

000234

CLIENTES

única
PROPAGANDA

Câmara Municipal de Apucarana
Concorrência nº 01/2018 – Processo Licitatório nº 02/2018
Proposta Técnica – Capacidade de Atendimento

I - Relação nominal dos principais clientes atendidos pela licitante à época da apresentação dos documentos deste processo, com a especificação do período de atendimento de cada um deles, bem como os respectivos ramos de atividades, produtos e serviços.

	PREFEITURA MUNICIPAL DE JAPURÁ – PR Período de atendimento: Desde 2013 até a presente data. Ramo de atividade: Órgão Público. Produtos e serviços a cargo da agência: Planejamento, criação, produção, distribuição e veiculação de campanhas publicitárias.
	PREFEITURA MUNICIPAL DE JURANDA – PR Período de atendimento: Desde 2014 até a presente data. Ramo de atividade: Órgão Público. Produtos e serviços a cargo da agência: Planejamento, criação, produção, distribuição e veiculação de campanhas publicitárias.
	PREFEITURA MUNICIPAL DE MAMBORÉ – PR Período de atendimento: Desde 2014 até a presente data. Ramo de atividade: Órgão Público. Produtos e serviços a cargo da agência: Planejamento, criação, produção, distribuição e veiculação de campanhas publicitárias.
	PREFEITURA MUNICIPAL DE OURINHOS – SP Período de atendimento: Desde 2013 até a presente data. Ramo de atividade: Órgão Público. Produtos e serviços a cargo da agência: Planejamento, criação, produção, distribuição e veiculação de campanhas publicitárias.
	PREFEITURA M. DE PRESIDENTE CASTELO BRANCO – PR Período de atendimento: Desde 2014 até a presente data. Ramo de atividade: Órgão Público. Produtos e serviços a cargo da agência: Planejamento, criação, produção, distribuição e veiculação de campanhas publicitárias.
	PREFEITURA MUNICIPAL DE TUPÃ – SP Período de atendimento: Desde 2011 até a presente data. Ramo de atividade: Órgão Público. Produtos e serviços a cargo da agência: Planejamento, criação, produção, distribuição e veiculação de campanhas publicitárias.
	SUPERINTEND. DE ÁGUA E ESGOTO DE OURINHOS – SP Período de atendimento: Desde 2013 até a presente data. Ramo de atividade: Órgão Público. Produtos e serviços a cargo da agência: Planejamento, criação, produção, distribuição e veiculação de campanhas publicitárias.

Handwritten signatures and the number 2.

	<p>UNIVERSIDADE FEDERAL DA GRANDE DOURADOS – MS Período de atendimento: Desde 2010 até a presente data. Ramo de atividade: Ensino, Pesquisa e Extensão. Produtos e serviços a cargo da agência: Planejamento, criação, produção, distribuição e veiculação de campanhas publicitárias.</p>
	<p>FAVORETTO AGRÍCOLA – PR Período de atendimento: 2016 até a presente data Ramo de atividade: Peças e implementos agrícolas. Produtos e serviços a cargo da agência: Planejamento, criação, produção, distribuição e veiculação de campanhas publicitárias.</p>
	<p>CEPAT – PR Período de atendimento: Desde 2011 até a presente data. Ramo de atividade: Laboratório. Produtos e serviços a cargo da agência: Planejamento, criação, produção, distribuição e veiculação de campanhas publicitárias.</p>
	<p>PINDUCA ALIMENTOS – PR Período de atendimento: Desde 2006 até a presente data. Ramo de atividade: Indústria de alimentos. Produtos e serviços a cargo da agência: Planejamento, criação, produção, distribuição e veiculação de campanhas publicitárias.</p>

[Handwritten signatures and initials]



QUANTIFICAÇÃO
E QUALIFICAÇÃO
DOS PROFISSIONAIS

única
PROPAGANDA

[Handwritten signatures and scribbles]

II - Quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que serão colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio e TV, produção gráfica, mídia e atendimento;

Estudo e Planejamento (2 profissionais):



Antimodoro Zanko - Graduado em Letras (Português/Inglês) UEM – Universidade Estadual de Maringá. Mestrado em Educação pela UFSM-RS, concentração nas áreas de Planejamento, Pesquisa e Supervisão.

Experiência: Professor de Metodologia e Pesquisa – Universidade Estadual de Maringá, além do exercício de cargos de chefia. Atua como responsável pelos assuntos de planejamento e pesquisa na Única Propaganda.



Margarete Yochiko Nunes Pereira - Graduada em Administração de Empresas – UEM/UNIFAMA.

Experiência: Coordenadora de Mídia na RPC – Televisão Cultura de Maringá – Afiliada da Rede Globo, onde adquiriu larga experiência em relação à comunicação de massa. Na Única Propaganda supervisiona todos os planejamentos e pesquisas dos clientes da agência.

Criação (5 profissionais):



Fernando Rogério Bueno - Graduado em Publicidade e Propaganda pela UNIFAMMA – Faculdade Metropolitana de Maringá. Aperfeiçoamento em desenho artístico e publicitário.

Experiência: Foi ilustrador e coordenador de editoração gráfica do Jornal Diário do Oeste/SP. Foi designer na Gráfica Oeste, em Adamantina SP. Na Única Propaganda responde pela direção de criação desde 2001.

[Handwritten signatures and initials]



Henrique Pinto Oliveira - Graduando em Artes Plásticas na FMU-Faculdades Metropolitanas Unidas em São Paulo.

Experiência: Atuou em áreas de criação nas agências DM9, DPZ, F/Nazca Saatchi & Saatchi, Fischer América (atual Fischer & Friends), MPM e Neogama e larga experiência em produção de internet. Está vinculado à atividade publicitária há 20 anos.



Tiago L. Zanko - Graduado em Tecnologia de Gestão Pública pela Unicesumar - Centro Universitário de Maringá, graduando em Licenciatura em Matemática pela Unicesumar.

Experiência: Na Única Propaganda atua na área de Internet-social media e mídia on line. Atua na atividade publicitária há 7 anos.



Wilame do Prado Elías - Graduado em Comunicação Social (Jornalismo) e pós-graduado em Arte na Contemporaneidade pela Unicesumar - Centro Universitário Cesumar.

Experiência: Dez anos em comunicação empresarial, assessoria de imprensa e criação de campanhas publicitárias. Há 7 anos atua na área da publicidade.



Eliton Oliveira - Graduado em Publicidade e Propaganda pela Uniandrade.

Experiência: Atua como redator publicitário há 12 anos. Passagens por várias agências da cidade de Maringá. Já atuou como diretor e roteirista de cinema com documentários, curta e longas-metragens.

Produção de rádio e TV (2 profissionais):



Monique Borges Torres - Graduada em Direito pela UNOPAR - Universidade Norte do Paraná.

Experiência: Créditos em arquitetura com especialista em programação visual e larga experiência em produção de RTV. Atua há 8 anos na atividade publicitária.



Odete Maria Lautenschlager Zanko - Graduada em Letras (Português/Inglês) pela UEM – Universidade Estadual de Maringá.

Experiência: Foi gerente comercial da RPC – TV Cultura de Maringá, afiliada da Rede Globo, onde por muito tempo acumulou a função de direção dos núcleos de produção audiovisual. Há 25 anos fundou a Única Propaganda da qual é sócia- administradora.

Produção gráfica (1 profissional):



Alyssonclei Correa da Silva - Curso Técnico de Desenho Publicitário. Especialização em 3D.

Experiência: Trabalhou na Qualitá Artes Gráficas, editoração, ilustração e supervisão de produção. Na Única Propaganda exerce a função de direção e controle da produção gráfica, desde 2001.

Mídia (1 profissional):



Josiani Zerbinatti dos Santos - Graduada em Publicidade e Propaganda pela Unicesumar - Centro Universitário Cesumar e pós-graduação - MBA em Marketing pela Faculdade Maringá.

Experiência: Trabalhou na Yurban Comunicação, Viva Propaganda, Nação Propaganda e Stuff Publicidade. Há 9 anos na atividade publicitária Na Única Propaganda é coordenadora de mídia.

Atendimento (3 profissionais):



Ricardo Masahiro Takigami - Graduado em Administração de Empresas pela UNOPAR.
Experiência: Trabalhou na área de atendimento da GVT – Global Village Telecom, PR Press Agência de Notícias e Engenho Propaganda de Londrina. Acumulou grande experiência na área de atendimento a clientes, com experiência na área administrativa, financeira e atendimento ao cliente. Há 12 anos na atividade publicitária. Na Única Propaganda atua como coordenador de Atendimento.



Poliana Penha Guerri - Graduada pela Uningá – Faculdade Ingá.
Experiência: Trabalha no atendimento a clientes da agência. Atua há 4 anos na atividade publicitária na Única Propaganda.



Tiago Henrique S. Gonçalves - Graduado em Comunicação Social pela Universidade Prudente de Moraes (2004) – Itu, SP.
Experiência: Há 15 anos no mercado publicitário de Sorocaba, iniciou como atendimento na empresa Unográfica, pelo período de 1 ano e meio. Em 2004, ingressou na agência Zoomfoccus para desempenhar a função atendimento, onde adquiriu vasta experiência, atendendo clientes regionais e nacionais. Atualmente é atendimento na base operacional da Única Propaganda em Sorocaba – SP.

000226

**INSTALAÇÕES,
INFRAESTRUTURA
E RECURSOS
MATERIAIS**

única
PROPAGANDA

III – Instalações, a infraestrutura e os recursos materiais disponíveis para a execução do contrato;

A estrutura da sede

A agência está instalada em prédio próprio, nos altos da Zona 5, final das Avenida Euclides da Cunha, em Maringá, com área construída de 482,20 m². Tem divisões internas planejadas para facilitar o trabalho integrado de seus departamentos. Inclui, no mesmo terreno de 710 m², dependências de lazer. Todos os móveis foram planejados para as funções específicas de cada setor. Está protegida por um sistema de alarme e câmeras de monitoramento remoto.

Base operacional no Estado de São Paulo

Um grande reforço na eficiência do trabalho está a proximidade com o cliente. Para essa facilitação, a proponente mantém uma base operacional na cidade de Sorocaba, referências abaixo. Quando necessário, os contatos podem ser feitos diretamente com o sistema disponível nessa cidade.

Sorocaba – SP.

Rua Otaviano nº 325 – 19º andar
Parque Campolim - CEP: 18048-100
Tiago Henrique S. Gonçalves
Telefone: (15) 99116-6416



Av. Euclides da Cunha, 1667
Zona 05 - Maringá - Paraná

Sorocaba - SP
Rua Otaviano nº 325
19º andar - Parque Campolim

Telefonia e telecomunicações

Todos os setores da agência estão ligados por ramais ao Sistema de PABX Intelbras, interno e externo. Está ligada à fibra ótica de alta performance, com configuração para videoconferência, chamadas via internet, upload e download de arquivos de todos os formatos, *streaming*, Wi-Fi próprio para atendimento a todos que se encontram nas dependências da agência.

Estrutura de TI

A agência opera 100% informatizada, com rede programada em 2 servidores com soluções de base Intel e *firewall* próprio. A rede se interliga internamente com 14 computadores, com Workstations preparadas para todo tipo de atividade do ramo publicitário. Além de 2 notebooks para acesso remoto e também interno na própria rede. Possui câmeras fotográficas interligadas aos computadores, com microfones e flashes, o que permite a produção de imagens para *layouts* pela própria agência. O sistema de impressão é assistido por impressoras de alta resolução das marcas Epson, HP e Samsung. Todos os arquivos são armazenados em servidor próprio e dedicado, com sistema de backup automático em HD do tipo NAS, com acesso criptografado, que garante a segurança e a funcionalidade das operações dos arquivos em rede.

Deslocamentos na cidade e região

Para o acompanhamento do trabalho externo, a agência disponibiliza três veículos:

1 (um) Volkswagen Golf de cor prata, Placa ADD-0014.

1 (um) Hyundai Azera de cor prata, Placa ALZ-6500.

1 (um) Hyundai Azera de cor preta, Placa BDF-0908.

Softwares e Sistemas

Todos os setores da agência estão interligados por um sistema intranet, controlado por *software* específico, Publi Express. Dinâmico e de fácil manejo, coordena o fluxo das operações desde a entrada do briefing até a finalização e prestação de contas de cada trabalho. Os computadores e notebooks estão programados para todos os tipos de *software* de vetores, bem como tratamento e edição de fotos e vídeos, com total eficiência e diminuição de tempo para a execução dos trabalhos.

EQUIPAMENTO	DESCRIÇÃO	QTD.
IMPRESSORAS	HP Deskjet Ink Advantage 4646	1
	HP Office Jet Pro 8610	1
	HP Photosmart C 5580 -all in one	1
	Epson Stylus Photo T50	1
	HP Deskjet Ink Advantage 1516	1
	HP Deskjet 1000	1
	HP Photosmart	1
	Samsung SCX 4200	1
PROJETOR	ACER C205	1
PC	Processador Intel Dual Core, 8 GB de RAM, HD 256 GB	4
	Processador Intel i5, 8 GB de memória RAM, HD 512 GB	1
	Processador Intel i7, 16GB de memória RAM, HD 512 GB	6
	iMac, 21,5 pol., i5, 8 GB de memória RAM, HD 1 TB	2
	Mac Mini, processador i5, 4 GB de memória RAM, HD 512 GB	1
NOTEBOOK	Asus – Processador Intel i7, 8 GB de memória RAM, HD 1 TB, tela 13 pol.	1
	Apple – MacBook Pro, Processador Intel i5, 6 GB de memória RAM, HD 512 GB	1
MONITORES	Samsung 23 polegadas – Full HD	5
	AOC 23 polegadas – Full HD	8
	LG 21,5 polegadas – Full HD	3
MESA DIGITALIZADORA	Wacon	1
SISTEMA DE BACK UP	3 TB do tipo NAS	1
CÂMERAS FOTOGRÁFICAS	Digitais	2
SERVIDORES	Processador Intel Xeon quad core, HD Seagate, 8 GB de memória RAM	1
	Processador Intel i7, quad core, HD Seagate, 16 GB de memória RAM	1
MONITORAMENTO	Alarme com sensores internos e externos, sistema de câmeras e HD de 1 TB	1



Sede da empresa



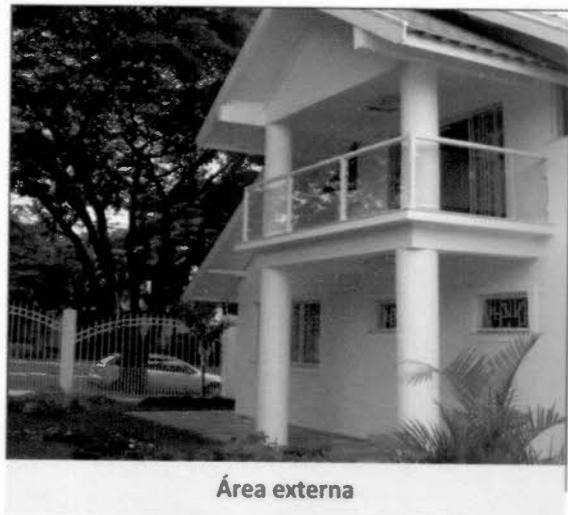
Sala de reuniões



Sala de atendimento



Recepção



Área externa



Sala de atendimento



Sala do administrativo financeiro



Sala do administrativo financeiro



Sala de criação



Sala de planejamento

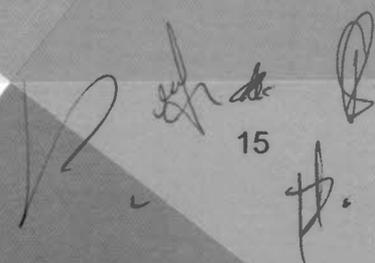


Sala de mídia

000220

SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

única
PROPAGANDA



IV - Sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na sua elaboração de plano de mídia;

Experiência própria

Em 25 anos de atividade sem interrupção, é natural que a Única Propaganda tenha desenvolvido estilo e metodologia próprios no trato com os clientes. Argúcia, agilidade e busca de resultados ultrapassam o nível de mero aspecto negocial para assumir o compromisso de motivação e entusiasmo com as causas do cliente, sem perda da objetividade.

Planejamento e Integração

Com a acentuada evolução nos cenários econômico e político, é natural que a demanda por acertos nas decisões passe a exigir a integração de todos os setores sobre bases de planejamento constantemente atualizados. Racionalidade, criatividade, soluções inovadoras, agilidade e qualidade final são marcos orientadores de todos os trabalhos.

Toda a equipe, além do trabalho interno integrado, também busca sintonia nas estratégias com a cultura do cliente, seus históricos, sua metodologia de tomada de decisões, suas metas, pontos fortes para a comunicação e cenários a superar.

Essa forma de planejamento integrado garante a construção de marca sólida e duradoura, mais que trabalho limitado à publicidade periódica. Ao conduzir o raciocínio estratégico, o cliente sente-se confiante e seguro no exame dos resultados.

Pesquisa

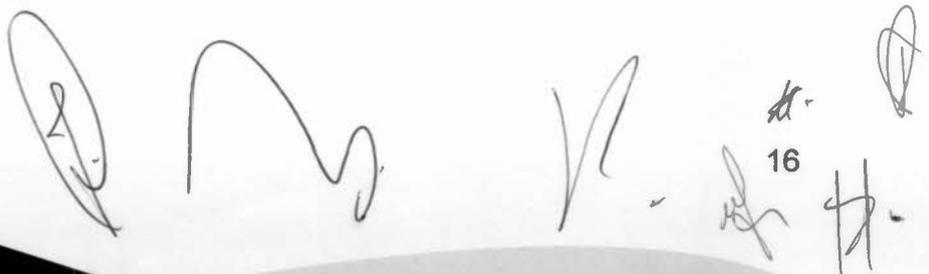
Extrair das pesquisas as tendências e cenários confere ao planejamento base real. Com a pesquisa sempre associada ao planejamento, os dados ganham sentido e orientam a formulação de objetivos estratégicos.

Os Institutos de pesquisa fazem a coleta e alinhamento dos dados com as análises explicativas dos indicadores solicitados.

Ao planejamento de comunicação cabe o próximo passo, apresentar as linhas norteadoras da argumentação, coerentemente com o que o público precisa conhecer e analisar para a adoção de suas atitudes.

Sistemática e rotina

O passo inicial do trabalho é dado pelo atendimento que coleta o briefing do cliente. Pelo Sistema Publi Express, a solicitação chega ao Planejamento e à Criação. Elaborados os layouts, o Atendimento tem a responsabilidade de apresentar à análise do cliente para reformulações que desejar. Depois de aprovados, os materiais são finalizados. Mídia e Produção encaminham as solicitações de produção e distribuição.



Acompanhamento e controle

Durante o período da campanha, a veiculação é supervisionada e acompanhada pelos meios próprios de controle da mídia contratada. A exemplo do IBOPE para a televisão, o IVC para o jornal, cada meio selecionado para a veiculação disponibiliza meios específicos para o controle.

De posse desses dados, as reuniões periódicas poderão pautar a avaliação de resultados e elaboração de novos planos estratégicos para a continuidade dos trabalhos, num movimento virtuoso de construção da imagem da cidade que se movimenta na busca do desenvolvimento humanizado e humanizador.

Prazos e obrigações

É da agência a obrigação de cumprimento da rotina do cliente na área de comunicação, assumindo também a obrigação de cumprir os prazos da agenda.

Em condições normais de trabalho:

- 1 (um) dia útil para criação de peça avulsa.
- 3 (três) dias úteis para criação de campanha.
- 2 (dois) dias úteis para elaboração do plano de mídia.

Os prazos apresentados podem ser reduzidos, caso situações inesperadas exigirem pronta ação da agência.

Controle e repasses

Faz parte também das obrigações da agência colher orçamentos de serviços especializados de terceiros, supervisionar a produção e controlar a qualidade dos trabalhos.

Integra também suas obrigações preparar os processos de solicitação dos pagamentos para repasse, nos termos da lei nº 12.232/2010, e a manutenção sob sua custódia pelos prazos fixados na mesma lei.

- Fluxograma da rotina de trabalho.



[Handwritten signatures and initials]

V – Discriminação das informações de comunicação e marketing que colocará regularmente à disposição da Câmara Municipal, sem ônus adicional, durante a execução do contrato.

A agência se compromete a manter o cliente sempre informado sobre a importância das mídias sugeridas em cada campanha pelos meios indicados para mensuração de cada um deles; IVC para jornais e revistas; IBOPE para rádio e TV; INFORMÍDIA que relaciona e fotografa as tabuletas com data e local das tabuletas de outdoor.

Disponibiliza as publicações anuais sobre mídia, especialmente os relatórios do Mídia Dados Brasil que sistematiza as compras de mídia em todo o Brasil e os índices de audiência medida pelos institutos.

A collection of handwritten signatures and initials in black ink, located in the bottom right area of the page. The signatures are stylized and vary in length and complexity.

VI – Comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidade e prazos com o objeto desta licitação, mediante a apresentação de 03 (três) declarações/atestados de experiência anterior similares ao objeto desta licitação, fornecidas por três clientes que tenham sido ou estejam sendo atendidos pela licitante. As declarações/atestados deverão conter o cargo/função daquele que assinou o atestado em favor da proponente e terem sido expedidas, no máximo, até 30 dias antes da data de entrega dos envelopes.

[Handwritten signatures and initials]



ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

CÂMARA MUNICIPAL DE MARINGÁ, inscrita no CNPJ nº 77.926.709/0001-94, Av. Papa João XXIII, 239, Município de Maringá – PR., atesta para os devidos fins que a empresa **ÚNICA PROPAGANDA LTDA EPP**, inscrita no CNPJ nº 85.447.969/0001-68, no Município de Maringá/PR., prestou serviços de publicidade e propaganda para este órgão no ano de 2014, possuindo capacidade técnica e pessoal especializado na criação, produção de peças publicitárias, materiais gráficos, planejamento, mídia e atendimento, contratação, controle de campanhas publicitárias e publicações.

Atestamos que os serviços foram executados satisfatoriamente, não existindo em nossos registros, até a presente data, fatos que desabonem sua conduta e responsabilidade com as obrigações assumidas.

Maringá-PR., 16 de março de 2018.

Douglas de Souza Fernandes
Coordenador de Comunicação Social

77.926.709/0001-94
MARINGÁ CÂMARA MUNICIPAL
Av. Papa João XXIII, n. 239
Zona 02 CEP 87.010-260
MARINGÁ - PR



PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SARANDI

Rua José Emiliano de Gusmão, 565, Centro - CEP: 87111-230

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO



Sarandi, 19 de março de 2018

ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

PREFEITURA DO MUNICÍPIO DE SARANDI, inscrita no CNPJ nº 78.200.482/0001-10 rua José Emiliano de Gusmão, 565 Município de Sarandi, atesta para os devidos fins que a empresa **ÚNICA PROPAGANDA LTDA EPP**, inscrita no CNPJ nº 85.447.969/0001-68, no Município de Maringá/PR., prestou serviços de publicidade e propaganda para este órgão, possuindo capacidade técnica e pessoal especializado na criação, produção de peças publicitárias, materiais gráficos, planejamento, mídia e atendimento, contratação, controle de campanhas publicitárias e publicações.

Atestamos que os serviços foram executados satisfatoriamente, não existindo em nossos registros, até a presente data, fatos que desabonem sua conduta e responsabilidade com as obrigações assumidas.

Anderson Ferreira Pompeu
Assessor de Comunicação Social
Decreto nº 333/2017 de 15/08/2017

ANDERSON FERREIRA POMPEU
ASSESSOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL



☎ (44) 3264-8686 - 3264-8486

🌐 www.sarandi.pr.gov.br

✉ assessoriasarandipr@gmail.com

📍 Rua José Emiliano de Gusmão, 575 - Centro, Sarandi [Facebook.com/prefeiturasarandi](https://www.facebook.com/prefeiturasarandi)



Cepat
Centro de Patologia

Dr. Rodrigo Lautenschlager Zanko
Anatomocitopatologista - CRM 21.265
Título de especialista pela Sociedade Brasileira de Patologia



ATESTADO DE CAPACIDADE TÉCNICA

CEPAT – CENTRO DE PATOLOGIA, inscrita no CNPJ nº 10.187.689/0001-69 no Município de **Maringá - PR** atesta para os devidos fins que a empresa **ÚNICA PROPAGANDA LTDA EPP**, inscrita no CNPJ nº 85.447.969/0001-68, no Município de Maringá/PR., presta serviços de publicidade e propaganda para esta empresa, possuindo capacidade técnica e pessoal especializado na criação, produção de peças publicitárias, materiais gráficos, planejamento, mídia e atendimento, contratação, controle de campanhas publicitárias e publicações.

Atestamos que os serviços foram executados satisfatoriamente, não existindo em nossos registros, até a presente data, fatos que desabonem sua conduta e responsabilidade com as obrigações assumidas.

Maringá – PR., 16 de MARÇO de 2018.

CEPAT

Rodrigo Lautenschlager Zanko
Sócio-administrador

CEPAT - Centro de Patologia Ltda.
CNPJ: 10.187.689/0001-69

23

000211

REPERTÓRIO

única
PROPAGANDA

Fichas técnicas do repertório:

1 – Anúncio de revista.

Licitante: Única Propaganda Ltda EPP.

Cliente: Prefeitura Municipal de Presidente Castelo Branco.

Título: Dengue, Chikungunya e Zika Vírus.

Data de produção: 07 de dezembro de 2016.

Período de veiculação: Dezembro/2016.

Veículo: Noroeste Revista.

Dimensões originais da peça: 1 página (21cm x 28cm).

Indicação sucinta do problema que a peça propôs a resolver:

A peça alerta a população sobre os danos que o Aedes aegypti traz com as novas doenças que transmite, além da dengue. A peça alerta para as consequências da vida em família na hipótese de faltar um, ou ambos os pais, uma vez que o mosquito não escolhe a quem picar.

2 – Anúncio de revista.

Licitante: Única Propaganda Ltda EPP.

Cliente: Câmara Municipal de Maringá.

Título: Dia internacional da pessoa com deficiência.

Data de produção: 11 de novembro de 2014.

Período de veiculação: Dezembro/2014.

Veículo: Revista Conexão.

Dimensões originais da peça: 1 página (21cm x 28cm).

Indicação sucinta do problema que a peça propôs a resolver: As políticas públicas da Câmara de Vereadores passam pela inclusão de pessoas com alguma necessidade especial. A peça sensibiliza e lança luz sobre esse problema para despertar na população a luta pela igualdade de direitos.

3 – Cartaz.

Licitante: Única Propaganda Ltda EPP.

Cliente: Prefeitura Municipal de Marília.

Título: Campanha do Agasalho.

Data de produção: 02 de março de 2015.

Período de veiculação: Março e abril de 2015.

Local de exposição: Escolas, postos de saúde, hospitais e comércio.

Empresa responsável pela colagem: G5 Panfletagem Express.

Dimensões originais da peça: 29,7cm x 42cm.

Indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver: A Campanha do Agasalho é política pública municipal. A peça cartaz se propõe a sensibilizar a população a encaminhar roupas e agasalhos para serem destinados às instituições de assistência social, em sinal de solidariedade.

4 – Post para rede social.

Licitante: Única Propaganda Ltda EPP.

Cliente: Universidade Federal da Grande Dourados.

Título: Aonde você quer chegar (Escritório Internacional).

Data de produção: 07 de fevereiro de 2017.



Período de veiculação: 11 de maio de 2017.

Veículo: Facebook.

Dimensões originais da peça: 1.000px x 1.000px.

Indicação sucinta do problema que a peça propôs a resolver: A peça divulga os benefícios do intercâmbio internacional para a formação profissional. Divulga a disponibilização dos contatos necessários aos interessados.

5 – Anúncio de jornal.

Licitante: Única Propaganda Ltda EPP.

Cliente: Prefeitura Municipal de Ourinhos.

Título: 6ª Feira Artesanal.

Data de produção: 1º de março de 2017.

Período de veiculação: Março/2017.

Veículo: Jornal Tribuna de Ourinhos e Folha de Ourinhos.

Dimensões originais da peça: 26cm x 34cm.

Indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver: A peça e propõe a mobilizar a população para exibir seus talentos. A feira coleta e expõe obras artesanais e capacita artesãos para desafio dessa arte.

6 – Anúncio de jornal.

Licitante: Única Propaganda Ltda EPP.

Cliente: Prefeitura Municipal de Juranda.

Título: Dengue 2018.

Data de produção: 18 janeiro de 2018.

Período de veiculação: Janeiro e Fevereiro/2018.

Veículo: Jornal Tribuna da Região e Jornal a Verdade.

Dimensões originais da peça: 14cm x 22cm

Indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver: A peça alerta sobre os cuidados para combater o Aedes aegypti. Relaciona as principais medidas que as famílias devem tomar, pois o mosquito carrega novos perigos, além da dengue.

7 – Anúncio de jornal.

Licitante: Única Propaganda Ltda EPP.

Cliente: Prefeitura Municipal de Marília.

Título: IPTU 2013.

Data de produção: 05 de março de 2013.

Período de veiculação: Março/2013.

Veículo: Jornal Diário de Marília.

Dimensões originais da peça: 29,7cm x 52cm.

Indicação sucinta do problema que a peça propôs a resolver: A peça utiliza a palavra IPTU de maneira estilizada. Cada letra representa uma área na qual pode ser feita a aplicação dos recursos adquiridos com esse imposto: saúde, obras, educação e infraestrutura, respectivamente. A imagem é reforçada pelo apelo textual, o qual informa que com o pagamento do IPTU, tanto a cidade quanto o munícipe são beneficiados.

8 – Post para rede social.

Licitante: Única Propaganda Ltda EPP

Cliente: Universidade Federal da Grande Dourados - UFGD

Título: Assédio Moral

Data de produção: 10 de agosto de 2016

Período de veiculação: Agosto de 2016

Veículo: Facebook

Dimensão original da peça: 403 x 403 pixels

Indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver: Reclamações apresentadas à reitoria demandaram atitudes de solução. A peça integra a política de defesa dos direitos de servidores e busca inibir atos de abuso de autoridade ou qualquer excesso no exercício da função de chefes e colegas de trabalho que possam humilhar, ofender, ridicularizar, inferiorizar, culpabilizar, isolar ou desestabilizar o trabalhador.

9 – VT.

Licitante: Única Propaganda.

Cliente: Superintendência de Água e Esgoto de Ourinhos.

Título: Água é vida, poupe.

Data de produção: 15 de abril de 2014.

Data de veiculação: Maio/2014 à Julho/2014

Veículo: TV Ourinhos.

Dimensões originais da peça: 45".

Indicação sucinta do problema que a peça se propôs a resolver: Para estimular o consumo ideal e diminuir o desperdício de água potável, a Superintendência de Água e Esgoto de Ourinhos realizou a campanha de "Água é vida, poupe". Este VT apresenta dados convincentes sobre o impacto positivo do uso racional da água. De forma alarmante, a mensagem convence as pessoas sobre a finitude deste recurso e faz o apelo da economia para as futuras gerações.

10 – VT.

Licitante: Única Propaganda Ltda EPP.

Cliente: Universidade Federal da Grande Dourados.

Título: 10 anos.

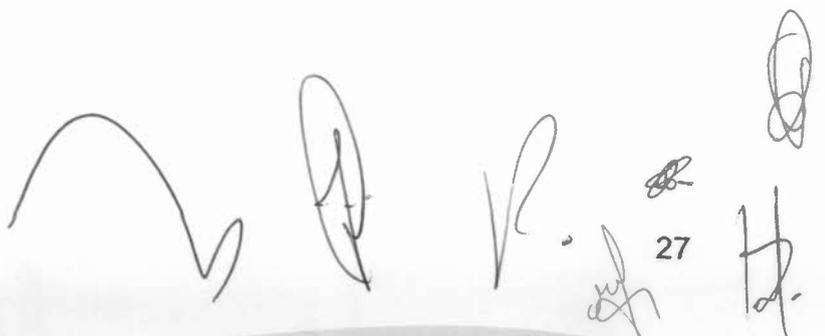
Data de produção: 20 de Outubro de 2016.

Período de veiculação: Novembro de 2016.

Veículo: TV Tibagi – SBT.

Dimensões originais da peça: 60".

Indicação sucinta do problema que a peça propôs a resolver: A peça enalteceu a grande evolução da UFGD em 10 anos de sua história. A população e a comunidade universitária identificaram imediatamente a importância da instituição e a peça despertou o orgulho na comunidade universitária e no município de Dourados e região.

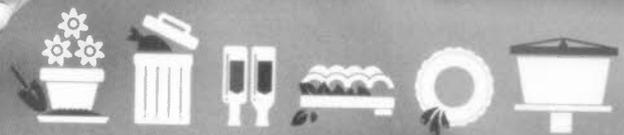




AGORA O MOSQUITO AEDES AEGYPTI

TRANSMITE TRÊS
DOENÇAS GRAVES:
DENGUE,
FEBRE CHIKUNGUNYA
E ZIKA VÍRUS.

TRÊS CHANCES DE PERDER
QUEM VOCÊ AMA.



Fique atento com sua casa: limpe quintais, recolha qualquer objeto que possa acumular água da chuva, limpe calhas, tampe recipientes que armazenam água, coloque areia nos vasos de plantas e lave sempre o pote dos animais.

www.presidentecastelobranco.pr.gov.br



Presidente
Castelo Branco
PREFEITURA MUNICIPAL

1 - Anúncio de revista

A MAIOR DEFICIÊNCIA ESTÁ NO SEU OLHAR

SOMOS TODOS DIFERENTES
COM DIREITOS IGUAIS.

**3 DE
DEZEMBRO**
DIA INTERNACIONAL DA
PESSOA COM DEFICIÊNCIA

André Dias
Maringaense
fiscicultorista
28 anos



CONSELHO MUNICIPAL
DA PESSOA COM
DEFICIÊNCIA/SASC



CÂMARA MUNICIPAL
DE MARINGÁ

www.cmm.pr.gov.br

[facebook.com/camara.maringa](https://www.facebook.com/camara.maringa)

[@camaramaringa](https://www.instagram.com/camaramaringa)

2 - Anúncio de revista

Fone/Fax: (44)3026-6168

Av. Euclides da Cunha, 1667

CEP 87015-180 - Zona 5 - Maringá - Paraná

www.unicapropaganda.com.br

Ponto de Arrecadação

Campanha do
Agasalho
Marília - 2015

Aqueça seu
coração.
Doe um
agasalho.



Roupa boa a gente doa.
De 26/03 a 30/04



FUNDO SOCIAL DE
SOLIDARIEDADE
DE MARÍLIA



PREFEITURA DE
MARÍLIA
crescendo
com a sua
gente

3 - Cartaz

AONDE VOCÊ QUER CHEGAR?



MAIS EXPERIÊNCIAS
MAIS CONHECIMENTO

Você indo mais longe com seus estudos!

Conheça o Escritório de
Assuntos Internacionais (ESAI)
da UFGD.

Serviços:

- Mobilidade Acadêmica.
- Acordos de Cooperação.

Novos lugares, novos saberes.

<http://portal.ufgd.edu.br/setor/internacionalizacao-pt>

+55 (67) **3410-2745**

esai@ufgd.edu.br

UFGD Universidade Federal
da Grande Dourados
A UNIVERSIDADE DE TODAS AS PESSOAS

4 - Post para rede social

VEM AÍ!



A MAIOR FEIRA
ARTESANAL DO
INTERIOR PAULISTA.

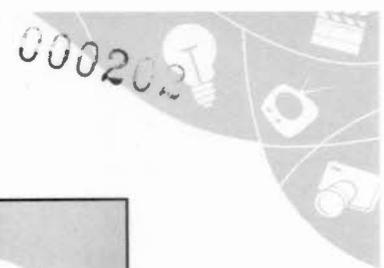
- Mais de 100 expositores
- Cursos gratuitos
- Sorteios
- Atrações artísticas
- Presença de food truck

DIAS:
6,7,8 e 9/04
HORÁRIO:
10h às 21h

LOCAL:
**PARQUE OLÁVO
FERREIRA DE SÁ
(FAPÍ)**

www.ourinhos.sp.gov.br





CUIDADO



O PERIGO PODE ESTAR NA SUA CASA

**DENGUE MATA
FEBRE CHIKUNGUNYA MATA
ZIKA VÍRUS CAUSA MICROCEFALIA**



NÃO DEIXE SUA FAMÍLIA SOFRER COM ESSA AMEAÇA.

Com a chegada das chuvas e do calor, há mais oportunidades do **Aedes aegypti** se desenvolver. A única forma de se prevenir é eliminando os focos do mosquito. Coloque areia nos vasos de plantas, lave sempre os bebedouros de animais e recolha qualquer objeto que possa acumular água. Limpe quintal, calhas, tampe sua caixa d'água e outros recipientes. Faça a sua parte. **A sua atitude pode salvar vidas.**



Para você, um **pequeno gesto**. Para o mosquito, o **fim**. Para Juranda, a **solução**.



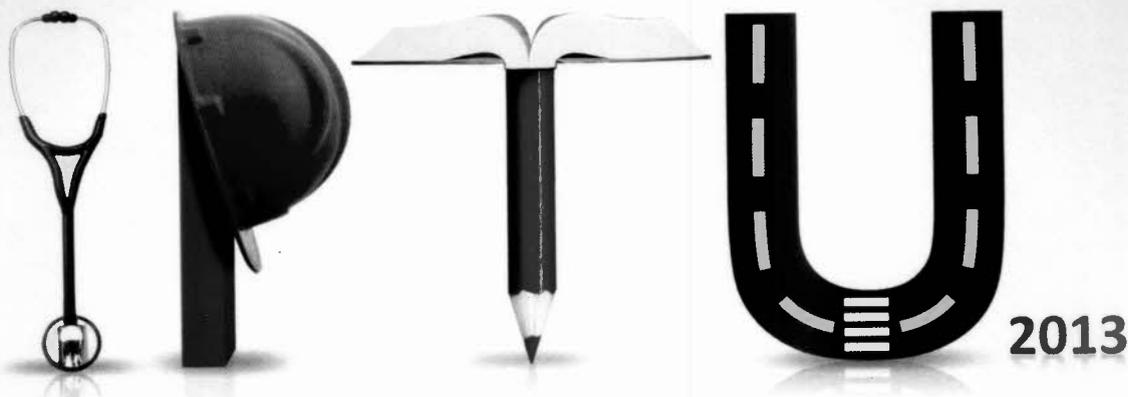
www.juranda.pr.gov.br

SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE



6 - Anúncio de jornal

COM SEU IMPOSTO EM DIA, A CIDADE GANHA E COMEÇA A MELHORAR.



Você contribui e o retorno é seu.

O imposto mais importante é o IPTU. É o único que se transforma diretamente em benefícios para a saúde, educação, obras, cultura e tantas outras necessidades do nosso município. Através do Programa Emergencial de Recuperação da Cidade (PERC) já iniciamos as obras para que Marília retome a sua vocação para desenvolvimento.

Pague seu IPTU em dia.

Além disso, pagando o IPTU em dia, você concorre a carros, motos e vários outros prêmios*.

Marília precisa de você.

● CENTRAL DE INFORMAÇÕES:

Local: Centro Cultural Ezequiel Bambine - Av. Sampaio Vidal, das 8h às 17h.

Opções de pagamento:

COTA ÚNICA:

**20% DE DESCONTO
ATÉ 15 DE MARÇO**

COTA ÚNICA:

**10% DE DESCONTO
ATÉ 15 DE ABRIL**

PAGAMENTO EM:

**11 VEZES, COM
PRIMEIRA PARCELA ATÉ
O DIA 15 DE MARÇO**



PREFEITURA DE
MARÍLIA
crescendo
com a sua
gente

www.marilia.sp.gov.br

7 - Anúncio de jornal

Fone/Fax: (44)3026-6168
Av. Euclides da Cunha, 1667
CEP 87015-180 - Zona 5 - Maringá - Paraná

www.unicapropaganda.com.br

ASSÉDIO MORAL

É definido como qualquer conduta abusiva (gesto, palavra, comportamento, atitude...) que atende, por sua repetição ou sistematização, contra a dignidade ou integridade psíquica ou física de uma pessoa, ameaçando seu emprego ou degradando o clima de trabalho.



NÃO SE CALE... DENUNCIE!

#UFGDsemOpressao #UFGDsemHumilhacao #NaoSeCale

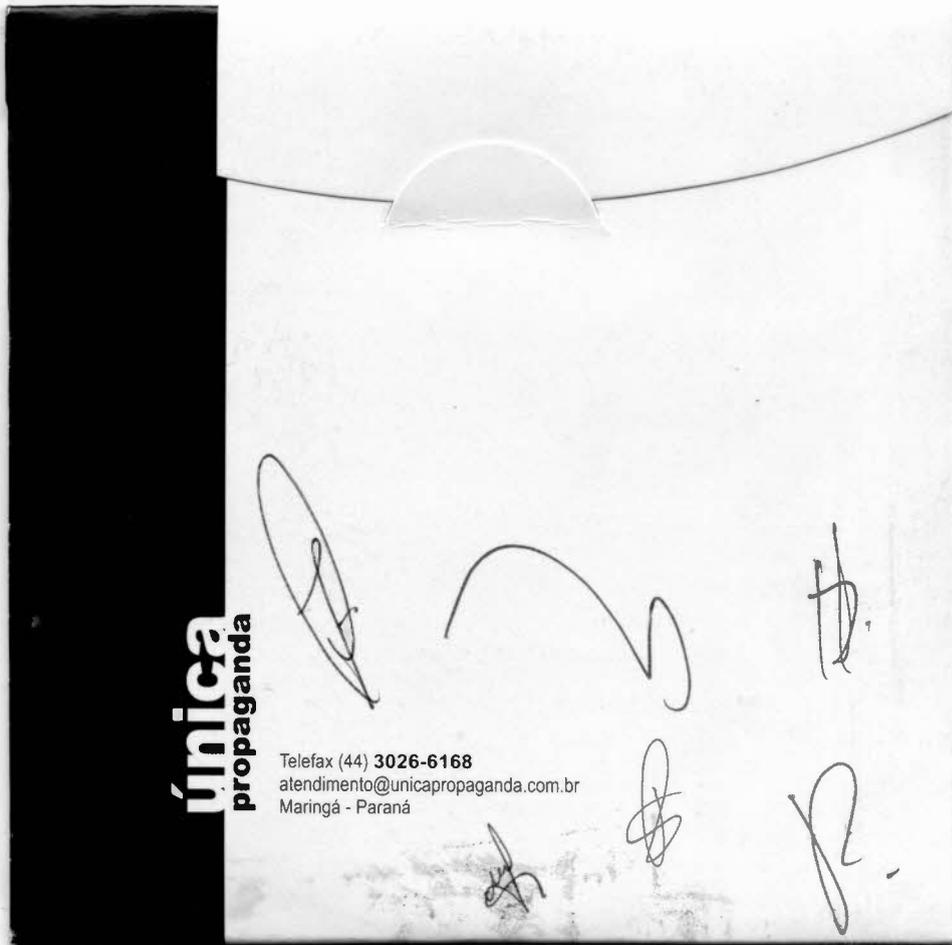
OUVIDORIA

(67) **3410-2754**
ouvidoria@ufgd.edu.br

UFGD Universidade Federal
da Grande Dourados
A UNIVERSIDADE DE TODAS AS PESSOAS

8 - Post para rede social

35



9 - VT

This section contains several handwritten signatures in black ink, arranged in a loose cluster. At the bottom right of this group, the number '36' is written.



única
propaganda

Telefax (44) 3026-6168
atendimento@unicapropaganda.com.br
Maringá - Paraná

10 - VT

000197

RELATOS DE
SOLUÇÕES
DE PROBLEMAS
DE COMUNICAÇÃO

única
PROPAGANDA

Relato nº 01:

Cliente: Câmara Municipal de Maringá.
Campanha: Semana da Pátria.

[Handwritten signatures and initials]

CASE: CAMPANHA DA SEMANA DA PÁTRIA 2014
CLIENTE: CÂMARA MUNICIPAL DE VEREADORES DE MARINGÁ

Em 2014 a Câmara de Vereadores de Maringá (PR) abriu processo licitatório para selecionar agência de propaganda objetivando promover as Semanas Cívicas, eventos anuais que levam à população temas importantes para as políticas públicas do órgão. A Única Propaganda sagrou-se vencedora e, entre os vários temas das Semanas Cívicas, desenvolveu a comunicação da Semana da Pátria. O foco principal da campanha foi a diversidade, dentro do princípio "in pluribus unum". Expresso em tradução livre: o Brasil único, enriquecido pela rica diversidade regional. A partir deste conceito, derivou-se o seguinte partido temático: "Sua brasilidade faz nossa independência". Essa proposição permitiu lançar mão de um argumento bastante específico e historicamente coerente: uma vez que nosso País teve origem no Nordeste – o Tratado de Tordesilhas já preanunciava a existência dessas terras –, a estratégia escolhida para traduzir toda essa gama de sentidos foi a utilização da linguagem do cordel. O cordel entendido como instituto de comunicação constituiu a linguagem a ser defendida e valorizada. Aproveitando ainda a emergência dos acontecimentos, a agência viu a oportunidade de reforçar o conceito de brasilidade pela figura de um grande dramaturgo e poeta brasileiro, Ariano Suassuna, morto em 23 de julho de 2014. A mídia lhe dava grande destaque, em homenagens póstumas, ressaltando a importância de sua obra e o peso de suas posições. Figura emblemática, sempre preocupado em valorizar a cultura brasileira, a utilização de sua imagem nas peças reforçou a "universalização do regional". Essas associações permitiram a criação de peças originais, traduzindo a riqueza de nossa cultura e reforçando nossa identidade. Para as peças de rádio e de televisão, foi utilizado o aspecto narrativo que o cordel possui. A campanha surpreendeu pela sua simplicidade, oportunidade e profundidade. Personagem de reconhecido espírito destemido, corajoso, franco, independente e sagaz, alavancou a comunicação ao afirmar "Não me sinto somente um nordestino. Eu me sinto um brasileiro". Para as peças gráficas (jornal e flyer), foi utilizada a linguagem visual do cordel, assemelhando-se aos folhetos ilustrados por meio de xilogravuras. A imagem estilizada de Ariano Suassuna, juntamente com a fala que deixou documentada, é de fácil identificação pelo público. A adesão ao conceito foi imediata. Para além do impacto inicial, a população objetivada, principalmente professores e alunos das escolas municipais, empenhou-se em aprofundar os conhecimentos sobre Ariano Suassuna. A visita, ou a revisita, ao universo de Suassuna rendeu constantes elogios e aprovação à iniciativa da Câmara de Vereadores. A principal observação enfatizava o aspecto cultural da campanha, a valorização de um herói novo, moderno, comprometido tanto quanto os pioneiros da Independência, um continuador da defesa de nossos valores nacionais, encontrável no dia a dia das pessoas. Ao vê-lo no vídeo falando ao vivo, compostura e fala características, cada pessoa sentia-se fortemente tocada e muito bem representada. De imediato, as escolas municipais envolveram-se na busca desses valores e a descoberta da

Fone/Fax: (44)3026-8168
Av. Evólutas da Cunha, 1587
CEP 87015-180 - Zona 5 - Maringá - Paraná

www.unicapropaganda.com.br

CARTÓRIO FLORIANO
SERVIÇO DISTRITAL DE FLORIANO
Av. Brasil, 7.346, Zona 06, CEP 87.015-280 - Maringá/PR - Tel.: (44) 3224-1182 - cartorio@carvajalmenes.com.br

THIÁIS HELENA OLIVEIRA CARVAJAL MENDES
TABELIÃ E REGISTRADORA

AUTENTICO a presente fotocópia, que confere com o original apresentado nesta Serventia. *G5W1FQZ-311260-59* 0070*. Dou fé. Maringá, Aos vinte e nove dias do mês de setembro do ano de dois mil e dezessete (29/09/2017). Emolumentos: R\$3,64 (VRC 20,00), Selo Funarpen: R\$0,75, Funrejus: R\$0,01. Em Teste da Verdade.

Fatima de Araujo Casarotto, Escrevente Juramentada



CARTÓRIO FLORIANO
Selo de autenticidade na
última folha do documento.

CARTÓRIO FLORIANO
Selo de autenticidade na
última folha do documento.

importância histórica do cordel passou a ser a temática do ensino da língua portuguesa no período. Obras até então apenas noticiadas passaram a ser estudadas, analisadas e admiradas. Valores imateriais emergiram da (re)descoberta da cultura brasileira enraizada na cultura popular nordestina. A temática dessa Semana da Pátria descobriu novos brasis dentro do Brasil. Diferenças foram assimiladas e a Câmara de Vereadores comprovou que valores filosóficos e culturais caracterizados como criações históricas de uma região são na verdade obras com DNA legitimamente brasileiro. A campanha demonstrou que a interação entre "as várias culturas" brasileiras é tarefa urgente para demonstrar que a força da brasilidade de cada região faz a força de um Brasil único e indivisível. Foram produzidas para a campanha o VT, spot, anúncio para jornal, anúncio para revista, banner de internet, flyer e peças para o Facebook.

Responsável pela elaboração: Antimidoro Zanko
Cargo: Diretor de planejamento
Única Propaganda Ltda EPP

Diniz Neto
Assessor de Imprensa
Câmara Municipal de Maringá

Diniz Neto
Coordenador de Comunicação Social

Fone/Fax: (44)3026-6168
Av. Euclides de Cunha, 1887
CEP 87016-180 - Zona 5 - Maringá - Paraná



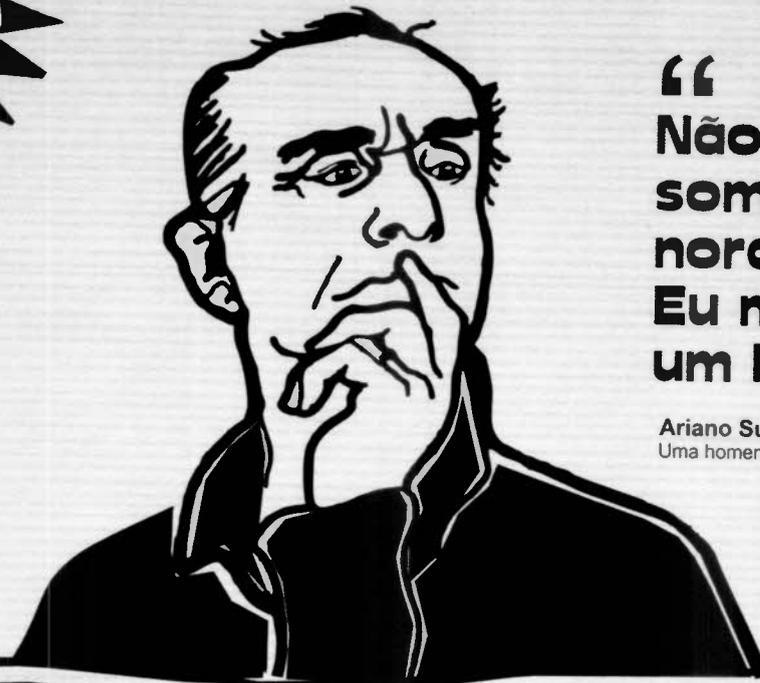
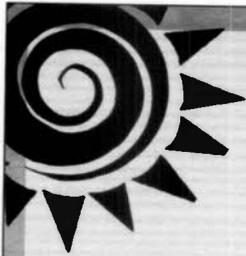
CARTÓRIO FLORIANO
SERVICO DISTITAL DE FLORIANO
Av. Brasil, 7.346, Zona 06, CEP 87.015-280 - Maringá / PR - Tel.: (44) 3224-7182 - cartorio@carvajalmoreira.com.br

HELENA OLIVEIRA CARVAJAL MOREIRA
TABELIA E REGISTRADORA

AUTENTICO a presente fotocópia, que confere com o original apresentado nesta Serventia. *G12WPZTU-311248-79* 0070*. Dou fé. Maringá, Aos vinte e nove dias do mês de setembro do ano de dois mil e dezessete(29/09/2017).
Emolumentos: R\$3,84 (MRC 20,00), Selo Funarpen: R\$0,75
Funrejus: R\$6,91. Em Teste da Verdade.

Fatima de Araujo Caravoto - Escrevente Juramentada

Tabelionato de Notas
Exclusivo para
Autenticação de Cópia
FMJ57495



“
Não me sinto
somente um
nordestino.
Eu me sinto
um brasileiro.
”

Ariano Suassuna, 2007.
Uma homenagem da C.M.M

**INDEPENDÊNCIA
CONQUISTA DA CIDADANIA**

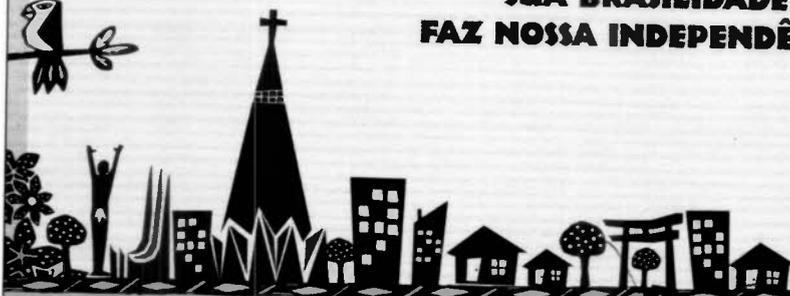
SEMANA DA PÁTRIA

PARTICIPE DO CICLO DE PALESTRAS CÍVICAS

DE 2 A 6 DE SETEMBRO DE 2014

PLENÁRIO DA CÂMARA DE MARINGÁ

**SUA BRASILEIRIDADE
FAZ NOSSA INDEPENDÊNCIA**



Realização:



CÂMARA MUNICIPAL
DE MARINGÁ

www.cmm.pr.gov.br
[facebook.com/camara.maringa](https://www.facebook.com/camara.maringa)



Cartaz

Numere as unidades federativas conforme o exemplo

Teste sua cidade brasileira

RESPOSTAS: Acre (AC) - Rio Branco; Alagoas (AL) - Maceió; Amapá (AP) - Macapá; Amazonas (AM) - Manaus; Bahia (BA) - Salvador; Ceará (CE) - Fortaleza; Espírito Santo (ES) - Vitória; Goiás (GO) - Goiânia; Maranhão (MA) - São Luís; Mato Grosso (MT) - Cuiabá; Mato Grosso do Sul (MS) - Campo Grande; Minas Gerais (MG) - Belo Horizonte; Pará (PA) - Belém; Paraíba (PB) - João Pessoa; Pernambuco (PE) - Recife; Piauí (PI) - Teresina; Rio de Janeiro (RJ) - Rio de Janeiro; Rio Grande do Norte (RN) - Natal; Rio Grande do Sul (RS) - Porto Alegre; Rondônia (RO) - Porto Velho; Roraima (RR) - Boa Vista; Santa Catarina (SC) - Florianópolis; São Paulo (SP) - São Paulo; Sergipe (SE) - Aracaju; Tocantins (TO) - Palmas; Distrito Federal (DF) - Brasília.

Boa Vista ●
Florianópolis ●
São Paulo ●
Aracaju ●
Palmas ●
Brasília ●
Fortaleza ●
Curitiba 14 ●
Rio Branco ●
Maceió ●
Macapá ●
Manaus ●
Salvador ●
Vitória ●
Goiânia ●
São Luís ●
Cuiabá ●
Campo Grande ●
Belo Horizonte ●
Belém ●
João Pessoa ●
Recife ●
Teresina ●
Rio de Janeiro ●
Natal ●
Porto Alegre ●
Porto Velho ●

Brasão Nacional
Bandeira Nacional
Hino Nacional
República Federativa do Brasil
Câmara Municipal de Maringá

Que em 18 de setembro comemoramos o dia dos Símbolos Nacionais? São eles que transmitem o sentimento de união nacional e mostram a soberania do país.

www.cmm.pr.gov.br

Flyer

verso

“ Não me sinto somente um nordestino. Eu me sinto um brasileiro. ”
Ariano Suassuna, 2007.
Uma homenagem da C.M.M.

INDEPENDÊNCIA CONQUISTA DA CIDADANIA

SEMANA DA PÁTRIA
PARTICIPE DO CICLO DE PALESTRAS CÍVICAS
DE 2 A 6 DE SETEMBRO DE 2014
PLENÁRIO DA CÂMARA DE MARINGÁ

SUA BRASILEIRIDADE FAZ NOSSA INDEPENDÊNCIA

Realização:
CÂMARA MUNICIPAL DE MARINGÁ

www.cmm.pr.gov.br | facebook.com/camara.maringa

frente

SEMANA DA PÁTRIA
PARTICIPE DA PALESTRA SOBRE O
VOTO CONSCIENTE

DIA 5 DE SETEMBRO - 9H

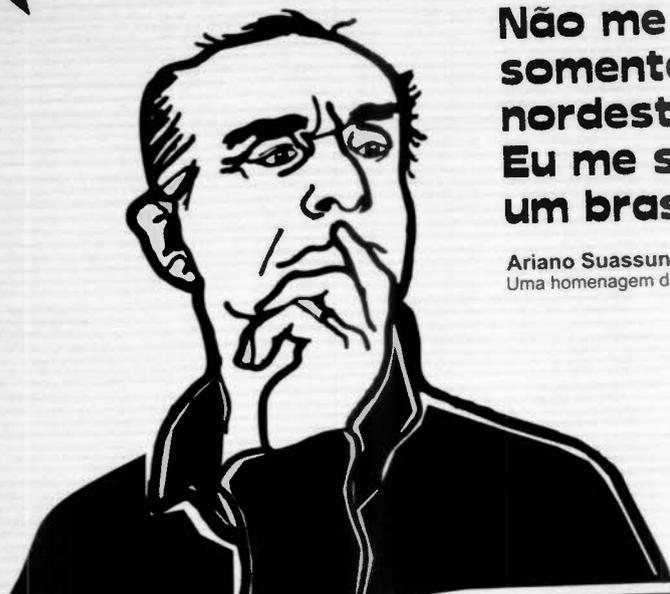
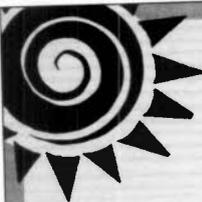
**PLENÁRIO DA CÂMARA
DE MARINGÁ**

“ Não me sinto
somente um
nordestino.
Eu me sinto
um brasileiro. ”

Ariano Suassuna, 2007.
Uma homenagem da C.M.M

**CÂMARA MUNICIPAL
DE MARINGÁ**

Facebook



“
Não me sinto
somente um
nordestino.
Eu me sinto
um brasileiro.”

Ariano Suassuna, 2007.
Uma homenagem da C.M.M

**INDEPENDÊNCIA
CONQUISTA DA CIDADANIA**

SEMANA DA PÁTRIA

**SUA BRASILIDADE
FAZ NOSSA
INDEPENDÊNCIA**



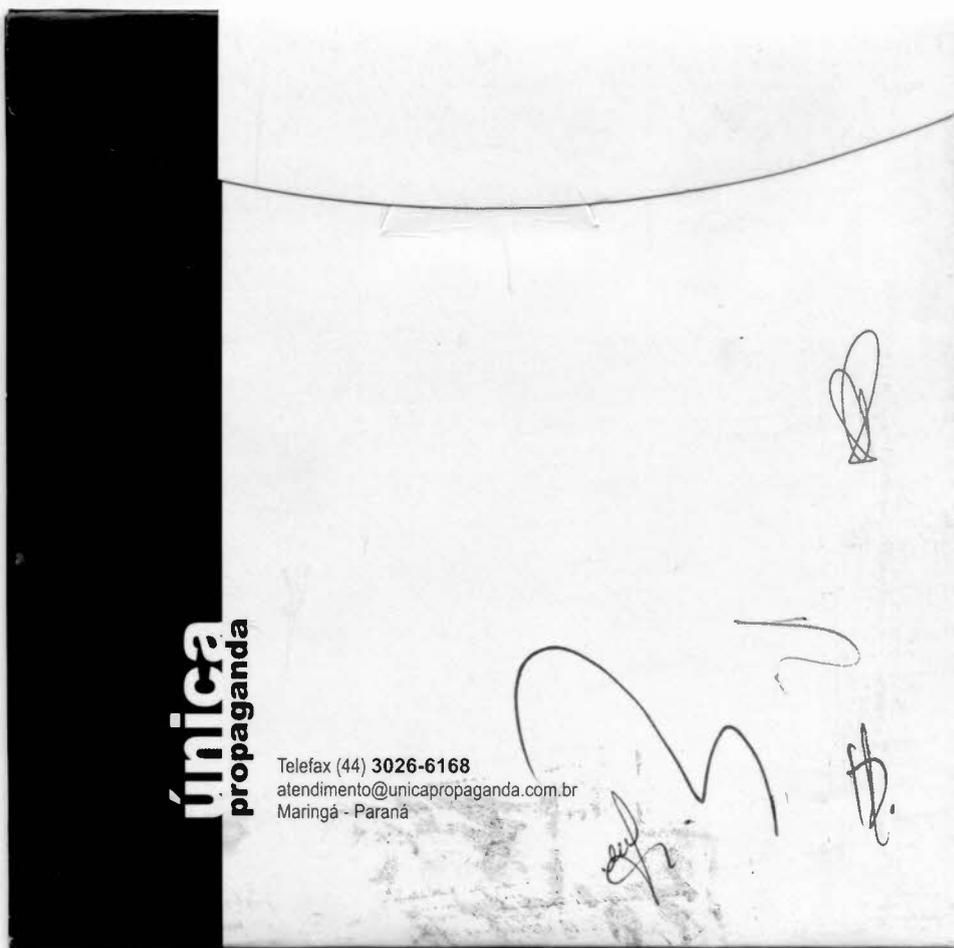
Realização:



CÂMARA MUNICIPAL
DE MARINGÁ

www.cmm.pr.gov.br  facebook.com/camara.maringa

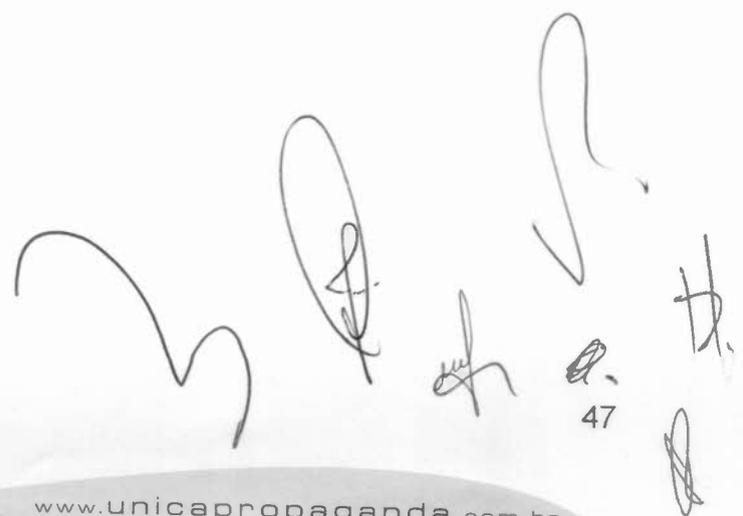
Anúncio de jornal



VT

Relato nº 02:

Cliente: Superintendência de Água e Esgoto de Ourinhos.
Campanha: Água é Vida.



Handwritten signatures and initials in black ink, including a large stylized signature, a signature with a circled 'A', and several initials.

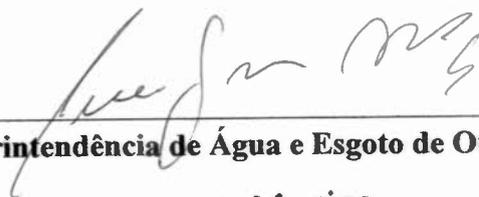
CASE: ÁGUA É VIDA. POUPE.**CLIENTE: SUPERINTENDENCIA DE ÁGUA E ESGOTO DE OURINHOS.**

O abastecimento de água do município de Ourinhos (SP) é oferecido pela autarquia municipal, a SAE. A captação é efetuada no Rio Turvo. A Autarquia está plenamente capacitada para garantir a regularidade do serviço aos praticamente 110 mil habitantes. Proximidade, vazão e histórico apontavam para a absoluta tranquilidade. No entanto, a cidade também foi afetada pela grande seca. Corria o ano de 2014. A crise hídrica do Brasil ganhou dimensões bíblicas. A redução das fontes de água ameaçava a oferta em ritmo galopante. As notícias alarmantes do enxugamento vertiginoso do Sistema Cantareira, na Região Metropolitana de São Paulo, era a prova real de que ninguém estava a salvo: Ourinhos precisava tomar providências urgentes para prevenir o pior. A seca persistia e o anúncio de racionamento de água no interior do Estado de São Paulo já atingia 60 municípios. A vazão dos rios diminuía a cada dia e a chegada das chuvas não podia ser antevista e, em chegando, nada se podia prever quanto ao volume adequado para encher os reservatórios da região e aumentar o curso dos rios estratégicos para cada cidade, como era o caso do Rio Turvo para Ourinhos. No entanto, a redução da vazão desse rio passou a preocupar. As notícias se sucediam em clima de hecatombe: “A maior seca dos últimos setenta anos”; “O verão de 2014 será um dos mais secos da história recente do país, trazendo o fantasma da falta d'água para a região metropolitana de São Paulo e problemas com geração das usinas hidrelétricas”; “Um relatório técnico produzido pelo Centro Tecnológico de Hidráulica e Recursos Hídricos do governo Geraldo Alckmin (PSDB-SP) aponta que uma crise de estiagem tão crítica quanto a registrada no Sistema Cantareira em pleno período chuvoso ocorre só a cada 3.378 anos.” Esse era o clima e a tônica do noticiário. Portanto, tornou-se urgente afastar a ameaça do racionamento pelo caminho de mão única, ou seja, a redução voluntária do consumo. Esse foi o apelo da campanha que a SAE encomendou à agência. A campanha teve início em setembro de 2014 e o estresse hídrico deu sinais de abrandamento apenas em janeiro de 2015. Foram quatro meses de espera angustiante pela temporada de chuvas. Mas, naquele período, a redução voluntária do consumo de água era imperativo real e deveria ser suficiente para afastar o racionamento, do qual muitos municípios paulistas não escaparam. No conjunto dos elementos históricos sobre o serviço de água do município, figurava à época um argumento que aumentava o grau da preocupação: o serviço é municipal e a autarquia consegue operar a baixo custo. A tarifa de água no Município de Ourinhos é reconhecida como inferior à tarifa de muitas outras cidades. Para a autarquia, qualquer medida restritiva ao consumo via majoração da tarifa era impensável. Além de quebrar a tradição, significaria desacreditar da possibilidade de envolvimento de toda a população na adoção de atitude consciente de economia de água. A campanha focou, então, o cenário nacional, o efeito dominó que se verificava pela entrada das cidades vizinhas nas medidas de racionamento. Para Ourinhos, a solução via consciência coletiva era a medida desejada. A campanha não só surtiu o efeito esperado de suportar a escassez, como fortaleceu as políticas da SAE de consumo consciente e uso racional da água, mesmo após o retorno do pleno abastecimento. A população entendeu o esforço da Autarquia, para administrar a escassez. Ficou, com essa crise, a lição da história que, mesmo decorrido um

ano, nos próximos verões, a estiagem é sempre fator a ser considerado. Hoje, em respeito à população e, preventivamente, a Autarquia licenciou e colocou em operação dois poços artesianos de grande vazão que podem entrar em funcionamento se e quando necessário. Foram produzidas para a campanha VT, spot, anúncio para jornal, anúncio para revista e banner de internet.

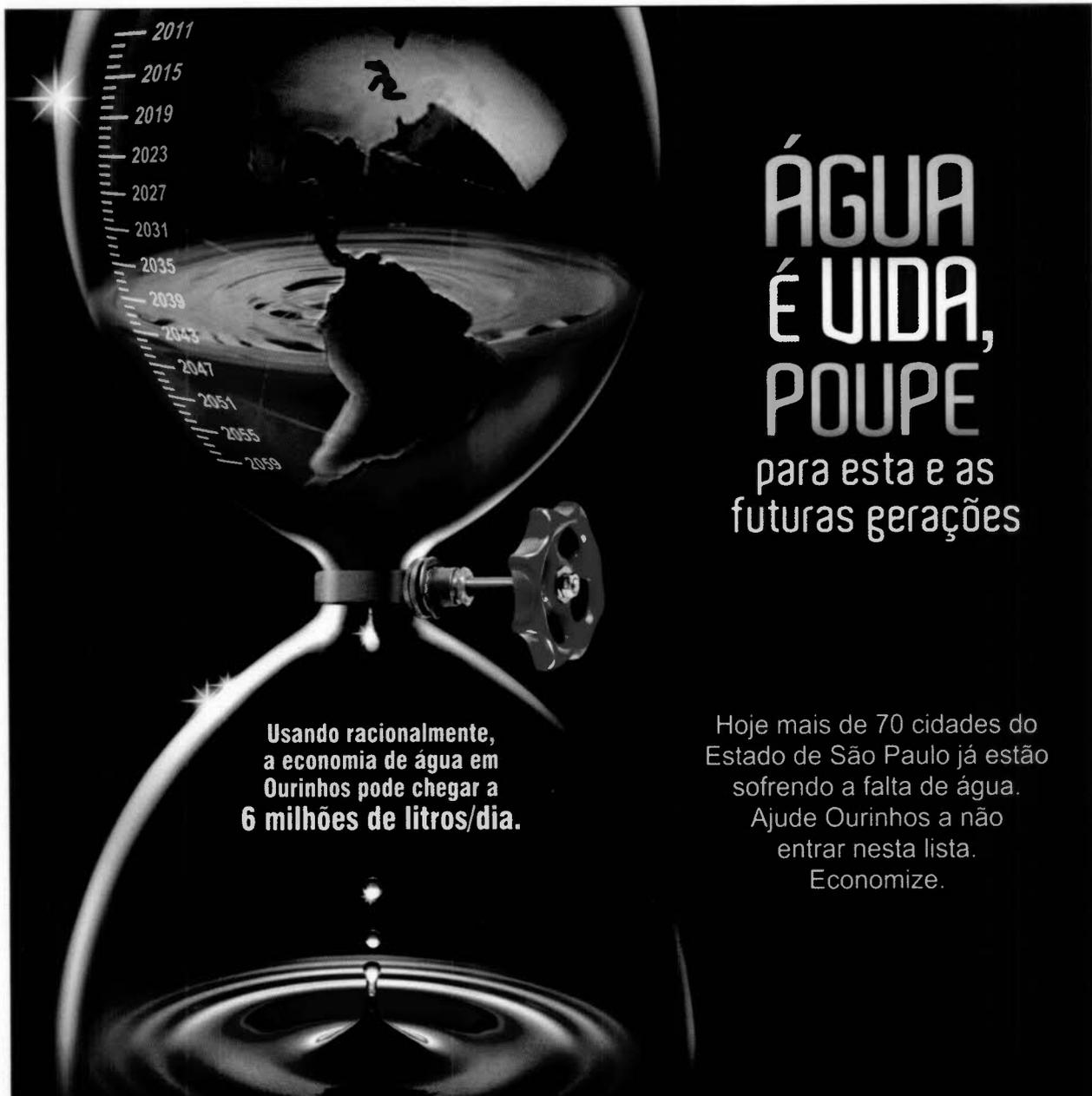


Responsável pela elaboração: Antimodoro Zanko
Cargo: Diretor de planejamento
Única Propaganda Ltda EPP



Superintendência de Água e Esgoto de Ourinhos
Jose Luiz Martins
Assessor de Comunicação





ÁGUA É VIDA, POUPE

para esta e as
futuras gerações

Usando racionalmente,
a economia de água em
Ourinhos pode chegar a
6 milhões de litros/dia.

Hoje mais de 70 cidades do
Estado de São Paulo já estão
sofrendo a falta de água.
Ajude Ourinhos a não
entrar nesta lista.
Economize.

Ação	Consumo Exagerado	Consumo Ideal
Banho de ducha	15 min./ registro meio aberto 135 litros	5 min./ registro fechado ao se ensaboar 45 litros
Banho de chuveiro elétrico	15 min./ registro meio aberto 45 litros	5 min./ registro fechado ao se ensaboar 15 litros
Escovar os dentes	5 min./ registro meio aberto 12 litros	molhar a escova e enxaguar com copo ½ litro
Lavar louça	15 min./ registro meio aberto 112 litros	15 min./ registro fechado ao lavar 20 litros
Lavar calçada	15 min./ com mangueira aberta 280 litros	usando balde 100 litros
Lavar carro	30 min./ com mangueira aberta 560 litros	usando balde 40 litros
Irrigar plantas	10 min./ com mangueira aberta 186 litros	regador 90 litros

Veja no quadro ao
lado algumas atitudes
simples mas de grande
impacto na economia
de água.



www.saeourinhos.sp.gov.br

Anúncio de revista

Hoje mais de 70 cidades
do Estado de São Paulo
já estão sofrendo
a falta de água.

frame 1

Hoje mais de 70 cidades
do Estado de São Paulo
já estão sofrendo
a falta de água.

frame 2

Usando racionalmente, a
economia de água em
Ourinhos pode chegar a
6 milhões de litros/dia.

frame 3

**Ajude Ourinhos
a não entrar
nesta lista.
Economize.**

frame 4

**ÁGUA
É VIDA,
POUPE.**
para esta e as
futuras gerações

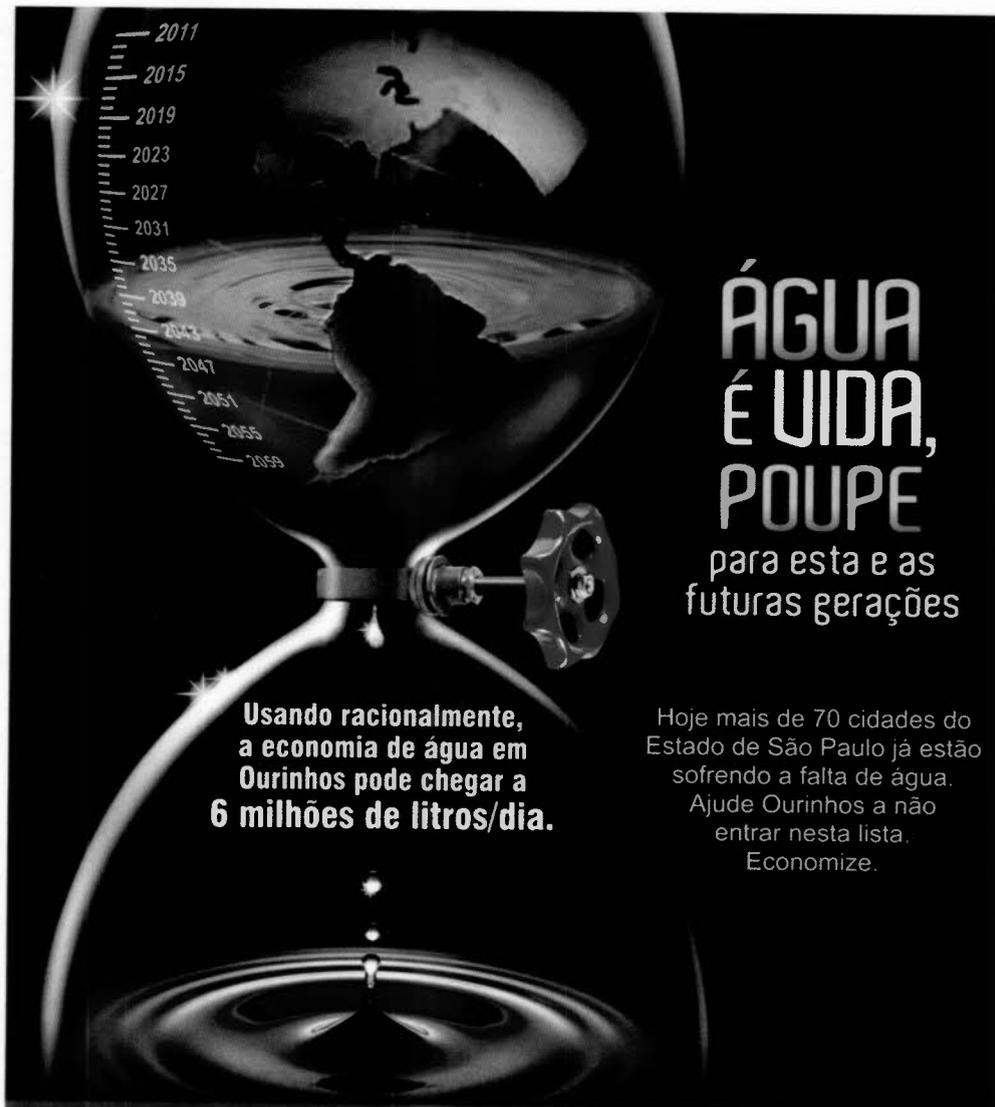
frame 5



www.saeourinhos.sp.gov.br

frame 6

Banner para internet



ÁGUA É VIDA, POUPE
para esta e as futuras gerações

Usando racionalmente, a economia de água em Ourinhos pode chegar a 6 milhões de litros/dia.

Hoje mais de 70 cidades do Estado de São Paulo já estão sofrendo a falta de água. Ajude Ourinhos a não entrar nesta lista. Economize.

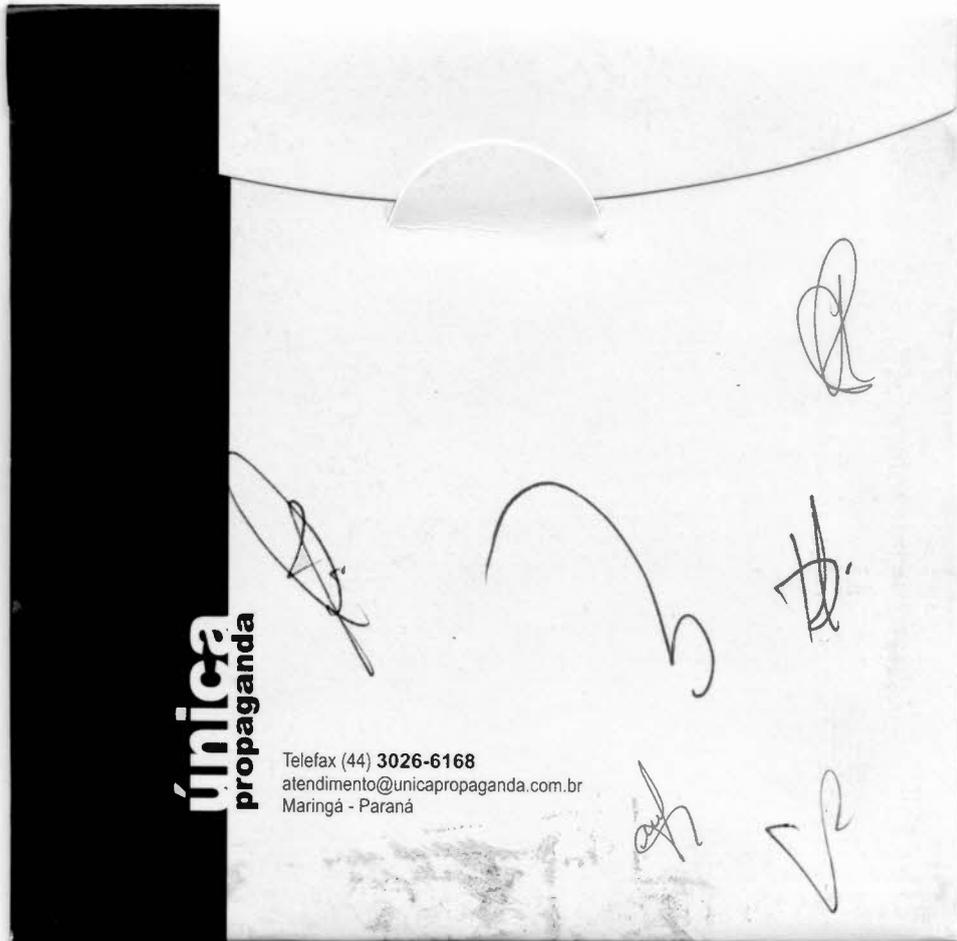
Veja no quadro abaixo algumas atitudes simples mas de grande impacto na economia de água.

Ação	Consumo Exagerado	Consumo Ideal
Banho de ducha	15 min./ registro meio aberto 135 litros	5 min./ registro fechado ao se ensaboar 45 litros
Banho de chuveiro elétrico	15 min./ registro meio aberto 45 litros	5 min./ registro fechado ao se ensaboar 15 litros
Escovar os dentes	5 min./ registro meio aberto 12 litros	molhar a escova e enxaguar com copo 1/2 litro
Lavar louça	15 min./ registro meio aberto 112 litros	15 min./ registro fechado ao lavar 20 litros
Lavar calçada	15 min./ com mangueira aberta 280 litros	usando balde 100 litros
Lavar carro	30 min./ com mangueira aberta 560 litros	usando balde 40 litros
Irrigar plantas	10 min./ com mangueira aberta 186 litros	regador 90 litros



www.saeourinhos.sp.gov.br

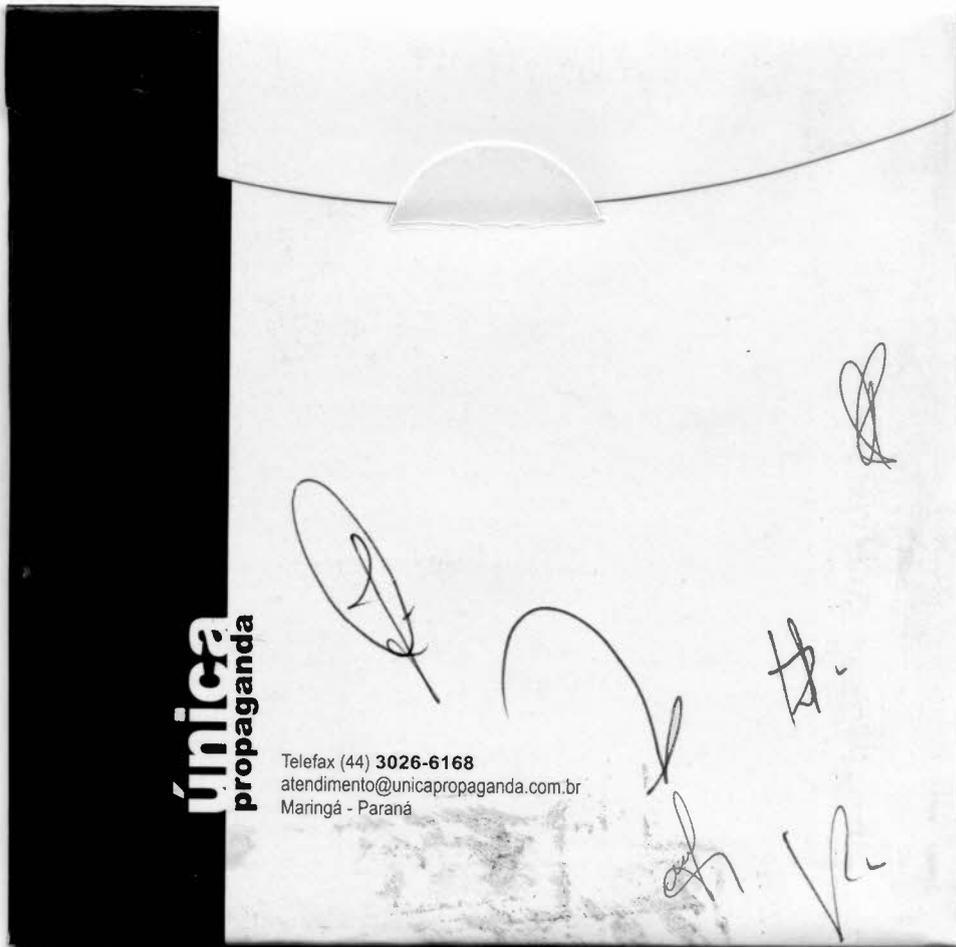
Anúncio de jornal - 1/4 de página



única
propaganda

Telefax (44) 3026-6168
atendimento@unicapropaganda.com.br
Maringá - Paraná

SPOT



única
propaganda

Telefax (44) 3026-6168
atendimento@unicapropaganda.com.br
Maringá - Paraná

VT

Handwritten signatures and initials scattered across the bottom right area of the page, including a large signature on the left, a signature in the middle, and several smaller initials on the right.

Esta é a nossa proposta referente ao Envelope nº 3 – Proposta Técnica – Capacidade de atendimento do Edital de Concorrência nº 01/2018 da Câmara Municipal de Apucarana.

Maringá – PR., 20 de março de 2018.

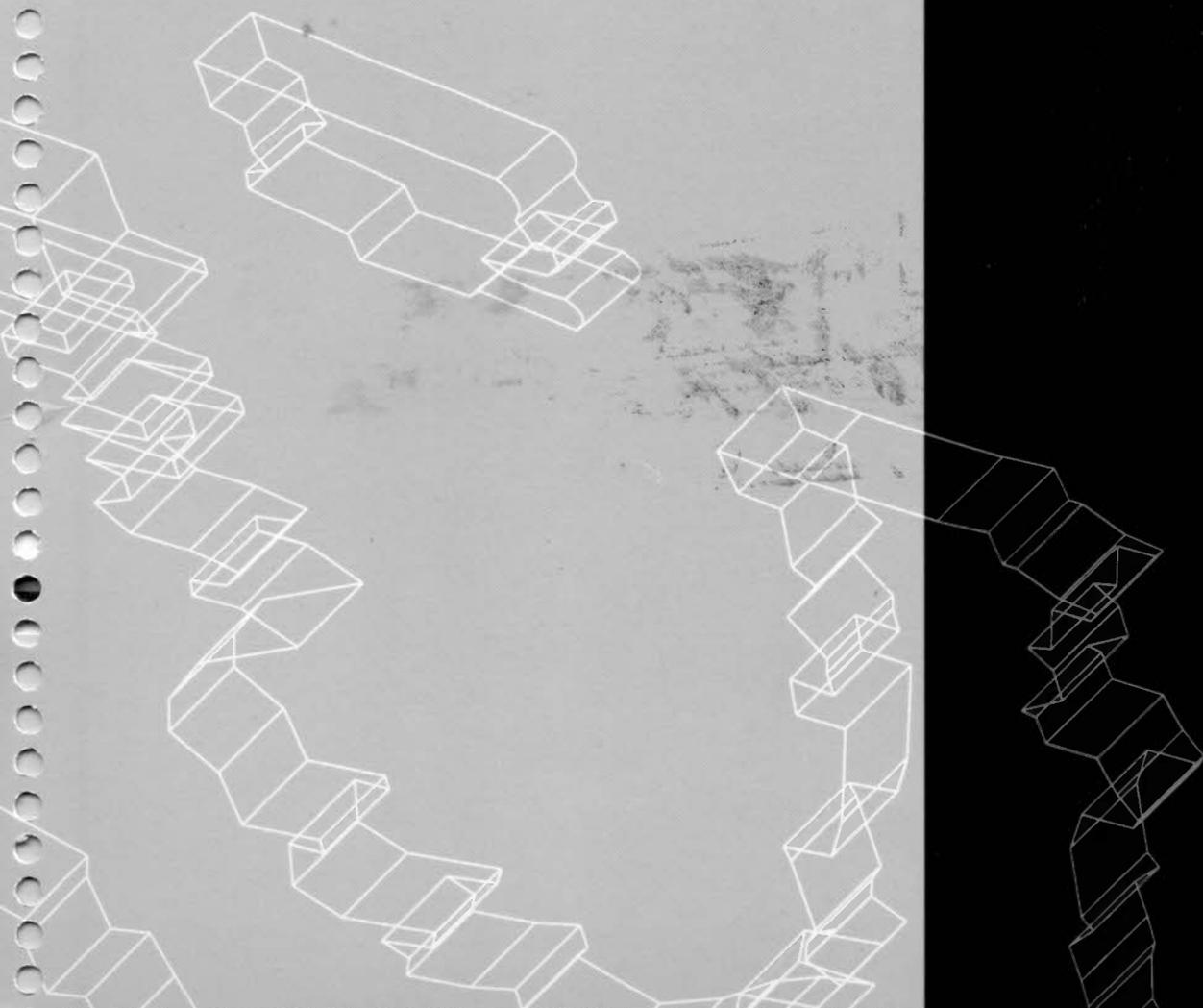


Odete Maria Lautenschlager Zanko
Sócia administradora
RG nº 757.084-8 SSP/PR
ÚNICA PROPAGANDA LTDA EPP
CNPJ nº 85.447.969/0001-68



000179

única
propaganda





2

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]