitária desde 2008, quando atuou na agência Engenho Publicidade. Posteriormente trabalhou na Agência Um e Chama Publicidade, onde atuou também como diretora de criação. Atendeu clientes como Prefeitura de Maceió, Sebrae Alagoas, Lojas Guido, Casa Vieira, Record Construções, Construtora Delman, Márcio Rapôso Imóveis, entre outros.

c) José Magalhães Carneiro Neto
Diretor de arte. Graduando em Design pela Faculdades Nordeste (Fanor). Trabalha na área de comunicação há mais de 10 anos, passando por várias agências de publicidade em Fortaleza, como G Marketing, antes de se tornar um dos fundadores da Krânio Comunicação. Atendeu a grandes clientes como Planeta Brinquedo, Betânia, Fazauto, Apiguana, Helga Cosméticos, Unimed Ceará, Arena Castelão, Grupo M Dias Branco, entre outros. Experiência em Photoshop, Illustrator, InDesign e ilustração.

d) Lucas Simões da Silva
Diretor de Arte – foco em mídias sociais. Graduando em Publicidade e Propaganda (quarto período) pelo Centro Universitário Tiradentes - UNIT/AL. Atuou como estagiário de Direção de Arte nas agências Overpoint - Soluções Web, In Mídia Comunicação, Sonar Comunicação Integrada, Amarkante Consultoria, Agência COMSAÚDE e Artecetera. Possui cursos de design gráfico.

3. MÍDIA E PRODUÇÃO:

a) Helamã dos Santos Oliveira
Mídia. Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pelo Centro Universitário Tiradentes. cursando MBA em Marketing Estratégico e Varejo na UNIT/AL. Atuou como Jovem Aprendiz na parte de atendimento ao cliente, no Comercial Novo Brasil Atacado Distribuidor; Kiola como estagiário em Assistente em Marketing; Parque Shopping Maceió como estagiário em Marketing; Fios



Beauty Studio como Estagiário em Marketing e logo após, contratado como Assistente de Marketing; Joicomplexx como Representante de Vendas.

b) Priscila Oliveira Gonçalves Lins

Produção RCTV, internet e gráfica. Graduada em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pela Faculdade Mauricio de Nassau - AL. Iniciou seu trabalho na área como estagiaria no marketing da Academia Millenium. Ao terminar a faculdade logo foi contratada para ser Atendimento na agência Fluxo. Logo em seguida, trabalhou na empresa GA Produções, onde seu cargo era de Produtora de Eventos. Seguiu para o Engenho Caraçupe onde trabalhava realizando e tabulando pesquisas de satisfações dos clientes, entre outras funções. Trabalhou na Haus Publicidade, onde fazia o Planejamento de Marketing, Roteiro e Produção em videos para clientes como Sanduba do Careca.

4. ADMINISTRATIVO:

a) Paula de Moraes Cavalcante

Administrativo/RH. Responsável pela área Financeira e Administrativa. Já atuou em áreas de Recursos Humanos na Finestra; e na área vendas da POP Trade; e na recepção e administração do Edifício Work Center. Formada em Recursos Humanos pela FAT, possui curso de Aux. Administrativo, ISO 9001 - Sistema de Gestão da Qualidade e palestras na área de gestão de pessoas pela Faculdade de Tecnologia de Alagoas.



III – INSTALAÇÕES, INFRAESTRUTURA E RECURSOS MATERIAIS

A Labox Comunicação Estratégica LTDA-ME está situada à Avenida da Paz, nº 1864, Terra Brasilis Corporate, sala 605, CEP 57020-440, Centro, Maceió, Alagoas.

Instalações

A agência está em um dos mais novos prédios empresariais de Maceió, na sala com maior metragem do pavimento. Com arquitetura e design de interiores contemporâneo, o espaço é dividido em dois ambientes: área administrativa-financeira e área de execução de trabalhos, que somam 98 m². O primeiro ambiente possui condicionador de ar tipo split, com 12 mil BTUs de potência, e computador e mobiliária adequado para a execução dos serviços. O outro ambiente, a área de execução de trabalhos, possui dois condicionadores de ar do tipo split de 22 mil BTUs e um terceiro condicionador de ar do tipo cassete de 24 mil BTUs. Para dinamizar os trabalhos, toda a equipe executa suas tarefas em uma mesa com 9 m de extensão por 1,5 m de largura, dividida em estações de trabalho. Dessa forma, as atividades diárias funcionam de forma mais fluida e eficiente. A área de execução de trabalhos ainda possui um sistema de portas retráteis que o subdivide o ambiente, criando uma sala de reunião. A sala de reunião possui cerca de 20 m², comporta cinco pessoas e é equipada com uma TV LCD de 42 polegadas e um sistema de áudio digital que funcionam integradamente com computadores para apresentação de campanhas publicitárias. A agência possui oito computadores de última geração, entre PC convencionais e modelos Mac variados da Apple, com programas para a execução das tarefas do setor (Adobe Illustrator, Photoshop, Corel Draw, Premiere, Flash, Microsoft Office, dentre outros), um servidor para armazenamento de arquivos, uma impressora multifuncional Epson e uma impressora multifuncional a laser HP. A agência conta com uma rede interna, controlada por servidor Apple Time Capsule, protegidos contra panes elétricas por um sistema de no-breaks inteligentes e contra a perda acidental de dados por uma agenda de backups.

Rede

A equipe de colaboradores diretos está agrupada em estações informatizadas de trabalho. Todos dispõem, individualmente, dos mais avançados recursos tecnológicos para o cumprimento de suas tarefas. Seus computadores estão interligados on-line. Todo o sistema operacional funciona em tempo real e todos tomam conhecimento dos assuntos da agência e estão aptos a desempenhar e cumprir suas responsabilidades. Toda a infraestrutura existente e os recursos materiais disponíveis, antes de tudo, são considerados instrumentos de apoio e estímulo ao bom desempenho operacional dos colaboradores para alcançar a esperada satisfação dos clientes.

Controladoria

Para a administração e operações de fluxo de caixa, contas a pagar e a receber, a agência Labox Comunicação Estratégica LTDA-ME possui o sistema AgenciaSys / Operand, específico para agências de publicidade.

Equipe



A arquitetura interna da agência propicia a prática do mais autêntico espírito de equipe, uma das filosofias básicas de atuação da Labox Comunicação Estratégica LTDA-ME, compartilham-se problemas e soluções. Mas, principalmente, somam-se sinergia e alegria ao trabalho realizado. Não por eventual modismo da administração contemporânea, mas por propósito e compromisso, busca-se assegurar o máximo de satisfação e realização pessoal a todos os colaboradores. Afinal, não há capital mais relevante para qualquer empresa de prestação de serviços do que seus recursos humanos.

Equipamentos

- 2 (dois) Macbooks Pro, processador Intel Core i5.
- 1 (um) notebook Samsung, processador Intel Core i3, 4GB Ram.
- 2 (dois) notebooks Dell, processador Intel Core i3, 4 GB Ram.
- 2 (dois) notebooks HP, processador Intel i3, 4GB Ram.
- 1 (um) iMac 2.4GHz, Core 2 Duo, 4GB Ram.
- 1 (um) iMac 2.4GHz, Core 2 Duo, 4GB Ram.
- 1 (um) iMac 2.8GHz, Core i5, 8GB Ram.
- 1 (um) iMac 2.8GHz, Core i5, 12GB Ram.
- 1 (um) iMac 3.2GHz, Core i5, 8GB Ram.
- 1 (um) Airport Time Capsule.
- 1 (um) LaCie 5big 20tb Thundebolt 2.
- 1 (uma) impressora HP Laser Jet Pro CM1415fn color.
- 1 (uma) impressora Epson L365.
- 1 (uma) câmera Canon T3i, com cartão SD 32GB Classe 10.
- 1 (uma) câmera GoPro Hero, com cartão SD 16GB Classe 4.
- 1 (uma) câmera GoPro Hero5 Black, com cartão SD 32GB Classe 10.



IV – SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO E PRAZOS

Missão

A LABOX Comunicação Estratégica LTDA - ME tem como missão entender do negócio dos seus clientes de maneira única e profunda, para diferenciação no mercado de agências de publicidade. A relação entre a nossa agência e o cliente busca individualizar e personalizar cada vez mais o atendimento. Para sustentar um modelo que alia a qualidade à agilidade, utilizamos recursos de tecnologia e pesquisa nos departamentos de mídia e planejamento.

Objetivo

Com número restrito de clientes, mantemos essa visão intimista e não sucumbimos ao apelo de crescer, de modo rápido e desordenado, atendendo novas contas, visando apenas ao faturamento. Nem todo cliente se encaixa no perfil de nossa agência. Assim como clientes escolhem agências, também nós escolhemos os clientes que possuem nosso perfil e para o qual investimos todo o nosso esforço na conquista, na satisfação e, sobretudo, no resultado eficiente de nosso trabalho. Treinamos e capacitamos profissionais especificamente para as contas que cada um atende, para que entendam do negócio do cliente, no mínimo, como o próprio cliente.

Sistemática

No nosso modo de entender e operar, o atendimento deve ser exercido por profissionais qualificados. Para isso, Labox Comunicação Estratégica LTDA-ME tem canal de comunicação aberto e direto e dá autonomia para que todo o processo operacional ou decisório seja acompanhado pelo responsável da conta. Esse profissional se dedica a conhecer profundamente o negócio dos seus clientes e, a todo momento, busca identificar oportunidades para a expansão dos seus negócios, para o aperfeiçoamento da prestação de serviços e para a projeção de sua imagem nos meios de comunicação e seus efeitos. A definição estratégica, que nasce de avaliações constantes e de entrevistas em profundidade com os responsáveis, resulta num diagnóstico estratégico que vai culminar no Plano de Ação Mercadológica, que, por sua vez, vai guiar todos os esforços a serem recomendados pela Labox Comunicação Estratégica LTDA - ME.

Operação Interna

A partir desse ponto, e uma vez aprovado o plano, a agência coloca sua equipe a serviço da comunicação do cliente, com dedicação integral e respostas imediatas a cada uma das demandas. A direção de criação supervisiona todos os trabalhos da agência. O início do processo se dá por meio de um briefing do cliente ao profissional de atendimento da agência. Segundo o julgamento do profissional de atendimento, participarão do recebimento desse briefing os representantes de cada área da agência a ser envolvida na execução do trabalho. Após a execução dos estudos das áreas técnicas, como criação, planejamento, construção de plano de mídia, cotações e produção, esse material retorna ao atendimento para a apresentação ao cliente. No caso de aprovação, é solicitado o levantamento dos custos de produção.

[Handwritten signatures and initials in blue ink]



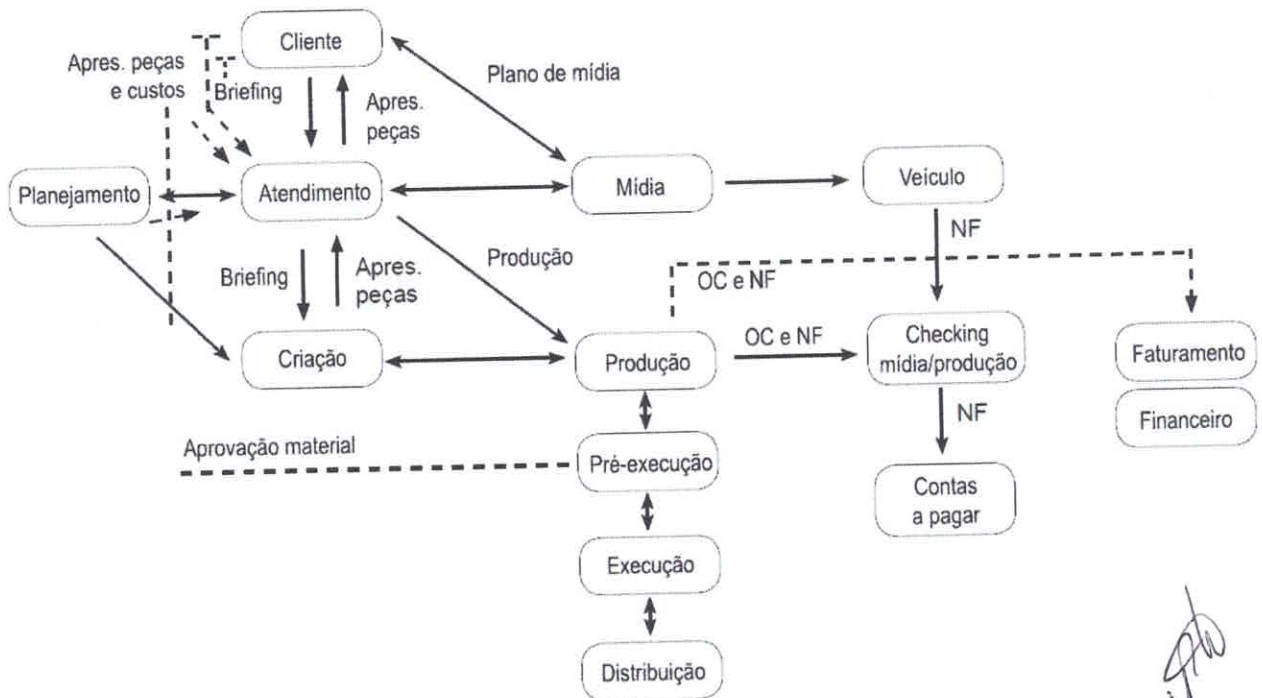
Prazos

Nas situações ordinárias e normais, os seguintes prazos são propostos:

- criação de campanha – 7 dias
- criação de peças avulsas – 2 dias
- elaboração de plano de mídia – 7 dias
- Ajustes/correção no layout de peças – 2 dias

Com o planejamento, visamos minimizar os riscos de procedimentos com improvisações e urgências. No entanto, sempre que isso acontece, estamos preparados para um retorno imediato, sem perda da qualidade do trabalho apresentado. A agência pratica, usualmente, prazos curtos no atendimento às solicitações, e, em muitos casos, elimina-se a etapa de prazo para orçamentos, ou seja, algumas peças criadas muitas vezes já são apresentadas com custos de produção e planejamento para veiculação. Está claro que esse cronograma baseia-se numa média estimada. Serve como parâmetro de prazos em situações normais. A Labox Comunicação Estratégica LTDA-ME já criou e produziu anúncios e folhetos em um único dia. Esses prazos não preveem a realização de pesquisas e pré-testes, que, quando necessários, irão requerer tempo adicional, específico para cada caso.

RESUMO ESQUEMÁTICO



Produção – Pedido de Produção
PI – Pedido de Inserção
OC – Ordem de Compra
NF – Nota Fiscal



A Labox Comunicação Estratégica LTDA-ME utiliza o sistema AgênciaSys/Operand, que gerencia e controla todas as etapas do seu trabalho, desde o pedido até a criação e, finalmente, a emissão de faturas. O sistema, desenvolvido especificamente para agências de propaganda, interliga todos os departamentos da agência em plataforma digital e responde integralmente a todas as necessidades do cliente, tanto no capítulo técnico quanto gerencial. No capítulo financeiro, todo o gerenciamento de compromissos assumidos em nome do cliente é feito automaticamente.



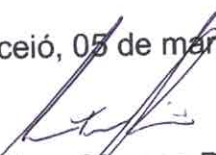
V – INFORMAÇÕES DE MARKETING E COMUNICAÇÃO

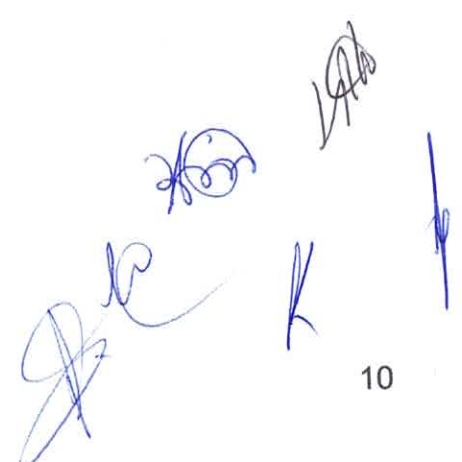
Serão disponibilizadas, sem ônus adicional, as seguintes pesquisas:

- Banco de informações de mídia do CENP (Ibope, IVC, Ipsos Marplan, ComScore, Tendência, Spot, Metamídia e Controle da Concorrência).
- Mídia Dados Brasil 2015 – Grupo de Mídia de São Paulo.
- Mídia Dados Brasil 2016 – Grupo de Mídia de São Paulo.
- Mídia Dados Brasil 2017 – Grupo de Mídia de São Paulo.
- Consumers in the Micro-Moments Brazil Wave 2 (Google, agosto de 2015).
- Pesquisa IBOPE de perfil de público, audiência, participação (TV Gazeta/Globo).
- Pesquisa IBOPE de audiência, *share* e perfil dos telespectadores (TV Alagoas/ SBT).
- Mapa de Cobertura e pesquisa de perfil de público e audiência (TV Pajuçara/ Record).
- Mapa de Abrangência, Tiragem e perfil do leitor (Jornal Tribuna Independente).
- Pesquisa IBOPE, perfil de público, audiência, participação (Jornal Gazeta de Alagoas).
- Mapa de audiência e perfil de público por ponto de veiculação (Elemídia Maceió).
- Relatórios estatísticos de acessos, audiência, perfil comportamento do usuário nos sites: Cada Minuto, Gazeta Web, TNH1, Maceió 40 Graus, Alagoas 24 horas, Primeira Edição, Tribuna Hoje e demais portais de notícias do estado de Alagoas.
- Mapa de cobertura (Rádios Pajuçara FM - Maceió e Arapiraca).
- Pesquisa IBOPE com perfil dos ouvintes e cobertura da rádio (Rádio MIX FM - Maceió).
- Pesquisa IBOPE com perfil dos ouvintes (Rádio Jovem Pan FM - Maceió).
- Pesquisa IBOPE com perfil dos ouvintes e cobertura (Rádios Gazeta AM/FM).
- Pesquisa AUWE Digital/DN+ de audiência nos Cinemas.
- Mapa de Cobertura para veiculação de anúncios em ônibus (ROTA Mídia).
- Pesquisa de perfil de público e distribuição (Revista OUSH Brasil)
- Pesquisas IBOPE para as emissoras Record, Globo e SBT para seleção dos programas mais recomendados de acordo com cada perfil de público.
- Pesquisas relacionadas ao grupo Abril.

Além disso, a Labox Comunicação Estratégica promove – através de checking – avaliação constante dos melhores meios de investimento para o cliente, tanto em relação à mídia quanto à produção, acompanhando concomitantemente os resultados dessas aplicações. Caberá à agência o controle desses investimentos em mídia e produção, bem como os respectivos saldos, para garantir um melhor aproveitamento das verbas alocadas e o provisionamento dos orçamentos dos anos seguintes. É ainda obrigação da agência o levantamento de informações e transmissão para seus departamentos e para os departamentos do cliente envolvidos no processo, em todas as etapas.

Maceió, 05 de março de 2018.


Gustavo Moreno Borlido de Castro Reis
Sócio-administrador
CPF 287.814.648-43
RG 23.409.565-9 SSP/SP



CONCORRÊNCIA – MELHOR TÉCNICA Nº 01/18
QUADRO DE PONTUAÇÃO

Julgamento da VIA NÃO-IDENTIFICADA

SLOGAN: “MARAGOGI - PARAISO DO TURISMO E LAZER”

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA



REFERENCIAS: Pontuação máxima: 65 (sessenta e cinco) pontos, contabilizados a partir da soma dos subquesitos “a”, “b”, “c” e “d”.

a) Raciocínio Básico - acuidade de compreensão:

ITEM	J1	J2	J3	MÉDIA ARITMÉTICA
Das funções e do papel da PREFEITURA nos contextos social, político e econômico	10	9,5	9	9,5
Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PREFEITURA com seu público	9	9	10	9,33
Das características da PREFEITURA e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária	9	9	9	9,0
Sobre a natureza e a extensão do objeto deste edital	9	10	9	9,33
Do problema específico de comunicação a ser enfrentado pela PREFEITURA	9,5	9,5	9,5	9,5
Das necessidades de comunicação a ser enfrentado pela PREFEITURA para enfrentar esse problema	9,5	9,5	10	9,66
TOTAL (média aritmética dos itens)				9,38

b) Estratégia de Comunicação Publicitária

ITEM	J1	J2	J3	MÉDIA ARITMÉTICA
Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da PREFEITURA e ao desafio de comunicação	25	25	25	25
Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos	25	25	25	25
Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PREFEITURA com seus públicos	24	24	24	24
Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação	24	23	23	23,33



Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	24	24	25	24,33
Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da PREFEITURA, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seu público, os objetivos geral e específicos de comunicação e a verba disponível	23	23	24	23,33
TOTAL (média aritmética dos itens)				24.16

c) Ideia Criativa

ITEM	J1	J2	J3	MÉDIA ARITMÉTICA
Adequação ao desafio de comunicação	19	18,5	18	18,66
Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante	17,5	18	18	17,83
Adequação ao universo cultural do público-alvo	19	18	18	18,33
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta	19	20	18	19
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem	19	19	19	19
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta	18	19	18	18,33
Pertinência às atividades de comunicação da PREFEITURA, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico	19	20	20	19,66
Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados	18	17,5	17,5	17,66
Exequibilidade das peças e/ou materiais	19	20	18	19
Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos	19	20	20	19,66
TOTAL (média aritmética dos itens)				18,71

d) Estratégia de Mídia e Não-Mídia

ITEM	J1	J2	J3	MÉDIA ARITMÉTICA
Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo	8	7	7	7,33
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos	9	8,5	9	8,83
Consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais em relação aos dois subitens anteriores	8,5	9	7,5	8,33
Pertinência e oportunidade demonstradas no uso	10	10	10	10

dos recursos de comunicação próprios da PREFEITURA				
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais	10	10	9	9,66
Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa	7,5	6,5	6,5	6,83
TOTAL (média aritmética dos itens)				8,49

PONTUAÇÃO FINAL: 60,74 pontos.



Maragogi , 15 de maio de 2018

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Julgador 1 (J1) *Tannerson Machado Menezes*
 TANNERSON MACHADO MENEZES
 RG: 200.3629.730 SSP/AL
 CPF: 059.577.184-08

Julgador 2 (J2) *Edineide de Azevedo Silva*
 EDINEIDE DE AZEVEDO SILVA
 RG: 98001409493 SSP/AL
 CPF: 037.414.454-01

Julgador 3 (J3) *Letícia Magalhães Pas de Oliveira*
 LETÍCIA MAGALHAES PAS DE OLIVEIRA
 CPF: 091.574.194-69

RS

**CONCORRÊNCIA – MELHOR TÉCNICA Nº 01/18
QUADRO DE PONTUAÇÃO**

Julgamento da VIA NÃO-IDENTIFICADA

SLOGAN: “MARAGOGI É ASSIM”

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

REFERENCIAS: Pontuação máxima: 65 (sessenta e cinco) pontos,
contabilizados a partir da soma dos subquesitos “a”, “b”, “c” e “d”.

e) Raciocínio Básico - acuidade de compreensão:

ITEM	J1	J2	J3	MÉDIA ARITMÉTICA
Das funções e do papel da PREFEITURA nos contextos social, político e econômico	10	9,5	10	9,83
Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PREFEITURA com seu público	9,5	9	10	9,5
Das característica da PREFEITURA e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária	9,5	9,5	9,5	9,5
Sobre a natureza e a extensão do objeto deste edital	9,5	10	9	9,5
Do problema específico de comunicação a ser enfrentado pela PREFEITURA	10	9,5	9,5	9,83
Das necessidades de comunicação a ser enfrentado pela PREFEITURA para enfrentar esse problema	10	9,5	9,5	9,83
TOTAL (média aritmética dos itens)				9,66

f) Estratégia de Comunicação Publicitária

ITEM	J1	J2	J3	MÉDIA ARITMÉTICA
Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da PREFEITURA e ao desafio de comunicação	25	25	25	25
Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos	25	25	25	25
Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PREFEITURA com seus públicos	24,5	24	24	24,16
Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução do desafio de comunicação	24	23	24	23,66

RS
RS
RS
RS
RS

K



Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	24	24,5	25	24,5
Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da PREFEITURA, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seu público, os objetivos geral e específicos de comunicação e a verba disponível	24	23	24	23,66
TOTAL (média aritmética dos itens)				24.33

g) Ideia Criativa

ITEM	J1	J2	J3	MÉDIA ARITMÉTICA
Adequação ao desafio de comunicação	19	18,5	18	18,66
Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante	18	18	18	18
Adequação ao universo cultural do público-alvo	19	18,5	18,5	18,66
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta	20	19	20	19,66
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem	19,5	20	19	19,5
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta	18	19	18	18,33
Pertinência às atividades de comunicação da PREFEITURA, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico	20	19	20	19,66
Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados	19	18	19	18,66
Exequibilidade das peças e/ou materiais	18	20	19	19
Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos	20	20	20	20
TOTAL (média aritmética dos itens)				19,01

h) Estratégia de Mídia e Não-Mídia

ITEM	J1	J2	J3	MÉDIA ARITMÉTICA
Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo	7	7,5	7,5	7,33
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos	8,5	9	8,5	8,83
Consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais em relação aos dois subitens anteriores	8	9	8	8,33
Pertinência e oportunidade demonstradas no uso	9	10	10	9,66

P
S
J
2/10

dos recursos de comunicação próprios da PREFEITURA				
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais	9	9	9	9
Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa	7,0	6,5	7	6,83
TOTAL (média aritmética dos itens)				8,33

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

PONTUAÇÃO FINAL: 61,33 pontos.



Maragogi , 15 de maio de 2018

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Julgador 1 (J1) *Tannerson Machado Menezes*
 TANNERSON MACHADO MENEZES
 RG: 200.3629.730 SSP/AL
 CPF: 059.577.184-08

Julgador 2 (J2) *Edineide de Azevedo Silva*
 EDINEIDE DE AZEVEDO SILVA
 RG: 98001409493 SSP/AL
 CPF: 037.414.454-01

Julgador 3 (J3) *Letícia Magalhães Pas de Oliveira*
 LETÍCIA MAGALHAES PAS DE OLIVEIRA
 CPF: 091.574.194-69

K B

CONCORRÊNCIA – MELHOR TÉCNICA Nº 01/18
QUADRO DE PONTUAÇÃO

Julgamento da VIA NÃO-IDENTIFICADA

SLOGAN: “MARAGOGI - FICA BEM AQUI!”

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

REFERENCIAS: Pontuação máxima: 65 (sessenta e cinco) pontos,
contabilizados a partir da soma dos subquesitos “a”, “b”, “c” e “d”.

i) Raciocínio Básico - acuidade de compreensão:

ITEM	J1	J2	J3	MÉDIA ARITMÉTICA
Das funções e do papel da PREFEITURA nos contextos social, político e econômico	9	9	9	9
Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da PREFEITURA com seu público	10	9	9	9,33
Das características da PREFEITURA e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária	8,5	8	8	8,16
Sobre a natureza e a extensão do objeto deste edital	8	9	8,5	8,5
Do problema específico de comunicação a ser enfrentado pela PREFEITURA	9,5	9,5	9,5	9,5
Das necessidades de comunicação a ser enfrentado pela PREFEITURA para enfrentar esse problema	9,5	9,5	9,5	9,5
TOTAL (média aritmética dos itens)				8,99

j) Estratégia de Comunicação Publicitária

ITEM	J1	J2	J3	MÉDIA ARITMÉTICA
Adequação do partido temático e do conceito propostos à natureza e à qualificação da PREFEITURA e ao desafio de comunicação	24	24,5	24	24,16
Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos	24	24	24	24
Riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da PREFEITURA com seus públicos	23	23	23	23
Adequação e exequibilidade da estratégia de comunicação publicitária proposta para a solução	23	23	23	23

P
[Handwritten signatures]

do desafio de comunicação				
Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta	24	24	25	24,33
Capacidade de articular os conhecimentos sobre a comunicação da PREFEITURA, o desafio de comunicação a ser enfrentado, seu público, os objetivos geral e específicos de comunicação e a verba disponível	23	23	23	23
TOTAL (média aritmética dos itens)				23,58



k) Ideia Criativa

ITEM	J1	J2	J3	MÉDIA ARITMÉTICA
Adequação ao desafio de comunicação	17	17	17	17
Adequação à estratégia de comunicação publicitária sugerida pela licitante	16	16	17	16,33
Adequação ao universo cultural do público-alvo	16	16	16	16
Multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta	16	16	16	16
Originalidade da combinação dos elementos que a constituem	18	18	18	18
Simplicidade da forma sob a qual se apresenta	18	19	18	18,33
Pertinência às atividades de comunicação da PREFEITURA, assim como sua inserção nos contextos social, político e econômico	16	16	16	16
Desdobramentos comunicativos que ensejam conforme demonstrado nos exemplos de peças e/ou materiais apresentados	17,5	18	17,5	17,66
Exequibilidade das peças e/ou materiais	18	17	18	17,66
Compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e/ou nos materiais aos meios e aos públicos propostos	20	20	19	19,66
TOTAL (média aritmética dos itens)				17,26

l) Estratégia de Mídia e Não-Mídia

ITEM	J1	J2	J3	MÉDIA ARITMÉTICA
Conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação do público-alvo	7	7	7	7
Capacidade analítica evidenciada no exame desses hábitos	8,5	9	8,5	8,66
Consistência do plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais em relação aos dois subitens anteriores	9	9	8	8,66

[Handwritten signatures and initials]

Pertinência e oportunidade demonstradas no uso dos recursos de comunicação próprios da PREFEITURA	10	10	10	10
Economicidade da aplicação da verba de mídia, evidenciada no plano simulado de distribuição das peças e/ou dos materiais	10	9	10	9,66
Otimização da mídia segmentada, alternativa e de massa	6	6,5	6,5	6,33
TOTAL (média aritmética dos itens)				8,38

PONTUAÇÃO FINAL: 58,21 pontos.

Maragogi , 15 de maio de 2018



SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Julgador 1 (J1) *Tannerson Machado Menezes*
 TANNERSON MACHADO MENEZES
 RG: 200.3629.730 SSP/AL
 CPF: 059.577.184-08

Julgador 2 (J2) *Edineide de Azevedo Silva*
 EDINEIDE DE AZEVEDO SILVA
 RG: 98001409493 SSP/AL
 CPF: 037.414.454-01

Julgador 3 (J3) *Letícia Magalhães Pas de Oliveira*
 LETÍCIA MAGALHAES PAS DE OLIVEIRA
 CPF: 091.574.194-69

RESULTADO FINAL APURADO REFERENTE A VIA NÃO IDENTIFICADA

PRIMEIRO LUGAR : SLOGAN "MARAGOGI É ASSIM!" – PONTUAÇÃO FINAL – 61,33

SEGUNDO LUGAR : SLOGAN: "MARAGOGI - PARAISO DO TURISMO E LAZER – PONTUAÇÃO FINAL - 60,74

TERCEIRO LUGAR - SLOGAN "MARAGOGI É BEM AQUI!" – 58,21

Maragogi , 15 de Maio de 2018



SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Julgador 1 (J1) *Tannerson Machado Menezes*
TANNERSON MACHADO MENEZES
RG: 200.3629.730 SSP/AL
CPF: 059.577.184-08

Julgador 2 (J2) *Edineide de Azevedo Silva*
EDINEIDE DE AZEVEDO SILVA
RG: 98001409493 SSP/AL
CPF: 037.414.454-01

Julgador 3 (J3) *Letícia Magalhães Pas de Oliveira*
LETÍCIA MAGALHAES PAS DE OLIVEIRA
CPF: 091.574.194-69

CONCORRÊNCIA – MELHOR TÉCNICA Nº 01/2018
QUADRO DE PONTUAÇÃO

Julgamento da CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO, RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

LICITANTE: NOVA AGÊNCIA COMUNICAÇÃO

ITEM	J1	J2	J3	MÉDIA ARITMÉTICA
Capacidade de atendimento	15	15	15	15
Repertório	10	10	10	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	10	10	10

PONTUAÇÃO: 35 PONTOS

Maragogi , 15 de Maio de 2018

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Julgador 1 (J1) *Tanneron Machado Menezes*
TANNERSON MACHADO MENEZES
RG: 200.3629.730 SSP/AL
CPF: 059.577.184-08

Julgador 2 (J2) *Edineide de Azevedo Silva*
EDINEIDE DE AZEVEDO SILVA
RG: 98001409493 SSP/AL
CPF: 037.414.454-01

Julgador 3 (J3) *Letícia Magalhães Pas de Oliveira*
LETÍCIA MAGALHAES PAS DE OLIVEIRA
CPF: 091.574.194-69



CONCORRÊNCIA – MELHOR TÉCNICA Nº 01/2018
QUADRO DE PONTUAÇÃO

Julgamento da CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO, RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

LICITANTE: MINDÊLLO E ASSOCIADOS COMUNICAÇÃO LTDA

ITEM	J1	J2	J3	MÉDIA ARITMÉTICA
Capacidade de atendimento	15	15	15	15
Repertório	10	10	10	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	9	10	10	9.66



PONTUAÇÃO: 34,66 PONTOS

Maragogi , 15 de Maio de 2018

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Julgador 1 (J1) *Tannerson Machado Menezes*
TANNERSON MACHADO MENEZES
RG: 200.3629.730 SSP/AL
CPF: 059.577.184-08

Julgador 2 (J2) *Edineide de Azevedo Silva*
EDINEIDE DE AZEVEDO SILVA
RG: 98001409493 SSP/AL
CPF: 037.414.454-01

Julgador 3 (J3) *Letícia Magalhães Pas de Oliveira*
LETÍCIA MAGALHAES PAS DE OLIVEIRA
CPF: 091.574.194-69

CONCORRÊNCIA – MELHOR TÉCNICA Nº 01/2018
QUADRO DE PONTUAÇÃO

Julgamento da CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO, RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

LICITANTE: LABOX COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA

ITEM	J1	J2	J3	MÉDIA ARITMÉTICA
Capacidade de atendimento	15	15	15	15
Repertório	10	10	10	10
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	10	10	10	10

PONTUAÇÃO: 35 PONTOS

Maragogi , 15 de Maio de 2018

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Julgador 1 (J1) *Tannerson Machado Menezes*
TANNERSON MACHADO MENEZES
RG: 200.3629.730 SSP/AL
CPF: 059.577.184-08

Julgador 2 (J2) *Edineide de Azevedo Silva*
EDINEIDE DE AZEVEDO SILVA
RG: 98001409493 SSP/AL
CPF: 037.414.454-01

Julgador 3 (J3) *Letícia Magalhães Pas de Oliveira*
LETÍCIA MAGALHAES PAS DE OLIVEIRA
CPF: 091.574.194-69



**RESULTADO FINAL APURADO REFERENTE À PROPOSTA TÉCNICA -
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E RELATOS DE SOLUÇÃO DE
PROBLEMAS**

EMPRESA LABOX COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA – 35 PONTOS
EMPRESA NOVA AGÊNCIA COMUNICAÇÃO – 35 PONTOS
EMPRESA MINDÊLLOE ASSOCIADOS COMUNICAÇÃO -34,66

Maragogi , 15 de Maio de 2018

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Julgador 1 (J1) *Tannerson Machado Menezes*
TANNERSON MACHADO MENEZES
RG: 200.3629.730 SSP/AL
CPF: 059.577.184-08

Julgador 2 (J2) *Edineide de Azevedo Silva*
EDINEIDE DE AZEVEDO SILVA
RG: 98001409493 SSP/AL
CPF: 037.414.454-01

Julgador 3 (J3) *Letícia Magalhães Pas de Oliveira*
LETÍCIA MAGALHAES PAS DE OLIVEIRA
CPF: 091.574.194-69





**PREFEITURA MUNICIPAL DE MARAGOGI - ALAGOAS
CONCORRÊNCIA Nº 01/2018**

**INVÓLUCRO Nº 03
PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO
E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

PREFEITURA MUNICIPAL DE MARAGOGI - ALAGOAS
CONCORRÊNCIA Nº 01/2018

INVÓLUCRO Nº 03
PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO
E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

4.1.2 – Capacidade de Atendimento: textos em que a licitante apresentará:

a) Relação nominal dos Principais clientes atendidos:

- DETRAN – Departamento Estadual de Trânsito de Pernambuco - Governo do Estado de Pernambuco. A agência tem o Contrato de publicidade educativa, desde maio de 2017.
- PREFEITURA DO RECIFE: conta institucional, desde setembro de 2013.
- PREFEITURA DO PAULISTA: contrato publicitário desde março de 2014.
- PREFEITURA DO MORENO: contrato publicitário desde 2015.
- LOCAR ENGENHARIA AMBIENTAL – atende o grupo Locar desde 1997.

b) Quantificação e qualificação dos profissionais disponíveis para a execução dos serviços

Com 20 anos de atuação no mercado, a Dois Comunicação trabalha com foco no setor público principalmente, fazendo um planejamento anual a partir de avaliações e definições de metas, voltadas para os seus clientes e para novas prospecções, com a elaboração de projetos para as concorrências, planos específicos e o trabalho permanente de atendimento das demandas dos clientes.

ATENDIMENTO:

Sempre com foco nos resultados, a Dois Comunicação realiza internamente um trabalho integrado para garantir a qualidade no desenvolvimento dos projetos e das campanhas publicitárias. Para isto, a diretoria de Atendimento coordena o conjunto do trabalho reunindo o Atendimento, a Criação, a Mídia e a Produção para planejar campanhas, para que os profissionais responsáveis pelos clientes ou destacados para cada campanha, participem da elaboração dos planos de comunicação nas suas respectivas áreas, sempre a partir dos briefings, em sintonia com as demandas dos clientes e buscando fomentar propostas inovadoras.

Para o atendimento deste contrato, a Dois Comunicação disporá de 02 (dois) profissionais, para o atendimento estratégico e operacional do cliente.

PROFISSIONAIS DE ATENDIMENTO E PLANEJAMENTO:

Orlando Mindêlo – Profissional Sênior de Atendimento e Diretor de Atendimento e Operações da agência – Formado em Desenho Industrial pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE iniciou sua vida profissional como designer gráfico. Entre 1978 e

1996, manteve um birô de serviços de design e comunicação, quando prestou serviços para entidades sindicais, ONGs, instituições públicas e prefeituras de Pernambuco. É sócio-diretor da agência desde a sua criação, em 1997, quando passou a atuar como executivo de Atendimento. Já atendeu as contas da ARPE (2008-2013), das prefeituras do Cabo de Santo Agostinho (1997 a 2002), Recife (2001-2010) e de Surubim (2005-2012), além do CREA-PE (2006/2007), da EMTU (2003-2006) e do Promata (2004/2005). Hoje atende as contas da Prefeitura do Recife, Paulista, Moreno e do Detran/PE. É diretor de Atendimento e Operações da empresa desde 2001.

Vanessa Gazatti – Profissional Sênior e Coordenadora de Atendimento – Graduada em Comunicação Social em 2002. Estagiou na produção da Rádio Transamérica Recife e no marketing da Teledata Informações e Tecnologia S/A. Trabalhou cinco anos no marketing da Audisa Auditores Associados. Começou a trabalhar com publicidade em 2010 na Arcos Propaganda onde exerceu duas funções: como coordenadora de marketing promocional atendeu clientes como Moura Dubeux, Fiat, Vitarella, EBBA, Plaza Shopping e Folha de Pernambuco e como executiva de Contas atendeu o Grupo Parvi durante dois anos. Desde 2014 faz parte do quadro de funcionários da Dois Comunicação como Executiva de Contas e Coordenadora de Atendimento, responsável pelas contas do Detran/PE, Prefeitura do Recife, Prefeitura do Moreno e da Locar Saneamento Ambiental, tendo ainda atendido a Prefeitura de Jaboatão dos Guararapes, até dezembro de 2017.

PLANEJAMENTO E PESQUISA:

Aldânio Carvalho – Diretor e Profissional de Planejamento e Marketing – Formado em engenharia pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE, pós-graduado em Propaganda e Marketing por essa universidade e MBA em Marketing Político pela Universidade George Washington/CENAPE. É sócio-diretor da empresa desde 2001, atuando no planejamento de comunicação, bem como no planejamento e análise de pesquisas de opinião pública. Trabalhou como consultor de planejamento estratégico e marketing para várias prefeituras. Coordenou e assessorou diversas campanhas eleitorais.

CRIAÇÃO:

Neste setor a agência dispõe de uma equipe de 4 (quatro) profissionais, cujos perfis (currículos reduzidos) estão listados abaixo sob a coordenação do Diretor de Criação todos participam e são responsáveis pelo trabalho de criação de campanhas publicitárias, Jobs, ações de no mídia, digital e outras atividades correlatas, de acordo com a distribuição das pautas, feitas semanalmente.

Marco Bahe – Diretor de Criação e de Mídia Digital – Formado em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco, é mestrando em Sociologia na mesma instituição, realizando pesquisas com ênfase em Sociologia Política e Sociologia do Consumo. Como jornalista, foi repórter da Gazeta Mercantil para os estados de Pernambuco, Alagoas, Paraíba e Rio Grande do Norte. Também atuou como repórter do Jornal do Commercio, editor da Folha de Pernambuco, repórter especial do Diário de Pernambuco,

3

correspondente da Revista Época no Nordeste e colaborador das agências de notícia Folha de São Paulo, Estado, Ansa (Itália) e Anba (Oriente Médio). Atua com publicidade e marketing eleitoral desde 2004. Já trabalhou como redator e diretor de criação para várias agências de Pernambuco, Brasília, São Paulo e Maranhão. Foi vencedor do Prêmio Neurônio de Publicidade, categoria anúncio de jornal, em 2011. É sócio-diretor da empresa desde 2012.

Gilvan José Barbosa Júnior – Redator Publicitário – tem mais de 20 anos de experiência na criação publicitária para os meios off-line e online. Trabalhou na Ampla, Italo Bianchi, MartPet, Agência UM, Marta Lima Comunicação, 3Três Pontos e hoje presta serviços a Dois Comunicação. Alguns clientes atendidos: INSS, Chesf, Celpe(Neoenergia), Walmart, HiperCard, Fiori Veicolo, Claro, Shopping Tacaruna, Baterias Moura, Engarrafamento Pitú, Bandepe, Prefeitura de Maceió, Prefeitura do Recife, Volkswagen (Regional), Construtora Moura Dubeux, Cyrela Andrade Mendonça, Infraero, Prefeitura de Olinda, TIM, Grupo Disnove, Unimed, Prefeitura do Jaboatão dos Guararapes, Queiroz Galvão, Engevix e Cervejaria Nocal (esses dois últimos atendidos em parceria com a agência Yo! Angola, em Luanda). Prêmios: Central de Outdoor, Sistema JC, Colunistas, Profissionais do Ano (finalista) e Prêmio Abril.

Paula Santos – Diretora de Arte – Começou sua atividade muito cedo, como profissional de arte e finalização durante oito anos no setor de arte e pré-impressão das gráficas: Vision Gráfica e Perfil Gráfica. Formada em Publicidade pela Faculdade Joaquim Nabuco, trabalha na agência, desde março de 2009, sendo arte-finalista até 2012, quando passou a ser assistente de Criação e hoje trabalha com diretora de Arte.

Waldyr Costa – Arte-finalista – Profissional com larga experiência na área de pré-impressão e arte-finalização. Trabalhou na Gráfica Santa Marta, na MXM Gráfica e na CCS Gráfica. Atuou na Morya Comunicação como arte-finalista. Na Dois Comunicação trabalhou de 2012 a 2016, e hoje presta serviços freelance.

Raimundo de Moraes – Revisor – Formado em Jornalismo pela UNICAP, pós-graduado em Gestão de Projetos Sociais pela UPE. Tem 15 anos de experiência como redator e revisor publicitário. Presta serviços à Agência como revisor autônomo desde 2004.

MÍDIA & PRODUÇÃO:

Camila Guedes – Produção Gráfica e RTVC – Formada pela Maurício de Nassau Formada em Publicidade e Propaganda pela Universidade Maurício de Nassau. Atualmente atua na área de produção, abrangendo rtv e gráfica, na agência Dois Comunicação. Entre estágios e empregos, passou pelas empresas: Rede Estação, Aleixo Comunicação, Trupe, Criação 3, Blackninja e Aporte Comunicação. Cursos de especialização de Trilha, com Fernando Moura e Produção Cinematográfica, com Clara Pflueger. Ambos realizados no ano de 2014 na cidade de São Luís do Maranhão. Responsável por Mídia e Produção na Dois.

c) Instalações, infraestrutura e recursos materiais que serão colocados à disposição para a execução do contrato.

A agência está instalada em uma ampla casa com 400 m², com térreo e 1º andar, que abriga 12 salas, em local de fácil e rápido acesso, com estacionamento disponível na área externa. Dispõe de três salas de reunião, sendo uma delas equipada com mesa para até 12 pessoas, TV, internet e instalações para notebooks e telão. A empresa tem atualmente 19 funcionários e encontra-se adequadamente mobiliada e equipada com computadores, softwares e impressoras de última geração, com seus departamentos básicos de planejamento/atendimento, criação e produção/mídia em pleno funcionamento e, portanto apta para fazer o atendimento ao cliente na realização das ações previstas neste planejamento. Só no Departamento de Criação são 02 Mac Pro, 06 iMacs, 01 scanner e 02 impressoras A3 a laser. Além do Servidor, nos demais departamentos são 16 estações de trabalho, 10 impressoras, 01 Mac Book Pro e 01 iPad.

A agência utiliza o **PUBLIMANAGER**, software desenvolvido especificamente para as agências de publicidade, que integra todos os setores da empresa, tornando os processos mais dinâmicos e eficientes.

Possui contrato com o banco de imagem **ISTOCK PHOTO** com possibilidade de download de 25 fotos em alta resolução por dia, totalizando 750 fotos em alta resolução por mês à disposição dos clientes da Agência.

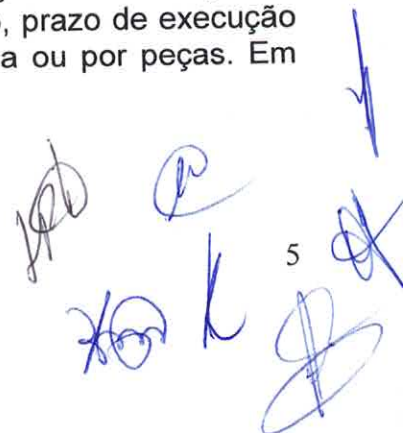
d) Sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento do licitante, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produção e veiculação.

A agência, além de estar estruturada para fazer o atendimento ao cliente na execução das ações previstas neste Plano de Comunicação, conta com uma larga experiência de trabalho com outras instituições públicas e entende que para o atendimento ser eficaz e se antecipar aos fatos, é necessário implementar as ações de forma dinâmica através de um atendimento sistemático, com reuniões periódicas para receber demandas, discutir ideias, apresentar campanhas, fazer novas propostas, avaliar e monitorar os trabalhos e os resultados.

Prazos de execução dos serviços

De acordo com cada trabalho e/ou campanha, deverá sempre ser traçado um cronograma de execução dos serviços com previsão de apresentação da criação, prazo de execução da produção e período de veiculação para o conjunto da campanha ou por peças. Em condições normais de trabalho, os prazos serão os seguintes:

- a) Criação de conceito e Slogan: entre 3 e 8 dias.
- b) Criação de campanhas publicitárias: 5 a 10 dias.
- c) Criação de anúncios e peças pontuais: até 1 dia.




- d) Criação de logomarcas e selos, com as identidades visuais respectivas: estudo e desenvolvimento entre 2 a 15 dias de acordo o grau de exigência e necessidade de cada Job, pois uma coisa é criar um Selo de um Programa e outra, é a criação e o desenvolvimento de uma Logomarca e Identidade Visual, que exige pesquisa e estudos, até chegar a uma melhor solução.
- e) Produção de filmes publicitários: 3 a 10 dias.
- f) Produção de spots e/ou jingles: 2 a 5 dias.
- g) Produção de filmes e vídeos documentários: 15 a 20 dias.
- h) Produção de mídia out-of-home: 2 a 4 dias.
- i) Produção de peças gráficas: de 1 a 10 dias, dependendo da natureza e complexidade do serviço.
- j) Produção fotográfica: 1 a 5 dias.
- k) Elaboração de planos de mídia de campanhas: 2 a 5 dias.
- l) Mídia de peças pontuais (anúncio de homenagem, etc.): até 1 dia.
- m) Prazos de veiculação: a serem negociados de acordo com cada plano de mídia, para garantir a execução da mesma com a reserva e compra da programação, além de negociar descontos favoráveis ao cliente.

e) Discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do contratante, durante a vigência do contrato:

- **IBOPE – EASY MEDIA CENP** – Oferece análises do meio TV (faixas horária e programação), permitindo aos seus usuários - veículos e agências - o pleno entendimento do comportamento de audiência de televisão de rádio e de informações sobre o comportamento da população em relação ao meio rádio.
- **Mídia Dados** – publicação anual de Grupo de Mídia de São Paulo com informações gerais sobre mídias.
- **Anuário de Mídia** – publicação da Editora Meio e Mensagem.
- Serão também disponibilizados os serviços de **auditoria de circulação e controle de mídia** que esta agência licitante contrata (TV e rádio).

Recife, 19 de fevereiro de 2018.



ORLANDO JOSÉ GOMES MINDÊLO
Sócio-Diretor e Representante legal

02.250.442/0001-11
Mindêlo e Associados Comunicação Ltda
Rua Costa Gomes, 183
Madalena - CEP: 50710-510
Recife - PE



PREFEITURA MUNICIPAL DE MARAGOGI - ALAGOAS

CONCORRÊNCIA Nº 01/2018

INVÓLUCRO Nº 03

PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

4.1.3 – Repertório: apresentação de até 6 (seis) peças e respectivas fichas técnicas, de um conjunto de trabalhos concebidos e veiculados/distribuídos/expostos pelo licitante:

Cliente	DETRAN – GOVERNO DO ESTADO DE PERNAMBUCO
PEÇA 01	FILME 30" para Televisão
Título	MOTORISTA CONSCIENTE
Período de Veiculação	Julho/Agosto 2017
Praça	Estado de Pernambuco
Veículos	TV Globo, TV Clube, TV Tribuna, TV Jornal Caruaru, TV Asa Branca Caruaru e TV Grande Rio Petrolina.
Problema a resolver e solução	<p>Para campanha de prevenção de acidentes de motos, a agência criou uma campanha de rua com a fixação em 30 pontos do Recife, todos de grande circulação, carcaças de motos completamente pintadas de branco, colocadas ao lado ou em cima de um minidoor com frases de impacto, sempre com um dos três principais focos das ações educativas do DETRAN/PE para segurança dos motociclistas, abordando excesso de velocidade, bebida alcoólica e falta de equipamento de segurança. As frases criadas para cada minidoor: "Aqui você morreu por excesso de velocidade e a vida seguiu sem você.", "Aqui, você morreu sem capacete e a vida seguiu sem você.", "Aqui, você morreu porque bebeu e a vida seguiu sem você." O filme foi concebido a partir da edição de imagens das motos instaladas na ação nos minidoors instalados na cidade. É possível ler as mensagens nas placas em <i>closes</i>. A trilha é forte. O sound design marca os detalhes, os <i>closes</i>. A ideia era causar incômodo. Não há locução no desenvolvimento do filme. O impacto é visual e sonoro. Apenas no final tem uma locução jovem voltada para o público alvo: "Motociclista, use os equipamentos de proteção e seja prudente no trânsito. A vida é muito melhor com você."</p>

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

Cliente	PREFEITURA DO JABOATÃO DOS GUARARAPES
PEÇA 02	FILME 60" para Televisão
Título	ANIVERSÁRIO DA CIDADE com CAJU E CASTANHA
Período de Veiculação	24/04 a 05/05/2015
Praça	Região Metropolitana do Recife
Veículos	TV Globo
Problema a resolver e solução	Para divulgar e homenagear a cidade, no seu aniversário, criamos um campanha de forte apelo popular, com dupla de emboladores Caju e Castanha que voltaram a Jaboatão onde iniciaram a carreira artística, para homenagear a cidade e mostrar as conquistas municipais. De forma muito bem composta, a embolada conduz a dupla pela cidade, começando em Jaboatão Centro, passando pelos bairros para mostrar obras e também interagir com alunos nas escolas e pacientes nas unidades de saúde, fechando o Filme no Morro dos Guararapes, para marcar a história do município. Este filme fecha a campanha de 30 dias em rádio, outdoors, backbus e redes sociais.

Cliente	PREFEITURA DO RECIFE
PEÇA 03	FILME 60" para Televisão
Título	SONHOS
Período de Veiculação	28/09 a 05/10/2014
Praça	Recife e Região Metropolitana do Recife
Veículos	TV Globo, TV Tribuna, TV Jornal, TV Clube, Rede TV e TV Nova.
Problema a resolver e solução	Criar uma campanha inovadora e diferenciada dos formatos tradicionais de prestação de contas da gestão do Recife, para mostrar o andamento das grandes obras e ações. A solução criativa foi conceber um Filme impactante emocionalmente, na linha de sonhos realizados, daí buscamos um conceito poético e que tocasse na autoestima do recifense pela sua cidade: "O Recife que sonhamos e o que construímos a cada dia". Criamos um roteiro e produzimos um Filme que é um passeio pela cidade, com técnica de <i>time-lapse</i> , trilha forte e imagens bonitas do Recife, com suas belezas e obras de forte apelo social e importantes para cidade.

Cliente	PREFEITURA DO RECIFE
PEÇA 04	ANÚNCIO Página dupla para Revista
Título/Tema	VIA MANGUE. Fazer uma cidade melhor é um logo caminho.
Período de Veiculação	Março 2016

8

Praça	Pernambuco
Veículo	Revista AlgoMais
Problema a resolver	Divulgar a maior obra de infraestrutura viária do Recife, nos últimos 30 anos: a Via Mangue, que foi concluída na primeira gestão do prefeito Geraldo Júlio, com a construção da ciclo faixa e das faixas de retorno e escoamento do trânsito com destino a cidade. A Via Mangue veio para desafogar o trânsito da zona sul da capital pernambucana e trazer conforto e rapidez para todos que moram, transitam ou passam por lá, para suas residências ou trabalho em Recife ou vizinhança.

Cliente	PREFEITURA DO RECIFE
PEÇA 05	VÍDEO ANIMAÇÃO para as Redes Sociais
Título	Hospital da Mulher do Recife.
Período de Veiculação	2016
Veículos	Redes sociais
Problema a resolver e solução	Divulgar junto aos usuários de redes sociais o novo Hospital da Mulher do Recife, mostrando de forma lúdica a importância do mesmo para o atendimento e o cuidado com a saúde das mulheres, destacando o atendimento a 9 mil mulheres em pouco mais de um mês de funcionamento.

Cliente Solidário	HEMOPE – GOVERNO DO ESTADO PE
PEÇA 06	OUTDOOR
Título	SEMANA DO DOADOR – Você tem veia de campeão
Período de Veiculação	Novembro 2015
Praça	Recife e Região Metropolitana do Recife
Veículos	Bandeirante Outdoor
Problema a resolver	Na Semana do Doador de Sangue, o HEMOPE homenageia todo ano os seus doadores. Em 2015, a agência, que tem o HEMOPE como cliente solidário, criou uma Campanha com a participação de importantes atletas com as pernambucanas Yane Marques, Larissa Lellys e Etiene Medeiros, que também são doadoras de sangue. Esta peça de repertório é com Yane Marques.

ANEXO 01 - DVD com 04 Filmes**ANEXO 02 – Impressos – 01 Outdoor e 01 Anúncio**

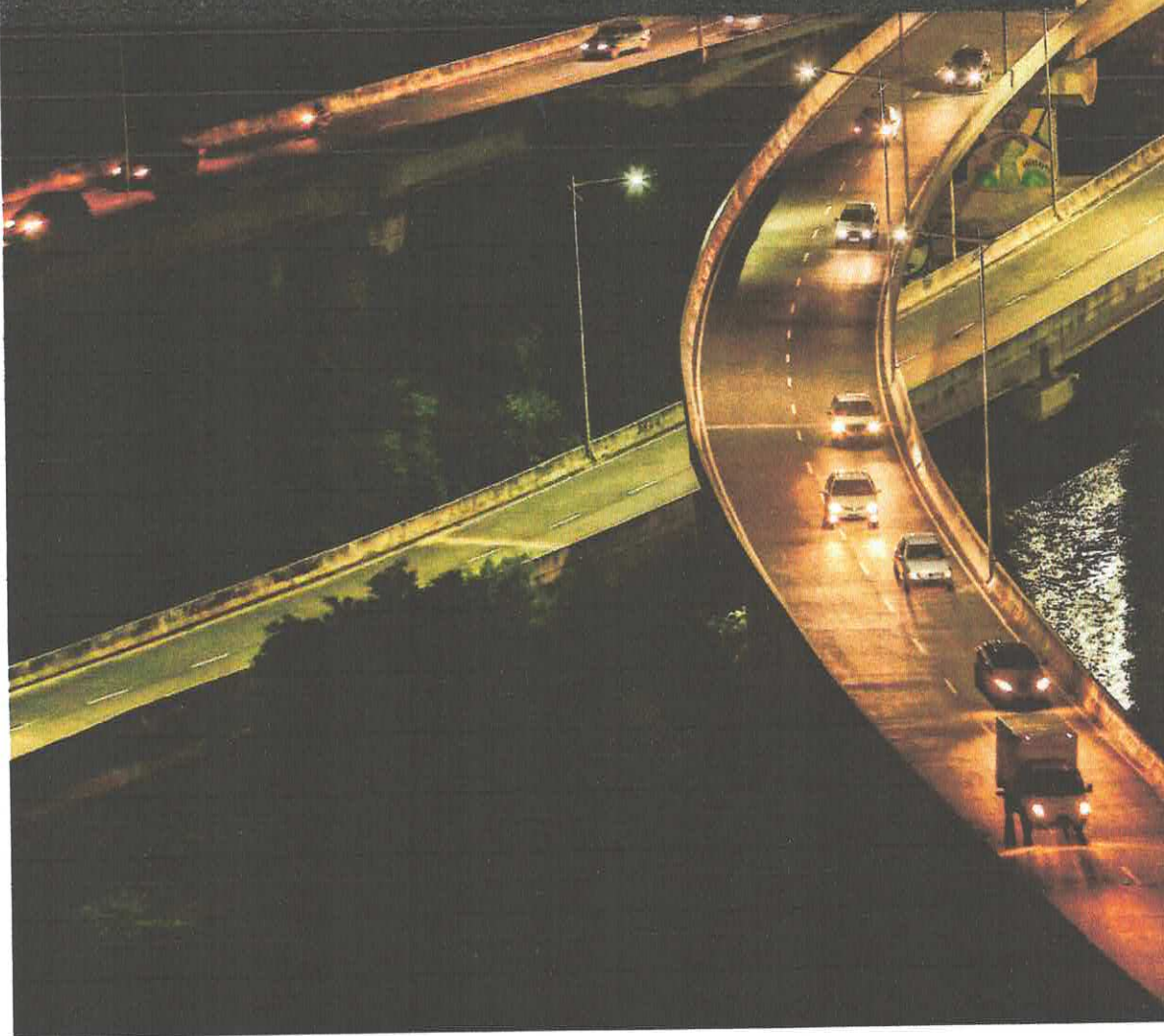
Recife, 19 de fevereiro de 2018.



ORLANDO JOSÉ GOMES MINDÊLO
Sócio-Diretor e Representante legal**02.250.442/0001-11**
Mindêlo e Associados Comunicação Ltda
Rua Costa Gomes, 183
Madalena - CEP: 50710-510
Recife - PE



**Fazer uma cidade melhor
é um longo caminho.
Tirar a Via Mangue do papel
foi um grande passo.**



Repertório - Anexo 2 - Peça 4

Cliente: Prefeitura do Recife
Título: Via Mangue
Peça: Anúncio
Período: Março 2016
Veículo: Revista AlgoMais



Repertório - Anexo 2 - Peça 6

Cliente: HEMOPE – GOVERNO PE
Título: Semana do Doador
Peça: Outdoor
Período: 2015
Veículos: Bandeirantes/Stampa

REPERTÓRIO
ANEXO 01 - DVD com 04 Filmes

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

4.1.4 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO: deverão ser apresentados 2 (dois) cases, relatando soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação propostas e implementadas por anunciantes.

RELATO 01 – Chico Taxista – Cliente: Prefeitura do Recife

O problema

A gestão da Prefeitura do Recife tem trabalhado desde 2013, para transformar os seus principais compromissos em projetos articulados para compor as bases das mudanças que a cidade tanto precisava. Para dar sequência ao ritmo acelerado de ações na cidade, a Prefeitura do Recife teve dificuldades, a partir do final de 2014, em continuar com as grandes obras, em função do contexto econômico do País, que resultou na redução da arrecadação e nos cortes dos repasses federais. Esta situação começou a ter repercussão junto à população e em abril de 2015, a Prefeitura do Recife passou a identificar, entre os desafios a serem enfrentados, que era necessário “reverter os índices de aprovação da gestão, principalmente nos segmentos C, D, E, prestando contas de forma mais clara, trazendo linguagem acessível e dinâmica a estes segmentos”.¹

A solução

Em maio de 2015, por iniciativa da Secretaria de Comunicação Institucional da Prefeitura do Recife, recebemos uma demanda para apresentarmos uma proposta de um programa para o meio rádio, que atendesse a estas necessidades apontadas pela Prefeitura: criar algo inovador para este veículo que tivesse aderência e identificação com os públicos C, D, E. Tudo com o objetivo de informar as obras e as ações da Prefeitura, principalmente as mais voltadas para melhorar a vida destes segmentos sociais.

Para desenvolvermos esta proposta, a direção de criação da agência se debruçou sobre a questão, em busca de uma solução criativa e inovadora e como resultado foi aprovado um programa de rádio com um personagem popular, o **Chico Taxista**, concebido para atuar como um “âncora” que fala a língua do povo e interage com os passageiros, comentando o cotidiano da cidade e informando sobre as obras e as ações da Prefeitura do Recife. Tudo isso no espírito informal e descontraído que geralmente marca a conversa entre o motorista e o passageiro. **Chico Taxista** foi escolhido por ser o personagem de um profissional que conhece toda a cidade, além de ser popular e bem informado, e dirigir em constante diálogo com os passageiros. Ele vive ligado no seu rádio, ouvindo programas que falam do Recife e de tudo um pouco. É bom lembrar que nos diálogos, quando **Chico Taxista** fala sobre essas obras e ações, sempre lembra que “a Prefeitura ainda tem muito a fazer pela cidade”. E trabalhamos a confiança nos interlocutores, com um personagem feliz pelo trabalho que faz e que tem amor por sua cidade, como todo recifense.

A estratégia

O programa **Chico Taxista** entrou no ar, nas rádios, no dia 15 de junho de 2015, com uma mídia semanal e uma produção de quatro programas por mês, sempre com temas escolhidos previamente pela Prefeitura do Recife. Até o início da segunda quinzena de

outubro, foram produzidos 18 programas, com temas variados de interesse da população, alternando saúde, trânsito, educação, infraestrutura, serviços e segurança, lazer e cultura, entre tantos outros assuntos da pauta de trabalho da Prefeitura.

No planejamento de mídia, para atingir o público alvo principal – C, D, E –, trabalhamos com uma média mensal de oito emissoras de rádio, entre 15 de junho e 15 de outubro, num total de quatro meses. Ao todo, foram 3.942 inserções, numa média mensal de quase mil inserções, o que corresponde à cerca de 125 inserções/mês por veículo, ou seis inserções/dia em cada emissora de rádio, para cada 20 dias úteis de veiculação.

Conclusão

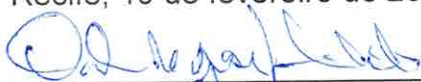
Em julho, após 30 dias do lançamento do programa **Chico Taxista**, uma pesquisa pós-teste feita com cinco grupos, sendo três compostos por moradores do Recife das classes C, D, E; um grupo A, B; e outro de taxistas. Os resultados foram bem animadores. O programa **Chico Taxista** chamou a atenção dos ouvintes pelo formato inovador e interativo, cheio de diálogos sobre a cidade e o seu cotidiano, contribuindo, assim, para a legitimidade e credibilidade das informações contidas nos cinco programas avaliados. O personagem **Chico Taxista** foi aprovado consensualmente, confirmando, pelos comentários, a escolha acertada na criação do mesmo: um taxista anda por todos os cantos da cidade e conhece a realidade; dialoga com os mais diversos passageiros, ouve muito rádio e é bem informado, além de **Chico Taxista** ser um personagem que se identifica com qualquer taxista do Recife. Sobre os temas dos cinco programas avaliados, quatro tiveram avaliação positiva, com percentual de aprovação entre 69% e 72%.

Esta é uma proposta que atendeu, portanto, à demanda do cliente, a Prefeitura do Recife, que tanto cobra das agências propostas cada vez mais criatividade para se comunicar com os recifenses e obter resultados que contribuam com o esforço da gestão em não só reverter índices de avaliação, mas consolidar marcas do trabalho de cuidar da cidade e atender aos anseios por melhores condições de vida para todos.

Chico Taxista vira filme para web e televisão

Inicialmente criado apenas para o meio rádio, **Chico Taxista** foi também para internet, através de um hot site. Para a nova página, alguns filmes foram produzidos. Além disso, o site hospedava todos os programas de rádio veiculados. A versão de **Chico Taxista** para a web, teve formato similar ao de rádio, mas adaptado à linguagem audiovisual.

Recife, 19 de fevereiro de 2018.



ORLANDO JOSÉ GOMES MINDÉLO
Sócio Diretor e Representante Legal
DOIS COMUNICAÇÃO



FLÁVIA VALÉRIA LEMOS DA CUNHA
Assessora Especial – Diretoria Executiva de Comunicação
Secretaria de Governo e Participação Social
PREFEITURA DO RECIFE

Flávia Lemos
Assessora Especial de Comunicação Institucional
Mat. 92.491-8
Secretaria de Governo e Participação Social



ANEXO 03 (DVD 2 filmes e 3 spots)

PEÇAS DO RELATO 01

- Título: Chico Taxista

- Cliente: Prefeitura do Recife

No planejamento de mídia, para atingir o público alvo principal – C, D, E – entre junho e dezembro de 2015, veiculamos os programas de Chico Taxista da Prefeitura do Recife, nas seguintes emissoras de Rádio da RMR:

- Rádio Jornal
- Rádio Maranata
- Rádio Jovem Pan
- Rádio 102FM
- Rádio Folha de Pernambuco
- Rádio Transamérica
- Rádio CBN
- Rádio Band
- Rádio MIX
- Rádio NOVA
- Rádio Tribuna
- Rádio Recife
- Rádio Clube
- Rádio Globo
- Rádio Jornal
- Rádio CBN
- Rádio Clube
- Rádio Globo
- Rádio Folha de Pernambuco
- Rádio Olinda



ANEXO 03 (DVD 2 filmes e 3 spots)

PEÇAS DO RELATO 01

Título: Chico Taxista – Cliente: Prefeitura do Recife

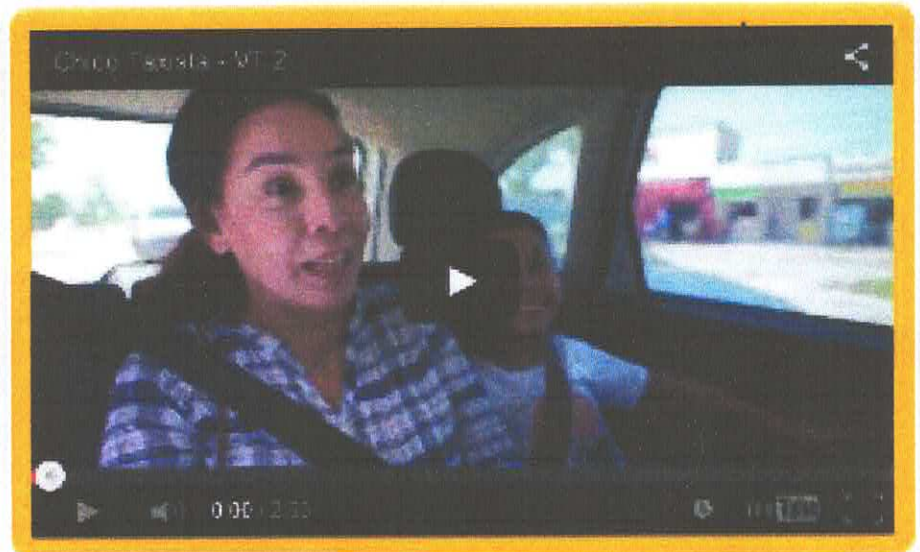
Handwritten signature

Handwritten letter 'A'

Handwritten initials and marks: a large signature, a circled 'P', a circled 'K', a circled 'A', and a circled 'U'.

ON Rádio Recife

Aperte o play e acompanhe o que acontece em nossa cidade



Relatos - Anexo 3

Cliente: Prefeitura do Recife
Título: Chico Taxista
Peça: Hotsite

4.1.4 – RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO: deverão ser apresentados 2 (dois) cases, relatando soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação propostas e implementadas por anunciantes.

RELATO 02 – São João Detran 2017 – Cliente: DETRAN/PE

O problema

Os festejos juninos de Pernambuco é a maior manifestação cultural e festiva do nosso estado, e atraem turistas de todo o país. Neste período milhares e milhares de pessoas se deslocam, não só para Caruaru, o maior polo de São João, mas para todo o interior, fazendo com que o Governo do Estado, não só invista nos polos juninos, mas também o DETRAN/PE participe com ações educativas e preventivas para evitar acidentes no trânsito nas cidades e nas rodovias, garantindo a segurança dos motoristas, passageiros e transeuntes. Neste sentido, a nossa agência, como contratada pelo DETRAN/PE para o desenvolvimento de campanhas educativas, recebeu a demanda para criar e veicular uma campanha publicitária focada em orientar os motoristas no controle da velocidade, no uso do cinto de segurança, e para não usarem celular, nem dirigirem sob efeito de bebidas alcoólicas. Nesta demanda, a Coordenação de Educação para o Trânsito do DETRAN/PE solicitou a nossa agência criar uma campanha educativa leve, sem mostrar acidentes, usando tanto a mídia de massa – TV, rádio e outdoor – como produzindo material para as blitz educativas nas rodovias e cidades polos principais.

A solução

Para criar esta Campanha de segurança preventiva visando evitar acidentes nas rodovias federais e estaduais, e também produzir material educativo para uso pelo DETRAN/PE durante o período dos festejos juninos, tínhamos que buscar se comunicar com todos que se deslocam de carros para as cidades sedes dos maiores festejos juninos no interior do estado, principalmente os jovens e todos que fazem uso do consumo de bebidas alcoólicas, mas também uso de celular, ultrapassagens proibidas e buscando o respeito às leis de trânsito, contra qualquer tipo de imprudência.

Para atender esta demanda, a Dois Comunicação optou em usar o personagem “Bode Gaiato” que já ocupava um espaço de destaque entre os digital *influencers* brasileiros. É uma das maiores páginas do Facebook no país, com 8 milhões de fãs e grande engajamento em todas as postagens. Seus personagens ocupam o espaço da representação simbólica da cultura do Nordeste nas redes sociais, estando os participantes dessa comunidade genuinamente interligados e interagindo virtualmente pelo vínculo sociocultural que os interligam, e conseqüentemente, os identificam.

A página virtual do “Bode Gaiato” procura assumir em suas publicações por várias vezes a função de fomentar discussões acerca do papel do indivíduo dentro de sua sociedade,

Carmem Luciana de Carvalho
Coordenadora - Mat. 900
Coordenadora de Educação
do Trânsito



como também buscar incitar a participação e manifestação individual e/ou coletiva relacionada a temas político-sociais - utilizando-se do componente humor, altamente engajador.

Tais aspectos oferecem à campanha educativa que criamos para o DETRAN/PE o universo narrativo e semântico ideal para influenciar o público-alvo (condutores de veículos que se deslocam para as festas de São João) a aderirem de forma divertida e prazerosa às recomendações de segurança, com um único arremate **“Estrada não é lugar de gaiatice”**.

Para esta campanha com foco em três motivos – velocidade, álcool e cinto de segurança – criamos três filmes para TV e três spots para rádios para veiculação na Região Metropolitana do Recife e interior do estado, cobrindo todas as regiões e as principais cidades. Para isto contratamos todas as emissoras de TV do estado, assim como as principais emissoras de rádio, e selecionamos 60 placas de outdoor para cobrir as vias de acesso dos principais polos juninos. Foi criado e veiculado banners para redes sociais e o próprio criador do personagem Bode Gaiato, usou sua página no Facebook para divulgar mensagens editoriais ilustradas, que só reforçaram a divulgação e massificação desta campanha publicitária.

Esta campanha publicitária do Detran/PE para o São João também deu suporte para as blitz educativas das equipes da Turma do Fom-Fom, vinculadas a Coordenação de Educação para o Trânsito do DETRAN/PE, com a confecção de Folder, Sacola de Lixo e Adesivos para carros.

Recife, 19 de fevereiro de 2018.

ORLANDO JOSÉ GOMES MINDÊLO
Sócio Diretor e Representante legal
DOIS COMUNICAÇÃO

Cliente:

CARMEN LACERDA DE CARVALHO ASSUMPÇÃO
Coordenadora de Educação para o Trânsito - DETRAN/PE

ANEXO 04 – PEÇAS DO RELATO 02 – SÃO JOÃO DETRAN/PE 2017

Peça 1	FILME 30"
Título	Cinto de Segurança
Veículos	TVs: Globo, Tribuna, Jornal, Clube, Asa Branca, Jornal Caruaru e Grande Rio Petrolina.

Peça 2	FILME 30"
Título	Bebida e direção
Veículos	TVs: Globo, Tribuna, Jornal, Clube, Asa Branca, Jornal Caruaru e Grande Rio Petrolina.

Peça 3	SPOT 30"
Título	Velocidade
Veículos	Rádios: Jornal, Clube FM, Jovem Pan, Nova Brasil, Recife FM, CBN, Band Recife, Jovem Pan Caruaru, Jornal Caruaru, Independente FM, Itacaté Belo Jardim, Bom Conselho AM, Carpina FM, Liberdade Caruaru, Marano Garanhuns, Vitória FM, Agreste RDF, Integração FM Surubim, Salgueiro FM. Quilombo Palmares, Arari Araripina, Clube AM Recife.

ANEXO 05 – PEÇAS DO RELATO 02 – SÃO JOÃO DETRAN/PE 2017

Peça 4	OUTDOOR
Título	Bebida e direção
Veículos	Stampa, Bandeirantes, Rota, Wingos e LM

Peça 5	LIXEIRA CARRO
Título	Cinto de Segurança
Ação Educativa	Blitz educativas

[Handwritten signatures and initials in blue ink]



BIO, DO JEI
TU BEBE, ES
ÚNICO CARR
PRESTA PRA

Estrada não é
lugar de gaiatice.

DETRAN-PE

Relatos 2 - Anexo 5

Cliente: DETRAN/PE

Título: Bebida e direção

Peça: Outdoor

Veículos: Stampa, Bandeirantes, Rota, Wingos e LM

ANEXO 04 - DVD com 02 filmes e 01 spot

PEÇAS DO RELATO 02

Título: São João Detran 2017 – Cliente: Detran/PE



Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature, a circled 'R', and other initials.



ARMARIA
EM JOG
PELA



Relatos 2 - Anexo 5

Cliente: DETRAN/PE
Peça: Lixeira de carro
Ação Educativa: Blitz educativas