

PREFEITURA MUNICIPAL DE MERUOCA
COMISSÃO DE LICITAÇÃO
TOMADA DE PREÇOS Nº 1812.01/2018

ENVELOPE "02" – PROPOSTA TÉCNICA

LICITANTE PROPONENTE: R. B TOMAZ PRODUÇÕES-ME

ENDEREÇO: RUA MONSENHOR FURTADO, 95, CENTRO – MERUOCA- CE



R. B. TOMAZ PRODUÇÕES - ME

GNPJ: 13.898.791/0001 – 60 | IE: 06.565.282-7 | CRA: 90-10683

Rua Monsenhor Furtado, Centro, 95 - Meruoca – CE

contato@promovasolucoes.com | www.promovasolucoes.com | (88) 9.9436 8177



ITEM 01 - Planejamento e Elaboração de Briefings Avançados de Peças de Comunicação ou Atividade de Relacionamento com a Sociedade: texto de no máximo 1 (uma) lauda onde o licitante explicitará um modelo de briefing.

MODELO DE BRIEFING

IDENTIFICAÇÃO

Cliente:
Campanha:
Responsável:
Atendimento:
Data:
Job nº:

ANUNCIANTE

Breve histórico da empresa, composição da campanha, política de ações da prefeitura
Indicação do nome da campanha, serviço, marca ou prefeitura;
Categoria (tipo de campanha ou serviço – Secretária ou diretoria);
Local, forma e frequência de uso da campanha, serviço ou marca;
Preços praticados (revendedor/consumidor);
Onde a campanha será veiculada (internet, rádios, carros de som, tv,);
Imagem da campanha na comunidade local e regional;
Pontos positivos (vantagens);
Pontos negativos (desvantagens);
Principais características diferenciadoras das campanhas anteriores;
Situação atual da campanha - problemas x oportunidades
Propagandas e campanhas anteriores

PÚBLICO-ALVO

Perfil da população das comunidades (sexo, idade, profissão, classe social, escolaridade, etc.);
Hábitos e atitudes da população em relação a prefeitura (periodicidade de acesso, preferências por horários e dias, etc.);

OBJETIVOS

Relacionar todos os objetivos que o município pretende atingir com a propaganda.
Ex.: Lançamento de campanha contra a dengue. Destacando uma nova modalidade de trabalho. Criar uma imagem institucional de selos e cores para definir níveis de positividade nos domicílios. Vermelho, verde e amarelo.

VERBA DISPONÍVEL

Mencionar a verba que o anunciante dispõe para investir.
Após a definição do briefing, junto ao orientador, a verba disponível não poderá ser modificada.

8) PEDIDO DE TRABALHO

Descrever o trabalho a ser realizado pela agência.

9) PRAZOS PARA A REALIZAÇÃO DO TRABALHO

Estipular o prazo em que o trabalho deverá ser realizado.

10) OUTRAS INFORMAÇÕES

Toda e qualquer informação que de uma forma ou outra podem ajudar o trabalho de pesquisa, criação, planejamento e mídia.

Ex.: Pontos a serem ressaltados ou evitados nas peças publicitárias. Fotos de embalagens, gráficos, mapas, etc.

ITEM 02 - Atividade Temática de Divulgação e Publicidade: o licitante deverá apresentar em no máximo 12 (doze) laudas o desenvolvimento de uma campanha temática tendo como mote temático o Combate à Dengue, incluindo: 01 logomarca, 01 cartaz, 01 placa/outdoor, 01 banner, 01 spot de rádio, 01 texto para carro de som, 01 folder, 01 panfleto, 01 camiseta e 01 boné.

CAMPANHA MERUOCA LIVRE DE DENGUE

Apresentação:

A dengue é um dos principais problemas de saúde pública no mundo. A Organização Mundial da Saúde (OMS) estima que entre 50 a 100 milhões de pessoas se infectem anualmente, em mais de 100 países, de todos os continentes, exceto a Europa. Cerca de 550 mil doentes necessitam de hospitalização e 20 mil morrem em consequência da dengue.

Em nosso país, as condições socioambientais favoráveis à expansão do *Aedes aegypti* possibilitaram a dispersão do vetor desde sua reintrodução em 1976 e o avanço da doença. Essa reintrodução não conseguiu ser controlada com os métodos tradicionalmente empregados no combate às doenças transmitidas por vetores em nosso país e no continente. Programas essencialmente centrados no combate químico, com baixíssima ou mesmo nenhuma participação da comunidade, sem integração intersetorial e com pequena utilização do instrumental epidemiológico mostraram-se incapazes de conter um vetor com altíssima capacidade de adaptação ao novo ambiente criado pela urbanização acelerada e pelos novos hábitos.

Diante do exposto, vale ressaltar que, o número cada vez mais alarmante de casos de dengue nas cidades trazendo preocupações a todos, por ser crescente a possibilidade de uma epidemia da dengue. Apesar das campanhas do Governo Federal junto aos Estados e Municípios do país, no sentido de veicular no rádio, TV e demais meios de comunicação propagandas ligadas ao tema, muitas pessoas ainda não se conscientizaram que a dengue pode ser tão prejudicial a ponto de levar a morte.

Em todo este contexto, a população também possui um importante papel dentro das suas casas. Ela é responsável por levar aos seus filhos todas as informações necessárias sobre o mosquito e o mau que ele causa, informando como proceder na eliminação de qualquer risco de foco de dengue na residência. No intuito de aplicar o desenvolvimento do tema nas comunidades desenvolvemos uma campanha publicitária com uma série de atividades relacionadas a Dengue.

Finalidade da Campanha:

Diminuir o número de criadouros de dengue do *Aedes aegypti*; reduzir a incidência de dengue; mapear os domicílios com base na classificação de risco e situação de criadouros.

Objetivo geral:

Divulgar junto à comunidade, visando conscientizá-la quanto à importância de prevenir a dengue, pois esta é uma doença grave e que vem causando muitas mortes, de maneira a oportunizar o reconhecimento dos envolvidos como elemento integrante do ambiente, em função da apropriação de valores referentes à humanização da vida e das relações entre as pessoas dando a oportunidade de toda a comunidade a serem formadores de opiniões e formando grupos voluntários, somando e fazendo surgir força no exercício de cidadania e conscientização. Dessa forma faz-se necessário motivar a adoção de hábitos de higiene local bem como sua manutenção e prevenção na proliferação na infestação do *Aedes Aegypti*.

Objetivos específicos:

Desenvolver a cidadania; Adquirir hábitos e atitudes que colaborem para acabar com o mosquito e com a dengue; Identificar as regiões meruoquense mais afetadas pela dengue; Conhecer a origem do mosquito *Aedes Aegypti*; Entender que a dengue interfere no aproveitamento escolar, pois afasta a criança da escola;

Reconhecer a importância dos hábitos de higiene com forma de manter a saúde e prevenir doenças; Identificar as causas de ocorrência de epidemias; Conhecer as diversas formas de contágio, prevenção; Orientar sobre a utilidade do uso e formulação de repelentes naturais;

Público Alvo:

Comunidade em geral.

Como funciona a campanha

A campanha funciona da seguinte forma: equipes da atenção básica (Agentes de endemias) visitam as residências e avaliam as condições para a proliferação do mosquito. A partir disso, cada casa recebe um selo: verde é para as casas sem lugares para procriação do mosquito; o amarelo é sinal de alerta para possíveis criatórios; e o vermelho para locais em que foram encontradas larvas do mosquito da dengue. Trabalho realizado bimestral, ou seja, 06 ciclos ano. Dentro disso será feito uma divulgação maciça em cima dos selos e das cores

Dinâmica e estratégias dos procedimentos usados:

Visitas domiciliares para divulgação do programa; Distribuição de folders e informações sobre o projeto; Empoderar a população sobre a prevenção da dengue disponibilizando atividades de educação em saúde; Inspeção em todos os imóveis da cidade para aplicação de Check-list específico para identificar os criadouros do mosquito; Fixação do selo de classificação de risco conforme as condições apresentadas pelos imóveis inspecionados (verde, amarelo, vermelho); Monitorização contínua das condições dos imóveis que apresentaram criadouros ou focos do mosquito da dengue; visitar os imóveis reincidentes, fechados e baldios (atividade executada pelos agentes de endemias).

Indicadores / variáveis / coleta de dados:

Levantamento de Índice Rápido de dengue – LIRA e ciclos epidemiológicos dos anos de 2017, 2018 foram utilizados para justificar a implantação da campanha.

Observações / Avaliação / Monitoramento

As equipes reúnem-se após a conclusão de cada etapa e realizam uma nova programação para garantir a cobertura de 100% dos imóveis visitados e proceder com os encaminhamentos dos casos de recusa de visita para imóveis reincidentes, fechados e baldios para a equipe de Vigilância Sanitária para providenciar as devidas notificações seguindo as leis Sanitárias vigentes no município. Utilizado como materiais de coleta de dados; check-list de inspeção, ficha de acompanhamento da visita e identificação de criadouros, LIRA e ciclos epidemiológicos.

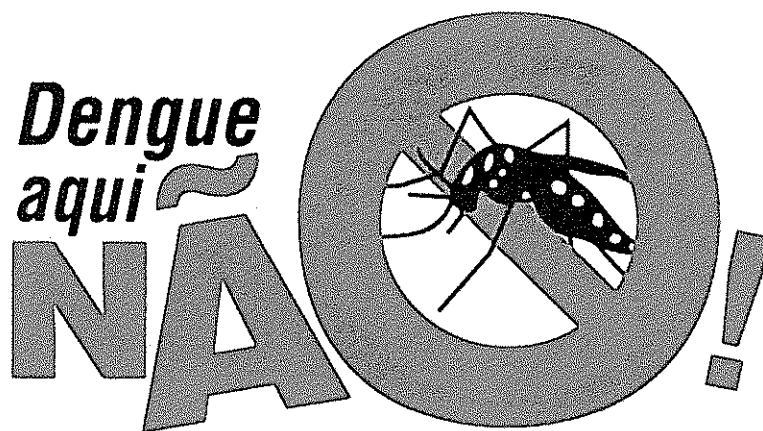
Retomando as situações apresentadas anteriormente, pode-se afirmar que projetos e atividades que envolvem os trabalhadores da saúde, com o apoio da gestão e o resgate da população como protagonista dessas mudanças podem e são potenciais recursos de transformação da realidade de saúde da população e implementação das ações do SUS no que diz respeito às ações de promoção e prevenção em saúde.

Estratégias:

Conversa informal sobre o tema em questão; Momento de questionamento sobre o tema; Pesquisa nas principais fontes de comunicação; Entrevista com adultos que já foram picados pelo mosquito e o que fazer para evita-lo; Exibição e apresentação de slides (data show) sobre o tema a fim de esclarecer sobre a doença e motivar o trabalho a ser desenvolvido - Software educativo (da dengue); Debate sobre o tema; Divulgar os meios de comunicação o desdobramento desse projeto para que a população se conscientize da importância de todos participarem

Materiais: Logomarca, 01 cartaz, 01 placa/outdoor, 01 banner, 01 spot de rádio, 01 texto para carro de som, 01 folder, 01 panfleto 01 camisa e um boné.

LOGOTIPO



Dengue! Vamos Excluir”, a logomarca mostra um “X” estilizado na cor vermelha sobre o desenho do mosquito em preto e branco, com dimensão mínima de 100mm x 70mm.

CARTAZ

Se o mosquito da dengue pode matar, ele não pode nascer.

UBA DENGUE AQUI NÃO

Sei Sex Sáb D

Ele agora transmite também

CHIKUNGUNYA **ZIKA VIRUS**

SÁBADO DA FAXINA
NÃO DE FOÇA PARA O MOSQUITO DA DENGUE

Por isso, reserve um pouco do seu sábado para combater os criadouros. Com poucos minutos você faz tudo que precisa.

10 MINUTOS CONTRA A DENGUE

- Mantenha as calhas sempre limpas.
- Deixe garrafas sempre viradas.
- Mantenha o lixo sempre bem fechado.

Cuidados extras para reservatórios de água:

- Lave semanalmente com escova e sabão os depósitos de água.
- Mantenha tampados os depósitos de água.
- Depósito lavado e fechado é garantia de água e proteção contra o mosquito.

R. B. TOMAZ PRODUÇÕES - ME

CNPJ: 13.898.791/0001 - 60 | IE: 06.565.282-7 | CRA: 90-10683

Rua Monsenhor Furtado, Centro, 95 - Meruoca - CE

contato@promovasolucoes.com | www.promovasolucoes.com | (88) 9.9436 8177



Os materiais informativos produzidos e divulgados em uma campanha de saúde pública podem ter grande relevância no esclarecimento da população sobre a doença e sua prevenção, orientando sobre sintomas relativos a dengue clássica e a hemorrágica, além dos cuidados com focos domésticos, através da divulgação de informações científicas em linguagem popular, possibilitando a compreensão da etiologia, sintomatologia e medidas de controle.

Considerando a informação importante componente nos programas de promoção da saúde e prevenção de doenças, e que a dengue no país é um grave problema de saúde pública, mensagens informativas deveriam circular intensivamente durante todo o ano, evitando inclusive, a falsa idéia de que dengue só ocorre no verão, como também deveremos focar neste cartaz informes sobre dengue clássico e dengue hemorrágico.

Diante do exposto criaremos cartazes 420mm x 297mm, com cores diferentes e informações não só sobre aos cuidados que se deve ter com os reservatórios mais prováveis de conter larvas do *A. aegypti*. Outro ponto negativo das campanhas contra a dengue que pode ser apontado ao se analisar os materiais impressos, é a limitação de informações sobre a dengue clássica e seus sintomas, e a inexistência de qualquer esclarecimento sobre dengue hemorrágica - quadro grave da doença, apesar de terem ocorrido vários casos desse tipo nos anos que passarão.

PLACA DE OUTDOOR

Contamos com VOCÊ!
Faça sua parte. Cuide da sua casa.
Juntos, somos mais forte que um mosquito.

Iniciativa

Assinatura

Outdoor é uma excelente forma de comunicação instantânea com o consumidor. Ele possui grande alcance e ótima visibilidade. Pode ser usado como principal peça de campanha ou como complemento de outras mídias, garantindo a eficiência na cobertura que sua campanha necessita. Pretendemos trabalhar com este meio de comunicação em nossas campanhas contra a dengue no município de Meruoca, com tamanhos estipulados entre 9m x 3m, expostos nas principais vias de nosso município (BR e Estradas Vicinais), dando preferência as cores mais chamativas e informações detalhas cujo tema será sempre voltado para população, usando sinais de alerta sobre o mosquito transmissor da Dengue, Zika e Chikungunya, como também, frases de incentivo aos moradores de que eles são mais fortes do que o mosquito.

BANNER

[Handwritten Signature]

[Handwritten Signature]

[Handwritten Signature]

[Handwritten Signature]

Se o mosquito da dengue pode matar, ele não pode nascer.

UBÁ DENGUE AQUI NÃO

Qui Sex Sáb

Ele agora transmite também

CHIKUNGUNYA ZIKA VIRUS SÁBADO DA FAXINA NÃO DE FINEIRA NÃO MOSQUITO DA DENGUE

Por isso, reserve um pouco do seu sábado para combater os criadouros. Com poucos minutos você faz tudo que precisa.

10 MINUTOS CONTRA A DENGUE

Mantenha as calças sempre limpas

Cuidados extras para reservatórios de água

Depósito lavado e fechado e proteção contra o mosquito

Os materiais produzidos e divulgados em uma campanha de saúde pública podem ter grande relevância no esclarecimento da população sobre a doença e sua prevenção, orientando sobre sintomas relativos a dengue clássica e a hemorrágica, além dos cuidados com focos domésticos, através da divulgação de informações científicas em linguagem popular, possibilitando a compreensão da etiologia, sintomatologia e medidas de controle.

Diante do exposto criaremos banners de 90cm x 120cm em lona com acabamento em bastão de madeira e cordão de nylon para fixação em tripé, com cores diferentes e informações não só sobre aos cuidados que se deve ter com os reservatórios mais prováveis de conter larvas do *A. aegypti*. Outro ponto negativo das campanhas contra a dengue que pode ser apontado ao se analisar os materiais impressos, é a limitação de informações sobre a dengue clássica e seus sintomas, e a inexistência de qualquer esclarecimento sobre dengue hemorrágica - quadro grave da doença, apesar de terem ocorrido vários casos desse tipo nos anos que passarão.

SPOT PARA RÁDIO

Aedes aegypti combata este mosquito!

*Ponha mãos a obra realize semanalmente uma inspeção em sua propriedade, reúna seus familiares e trabalhadores com missão de eliminar: tampinhas de garrafas, latas e tudo mais que pode acumular água de chuva. Cada um deve levar dois sacos de lixo reforçado, saco de adubo ou ração também servem. O primeiro saco é para objetos uteis que devem ser encaminhados a um depósito fechado e o segundo saco é para o lixo que depois de cheio precisa ser bem amarrado e armazenado em local coberto até ser recolhido pelo serviço de seu município. Essa é uma colaboração da Promova em combate ao mosquito *Aedes aegypti*.*

TEXTO PARA CARRO DE SOM

Convite para reunião Meruoca livre da Dengue

A prefeitura Municipal de Meruoca em parceria com a Secretaria de Saúde, convida a todos para participarem da reunião Meruoca livre da Dengue que será realizada no dia 02 de janeiro de 2019, na Escola Rosinha Bastos Sampaio.





O evento pretende alertar as pessoas para a importância do cuidado diário nas casas, quintais e locais públicos para eliminar os focos dos mosquitos. Na oportunidade acontecerá o lançamento do programa Meruoca Livre da Dengue.

A Prefeitura agradece o apoio e a participação de todos. Venha combater nosso inimigo. O Mosquito tem que acabar! É hora de todo mundo agir.

FOLDER

MUITO IMPORTANTE:
Se você perceber sintomas como:

Informações:

-  - Febre alta
-  - Fraqueza, dor intensa no corpo ou nas juntas
-  - Manchas vermelhas no corpo
-  - Dor de cabeça ou no fundo dos olhos

Não tente se automediar, é muito perigoso. Procure imediatamente uma das unidades de saúde.



**DENGUE E CHIKUNGUNYA
O PERIGO DOBROU**
E A SUA RESPONSABILIDADE TAMBÉM



**OS CRIADOUROS
DO MOSQUITO PODEM
ESTAR NA SUA CASA E
ISSO É MUITO PERIGOSO.
SAIBA COMO PROTEGER
A SUA FAMÍLIA.**

O folder é sem dúvida umas das ferramentas de divulgação mais utilizadas no mercado promocional. Do produto mais simples ao mais sofisticado, quase sempre haverá um folder enumerando suas vantagens. Diante do exposto criaremos folder de tamanho A4 (29,7 cm de largura x 21 cm de altura) com duas dobras, nas cores branca e vermelha contendo informações sobre a dengue: Sintomas, perigos, prevenção, controle e automedicação, para melhor orientar a comunidade.

PANFLETOS

R. B. TOMAZ PRODUÇÕES - ME

CNPJ: 13.898.791/0001-60 | IE: 06.565.282-7 | CRA: 90-10683

Rua Monsenhor Furtado, Centro, 95 - Meruoca - CE

contato@promovasolucoes.com | www.promovasolucoes.com | (88) 9.9436.8177



NÃO PODEMOS PERDER ESSA BATALHA DENTRO DA NOSSA CASA.

[DENGUE MATA!]

LOGO DO MUNICÍPIO

CADA UM TEM QUE FAZER A SUA PARTE, PORQUE AQUI O QUE ESTÁ EM JOGO É A NOSSA VIDA!

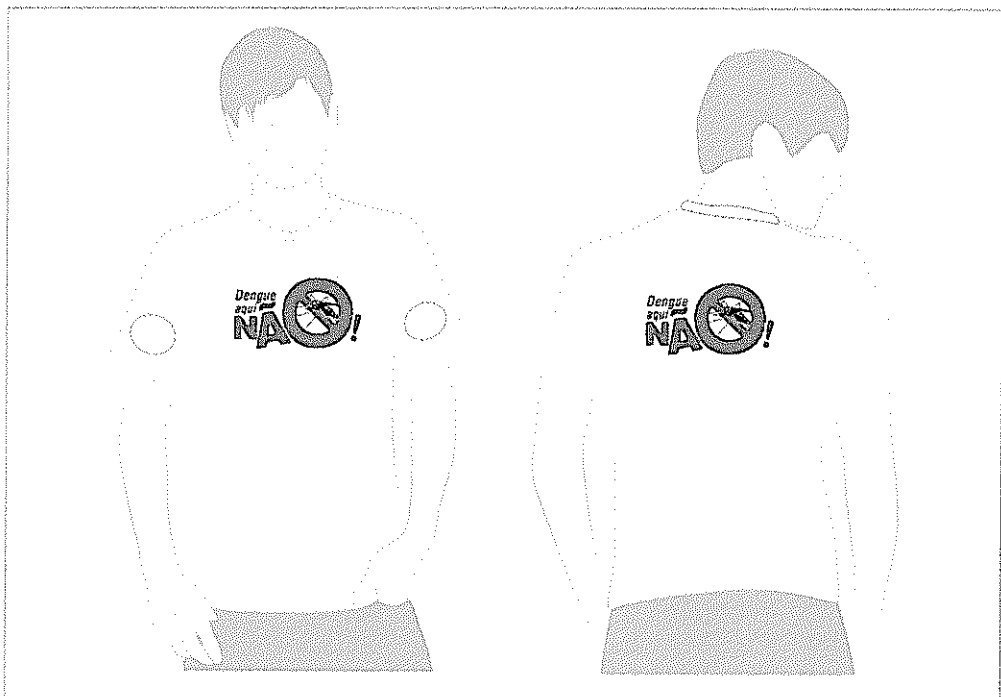
Evite água parada. Proteja sua família.

SINTOMAS

- Dor abdominal intensa e contínua não cede com medicação usual;
- Agitação ou letargia;
- Vômitos persistentes;
- Pulso rápido e fraco;
- Hepatomegalia dolorosa;
- Extremidades frias;
- Derrames cutâneos;
- Cianose;
- Sangramentos espontâneos e/ou prova de laço positivo;
- Linfoadenopatia;
- Hipotensão arterial;
- Sudorese profusa;
- Rigidez de nuca;
- Aumento repentino das hemácias;
- Diminuição da diurese;
- Burroca súbita do quadro febril até o 5 dia;
- Torção de abdômen;

Criação de panfletos de orientação dos cuidados com a dengue, informativos a fim de orientar a população com os cuidados com a dengue. Para ser entregue na cidade e nos bairros. O panfleto contém 25 dicas de como acabar com o mosquito da dengue. Tamanho mais usados seriam o tamanho de uma folha A5 (21 cm de largura x 14,8 cm de altura, 4x4 cores).

CAMISETAS



[Handwritten signatures and initials]

Camisetas customizadas, básicas e em tamanho adulto, confeccionadas para uma campanha contra a dengue. Confeccionada em malha de algodão, na cor branca e gola careca. As camisetas têm aplicação de logotipo do evento na frente, feita com técnica de POLICROMIA, duas estampas nas mangas e uma estampa nas costas, em silkscreen convencional.

Bonés



Bonés confeccionados em brim, em modelo tipo bico de pato, tamanho adulto, para proteção da cabeça, produzido em tecido de brim 100% na cor branca com regulador de trás com prega de elástico. Logotipos (campanha) estampados no gomo frontal e nas laterais a logomarca da prefeitura (serigrafia).

[Signature]

[Signature]

[Signature]

ITEM 03 - Desenvolvimento, criação e finalização de peças e atividades avulsas de comunicação: o licitante deverá apresentar em no máximo 4 (quatro) laudas uma exemplificação de um Projeto Gráfico de Revista de Balanço.



Secretaria da Saúde

10



A Secretaria Municipal de Saúde tem como principal objetivo prestar um atendimento universal e de qualidade à população, promovendo a qualidade de vida e o bem-estar aos usuários. Para isso, dispomos de 09 Unidades de Saúde (Estratégias de Saúde da Família), aptas a atender aos meruocenses. Estas equipes têm por finalidade o acompanhamento de um número definido de famílias, localizadas em uma área geográfica delimitada, com atuação nas ações de promoção da saúde, prevenção, recuperação, reabilitação de doenças e agravos mais frequentes, e na manutenção da saúde da comunidade, objetivando uma melhoria na qualidade de vida. No âmbito da prevenção e promoção da saúde, diversas campanhas de vacinação são realizadas durante todo o ano, sendo direcionadas a crianças, jovens, adultos, idosos e ações de vigilância (epidemiológica sanitária e ambiental). Além disso, são disponibilizados os serviços de transportes (em média 1.600 pessoas atendidas por mês), medicamentos básicos e especiais, marcação de consultas especializadas e cirurgias, saúde mental (no Hospital), pronto atendimento (no Hospital) entre outros serviços.

[Handwritten signatures and initials]

Secretaria da Saúde - 2017

Prefeito Fonteles inaugura UBS do Pão de Açúcar

O Prefeito Fonteles, inaugurou dia 29 de abril a Unidade Básica de Saúde (UBS) - Pão de Açúcar, localizada na avenida José Davi e nome da Unidade é uma homenagem a enfermeira Maria de Lourdes Furtado Severiano (in memoriam).

Somente um governo que tem interesse em atender a comunidade da melhor maneira possível, é capaz de fazer isso com orgulho e com a inauguração da UBS que vai expandir os serviços prestados, atendendo mais de 93 mil pessoas na sede e em seu entorno. Concluiu Fonteles.

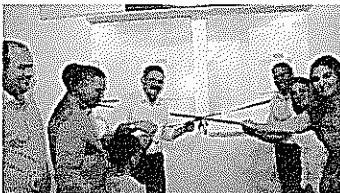


Ação de Saúde para idosos - Desaparelhos Auditivos

O povo meruociano de Paratiba perfurado neste ano de 2017, beneficiou direto ou indiretamente moradores de várias localidades (Todos os Santos, São Pedro, Lages do Odi, Mata Fresca e outras) ao seu entorno. A ação foi realizada através da SCHEDRO (Supervisão de Obras Hidráulicas), em parceria com Prefeitura Municipal de Meruoca, Secretaria do Meio Ambiente, Recursos Hídricos e Governo do Estado do Ceará.



Meruoca Cidade 160 - 2017



Prefeito Fonteles inaugura UBS distrito de Anil

Dar saúde com dignidade para a população tem sido prioridade em Meruoca. Nesse sentido mais um Distrito foi beneficiado com a inauguração de um novo Posto de Saúde e a entrega de uma viatura.

O prefeito de Meruoca, Fonteles, inaugurou no dia 26 de maio, a Unidade Básica de Saúde do Distrito de Anil, cujo nome homenageado foi o Sr. Dauragildo Tomaz Fernandes. Na oportunidade o prefeito realizou a entrega de uma viatura tipo G08, para servir a comunidade visando proporcionar mais agilidade e operacionalização para o setor de funcionamento da Secretaria.



Prefeito entrega UBS a comunidade de Fernandes totalmente reestruturada

A Unidade Básica de Saúde do distrito de Santo Antônio dos Fernandes foi reestruturada dia 20 de abril, com a presença do prefeito Francisco Fonteles, vice-prefeito Ruyinho, Secretário de Saúde Ronald Pereira e demais colaboradores da Prefeitura Municipal além de vereadores, convidados, parentes, antigos do homenageado, Cosmo Cavalcante Vasconcelos.



[Assinaturas manuscritas]



Prefeito entrega UBS a comunidade de São Vicente totalmente reestruturada

Unidade Básica de Saúde de São Vicente foi reestruturada e está de novo aberta para a comunidade que possui o bairro de Meruoca. Fortes, vice-prefeito Roberto, comemora a inauguração, ações públicas, comunidade familiarizada, homenageado João Faveiro, o antigo.

A Unidade atende toda a comunidade de São Vicente, com uma equipe de profissionais. Está a disposição da comunidade, oferecendo atendimento qualificado em todas as especialidades, com resultados e custos muito baixos, o atendimento clínico com qualidade.



Encontro com gestantes do município de Meruoca

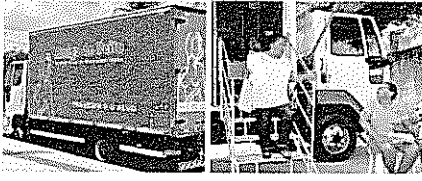
Secretaria de Saúde de Meruoca, através da coordenação da atenção básica Luciana Monte, promovem, no auditório da UAB-Universidade Aberta do Brasil, o 1º encontro com gestantes do município. Profissionais da saúde estiveram presentes no encontro que teve como finalidade, orientar as gestantes sobre alimentação de qualidade na gravidez, importância do pré-natal odontológico e os cuidados de prevenção para evitar a picada do mosquito Aedes aegypti transmissor da dengue, zika vírus e chikungunya durante a gestação.



Meruoca Cidade Feliz - 2017

Encerramento da semana do PSE - Programa Saúde na Escola

Durante toda semana de 03 a 07/04, profissionais das Secretarias de Saúde e Secretarias de Educação de Meruoca, estiveram envolvidos no Programa Saúde na Escola - PSE, organizando projetos e trabalhos com seus alunos, com o tema: "Doenças Exantemáticas, Dengue, Chikungunya e Zika", foram envolvidas 12 escolas municipais com a participação de mais de 2.000 alunos.



Município recebe Caminhão Amigo do Peito e realiza 150 mamografias

Com o objetivo de facilitar o acesso das mulheres ao exame de mamografia, a Secretaria Municipal de Saúde de Meruoca recebeu nos dias 26 e 27 de junho de 2017, o projeto 'Amigo do Peito' uma unidade móvel (caminhão) para realizar exames de mamografia com tecnologia de forma inteiramente gratuita. Visitaram o caminhão 303 mulheres onde 158 estavam aptas a realizar o exame.

Município atinge meta da campanha de vacinação contra gripe

O município de Meruoca atinge a meta de vacinação proposta pelo Ministério da Saúde, na Campanha Nacional de Vacinação contra a Influenza. A meta era vacinar pelo menos 90% dos grupos prioritários para a vacinação, sendo que o município atingiu 98,24% do público-alvo.



[Assinaturas manuscritas]

1 Conferência Municipal da Saúde das Mulheres

Realizou-se no dia 14 de junho no auditório da Universidade Aberta do Brasil - UAB a 1ª Conferência Municipal da Saúde das Mulheres com o tema: Desafios para a integralidade com equidade. Na conferência a população pode ter conhecimento dos dados municipais referente a saúde das mulheres meruocenses e formular propostas para serem discutidas nas conferências estaduais e nacional.



Prefeito Fonteles entrega carro para comunidade do sítio São João das Almas

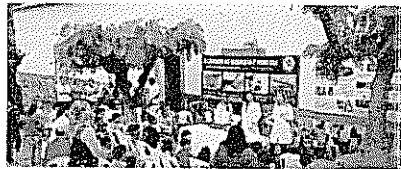
A Saúde tem sido uma das áreas prioritárias nas duas administrações do Prefeito Francisco Fonteles, no município de Meruoca. Desde que assumiu a gestão pela primeira vez em 2008 o prefeito, tem buscado investimentos e melhorias para o setor. Dia 08 de junho, mais um carro foi entregue a comunidade de São João das Almas para servir a comunidade visando proporcionar mais agilidade e operacionalização para o setor de locomoções da Secretaria Municipal de Saúde. Na oportunidade foi implantado o projeto do NASF - Núcleo de Apoio à Saúde da Família, Práticas de Atividades Físicas e criação de um novo grupo na comunidade.



Meruoca (Cidade Total) 2017

Prefeito Fonteles entrega ambulância totalmente reformada para Distrito de São Francisco

O Prefeito Municipal de Meruoca Francisco Fonteles, dia 22 de maio colocou a serviço da população do Distrito de São Francisco, uma ambulância totalmente reformada, o equipamento faz parte do programa de modernização da frota desenvolvida pela Prefeitura, visando proporcionar mais agilidade e operacionalização para o setor de locomoções da Secretaria Municipal de Saúde.



Município realiza Quinta da Fávina em Palestina

Na manhã dessa quinta-feira, 29 de junho, a Prefeitura Municipal de Meruoca, em conjunto com a Secretaria de Saúde e a secretaria de Infraestrutura realizou um momento educativo junto com a comunidade do distrito de Palestina. Questões como coleta adequada de lixo, armazenamento domiciliar de água e o fortalecimento do controle comunitário foram abordadas visando o controle de possíveis focos do mosquito Aedes Aegypti, transmissor de doenças como Dengue, Zika e Chikungunya.

ITEM 04 - Formulação do Plano de Marketing Corporativo Governamental: texto de no máximo 5 (cinco) laudas onde o licitante apresentará a metodologia do Planejamento, os mecanismos e ações de uma Campanha de Relacionamento e um modelo estratégico de Calendário Anual.

**PLANO DE MARKETING GOVERNAMENTAL
SAÚDE - DENGUE**

Resumo:

A comunicação política e as estratégias de marketing governamental são fundamentais para o êxito de qualquer governo na conquista pela opinião pública, bem como mecanismo de marketing nas democracias contemporâneas. O referido trabalho analisa possíveis estratégias de marketing para conter o avanço das doenças transmissíveis pelo mosquito *Aedes aegypti* no município de Meruoca que ocorreu no período de 2017 a 2018. Para tanto, fundamenta-se nos resultados da pesquisa larvária realizada no distrito de Camilos através das equipes dos PSF's no período dos referidos anos. Utilizando a maneira como que as pessoas dão destino aos depósitos inservíveis (sacos plásticos, garrafas latas e outros) e os tanques expostos a natureza, busca-se desenvolver uma possível estratégia da atual gestão, definindo a criação de mecanismo, cujo objetivo, busca-se desenvolver um possível estratégia de posicionamento da atual gestão, definindo sua identidade visual, tarefas de comunicação da gestão e a criação de mecanismo que sustentem a imagem institucional da Prefeitura Municipal de Meruoca (2017 a 2020), possibilitando o desenvolvimento de conscientização da população para enfrentar o problema da dengue no distrito.

JUSTIFICATIVA

Ao observar a situação, identificamos a carência de estratégia e de comunicação junto a esta comunidade desavisada, estas carências se fazem presente na maioria das gestões municipais. Com isso, descobrimos a necessidade a ser suprida dentro da demanda governamental de uma cidade, a necessidade da comunicação eficaz e estratégica que forneça embasamentos para novas lacunas do cenário comunicacional da saúde. Portanto, este projeto tem a proposta de implantar estratégias de marketing e publicidade que possam auxiliar a estrutura necessitaria da instituição municipal. Afinal, Meruoca, como uma cidade turística da zona norte do Ceará, e, de expressão nacional, necessita de contribuições para o fortalecimento da área de referência deste projeto e auxílio da sociedade Meruoquense, que assim como qualquer outra população necessita da clareza de informações por parte da gestão municipal.

OBJETIVOS GERAL

Elaborar Estratégias de Marketing na área da saúde para a prefeitura municipal de Meruoca, na gestão 2017/2020 no enfrentamento ao *Aedes aegypti*, mosquito transmissor da dengue no município.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Envolver a comunidade ao plano estratégico de marketing político governamental; Persuadir o Target conquistando a confiança da população, alinhando com as propostas do governo na área da saúde e os anseios da comunidade; tornar eficaz, na área de marketing a gestão municipal de Meruoca, visando à erradicação do vetor.

METODOLOGIA

As fontes pelas quais basearão nosso trabalho serão: Sistema de Informação de Agravos de Notificação (SINAN), vigilância epidemiológica da Secretaria da Saúde de Meruoca e equipes dos PSF's (AGENTES DE Saúde e Agentes de Endemias).

Elaboração do Plano Estratégico de Marketing

Para termos um planejamento de marketing eficaz e adequado, foi necessário um estudo aprofundado das informações coletadas, por isso foram feitos 12 levantamento de índices amostral (*Aedes aegypti*) (LIA) e 04 pesquisas larvária bimestral, *Levantamento Rápido do Índice de Infestação por Aedes aegypti (LIRAA)*, que, consiste num mapeamento da infestação do mosquito *Aedes aegypti* em uma determinada área. Identificado o problema o propósito de toda prefeitura é organizar, ou seja, administrar toda uma gestão de saúde, onde a mesma fornece melhorias a seu respectivo município. Então para elaborar um plano de marketing, foram analisadas as seguintes etapas: missão da organização; visão da prefeitura; análises situacionais; ambientes

infestados; comportamento da população, coleta de lixo, estratégias de marketing e metas de avaliação e controle.

Plano de Ações

Depois dos objetivos de marketing ter sido traçado, as estratégias foram feitas para identificar os objetivos então traçados, através de um plano de ações, realizando um posicionamento e diferenciamento da vida local espelhado em seus arredores. Sabe-se que para lançar e colocar em prática essas estratégias determinadas pelo plano de marketing precisa-se ter conhecimento e experiência na área. Precisa-se também, entender o objetivo da população a respeito da situação detectada dentro do município; por isso serão elaboradas para cada problema táticas diferentes.

PLANEJAMENTO DE MARKETING

MISSÃO

Executar com excelência e responsabilidade o serviço público e a organização corporativa da cidade de Meruoca, gerando bem-estar social.

VISÃO

Ser um referencial no Brasil com o modelo de gestão pública municipal, através do desenvolvimento sustentável social e econômico, visando o bem-estar do cidadão Meruocuense.

VALORES DA ORGANIZAÇÃO

- Excelência e prestatividade no atendimento ao cidadão;
- Atenção aos problemas que afetam a saúde de Meruoca;
- Dar oportunidades para aqueles que buscam a excelência do serviço público.

ANÁLISE DE SWOT

PONTOS FORTES

- Verbas para programas sociais, do governo estadual e federal;
- Voto de confiança da sociedade;
- Equipe teoricamente capacitada;
- Busca pela excelência;
- Apoio do setor comercial;
- Projetos de governo inovadores e ousados;
- Comprometimento com a solução dos problemas de saúde na Meruoca

PONTOS FRACOS

- Falta de objetividade da equipe de governo;
- Falta de uma linha comunicacional para todos;
- Carência de equipes em determinados setores;
- Acesso muito restrito ao prefeito, por parte da população;
- Pouca propaganda e poucas ações;
- Falta de autonomia para os secretários;
- Imagem institucional da prefeitura em baixa;
- Falta de definições estratégicas.

OBJETIVOS DE MARKETING

Atualmente, de acordo com a pesquisa realizada, a população do distrito de Camilos não vem contribuindo com as ações de controle ao *Aedes aegypti* na localidade, pois, a falta de higiene e a escassez de água é um dos fatores predominantes para o alto índice de infestação do mosquito da dengue e a alta circulação viral na localidade seja acima do índice além do permitido pelo governo federal. Logo o objetivo de marketing da prefeitura de Meruoca é conquistar esta comunidade com uma parcela maior do mercado de gestão municipal, através da qualidade e excelência dos serviços públicos, proporcionando bem-estar e fortalecendo a imagem da instituição através da propaganda.

ESTRATÉGIAS DE MARKETING

R. B. TOMAZ PRODUÇÕES - ME

CNPJ: 13.898.791/0001-60 | IE: 06.565.282-7 | GRA: 90-10683

Rua Monsenhor Furtado, Centro, 95 - Meruoca - CE

contato@promovasolucoes.com | www.promovasolucoes.com | (88) 9.9436.8177



As Estratégias serão divididas em prioridades definidas tanto no Plano de Governo, como em associação com a Pesquisa de Opinião Pública, realizada neste projeto.

PARA O GESTOR

- Responder aos problemas da cidade, expondo a solução e tranquilizando a situação;
- Uma vez por mês visitar um bairro da cidade, porta-a-porta, juntamente com sua equipe de governo (Secretaria da Saúde)
- Comunicar à equipe a estrutura de governo, delimitando o campo de ação de cada um;
- Uma vez por mês comunicar à equipe as metas a serem atingidas e a linha de discurso a ser explorada pela mesma; V.
- Enfatizar a imagem do prefeito e sua equipe;
- Criação do blog do prefeito, com respostas às perguntas feitas pelos internautas.

PARA A SAÚDE

Criar os seguintes serviços municipais:

- Ampliar Maternidade para atender à necessidade municipal;
- Programa de redução de danos no consumo de álcool e drogas;
- Centro especializado de prevenção e controle da hipertensão e diabetes;
- Criação do projeto “Academia da Saúde”, com ênfase na atividade física, lazer e alimentação saudável;
- Implantar programa de qualificação permanente para profissionais da saúde, buscando a humanização dos serviços;
- Criação do “Programa de Assistência ao Portador de necessidades Especiais”.

MÉTODOS DE AVALIAÇÃO

Como podemos constatar no Plano de Ações, para realizarmos um trabalho eficaz e averiguar se realmente as estratégias dispostas neste projeto estão sendo satisfatórias à população de Meruoca, revisaremos no primeiro semestre do ano de 2019 as primeiras leituras dos índices de infestação predial do mosquito *Aedes aegypti* no município medindo a participação da comunidade meruoquense na contribuição dos trabalhos junto as equipes dos PSF's da gestão municipal de saúde e as estratégias implantadas pela mesma. O intuito é poder avaliar como estatística governamental e poder ajustar aquilo que possivelmente possa ter falha.

10. CONCLUSÃO

Muito mais que mensagens publicitárias, os fundamentos se fazem necessários para a sustentação da mensagem propagandística. Na pesquisa realizada ficam ainda dados a serem destrinchados de acordo com a maturação e aplicabilidade no projeto. O que é fundamental é possuir informações confiáveis para se desenvolver um plano eficaz.

ITEM 05 - Produção de Produtos de Comunicação em Áudio: texto de no máximo 2 (duas) laudas onde o licitante apresenta as orientações técnicas sobre um Produto de Comunicação de Áudio com roteiro de peça-exemplo de 60 segundos de duração.

O Spot de divulgação de um evento ou campanha deve ser composto de informações diretas sem rodeios que informe o ouvinte do objetivo da campanha ou evento, explicitando e destacando a data, hora, local e direcionando ao público alvo, com trilha sonora específica para cada evento e ou campanha.

ETAPAS DO PROCESSO DE CRIAÇÃO DE SPOTS PARA RÁDIO

Brief (coleta de informações tanto da empresa quanto do material específico)
Criação (texto, indicação de vozes e efeitos sonoros)
Aprovação inicial
Revisão
Aprovação secundária
Correções e ajustes
Aprovação final do spot
Levantamento de custos de fornecedores para a gravação e locução
Aprovação de orçamento e vozes
Gravação
Aprovação de gravação
Correções e ajustes
Entrega final

17

EXEMPLO DE TEXTO DE SPOT PARA CHAMADA DE FESTIVAL DE ARTE E CULTURA

(TEXTO VINHETA, UTILIZAR MÚSICA DE FORRÓ PÉ DE SERRA.)

A SOCIEDADE CORAÇÃO DE MARIA - SANTO ELIAS, CONVIDA VOCÊ E SUA FAMÍLIA PARA PARTICIPAR DO FESTIVAL DE ARTE E AGROECOLOGIA 2015.

NESTE FINAL DE SEMANA DIAS 28 E 29 DE NOVEMBRO, NA PRACINHA DO SÍTIO SANTO ELIAS.

SÁBADO A PARTIR DAS 19:00H COM VÁRIAS APRESENTAÇÕES CULTURAIS...

E DOMINGO A PARTIR DAS 09:00H DA MANHÃ A FEIRA COM PRODUTOS DA AGRICULTURA FAMILIAR DE SANTO ELIAS E REGIÃO, NA OCASIÃO TAMBÉM HAVERÁ UM TORNEIO DE FUTEBOL FEMININO E AINDA PARA ANIMAR OS PARTICIPANTES HAVERÁ MUITO FORRÓ PÉ DE SERRA COM ROSINHA DO ACORDEON E CONVIDADOS .

Não perca é neste sábado e domingo na pracinha de santo Elias.

Idealização:

Instituto Semente Das Artes

Realização:

Sociedade Coração de Maria, Secretaria de Cultura de Meruoca e NAE Santo Santo Elias.

Apoiadores Diamante:

Fecomércio Ceara, SESC, Oficina Zé Branco, Deputado Moisés Braz, Clínica Odontológica Sorriso E Saúde.

Apoiadores Ouro:

Promova, Matheus Rodrigues, Portal Vida, Ematerce.

Apoiadores Prata:

R. B. TOMAZ PRODUÇÕES - ME

CNPJ: 13.898.791/0001-60 | IE: 06.565.282-7 | CRA: 90-10683

Rua Monsenhor Furtado, Centro, 95 - Meruoca - CE

contato@promovasolucoes.com | www.promovasolucoes.com | (88) 9.9436.8177



Instituto Carnaúba, M&T Alimentos, Vice-Prefeito Rubinho, Vereadora Carla Mara, Sindicato Dos Trabalhadores Rurais De Meruoca, Mercadinho O Zezé, Frigorífico O Bom Preço (Organização Rubinho Pichél) Fonteles, Doutor Pimentel Gomes, Ribamar de Camilos, Projeto Social Sorriso na Comunidade, World Net Provedor, Vereador Roberto, Farmácia Farmavida, Junior Barros Brinquedos, Sebrae Sobral, Carlos José do Pimenta

Apoiadores Bronze:

Bodega Do Buiudo, Wagner Eventos, Geba Construções

ITEM 06) Levantamento de dados e reportagem: apresentação de um guia metodológico de no máximo 2 (duas) laudas sobre os dados a serem levantados e o modelo mínimo de reportagem.

18

Primeiro a escolha um tema relevante para a população

O jornalista vai em busca de temas que despertem interesse em um grande número de pessoas. Para isso, é necessário pensar no contexto atual das notícias.

Diante dessas opções e com um olhar inovador, ele vai escolher um tema que faça o leitor querer saber de mais detalhes.

Há muitas opções de direcionamento de uma reportagem. Podem ser matérias especiais de valor histórico, ou o perfil de um personagem específico. Também há linha instrucional, onde ensina o leitor a fazer algo, ou fala sobre bastidores de algum evento incomum.

Faz uma pesquisa sobre o assunto escolhido

Para encontrar o enfoque ideal, pesquisa o tema e armazena o máximo de informação, para definir qual será a abordagem da reportagem jornalística. Vai além da busca online e pesquisa em livros, artigos ou arquivos históricos se necessário.

Definição do público-alvo

Agora que o jornalista já sabe o tema da reportagem, é hora de pensar quem irá se interessar pela leitura do tema. Afinal, como escrever uma reportagem jornalística depende do que seu público gosta ou não.

Ao identificar as características do leitor, é mais fácil entender qual serão os pontos mais interessantes do assunto que serão explorados. Nesta etapa também serão escolhidos os entrevistados, que darão credibilidade a abordagem elaborada.

Preparação para as entrevistas

É fundamental que o jornalista pesquise sobre os entrevistados antes de realizar o encontro para coletar as informações que deseja.

Enviar com antecedência as perguntas para o entrevistado para que ele compreenda o enfoque que a reportagem terá, antes de responder as questões.

Priorizamos as perguntas abertas para que a resposta do entrevistado flua. Gravamos a conversa para não ficar preso às anotações, e deixar algo importante passar.

Transcreve-se o conteúdo coletado nas entrevistas

A transcrição pode ser uma tarefa entediante e longa, mas é muito importante. Isso faz com que as citações sejam fiéis ao que foi dito pelo entrevistado.

A escolha do formato da reportagem

Nas matérias especiais, o modelo da pirâmide invertida não é obrigatório. Por ser um texto mais longo, o jornalista tem a liberdade de definir como trabalhar a apresentação do conteúdo.

A intenção é envolver o leitor. Para isso, o início da matéria necessita despertar emoções. Desenvolve o texto de forma criativa para que o tema central seja algo relevante para o público-alvo.

Começando a montar a escrita da reportagem jornalística

Ao iniciar a montagem da reportagem, o jornalista cria um esboço, para escolher a ordem das informações. Em seguida o jornalista deve começar a pensar no gancho da reportagem, que ficará no lide. É a chance de envolver o leitor e convencê-lo a acompanhar sua história.

Finalização e revisão da reportagem

É importante reler todo o material com calma, algumas vezes. Podem aparecer cortes ou inclusões de informações. Geralmente revisado por mais um profissional da área antes de finalizar a reportagem jornalística, como uma nova revisão.

Todas essas etapas devem estar programadas de acordo com o deadline, já que é um trabalho longo e cheio de detalhes. Após isso, a reportagem está pronta para ser entregue e publicada.

ITEM 07) Assessoria de imprensa - texto de no máximo 3 (três) laudas onde o licitante explicita uma atividade de assessoria de imprensa.

ASSESSORIA DE IMPRENSA

Missão:

A assessoria de imprensa tem uma grande incumbência que é inovar a maneira de divulgar as ações das secretarias de governo do município de Meruoca e tem uma missão fundamental: levar a informação ao cidadão, nos mais diversos meios de comunicação de forma completa, transparente e democrática, colaborando para construir um governo participativo e solidário.

ATRIBUIÇÕES DA ASSESSORIA DE IMPRENSA:

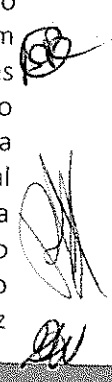
Articular com todas as secretarias e órgãos municipais, captando informações de interesse da população e divulgando-as; coordenar a cobertura informativa e jornalística das solenidades e atos de caráter público do Prefeito e de seus auxiliares; dar assistência na elaboração de todo o material informativo correspondente às atividades do Governo Municipal, a ser divulgado pela imprensa; orientar a preparação de relatórios, folhetos e outras publicações para a divulgação das atividades da Prefeitura editando textos e matérias de áudio e vídeo; assessorar a Prefeitura na área de Publicidade, Propaganda e Marketing, coordenando as ações de comunicação da administração municipal junto às agências de publicidade, agências de notícias, blogs, jornais, rádios e outros veículos de comunicação.

MODELO DE RELEASE

O Festival de inverno da Serra da Meruoca está de cara nova. Com o formato da modalidade competitiva diferenciado, o projeto busca dialogar com as ferramentas contemporâneas de distribuição e compartilhamento de conteúdo.

Acontecendo nos dias 01 e 02 de junho, o festival segue com inscrições abertas até o dia 16 de maio, podendo participar, nas categorias nacional, estadual, regional (contemplando as cidades da região denominada Sertão de Sobral) e municipal (município de Meruoca). As bandas selecionadas, em cada categoria, assinam um contrato para fazer um show dentro da programação do festival. Inscrições exclusivamente pelo site: festivalmeruoca.com

Os(as) artistas ou bandas inscreverão seus trabalhos, os quais serão avaliados não por uma música, mas por várias de suas canções. Os concorrentes serão avaliados(as) por uma comissão de pareceristas com notório saber no universo da música, que selecionará os cinco melhores trabalhos em cada categoria. Então começa a segunda fase do certame, na qual os cinco mais bem avaliados de cada modalidade irão para uma votação online, da qual será selecionado o(a) artista ou banda mais votado(a) em cada modalidade, recebendo como prêmio, a assinatura de um contrato para a realização de um show dentro da programação do festival. O produtor cultural Augusto Cesar dos Santos, coordenador do festival competitivo ressalta a democratização do acesso por meio do novo formato: "Acreditamos que as mudanças são sempre necessárias e nosso intuito é de tornar o festival cada vez



mais dinâmico e que possa servir-se das novas plataformas de acesso a conteúdo. Neste contexto a internet cumpre um papel crucial, pois as pessoas conhecerão, de forma mais abrangente, as músicas autorais, dando ênfase a criatividade, aos novos nomes da MPB e à música autoral como um todo”

Além do festival competitivo, o projeto contempla a realização de trilhas ecológicas, esportes radicais, feira de artesanato e culinária e uma grade de atrações artísticas bastante variada, com artistas de renome regional e nacional. Nas duas noites de programação, que acontece no estádio municipal Ycaraizão, as bandas landê (Meruoca), Outras Frequências e Freud Explica (Sobral), além de Waldonys, Gabriel, o Pensador e a banda Titãs, dividem o palco principal, trazendo para o clima aprazível de Meruoca, o melhor da música popular brasileira. Sempre buscando o enaltecimento da cultura regional, quem garante, por mais um ano, seu apoio integral ao festival de Inverno é o Serviço Social do Comércio – SESC Sobral, contribuindo com a programação artística e ampliando ainda mais o alcance do projeto, por meio de atrações artísticas garantidas pela parceria com a instituição.

Para a secretária de Cultura de Meruoca, Fábria Oliveira, o festival cumpre seu papel de propulsor da música independente e autoral no Ceará. “Os artistas terão oportunidade de mostrar seu trabalho para um grande e diverso público. O festival é uma grande vitrine e, desde já, a gente convida a todos os amantes da boa música para subirem a serra e curtirem o friozinho bom de Meruoca, curtindo o que há de melhor na culinária, arte e cultura cearense”, finaliza.

O XIII Festival de Inverno da Serra da Meruoca e coordenado por uma equipe de trabalho do próprio município, supervisionada pela Secretaria Municipal de Turismo, Cultura, Esporte e Juventude. Mais informações pelo e-mail contato@festivalmeruoca.com.

ITEM 08) Evento de Relações Públicas - texto de no máximo 3 (três) laudas onde o licitante explicita um evento de relações públicas.

EVENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS

EXEMPLO ROTEIRO DE SESSÃO SOLENE DE POSSE DA MESA DIRETORA CAÂMARA DE VEREADORES

Mestre de Cerimônias – Boa noite, senhoras e senhores, é com grande honra e satisfação que esta Câmara de Vereadores, a Casa do Povo, os recebe nesta tarde para a realização da Sessão Solene de Posse da Mesa Diretora que conduzirá os trabalhos desta Augusta Casa Legislativa para o biênio de 2019/2020.

Mestre de Cerimônias – Neste momento, gostaríamos de chamar o Excelentíssimo Sr. Presidente da Câmara Municipal de Meruoca, Vereador, para que assuma a Presidência da Mesa e os Trabalhos.

Mestre de Cerimônias – Dando prosseguimento, chamamos os demais Vereadores integrantes da 17ª Legislatura do Município, para que tomem assento em seus lugares,,

Mestre de Cerimônias – Gostaríamos de chamar para fazer parte da Mesa dos trabalhos o Excelentíssimo Senhor Prefeito Municipal de Meruoca, e o Vice-Prefeito

Mestre de Cerimônias – Gostaríamos de registrar nesta noite a ilustre presença das autoridades:

Mestre de Cerimônias – Passamos então a palavra ao Excelentíssimo Sr. Presidente da Câmara Municipal de Meruoca, para que este proceda a abertura oficial da Sessão Solene de Posse da Mesa Diretora para o biênio 2019/2020.

Presidente Atual – Declaro sob a proteção de Deus e em nome do povo de Meruoca aberta a presente sessão. Convocamos as autoridades, o povo Meruocuense, bem como os ilustres visitantes aqui presentes para que, de pé, ouçamos a execução do Hino Nacional e o hino do município pela Banda de Música do município de Meruoca. Neste momento convido os novos membros da mesa diretora para iniciarmos a solenidade de posse e tomarem assento em seus devidos lugares.

Presidente Novo: Peço senhor secretário dos trabalhos para fazer a inscrição dos vereadores que irão fazer uso da palavra.

Presidente Novo: Neste momento está facultada a palavra ao publico presente.

Presidente Novo: Pronunciamento do Excelentíssimo Senhor Prefeito de Meruoca

Mestre de Cerimônias– Encerrado todos os pronunciamentos desta noite, passamos a palavra ao Presidente, para que promova suas considerações finais sobre o ato, bem como proceda o encerramento oficial da presente Sessão Solene.

Então, Senhoras e Senhores, não havendo mais nada a tratar nesta Sessão Solene e, agradecendo a inestimável presença de todos vocês aqui esta noite, declaro sob a proteção de Deus e em nome do povo de Meruoca” encerrada a presente sessão.



ROZALVO BARBOSA TOMAZ
Sócio/Proprietário