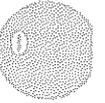


PROMOVA

 promovaproducoes
 promova_producoes
 promova.live

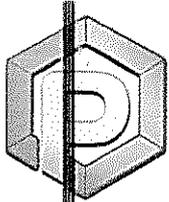


PREFEITURA MUNICIPAL DE MERUOCA
COMISSÃO DE LICITAÇÃO
TOMADA DE PREÇOS Nº 0311.02/2021
ENVELOPE "02" – PROPOSTA TÉCNICA
LICITANTE PROPONENTE: R. B TOMAZ PRODUÇÕES-ME
ENDEREÇO: RUA MONSENHOR FURTADO, 130, CENTRO – MERUOCA- CE



Handwritten signatures and initials.





PROMOVA

promovaproducoes

promova_producoes

promova.live



CAMPANHA DE PREVENÇÃO AS QUEIMADAS NA APA DA SERRA DA MERUOCA

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.: Campanha de prevenção de queimadas da área de proteção ambiental – APA, da serra da Meruoca.

incentivando a realização do maior número possível de atividades de conscientização em todo o município e

convidando indivíduos, organizações sem fins lucrativos, o setor privado a participarem da seguinte maneira:

Usando o slogan e o logotipo da campanha em produtos promocionais, páginas de internet e mídias sociais.

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. Gráficos, mapas, etc.

[Handwritten signatures and initials]

[Handwritten signature]

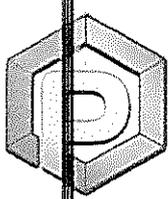
R. B. TOMAZ PRODUÇÕES - ME

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

Rua Monsenhor Furtado, Centro, 130-Meruoca - CE

✉ contato@promovasolucoes.com ☎ (88) 9.9436.8177





PROMOVA

 [promovaproducoes](#)

 [promova_producoes](#)

 [promova.live](#)



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 CAMPANHA DE PREVENÇÃO DE QUEIMADAS NA ÁREA DE PROTEÇÃO AMBIENTAL – APA 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 DE PREVENÇÃO AS DE QUEIMADAS NA ÁREA AMBIENTAL – APA, DA SERRA DA MERUOCA

Apresentação:

A APA, situada na biorregião da Serra da Meruoca, localizada nos Municípios de Meruoca, Massapê, Alcântara e Sobral, no Estado do Ceará, tem como objetivos de garantir a conservação de remanescentes das florestas canucifólias e subcaducifólias; proteger os recursos hídricos; proteger a fauna e a flora silvestres; promover a recomposição da vegetação natural; melhorar a qualidade de vida das populações residentes, mediante orientação e disciplina das atividades econômicas locais; ordenar o turismo ecológico; fomentar a educação ambiental; preservar as culturas e tradições locais. A APA é dividida em dois setores, o setor A com área aproximada de 608 hectares e setor B, correspondente a toda a área compreendida acima da cota de 600 metros de altitude, nos municípios de Meruoca, Massapê, Alcântara e Sobral. A área oficial aqui considerada, de 29.361 hectares, é a que consta no site do ICMBio em abril de 2018.

As queimadas na Serra da Meruoca, Região Norte do Ceará tem sido cada vez mais constantes, onde fumaceiros tem deixado o céu com tons acinzentados e tem transformado em pó vários hectares, as queimadas em grande parte oriundas da limpeza do solo, no período que antecede o plantio da agricultura de sequeiro tem sido monitoradas pelo INPE como revela o acompanhamento de seu Banco de Imagens, que somente na APA Serra da Meruoca nos últimos 15 dias de novembro pelo menos dois casos foram identificados em área de proteção ambiental e em território pertencente ao município de Sobral com distâncias bem próxima ao Distrito de Jordão.

A Autarquia de Meio Ambiente de Meruoca (AMMAM) tem agido timidamente e as campanhas realizadas por organizações não governamentais parecem não terem recebido apoio dos munícipes que já enfrentam um grande período de estiagem acompanhado de altas temperaturas. Além disso os números de incêndios "criminosos" (iniciado sem causa conhecida) tem aumentado nos últimos meses, na região de Meruoca dois incêndios tiveram que ser apagados pelo Corpo de Bombeiros de Sobral. Nesta última semana bamburrais, considerados cartão postal da cidade de Meruoca e que ficam ao longo da CE 440 foram alvo de queimadas. Este tipo de ação tem sido constante nesta região que mesmo sendo Área de Proteção Ambiental ainda fica a mercê da fiscalização dos órgãos ambientais competentes.

O maior ganho não está em combater com elevada eficiência, mas em evitar que os incêndios aconteçam. Nos últimos meses do ano, todo manuseio de fogo próximo à vegetação é perigoso e pode se tornar um incêndio. A queima de lixo, de vegetação às margens de rodovias, a limpeza irresponsável de pastagens, ou mesmo a intenção de causar impactos ao meio ambiente precisam ser entendidas pela sociedade como danosas. O protagonismo na contenção dos incêndios é de toda a sociedade.

Entre as orientações que a campanha 2021 traz estão as de não fazer queimadas sem autorização; não jogar pontas de cigarro nas estradas; não queimar lixo próximo à vegetação; não usar fogo para a limpeza de terrenos e pastagens; ter cuidado para manejar foguetes e fogos de artifícios. Para a comunidade local é urgente a necessidade de projetos de reflorestamento, respeitando as questões econômicas, ecológicas e sociais, dentro de uma visão do desenvolvimento local sustentável.

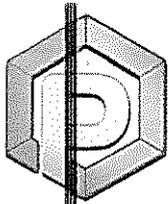
R. B. TOMAZ PRODUÇÕES - ME

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

Rua Monsenhor Furtado, Centro, 130-Meruoca – CE

✉ contato@promovasolucoes.com ☎ (88) 9.9436.8177





PROMOVA

 promovaproducoes

 promova_producoes

 promova.live



Finalidade da Campanha:

A iniciativa tem como finalidade manter a vigilância contínua contra as queimadas e chamar a população para participar das ações de preservação na região da APA da Serra da Meruoca.

Objetivo geral:

A Campanha de Prevenção de Queimadas da Area de Proteção Ambiental – APA, da Serra da Meruoca é uma campanha elaborada pela Autarquia de Meio Ambiente de Meruoca – AMMAM e Secretaria de Meio Ambiente, Recursos Hídricos e Agropecuária e tem como objetivo, prevenir a ocorrência de queimadas e consequentes de incêndios florestais na APA da serra da Meruoca. A Operação visa conscientizar a população sobre os problemas acarretados pelo uso ilegal do fogo. Além do aspecto educativo, a ação também intensifica a fiscalização, com aplicação de sanções administrativas e punição contra eventuais infratores, disseminando a campanha em redes sociais e de contatos; Usando o slogan e o logotipo da campanha em produtos promocionais, páginas de internet e mídias sociais; doando recursos às organizações não governamentais locais para apoiar atividades de prevenção.

Público-alvo:

Comunidade Meruoquense em geral.

Como funciona a campanha

Com o lema “Campanha de Prevenção de Queimadas da Area de Proteção Ambiental – APA, da Serra da Meruoca”, as publicidades, no rádio, nas redes sociais, nas escolas e em lugares de grande circulação, como: colocar os agricultores e comunidade como protagonista de suas próprias histórias com o objetivo de educar e orientar a população sobre os riscos de atear fogo em lixo doméstico ou mato seco nos quintais e terrenos baldios, a campanha será desenvolvida em unidades de atendimento à saúde, escolas estaduais, municipais e em vias públicas.

Dinâmica e estratégias dos procedimentos usados:

As queimadas ocorrem naturalmente e por influência humana e podem ter seus impactos negativos maximizados pelos efeitos das mudanças climáticas. Na Meruoca devido às suas características históricas de uso e ocupação do solo e de sua grande extensão territorial, há predomínio de atividades agrícolas com o uso predominante do sistema de corte e queima. Sensibilizar os agricultores e pecuaristas sobre a queima controlada consiste em manejar o fogo nas áreas previamente estabelecidas no sentido de prevenir a ocorrência de incêndios e seguir as seguintes dicas: comunicar aos vizinhos o dia da queima; Notificar os órgãos responsáveis sobre o dia e horário da queima; Estudar as características do terreno (declividade, tamanho da área a ser queimada, teor de umidade do solo); Fazer aceiros (devem medir no mínimo 3 m); Verificar clima e horário (força e direção do vento, temperatura) e Instruir e preparar o pessoal que vai fazer a queima.

Observações / Avaliação / Monitoramento

Considerando que as queimadas são atividades realizadas tanto em áreas de florestas como em áreas de pastagens, ocorrendo para diversas finalidades, como limpeza da vegetação ou preparo do solo, para a agricultura e pecuária. Uma das principais atividades do município seria a criação do Programa de Monitoramento, que tem como objetivo acompanhar diariamente os focos de incêndios e queimadas, bem como as condições climáticas que favoreçam o aumento do risco de fogo, emitir alertas e fornecer bases de dados como subsídio aos órgãos participantes da Operação Corta-Fogo. No momento não há nenhum projeto em desenvolvimento para o atendimento desta população, em âmbito local ou municipal.

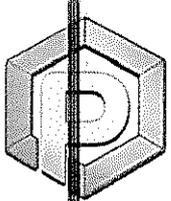
R. B. TOMAZ PRODUÇÕES - ME

CNPJ: 13.98.791/0001-60 | IE: 06.565.282-7 | CRA: 90-10683

Rua Mon. Senhor Furtado, Centro, 130-Meruoca – CE

contato@promovasolucoes.com (88) 9.9436.8177





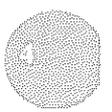
PROMOVA

 [promovaproducoes](#)
 [promova_producoes](#)
 [promova.live](#)

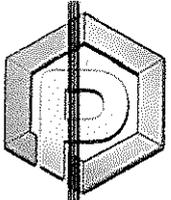


Estratégias:

Preocupados com o período de estiagem, que compreende os meses de abril até outubro, e que aumenta consideravelmente a incidência de focos de incêndio e queimadas tanto na zona rural quanto nos centros urbanos, a Autarquia de Meio Ambiente de Meruoca –AMMAM, em parceria com o Batalhão de Bombeiros Militar e Defesa Civil de Sobral, se unem para traçar estratégias e metas para o combate dessas práticas que são consideradas crimes. Entre as ações a serem tomadas para evitar e minimizar os efeitos das queimadas está o lançamento da campanha Diga Não as Queimadas, que tem como objetivo promover a educação ambiental, a fiscalização e vistorias em lotes vagos no município.



[Handwritten signatures]

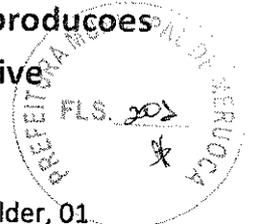


PROMOVA

Facebook icon promovaproducoes

Instagram icon promova_producoes

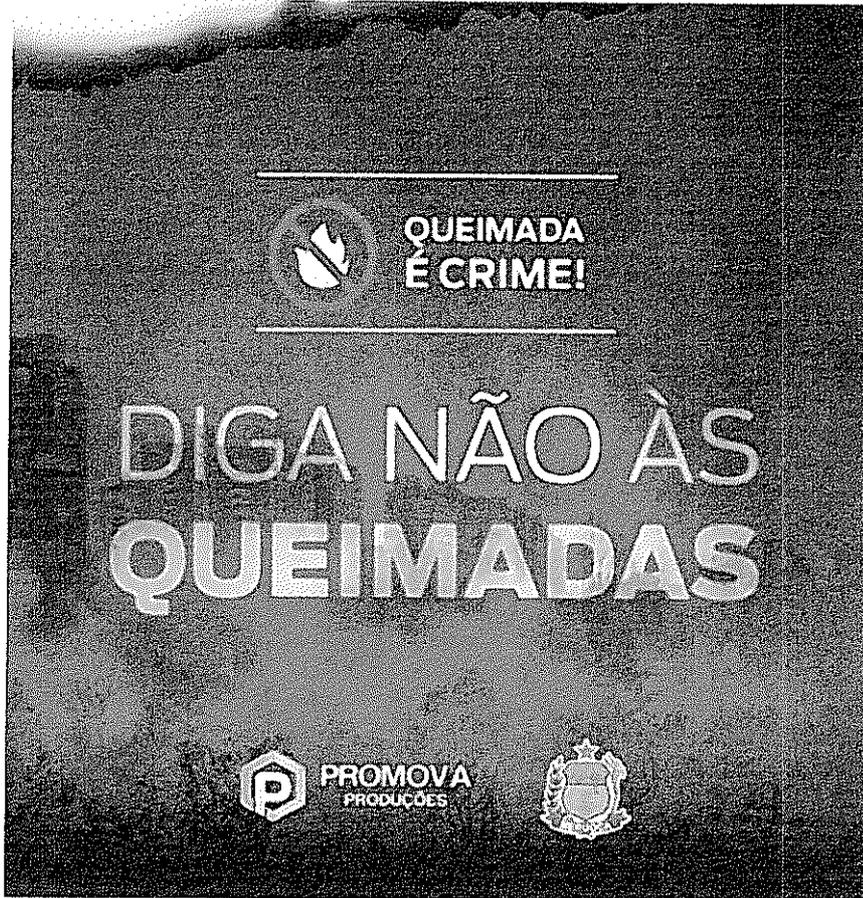
Website icon promova.live



Materiais:

Logotipo, 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

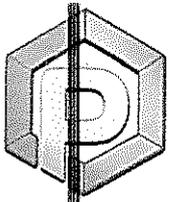


LOGOMARCA

“Diga Não às Queimadas”, é a representação gráfica que vai determinar a identidade da campanha no município, e tem como objetivo, facilitar o seu reconhecimento identificando-a e definindo-a no tempo e no espaço.

Handwritten signatures and initials.





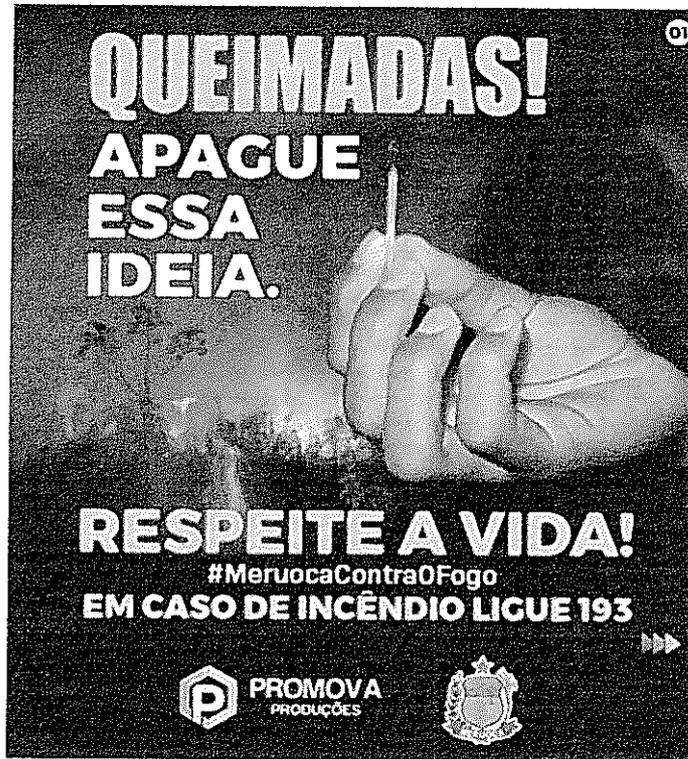
PROMOVA

f promovaproducoes

@promova_producoes

www.promova.live

CARTAZ



Os materiais informativos produzidos e divulgados em uma campanha de saúde pública podem ter grande relevância no esclarecimento da população sobre as queimadas e seus danos. Com o objetivo de evitar transtornos aos moradores das áreas urbanas, a prefeitura inicia nas redes sociais e outros veículos de comunicação, um trabalho de apelo e conscientização sobre a prevenção às queimadas urbanas, para que os moradores evitem tais práticas, visando o bem-estar de todos. O período mais crítico do ano, segundo especialistas, compreende entre os meses de junho a outubro, temporada com a grande incidência de incêndios no perímetro urbano, o que ocasiona uma série de problemas, tanto ao meio ambiente quanto à saúde da população. As incidências ocorrem principalmente pela queima de lixo doméstico, de folhas ou em terrenos baldios com grande acúmulo de vegetação rasteira. A utilização dessa prática, além de aumentar a poluição do ar, causa danos às redes de energia e telefone, causando doenças respiratórias como asma e rinite. Para evitar esses problemas, a Prefeitura de Meruoca por iniciativa da AMMAM e Secretaria de Agricultura, lança uma campanha de prevenção. O objetivo é sensibilizar o cidadão, alertando para os riscos e perigos decorrentes das queimadas. Diante do exposto criaremos cartazes virtuais para internet e cartazes impressos de tamanho 420mm x 297mm, com cores diferentes e informações sobre queimadas e como prevenir.

[Handwritten signatures and initials]

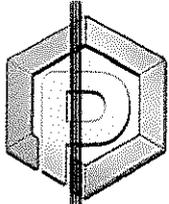
R. B. TOMAZ PRODUÇÕES - ME

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

Rua Monsenhor Furtado, Centro, 130-Meruoca - CE

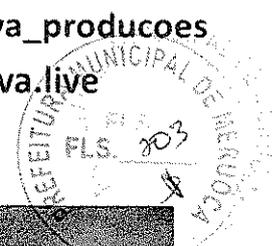
contate @promovasolucoes.com (88) 9.9436 8177



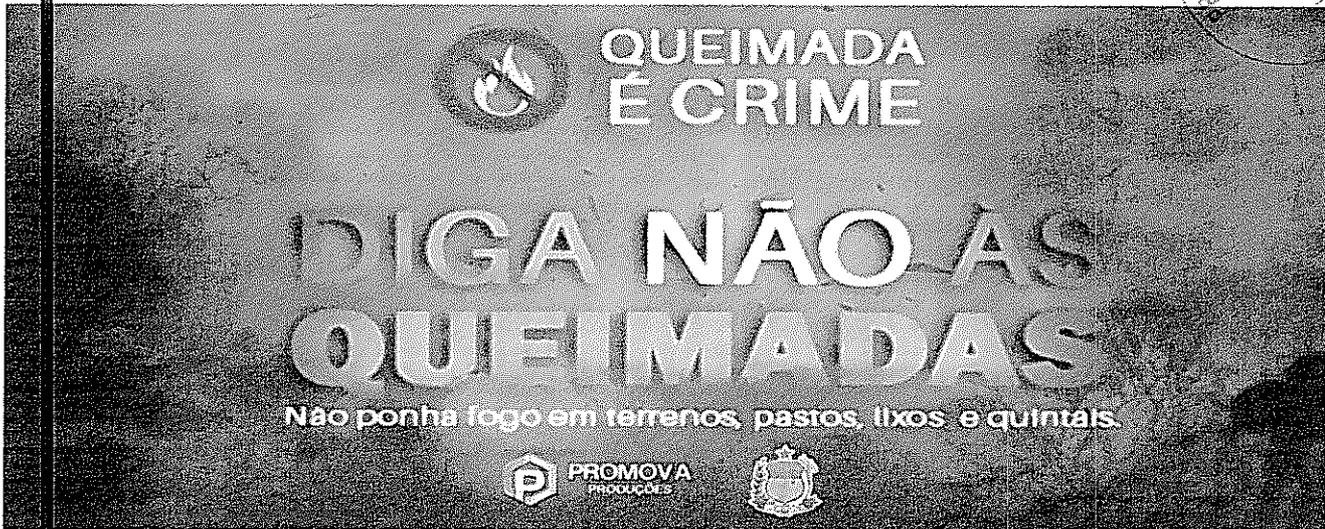


PROMOVA

 [promovaproducoes](#)
 [promova_producoes](#)
 [promova.live](#)

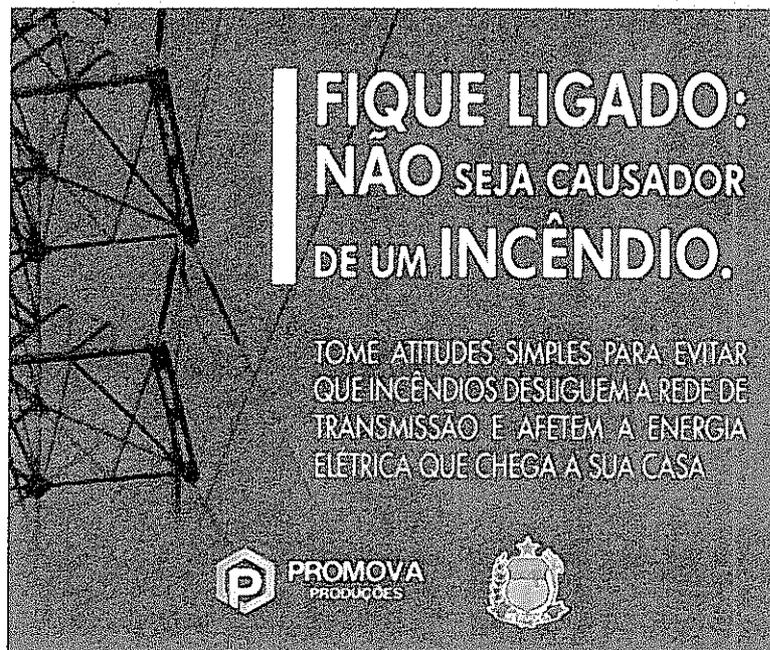


PLACA DE OUTDOOR



Outdoor é uma excelente forma de comunicação instantânea com o consumidor. Ele possui grande alcance e ótima visibilidade. Será usado na entrada da cidade e da Serra da Meruoca como principal peça de campanha e 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 as queimadas no município de Meruoca, com tamanhos estipulados entre 9m x 3m, dando preferência as cores mais chamativas e informações detalhadas cujo tema será sempre voltado para população, usando sinais de alerta sobre a prevenção e cuidados e conscientizando a população sobre o perigo delas na comunidade.

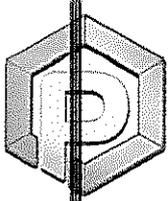
BANNER



Os materiais produzidos e divulgados em uma campanha de saúde pública podem ter grande relevância no esclarecimento da população sobre as queimadas e suas consequências. Os incêndios, de modo geral, são prejudiciais, tanto ao meio ambiente quanto à saúde humana. Diante do exposto criaremos banners de 90cm x





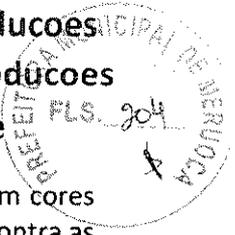



PROMOVA

promovaproducoes

promova_producoes

promova.live



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 o perigo das queimadas. Outro ponto negativo das campanhas contra as queimadas que pode ser apontado ao se analisar os materiais impressos, é a limitação de informações sobre o desmatamento, consequências e sintomas, apesar da grande e existência de fogo nas florestas do município.

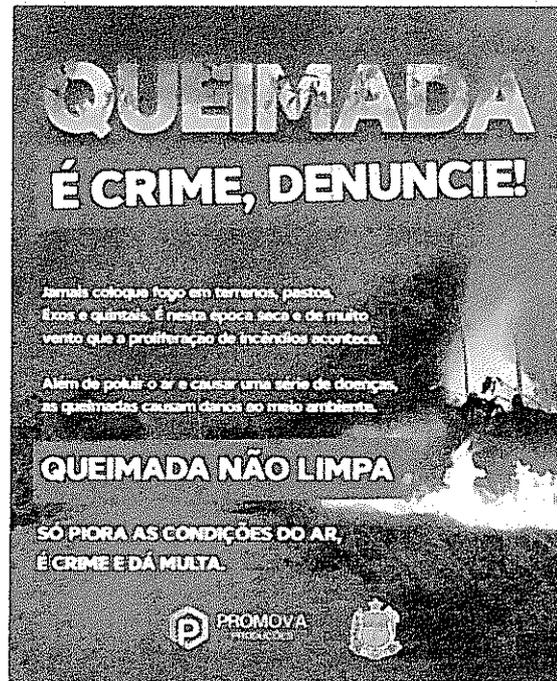
SPOT PARA RÁDIO

A companhia Meruoca contra as queimadas informa: *(voz grave e séria)(música dramática no fundo)* o período seco contribui para proliferação de incêndios florestais, para que isto não aconteça é necessário que cada um contribua, ou seja, não queime lixo, não jogue bituca de cigarros, não jogue carvão aceso em locais com vegetação, não jogue lixo, pois um pequeno caco de vidro pode proporcionar combustão em local seco, os incêndios não proporcionam somente destruição em propriedades e patrimônios mais também afetam a qualidade de vida de todos nós poluindo o ar que respiramos, *(Pausa com música dramática)* denuncie 193. *(Pausa com música dramática)* Queimada é crime, apague essa ideia.

TEXTO PARA CARRO DE SOM

A Administração Municipal de Meruoca através da Autarquia de Meio Ambiente de Meruoca –AMMAM e Secretaria de Meio Ambiente, Recursos Hídricos e Agropecuária, convida você e família para participar de uma palestra em conscientização das queimadas no município. A ação pretende orientar a população Meruocuense sobre os danos causados à saúde como: problemas respiratórios e outros vários fatores causadores de incêndio como: a queima de lixo, pneus, e o descarte de bitucas de cigarro, entre outros. O evento acontecerá no dia XX de XXXXXXXX de XXXX, a partir das XXX, na quadra Miguel Binga. Contamos com sua presença!

FOLDER



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 três dobras, contendo informações sobre queimadas, contatos, como recomendar e outros, para melhor orientar a comunidade.

Handwritten signatures and initials.

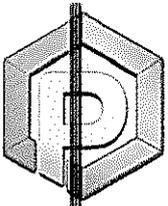
R. B. TOMAZ PRODUÇÕES - ME

ENPJ: 13.98.791/0001-60 | IE: 06.565.282-7 | CRA: 90-10683

Rua Monsenhor Furtado, Centro, 130-Meruoca - CE

contato@promovasolucoes.com ☎ (88) 9.9436.8177

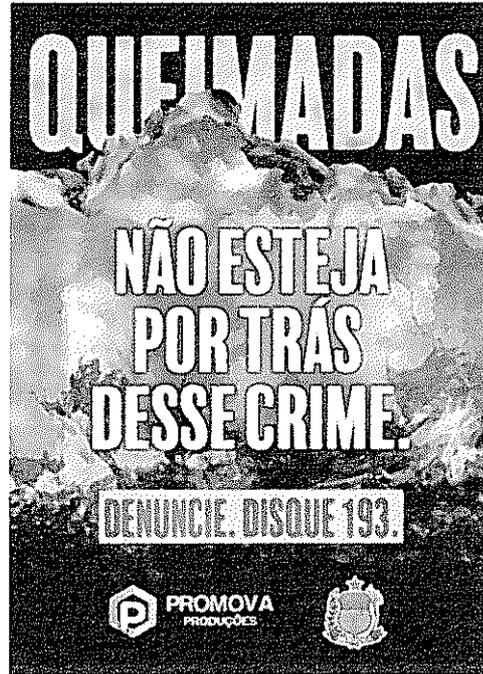




PROMOVA

 promovaproducoes
 promova_producoes
 promova.live

PAFLETOS



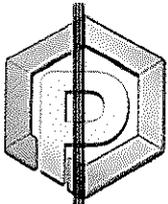
Criação de panfletos de orientação dos cuidados com as queimadas, informativos a fim de orientar a população com os cuidados e prevenção e contato para denúncia, onde será distribuído nas campanhas e programas relacionados ao tema. O panfleto Tamanho mais usados seriam o tamanho de uma folha A5 (21 cm de largura x 14,8 cm de altura, 4x4 cores)

CAMISETAS



[Handwritten signatures]

[Handwritten signatures]

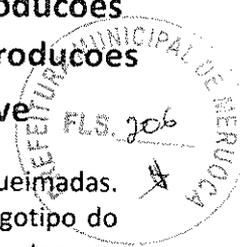


PROMOVA

Facebook icon [promovaproducoes](#)

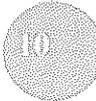
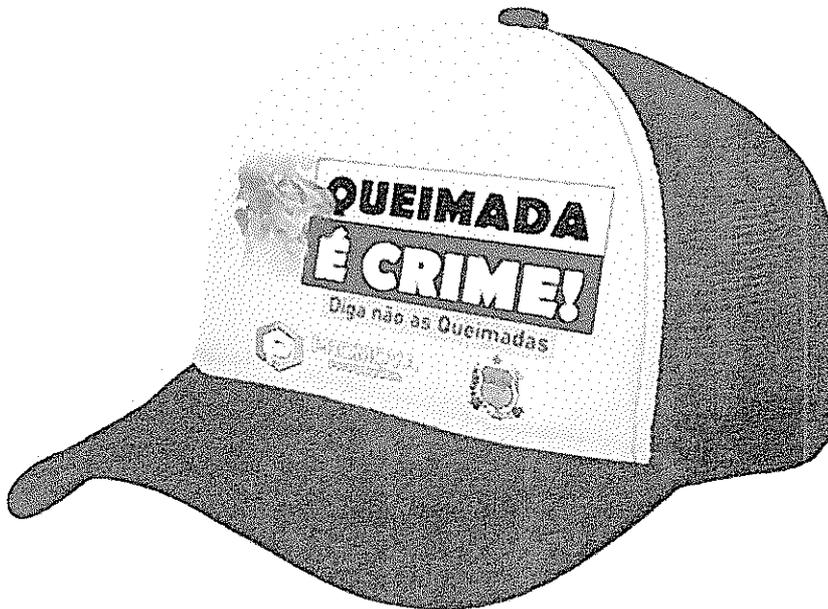
Instagram icon [promova_producoes](#)

Website icon [promova.live](#)



Camisetas customizadas, básicas e em tamanho adulto, criadas para uma campanha contra as queimadas. Confeccionada em malha de algodão, na cor branca e vermelha. 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 silk screen 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).

Handwritten signatures and initials in the bottom right corner.

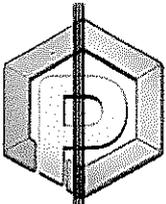
R. B. TOMAZ PRODUÇÕES - ME

NPJ: 13.808.791/0001 - 60 | IE: 06.565.282-7 | CRA: 90-10683

Rua Monsenhor Furtado, Centro, 130-Meruoca - CE

contate @promovasolucoes.com ☎ (88) 9.9436 8177



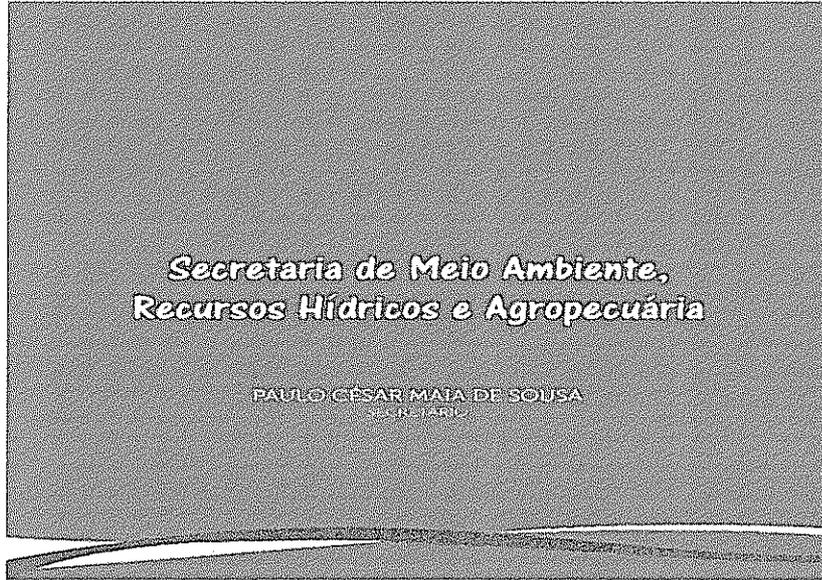


PROMOVA

promovaproducoes
promova_producoes
promova.live



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.

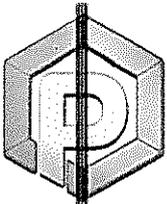


A Secretaria Municipal de Meio Ambiente, Recursos Hídricos e Agropecuária é o órgão da Prefeitura que tem por competência planejar, formular e executar as políticas de desenvolvimento do meio rural de forma sustentável, promovendo a articulação com órgãos federais, estaduais e municipais, com vistas à obtenção de recursos para projetos e ações de melhorias das condições de vida das populações do meio rural e a integração agroindustrial apropriada. Também é responsável por promover a realização de atividades relacionadas com o desenvolvimento agropecuária no âmbito do Município, com planejamento, visando a proteção, conservação, preservação e recuperação do meio ambiente.



Handwritten signatures and initials.

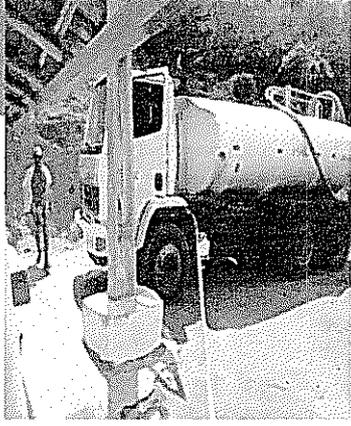




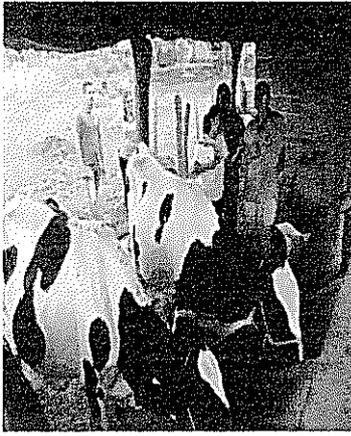
Carro-pipa é utilizado para garantir abastecimento de água em comunidades do município

Mesmo com a melhor estação chuvosa no ano (2017), alguns sítios e distritos de Meruoca dependem de carro-pipa para abastecimento de água, isso significa que o número crescerá gradualmente após os próximos meses.

A prefeitura municipal de Meruoca juntamente com a secretaria de agricultura, realizou um trabalho árduo na distribuição de água nas comunidades rurais do município. Diariamente foram distribuídos 54.000 (cinquenta e quatro mil) litros de água. O objetivo foi tentar diminuir os impactos da escassez de água, que atinge as famílias de nosso município. A água retirada do açude Jenipapo e transportada para reservatórios em cada comunidade atendida pela distribuição.



12



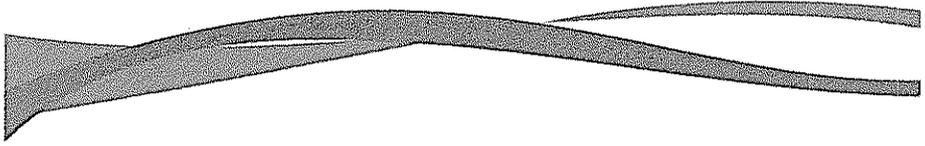
Prefeitura de Meruoca realiza campanha de vacinação contra aftosa

A Prefeitura de Meruoca realizou no ano de 2017 campanha de vacinação do rebanho do município contra a febre aftosa. O município de Meruoca possui 78 criadores com rebanho total de 879 bovinos. Com a parceria da ADAGRI e com um conjunto de ações contínuas atingimos um percentual de 90% de bovinos vacinados em todo município neste ano.



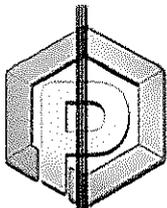
Desassoreamento do riacho da localidade de Palmeiras

Foi realizado o desassoreamento do riacho Palmeiras, ação realizada no mês de janeiro onde ocorreu a retirada de lixo, entulho, entre outros materiais para melhorar o escoamento de água nos períodos chuvosos e desta forma evitando transbordamento do riacho que desagua no açude Jenipapo.



Handwritten signatures and initials in the bottom right corner.





PROMOVA

Facebook: [promovaproducoes](#)

Instagram: [promova_producoes](#)

Website: [promova.live](#)



13



Feiras da Agricultura Familiar

Com objetivo de incentivar a produção da agricultura familiar a Prefeitura Municipal de Meruoca, através da Secretaria de Agricultura, Sindicato dos Trabalhadores Rurais de Meruoca, Promova, Santo Elias Poupa de frutas, Associações comunitárias não mediram esforços para apoiar a iniciativa dos agricultores da Comunidade do sítio Santo Elias (Sociedade Coração de Maria), na realização das feirinhas em diversas localidades do município neste ano de 2017.

Com esta iniciativa os produtores têm uma oportunidade de comercializar diretamente sem atravessadores; interagir com o consumidor e conhecer suas preferências. Para os consumidores é uma oportunidade de adquirir alimentos frescos e saudáveis a preços acessíveis.



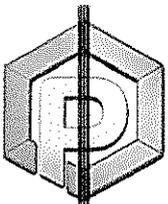
R. B. TOMAZ PRODUÇÕES - ME

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

Rua Monsenhor Furtado, Centro, 130-Meruoca - CE

✉ contato@promovasolucoes.com ☎ (88) 9.9436.8177





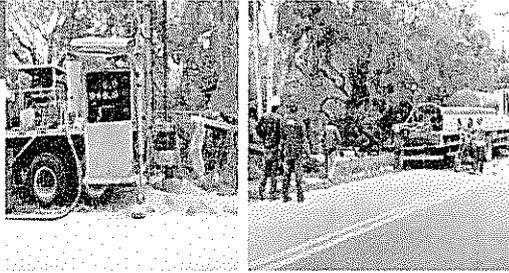
PROMOVA

 [promovaproducoes](#)
 [promova_producoes](#)
 [promova.live](#)



Comunidade do distrito de palestina ganha poço artesiano

O poço artesiano de Palestina perfurado neste ano de 2017, beneficiou direto ou indiretamente moradores de várias localidades (Todos os Santos, São Pedro, Lagos do Odi, Mata Fresca e outras) ao seu entorno. A obra foi realizada através da SOHIDRO (Superintendência de Obras Hidráulicas), em parceria com Prefeitura Municipal de Meruoca, Secretaria de Meio Ambiente, Recursos Hídricos e Governo do Estado do Ceará.



AMMAM - Autarquia Municipal de Meio Ambiente de Meruoca

A AMMAM (Autarquia Municipal de Meio Ambiente de Meruoca) no seu primeiro ano de implantação, iniciou com o foco principal em mudar o pensamento da população em relação ao meio ambiente, procurando principalmente alertar a necessidade de uma educação ambiental mais forte e assim lançou campanhas para agregar valores a esse foco.

AMMAM visita escolas e associação de moradores

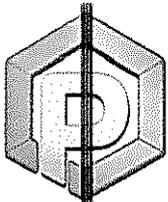
A semana do meio ambiente iniciou no dia 05 de junho com a realização de palestras educativas sobre meio ambiente nas escolas do município e associação de moradores, ministradas pelo superintendente da AMMAM (Autarquia Municipal de Meio Ambiente de Meruoca), Ivan Carneiro. O objetivo deste trabalho foi levar aos estudantes e população meruocense a percepção de como eles são parte do meio ambiente e como tal devem compreender que seus atos têm impactos sobre a natureza, além disso a intenção da AMMAM, foi também mostrar a necessidade de tratar a natureza como parte da vida em comunidade, e esta realidade deve ser construída desde a infância. A semana foi encerrada no dia 09 de junho com a presença de alunos das escolas na praça monsenhor furtado realizando plantio de mudas silvestres.



Handwritten signatures and initials.

Handwritten signatures and initials.





PROMOVA

f promovaproducoes

ig promova_producoes

www promova.live



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 Queimadas

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 queimadas no município de Meruoca que ocorre sempre no período de verão e entre os meses de agosto a novembro de todos os anos. Por tanto, fundamenta-se nos resultados de 2020, onde mais de 40% das vertentes da Serra da Meruoca, na Zona Norte do Ceará, encontram-se em estado de degradação bastante significativo. Desmatamento, queimadas, extração de granito em área de mata atlântica, uso de agrotóxicos, lixo, assoreamento de riachos, desaparecimento da fauna e da flora, são alguns dos problemas ambientais. Em função de mais de dois séculos de exploração predatória dos recursos naturais renováveis, a degradação e a descaracterização ambiental ameaçam a biodiversidade serrana. Por isso, 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 (2021 a 2024), possibilitando o desenvolvimento de conscientização da população para enfrentar o problema das queimadas no município.

JUSTIFICATIVA

Ao observar a situação, identificamos a carência de estratégia e de comunicação junto as comunidades desavisadas, 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 ambiental. 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 (APA da Serra da Meruoca), necessita de contribuição para o fortalecimento nas áreas de queimadas do município (São Francisco, CE-040 e Floresta), 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 Ambiental para a prefeitura municipal de Meruoca, na gestão 2021/2024 no enfrentamento as queimadas. Alguns fatores têm feito as queimadas na APA da serra da Meruoca aumentarem, como o avanço do desmatamento e a ampliação das áreas de pastagem e atividades econômicas ligadas à agropecuária. O nosso principal objetivo é envolver a comunidade a aderir o plano estratégico de marketing político governamental.

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 ambiental e os anseios da comunidade; tornar eficaz, na área de marketing a gestão municipal de Meruoca, visando à erradicação dos focos de queimadas em toda extensão na APA da Serra da Meruoca.

15

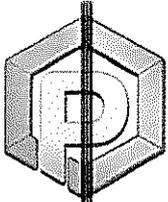
R. B. TOMAZ PRODUÇÕES - ME

CNPJ: 13.98.791/0001-60 | IE: 06.565.282-7 | CRA: 90-10683

Rua Monsenhor Furtado, Centro, 130-Meruoca - CE

contato@promovasolucoes.com | (88) 9.9436.8177





PROMOVA

promovaproducoes

promova_producoes

promova.live



METODOLOGIA

As fontes pelas quais basearão nosso trabalho serão: Inicialmente foi realizado um levantamento bibliográfico e cartográfico em diversas instituições com o intuito de identificar as principais características da área de estudo, bem como as formas de uso e ocupação da serra. No decorrer da pesquisa, o banco de dados foi composto por arquivos com informações dos limites das unidades de conservação de uso sustentável do Brasil, adquiridos no Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis (IBAMA). E arquivos no mesmo formato dos limites municipais do Estado do Ceará, adquiridos no Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará (IPECE).

Elaboração do Plano Estratégico de Marketing

Objetivos O Plano de Ação contra Incêndios "Apa da Serra da Meruoca", tem por objetivo a organização de ações pontuais onde cada colaborador ficará responsável por procedimentos de modo a agilizar o acionamento dos serviços municipais e privados, garantindo assim, maior agilidade no início dos trabalhos de combate aos incêndios. Este plano de ação, tem também como objetivo o trabalho de conscientização junto à população, que receberá mensagens através de canais de comunicação tais como rádios, whatsapp, panfletos, cartazes e redes sociais, esclarecendo a importância da não realização de queimadas e da responsabilidade e punições aplicadas ao gerador. 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, destino adequado do 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 Meruoquense.

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 e ambiental na Meruoca

[Handwritten signatures and initials]

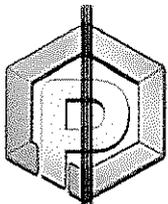
R. B. TOMAZ PRODUÇÕES - ME

NPJ: 13.98.791/0001 - 60 | IE: 06.565.282-7 | CRA: 90-10683

Rua Monsenhor Furtado, Centro, 130 - Meruoca - CE

contato@promovasolucoes.com (88) 9-9436-8177





PROMOVA

 **promovaproducoes**
 **promova_producoes**
 **promova.live**



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 pelo IBAMA, a população do município de Meruoca, não vem contribuindo com as ações de controle das queimadas nas localidades (CE-440, São Francisco e Floresta), pois, a falta de campanhas de conscientização sobre os riscos dos incêndios no período de estiagem tem causado muitos prejuízos a fauna e a flora do município e levado variedades de doenças respiratórias a comunidade. 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

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 de Meio Ambiente e 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.
- Enfatizar a imagem do prefeito e sua equipe;
- Criação do blog da gestão e 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 2022 as primeiras leituras dos índices de queimadas na APA da Serra da Meruoca. medindo a participação da comunidade Meruocuense na contribuição dos trabalhos junto a Autarquia de Meio Ambiente

17

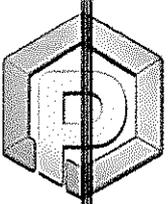
R. B. TOMAZ PRODUÇÕES - ME

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

Rua Monsenhor Furtado, Centro, 130-Meruoca - CE

contato@promovasolucoes.com | (88) 9.9436.8177





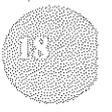
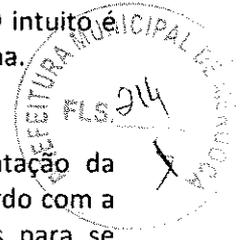
PROMOVA

 [promovaproducoes](#)
 [promova_producoes](#)
 [promova.live](#)

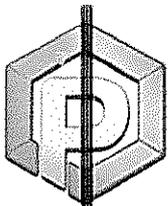
- AMMAM e Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis - IBAMA. O intuito é poder avaliar como estatística governamental e poder ajustar aquilo que possivelmente possa ter falha.

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.

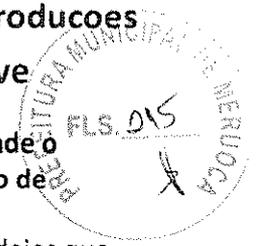


[Handwritten signatures and initials]



PROMOVA

Facebook: [promovaproducoes](#)
Instagram: [promova_producoes](#)
Website: [promova.live](#)



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

- Briefing (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

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 do Sítio Santo Elias, convida você e sua família para participar do Festival de Arte e Agroecologia 2021. Neste final de semana dias 27 e 28 de novembro, na pracinha do sítio Santo Elias. Sábado dia 27 a partir das 19h: Abertura do festival com diversas apresentações culturais e domingo 28 a partir da 09h da manhã: feira com produtos da Agricultura Familiar dos moradores local e região. Na ocasião também acontecerá torneio de futebol feminino com a participação dos times do Santo Elias X São Francisco para animar os participantes contaremos com um animado forró com a participação da Banda Rosinha do Acordeom 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:

Instituto Carnaúba, M&T Alimentos, Vice-Prefeito Rubinho, Vereadora Carla Mara, Sindicato Dos Trabalhadores Rurais De Meruoca, Mercadinho O Zezé, Frigorifico 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

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

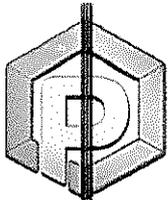
R. B. TOMAZ PRODUÇÕES - ME

NPJ: 13.598.791/0001-60 | IE: 06.565.282-7 | GRA: 90-10683

Rua Monsenhor Furtado, Centro, 130-Meruoca - CE

contato: @promovasolucoes.com (88) 9.9436.8177





PROMOVA

 promovaproducoes

 promova_producoes

 promova.live



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.

Primeiro a escolha um tema relevante para a população

O jornalista vai em busca de temas que despertem interesse em muitas 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

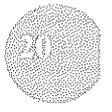
Nas matérias especiais, o modelo da pirâmide invertida não é obrigatório. Por ser um texto mais longo, o jornalista tem a liberdade de definir como trabalhar a apresentação do conteúdo. A intenção é envolver o leitor. Para isso, o início da matéria necessita despertar emoções. Desenvolver o texto de 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 na 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, com 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.



Handwritten mark

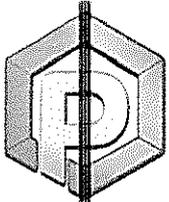
R. B. TOMAZ PRODUÇÕES - ME

NPJ: 13.98.791/0001 - 60 | IE: 06.565.282-7 | CRA: 90-10683

Rua Monsenhor Furtado, Centro, 130-Meruoca - CE

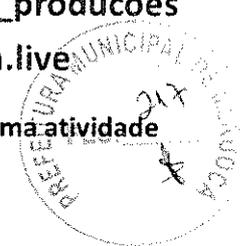
contato@promovasolucoes.com | (88) 9.9436.8177





PROMOVA

Facebook: [promovaproducoes](#)
Instagram: [promova_producoes](#)
Website: [promova.live](#)



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](#)

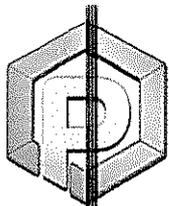
Os(as) artistas ou bandas inscreverão seus trabalhos, os quais serão avaliados não por uma música, mas por várias de suas canções. Os concorrentes serão avaliados(as) por uma comissão de pareceristas com notório saber no universo da música, que selecionará os cinco melhores trabalhos em cada categoria. 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.

21





PROMOVA



 [promovaproducoes](#)
 [promova_producoes](#)
 [promova.live](#)

Para a secretária de Cultura de Meruoca, Fábiana 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 XI Festival de Inverno da Serra da Meruoca é 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.

22

R. B. TOMAZ PRODUÇÕES - ME

CNPJ: 13.198.791/0001 - 60 | IE: 06.565.282-7 | CRA: 90-10683

Rua Monsenhor Furtado, Centro, 130 - Meruoca - CE

contato@promovasolucoes.com ☎ (88) 9.9436.8177



