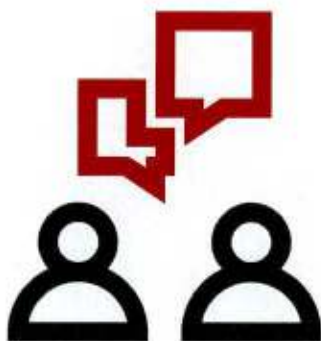


Q



B

9.30 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

B
f

M

a) Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;



CLIENTES

ACO - Associação do Circuito Turístico do Ouro

Turismo
Desde março/2016

Aimer Cosméticos Ltda

Indústria de Cosméticos
Desde dezembro/2014

Amazônia Indústria e Comércio

Distribuidora
Desde dezembro/2014

Ambes - Ambulatório Escola Passos/MG

Ambulatório Escola
Desde dezembro/2014

Boa Aventura

Eventos e Esportes Radicais
Desde janeiro/2015

Câmara Municipal de Contagem

Legislativo Municipal
Desde junho/2018

Câmara Municipal de Itatiaiuçu

Legislativo Municipal
Desde maio/2017

Colégio Regina Pacis

Instituição de Ensino
Desde dezembro/2014

Conspuri Ambiental

Recuperação Ambiental
Desde dezembro/2014

Digicomp Engenharia e Tecnologia

Engenharia e Tecnologia
Desde dezembro/2014

Prefeitura de Catas Altas

Administração Pública
Desde julho/2017

Etos Consultoria

Gestão de Projetos
Desde outubro/2015

Fundação Sara - Apoio à criança com câncer

ONG - Apoio à criança com câncer
Desde dezembro/2014

ISEC

Instituto de Cidadania
Desde dezembro/2014

Laticínios Mariana

Indústria Alimentícia
Desde janeiro/2015

Câmara Municipal de Mariana

Legislativo Municipal
De abril a dezembro/2018

Residencial Imóveis

Corretora
Desde dezembro/2014

RSM do Brasil

Auditoria e Consultoria
Desde novembro/2016

SAAE de Formiga

Saneamento
De maio/2014 a dezembro/2015

SAAE de Itabirito

Saneamento
Desde abril/2016

Uni-FACEF

Centro Universitário de Franca
De dezembro/2015 a dezembro/2018

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



EQUIPE TÉCNICA

Nossa equipe possui as seguintes qualificações:

- formação superior em diversas áreas do conhecimento;
- amplo entendimento sobre os modelos de negócios de nossos clientes;
- capacidade de ouvir com clareza os anseios de cada cliente;
- visão estratégica para traçar objetivos de longo prazo;
- sede de conhecimento para investir em aperfeiçoamento constante.

Todos os profissionais aqui indicados participarão da elaboração dos serviços objeto deste edital.

Caso haja necessidade de substituição de algum colaborador, a agência se compromete a contratar profissional de experiência equivalente ou superior, sem que isso acarreta ônus ao cliente e mediante a aprovação prévia do mesmo.

Atualmente a agência possui 29 profissionais conforme descrição a seguir:



CURRÍCULOS



ESTUDO, PESQUISA E PLANEJAMENTO - total de 3 funcionários

Filipe Rosa: Tecnólogo, brasileiro, casado, 28 anos.

Diretor - Superintendente e Planejamento. Graduando em Publicidade e Propaganda pela Faculdade Estácio de Sá. Atua em duas frentes na I4 Comunicação: gerenciamento financeiro e administrativo. Além de preservar a saúde financeira da empresa, ele está antenado às boas práticas de gestão. Constantemente, participa de cursos de extensão, como o de Marketing Político Pós-Eleitoral, promovido pela Manhanelli Consultoria, para atender às demandas dos clientes - sempre propondo melhorias.

Alexandro Souza: Cientista político, brasileiro, solteiro, 42 anos.

Consultor de Pesquisa e Comunicação Pública - Graduado em Direito pela Estácio de Sá e em Ciências Sociais pela UFMG, Alexandro é mestre em Ciência Política com expertise em Análise Política. Além de lecionar nas melhores universidades de Minas Gerais, ele foi consultor parlamentar na Câmara Municipal de Belo Horizonte. Na I4, o profissional realiza consultorias na área de marketing político e governamental, orientando pesquisas de mercado e oferecendo embasamento para o planejamento de campanhas.

Carlos Manhanelli: Administrador, brasileiro, casado, 64 anos.

Consultor de Marketing Governamental - Graduado em Ciências Contábeis e Administração de Empresas pela Faculdade Osvaldo Cruz, Carlos é pós-graduado pela ESPM. Possui mestrado em Comunicação Social com ênfase em Processos Comunicacionais pela Universidade Metodista de São Paulo. Fundou, em 1978, a Manhanelli e Associados, empresa especializada em pesquisa de opinião pública e marketing político. Autor de doze livros sobre o tema, Carlos é referência na área.



CRIAÇÃO - total de 6 funcionários

Henrique Lizandro: Publicitário, brasileiro, solteiro, 52 anos.

Diretor de Criação - Bacharel em Comunicação Social com especialização em Publicidade e Propaganda na UFMG. Atuou como ilustrador, designer gráfico e diretor de arte nas principais agências de Belo Horizonte, sendo diretor de criação em quatro delas. Como diretor de arte, ganhou prêmios em Londres, México e Prêmio Abril. Como roteirista, ganhou o Profissionais do Ano da Rede Globo categoria Regional. Como designer, ganhou o primeiro lugar no Clube de Criação MG. Atendeu a clientes como: Eletrobras Eletronuclear; Grupo Fiat; Ministério da Educação; Banco do Brasil; Prefeitura de Belo Horizonte; Usiminas; Acesita; BDMG; Ford; GM; Carrefour; BH Shopping; Diamond Mall; Pontcio Lar Shopping; Minas Casa; Localiza; Cemig; Unimed BH; Sesc MG e MRV Engenharia; dentre outros de igual porte. Na I4, tem a missão de detectar, orientar e estimular as características positivas e os talentos, tanto do cliente,



quanto da equipe.

Humberto Henrique Barboza: Publicitário, brasileiro, solteiro, 34 anos.
Diretor de Arte - Graduado em Publicidade e Propaganda pela Faculdade Promove, Humberto possui ampla experiência nos softwares Adobe Photoshop, InDesign, Illustrator e Corel Draw. Também tem conhecimentos em 3D Studio Max. Em sua carreira já atuou como designer gráfico, web designer, programador visual e coordenador geral do núcleo de comunicação da Prefeitura Municipal de Caeté.

Cleiber Leão: Publicitário, brasileiro, casado, 46 anos.
Diretor de Arte - Bacharel em Publicidade e Propaganda pela Universidade Anhanguera. No mercado há 23 anos, sua experiência abrange trabalhos realizados para clientes como Secretaria de Saúde de Minas Gerais, Assembleia Legislativa de Minas Gerais, Grupo Vitória da União, Prefeituras de Santa Bárbara, Brumadinho, Vespasiano e Betim, Construtoras Collem, Altti, Atrium, Pro Domo e Casa Rio Verde. Atuou em projetos de web para o Portal da Cidade de Belo Horizonte, Portal da Cachaça – Sebrae-MG, Portal da Prefeitura de Nova Lima e Portal da Câmara dos Vereadores de Belo Horizonte.

Fábio Debrot: Publicitário, brasileiro, solteiro, 44 anos.
Diretor de Arte - Graduado em Publicidade e Propaganda pela Universidade Estácio de Sá e em Programação Visual pela Fundação Mineira de Arte (FUMA). Em sua carreira, construiu sólido conhecimento aplicado na criação de identidade visual e desenvolvimento de campanhas e peças publicitárias em geral. Atuou em direção de arte e design gráfico, além de finalização e produção gráfica em grandes agências de Belo Horizonte e São Paulo, criando campanhas de alcance nacional para clientes como Ricardo Eletro, REMIL Refrigerantes Minas Gerais – Coca-Cola, TECAR Concessionária Fiat, Localiza e Orthocrin, entre outros.

Ricardo Gioia: Jornalista, brasileiro, casado, 33 anos.
Redator - Graduado em Jornalismo Multimídia pelo Centro Universitário UNA. Experiência profissional em redação publicitária e institucional para clientes como Grupo Multiplan, Banco Rural, Grupo Votorantim, Novelis, Grupo SEB, entre outros. Experiência também em Comunicação Interna, reunindo conhecimentos em produção gráfica e organização e planejamento de eventos.

Eduardo Morais: Publicitário, brasileiro, solteiro, 42 anos.
Redator - Eduardo é graduado em Publicidade e Propaganda pela PUC e pós-graduado em Gestão Estratégica de Marketing pela Fead. Com passagem por grandes agências de publicidade, ele domina técnicas de redação e planejamento de campanhas. Já desenvolveu, inclusive, conteúdo para grandes marcas do mercado brasileiro como Ponto Frio e Sadia. Com olhar maduro, Eduardo também conhece os conceitos de Inbound Marketing e Facebook Ads Marketing. Com o objetivo de reciclar sua capacidade criativa, o profissional cursa sua segunda pós-graduação. Dessa vez, em Processos Criativos, na PUC.

NÚCLEO DIGITAL - total de 5 funcionários

Luiz Lima: Publicitário, brasileiro, solteiro, 25 anos.

Web Designer - Tecnólogo em Design Gráfico e Ilustração pelo Instituto de Artes e Projetos - INAP. Curso superior de Design em andamento pela Universidade Fumec. Habilidades adquiridas no desenvolvimento de identidades visuais, interfaces para websites, editorial, infografia, sinalização, campanhas promocionais, inbound marketing e projetos especiais. Conhecimento pleno em artes gráficas aplicado na conceituação e execução de campanhas on e off line.

Núbia Costa: Jornalista, brasileira, casada, 31 anos.

Analista de Mídias Sociais - Bacharel em Jornalismo pelo Centro Universitário de Belo Horizonte – Uni-BH – com ampla experiência em planejamento digital. Especializada em gestão de marca, relacionamento com parceiros e produção de conteúdo para redes sociais. Responsável por realizar desde o planejamento (que inclui imersão, criação de personas, definição de editorial e mapeamento de conteúdos) até a postagem de anúncios, mensuração e monitoramento das reações e, por fim, análise de resultados. Entre os clientes já atendidos, encontram-se trabalhos realizados para Assembleia Legislativa de Minas Gerais, Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais, Fundação Ezequiel Dias, dentre outros.

Guilherme moreto: Publicitário, brasileiro, solteiro, 27 anos.

Redator - Bacharel em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário do Leste de Minas Gerais. Especialista em redação publicitária, revisão gramatical e produção de conteúdo para as mídias digitais. Certificado pelas instituições Rock Content, Lab 31 e Foco Educação Profissional. Destaque para os trabalhos desenvolvidos no setor privado em agências de publicidade e instituições de educação e para o setor público na Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado de Minas Gerais (Emater-MG).

Felipe Mendes: Publicitário, brasileiro, solteiro, 32 anos.

Redator Web - Graduado em Comunicação Social pela Faculdade Estácio de Sá. Certificado em Estratégias de SEO e em Produção de Conteúdo para Web pela Rock Content, e em Redação Publicitária pelo Centro de Referência em Conteúdo Estratégico. Extensa experiência em redação publicitária e criação de campanhas de comunicação para clientes como Vale do Rio Doce, UFMG e Sicoob.

Igor Procópio: Publicitário, brasileiro, solteiro, 20 anos.

Editor de vídeo - Sintonizado com o ambiente digital, Igor é o profissional responsável por criar soluções de vídeo para demandas específicas das plataformas digitais, em especial, das redes sociais. Ele cuida dos ajustes necessários para obter o melhor resultado em pequenas filmagens orientadas, tais como: edição, finalização, tratamento de imagem, captação de imagens, manuseio de equipamentos de câmera e áudio, bem como iluminação em locações internas e externas, câmera de vídeo e captação de áudio. Por meio de diversos cursos livres, mantém-se atualizado quanto às inovações do setor a fim de propor novas soluções Multimídia.

ATENDIMENTO - total de 7 funcionários



Cristina Rosa: Publicitária, brasileira, casada, 37 anos.

Gerente de Atendimento - Cristina é graduada em Publicidade e Propaganda, pela Faculdade Estácio de Sá, pós-graduada em Gestão de Pessoas, pela UEMG, e pós-graduada em Psicologia Organizacional e do Trabalho, pela PUC-MG. Também participou do programa ISI Ireland, intercâmbio de idioma, em Dublin. No Brasil, liderou grandes projetos como coordenadora de Operações na Domínio Público Comunicação para grandes clientes, como New Holland e Banco CNH Capital. Na I4, atua na gestão geral da empresa sempre atenta às necessidades dos clientes e da equipe interna. Também executa e coordena processos licitatórios e campanhas de marketing.

Bianca Sobral: Jornalista, brasileira, solteira, 23 anos.

Atendimento - Graduada em Jornalismo pelo Centro Universitário Teresa D'Ávila. Realizou estágio na área de Comunicação na Prefeitura de Guaratinguetá, onde foi responsável por criação de releases, agendamento de entrevistas, organização de cerimoniais, elaboração de roteiros e desenvolvimento de conteúdo para canais internos e externos de comunicação.

Luciane Heineck: Jornalista, brasileira, casada, 46 anos.

Atendimento - Graduada em Relações Públicas pela PUC-Rio, pós-graduada (MBA) em Gestão de Marketing pela FGV. Possui sólida experiência em planejamento e execução de comunicação interna e externa, marketing e eventos, negociação de fornecedores e parceiros comerciais, gestão de ações de marketing digital e gestão de equipes de grandes empresas. Durante nove anos, coordenou a área de eventos e patrocínios da Vivo. Posteriormente, integrou o quadro de sócios da agência Promova Ideias, atendendo clientes como Ipiranga, Ambev, Nextel e Cirela.

Andréa Negrão: Administradora, brasileira, casada, 50 anos.

Atendimento - Andréa é graduada em Psicologia e Administração de Empresas pela PUC-MG. Possui pós-graduação em Estratégias de Marketing, pela PUC-MG, em Lazer, Eventos Culturais e Artísticos, pelo Sesi, e MBA em Gestão de Pessoas. Sua carreira foi desenvolvida no setor de prestação de serviços com foco em educação. A profissional tem habilidade na condução de equipes, experiência na montagem e desenvolvimento de projetos municipais de saúde, educação e cultura.

Thiago Coelho: Publicitário, brasileiro, casado, 32 anos.

Atendimento - Graduado em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Newton Paiva, Thiago tem uma visão dinâmica dos processos comunicativos. Além de participar de cursos sobre Inbound Marketing, Facebook Ads e LinkedIn Business – plataformas essenciais para campanhas de marketing digital –, o profissional tem expertise em produção gráfica, gerenciamento de redes sociais e atendimento. Participa constantemente de seminários e congressos sobre o mercado publicitário e se mantém atualizado.



Bárbara Portella: Publicitária, brasileira, solteira, 23 anos.

Atendimento - Graduada em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário UNA. Experiência em gerenciamento de contas, realizando a interface entre os clientes e a equipe, captação de briefing e apresentação de peças, coordenação de cronogramas e planejamento. Responsável por organizar internamente as solicitações e demandas de clientes. Conhecimento avançado em redes sociais, sendo certificada pela Rock Content.

Erasmus Júnior: Publicitário, brasileiro, solteiro, 27 anos.

Atendimento - Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pelo Centro Universitário de Franca. Nos últimos oito anos, atuou no setor comercial e no setor de marketing de grandes empresas. Possui experiência no desenvolvimento de processos de qualidade organizacional e funcional. Sendo capaz, também, de elaborar planejamento estratégico de campanhas de lançamento de novos produtos e/ou serviços. Estabelecendo, sempre que possível, estratégias de preço, distribuição, promoção de vendas e comunicação.

PRODUÇÃO GRÁFICA, AUDIOVISUAL E WEB - total de 2 funcionários

Marina Rosa: Publicitária, brasileira, solteira, 36 anos.

Produtora - Graduada em Publicidade e Propaganda pela UNA, Marina tem 17 anos de experiência no mercado publicitário. Sua atuação abrange as áreas de Atendimento, Operações e Mídia. Ao longo dos anos, desenvolveu projetos gráficos robustos, eventos e acompanhou produções gráficas, garantindo a qualidade do trabalho final. Especializou-se no último atuando como produtora gráfica das empresas Hardy Design, Perceptiva Comunicação, Litro Design/Torchetti, Greco Design, ID&A Comunicação e Marketing, Polo de Comunicação e Life Comunicação.

Vitor França: Estudante, brasileiro, solteiro, 18 anos.

Assistente - Preparado pelo SENAC para contribuir nas rotinas administrativas da agência por meio dos cursos de aperfeiçoamento em Digitação, Informática, Windows, Word, Excel e Power Point. Pelo CDL, aperfeiçoou-se também em Secretariado, tornando-se apto para a solução de rotinas administrativas e operacionais.

MÍDIA - total de 2 funcionários

Ana Moreira: Publicitária, brasileira, solteira, 35 anos.

Mídia - Graduada em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela PUC/MG; atualmente cursando especialização em Gestão Estratégica de Marketing na mesma universidade. Realizou os cursos de Analista de Mídias Sociais pela Instituição "O Melhor do Marketing"; Inbound Marketing, entendendo na prática como atrair pessoas nas redes sociais e na internet de maneira mais eficiente, converter visitantes em leads, leads em clientes e clientes em promotores de marca, e o Curso Prático de Facebook Ads



Marketing, estudando na prática técnicas de criação de anúncios e elaboração de estratégias focadas na rede social mais importante do momento. Em 12 anos de experiência, já atuou nas áreas de criação, produção gráfica e mídia. No mercado mineiro, integrou equipes de comunicação de entes e órgãos públicos, como Prefeitura de Belo Horizonte e Fundação Municipal de Cultura de Belo Horizonte. Atuou também nas agências de propaganda Fosfato e Perceptiva. Realizou o curso de Analista de Mídias Sociais pela Instituição "O Melhor do Marketing".

Christiane Campos: Publicitária, brasileira, casada, 35 anos.

Mídia - Graduada em Publicidade e Propaganda, pela Faculdade Estácio de Sá, Christiane tem competências necessárias para planejar campanhas de mídia de segmentos distintos. Afinal, atendeu grandes companhias ao longo de sua carreira. O planejamento de mídia da campanha "Eu amo BH radicalmente!", case de sucesso que aumentou a autoestima dos belo-horizontinos, passou por suas mãos, bem como, a campanha eleitoral de Fernando Pimentel, ao governo de Minas. É certificada em Interpretação e Análise de Dados, pelo Grupo de Mídia (2011), e em Marketing de Conteúdo pela Rock Content (2016).

ADMINISTRATIVO/FINANCEIRO - total de 2 funcionários

Djenane Resende: Contadora, brasileira, casada, 46 anos.

Analista Administrativa - Técnica em Contabilidade pelo Colégio Minas Gerais e Bacharel em Ciências Contábeis pela PUC-Minas. Trinta anos de experiência, atuou em empresas do segmento privado, especialmente no ramo de Shopping Centers. Na agência, é responsável pela coordenação, controle e planejamento das atividades contábeis, além do gerenciamento de informações internas de RH. Realiza o cruzamento das informações dos setores Administrativo, Financeiro e Fiscal a fim de garantir a transparência das relações entre as empresas parceiras e nossos clientes. Eficiente nas ferramentas Office. Profissional com registro ativo no Conselho Regional de Contabilidade de Minas Gerais (CRCMG).

Gisele Gomes: Gestora, brasileira, casada, 35 anos.

Faturamento - Tecnóloga em Gestão Comercial pela Faculdade Pitágoras. Ajuda a coordenar as atividades administrativas, financeiras e de logística da agência. Responsável por organizar arquivos, controlar recebimentos e remessas de correspondências e documentos, emissão de Notas Fiscais Eletrônicas, entre outras atribuições. Possui mais de 15 anos de experiência acompanhando e controlando rotinas de trabalho de empresas e organizações.

OPERACIONAL - total de 2 funcionários

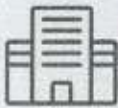
Marina Amaral: Publicitária, brasileira, solteira, 32 anos.

Coordenadora de operações internas - Graduada em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda e pós-graduada em Gestão de Marketing Digital e Mídias Sociais pela PUC Minas. Vivência na implantação de ações de relacionamento voltadas à fidelização e ampliação do potencial de



c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato; consumo, desenvolvimento de ações e campanhas comerciais, gestão de redes sociais e ações promocionais on line, gestão de orçamentos e de contratos com agências e fornecedores. Experiência em análise de processos, gestão de pessoas e motivação de equipes em grandes agências de Belo Horizonte.

Fátima Campos: Comunicóloga, brasileira, casada, 57 anos.
Revisora - Graduada em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, pela Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de BH (Atual Uni-BH). Tem um carreira consolidada como revisora de peças publicitárias, livros, revistas, textos jornalísticos e teses de mestrado. Atuou em agências publicitárias, como MPM, SMP&B e CasaBlanca.



INFRAESTRUTURA

O mundo mudou e a comunicação também. Vivemos imersos no online e off-line a ponto de não sabermos quando um começa e o outro termina. A hibridização é real. E se as experiências são integradas, a comunicação também deve ser.

Com a solidificação das plataformas digitais como novos espaços para a comunicação publicitária, a agência adotou uma visão híbrida para seus clientes, trabalhando cada necessidade nos espaços virtual e real de forma integrada. Hoje, cada planejamento é amparado nas metas e métricas para tomar decisões que otimizem e apliquem os recursos de forma inteligente. Para se tornar dinâmica e eficiente, essa proposta de comunicação é construída a partir da integração dos diferentes núcleos de serviços que prestamos:

Digital: por meio de análise de dados, métricas claras e conteúdo relevante para o público-alvo do cliente, engajamos sua audiência, amplificamos o relacionamento com seu público-alvo e fortalecemos sua marca.

Design: o visual cria conexões com o público de forma particular e eficiente. Por isso, uma empresa precisa traduzir sua missão na sua identidade visual. Nosso time de criação, inovador e antenado às novas experiências digitais, produz o conteúdo mais adequado para solucionar cada demanda.

Planejamento: novas formas de consumo exigem novas propostas de divulgação. Identificando as necessidades do cliente, nosso time propõe estratégias personalizadas - que vão de um simples post até a criação de estratégias de longo prazo.

Com esse posicionamento, a i4 Comunicação se estabeleceu no mercado, unindo boas ideias, pesquisas de mercado, de opinião e de audiência; planejamento consistente e criação de alto nível. Somos uma equipe de profissionais talentosos, com experiências complementares, trabalhando de forma integrada em um ambiente descontraído e estimulante, de cooperação mútua. Temos um atendimento proativo e profissionais comprometidos, que estão em constante movimento e sempre dispostos a inovar.



LOCALIZAÇÃO

Sediada na capital do estado, a agência ocupa imóvel amplo, confortável e bem equipado, em uma região nobre e de fácil acesso aos principais pontos administrativos e comerciais de Belo Horizonte.



NOSSAS INSTALAÇÕES

- recepção;
- sala de reunião;
- departamentos: Diretoria, Mídia, Produção Gráfica, Atendimento, Criação, Operações, Planejamento e Financeiro;
- garagem;
- cozinha;
- área de descanso.

Além das instalações disponíveis na sede da empresa, a i4 possui escritórios de apoio regional que viabilizam o atendimento a seus clientes, onde eles estiverem.



SISTEMA OPERACIONAL

Nas suas operações diárias, a i4 utiliza o programa Publmanager, que sistematiza os processos em ambiente digital, de forma integrada para proporcionar:

- segurança, com backup diário para preservação de registros;
- mobilidade, com acesso remoto via web, para o caso de viagens e reuniões externas.

Os departamentos de Planejamento, Mídia e Atendimento também utilizam o CRM, um Sistema de Gerenciamento de Relação com o Cliente que proporciona o monitoramento das expectativas e da satisfação do cliente.



FROTA DE VEÍCULOS

- Mitsubishi asx 4P, completo, 2017;
- Renault Sandero Privilege 4P, completo, 2017;
- Moto Honda XR 300, 2019.



EQUIPAMENTOS

- 22 Computadores com processador Intel de última geração
- 5 Notebooks Centrino core 2 duo 1.6 Ghz – 2 gb
- 6 Imacs 21,5", processador 2,7GHz Quad-Core i5
- 2 HDs externos de 2.0 Tb
- 4 Servidores dedicados: armazenamento de arquivos e sistema. Tecnologia Raid 3
- 1 Roteador dual balance, com dois provedores diferentes: GVT3 e Net Virtua
- 3 No-breaks NHS linha profissional
- Rede wireless
- 1 Multifuncional – impressora a laser, copiadora, scanner, fax com interface de rede
- 1 Multifuncional Ricoh MPC2550 – A3/A5, impressora a laser color, copiadora, escaner, fax com interface de rede, resolução de 600x600dpi.
- 2 Impressoras HP, formato A3 e A4
- 2 Mesas digitalizadoras tablet
- Central telefônica Siemens com atendimento digital
- Aparelhos Siemens 3005, interface celular
- Linhas de telefonia celular corporativa Vivo
- Ar condicionado
- 1 Câmera digital Canon, resolução de até 3.888 X 2.592 Pixels
- 1 Câmera digital Sony com lente 18/70 e teleobjetiva 75/300
- 4 TVs LCD 40"/60"
- 12 Aparelhos iphone 6S, 1 8S plus e 1 X
- Rede wireless
- 1 Multifuncional – impressora a laser, copiadora, scanner, fax com interface de rede
- 1 Multifuncional Ricoh MPC2550 – A3/A5, impressora a laser color, copiadora, escaner, fax com interface de rede, resolução de 600x600dpi.
- 2 Impressoras HP, formato A3 e A4
- 2 Mesas digitalizadoras tablet
- Central telefônica Siemens com atendimento digital
- Aparelhos Siemens 3005, interface celular
- Linhas de telefonia celular corporativa Vivo
- Ar condicionado



SOFTWARES E SISTEMAS



- Pacote Adobe CC 2018 Master Collection
- Sistema operacional Publmanager
- Sistema de transmissão de arquivo personalizado e próprio - FTP
- Softwares de pesquisa, auditoria, controle de mídia e sistema de informação de marketing
- Sim - Sistema Integrado de Marketing
- Sistema CRM (Customer Relationship Management)
- Sistema de backups em rede
- Sistema de prevenção física: No caso de queima ou falha física, cópia dos arquivos (em HD) entra em atividade sem a interrupção dos serviços.
- Sistema de falha de energia: nobreak de 2,0 kva de potência gerenciável o qual consegue manter os servidores e equipamentos de rede ativos por falhas energéticas.
- Prevenção de falha na internet: dois links de internet gerenciados por um roteador balanceador que, na falha de um dos links, o outro entra em atividade.

d) A sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;



NOSSO ATENDIMENTO

Compreender todas as nuances de um ambiente corporativo cada vez mais complexo não é algo que se possa fazer da noite para o dia.

E a i4 sabe muito bem disso: afinal, possui grande experiência acumulada em soluções de comunicação integrada. Através de uma filosofia de trabalho que prioriza ações estratégicas, com forte apelo criativo e que incorporem as mais novas ferramentas da comunicação, a agência envolve todos os setores na elaboração de planos para empresas de diferentes portes e segmentos.



d) A sistemática de atendimento e discriminará os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;



NOSSO ATENDIMENTO



Compreender todas as nuances de um ambiente corporativo cada vez mais complexo não é algo que se possa fazer da noite para o dia.

A agência prioriza ações estratégicas, com forte apelo criativo e que incorporem as mais novas ferramentas da comunicação, envolvendo todos os setores na elaboração de planos para empresas de diferentes portes e segmentos.



Conheça o nosso processo de trabalho

- 1 • Em reunião com o cliente, o profissional de atendimento obtém todas as informações necessárias à execução do trabalho, como objetivos, verba e período de veiculação.
- 2 • É feita a criação do conceito que permeará toda a campanha. Após sua aprovação junto ao cliente, dá-se prosseguimento ao processo.
- 3 • Em conjunto com o setor de Planejamento, o Atendimento elabora a estratégia da campanha, e os setores de produção e mídia providenciam estimativas de custos.
- 4 • O plano é submetido ao cliente, que, após apontar correções, confere aprovação.
- 5 • Tendo o planejamento aprovado, a Criação passa à elaborações das peças publicitárias.
- 6 • Com a aprovação final do cliente, começam as fases de produção e de veiculação das peças.
- 7 • Concluído o trabalho, a agência realiza o controle da chegada das notas referentes aos serviços autorizados, além de executar o relatório final que será entregue ao cliente.



Obrigações do Setor de Atendimento

O profissional de Atendimento é o gestor da conta, responsável por estabelecer o contato direto com o cliente. Dentre as principais atividades estão:

- 1 Levantar informações para o briefing, checando-o junto ao cliente quando necessário;
- 2 Transmitir o briefing para a criação e a mídia;
- 3 Sugerir e obter pesquisas junto ao cliente, quando necessário;
- 4 Inteirar-se sobre todos os processos e detalhes do produto ou serviço oferecido pelo cliente;
- 5 Estudar o mercado e a concorrência;
- 6 Formular o Planejamento Estratégico de Comunicação, após análise e discussão junto aos demais setores da agência;
- 7 Fazer o registro sistemático da sua atuação através de relatórios de visitas;
- 8 Emitir os pedidos internos e solicitar orçamentos;
- 9 Discutir todas as tarefas com todos os departamentos envolvidos, complementando verbalmente os pedidos;
- 10 Conscientizar-se da exatidão e qualidade das negociações de mídia e produção;
- 11 Informar detalhadamente ao cliente a origem de todos os custos;

- 12 Acompanhar o andamento dos trabalhos de criação;
- 13 Avaliar os trabalhos de criação internamente;
- 14 Apresentar a campanha ao cliente, juntamente com o plano que a originou;
- 15 Providenciar a aprovação burocrática, pelo cliente, dos trabalhos e serviços (estimativas de produção e veiculação);
- 16 Manter o cronograma dos trabalhos em dia (follow-up);
- 17 Acompanhar a evolução da campanha junto ao cliente;
- 18 Checar o envio das faturas e seus valores corretos;
- 19 Discutir e avaliar os resultados da campanha ou de outros objetivos, bem como as alterações de mercado (se decorrentes da campanha);
- 20 Fazer-se presente em eventos ligados direta ou indiretamente ao cliente (feiras, exposições, congressos etc.);
- 21 Manter o portfólio da agência atualizado;
- 22 Estar atento às novas oportunidades de trabalho para a agência.



CONTROLE DE VERBA E INVESTIMENTO

E

Para controle financeiro do contrato com os clientes, de forma clara e transparente, a i4 adota os seguintes procedimentos:



cadastro do contrato e verba do cliente no sistema operacional;



emissão de OC* e AP* com os valores dos serviços prestados;



aprovação de OC e AP pelo cliente;



execução do serviço;



recebimento de nota fiscal do fornecedor/ veículo;



envio de nota fiscal eletrônica ao cliente;



emissão semanal de diversos relatórios como:

- | | |
|-----------------------|------------------|
| 1) mídia e não mídia, | 3) por campanha, |
| 2) por veículo, | 4) por período; |



geração semanal de diversos gráficos como:

- | | |
|------------------------------|--------------------------|
| 1) orçado x realizado, | 3) faturado x a faturar, |
| 2) em andamento x produzido, | 4) recebido x a receber |



elaboração de planejamento mensal, semestral e anual de novas campanhas conforme demanda do cliente e sugestões da agência.

*OC - Orçamento de comunicação

*AP - Autorização de publicação

A

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]

i4

PRAZOS

Os prazos para criação e desenvolvimento de peças e campanhas variam de acordo com a complexidade, seguindo, em geral, a seguinte tabela de referência:

Solicitação de campanha: 1 dias	1	Criação de peças isoladas: 3 dias	2	Campanhas: 5 dias	3	Planejamento de mídia/custos de terceiros: 3 dias	4
Finalização e autorizações de veiculação: 2 dias	8	Requisição de empenho: 1 dias	7	Apresentação/ aprovação: <i>prazo acordado entre cliente/ agência</i>	6	Produção de publicidade legal: 2 dias	5
Produção: <i>variável (de acordo com as especificidades da peça a ser produzida)</i>	8	Faturamento: 2 dias	9	Despacho de processo de faturamento: 1 dias	10		



PESQUISAS DE AUDIÊNCIA, AUDITORIA DE CIRCULAÇÃO E CONTROLE



PESQUISA

Rádio

IbopeEasymedia – software que apresenta dados de audiência em diferentes targets, share e qualificação da audiência, dados de alcance para vários períodos, superposição de alcance, etc.

Jornal

IbopeEasymedia – software que apresenta dados de leitura habitual ou diária dos jornais de diferentes targets, segmentação, distribuição, frequência de leitura, custo por mil, custo por ponto, etc.

Televisão

Ibope Media Quis - software de estudo de índices de TV que possibilita análises de programação, blocos de 25 minutos, curvas de audiência, 32 targets.

Ibope Planview – software que permite a análise/avaliação do alcance e da frequência de planos de mídia de TV para targets específicos. As análises fornecem informações sobre o número total de inserções, o custo total, o custo por mil e o custo por GRP, o alcance total e eficaz, a distribuição de frequências, a frequência média e a eficaz, GRP total e eficaz, audiência, alcance e frequência média acumulada.

COMPOSE - POINTLOGIC

Ferramenta que auxilia a:

- otimizar a influência. É possível localizar e influenciar os consumidores;
- valorizar os canais de comunicação. Uma ampla gama de canais (de mídia impressa, mídia de massa, mídia interativa, mídia online, mídia fora de casa, etc.) pode ser alavancada para resolver os verdadeiros desafios de comunicação, comparando-se a relevância de cada canal para um determinado segmento;
- determinar a verba. Avaliação do nível mais efetivo de investimento para realmente influenciar a percepção do consumidor e vender mais produtos ou serviços com métricas comprovadas que entregam resultados;
- investir R\$X e ganhar R\$XXX. Apresentação de uma conexão direta entre atividades de marketing e vendas;
- ganhar na prospecção. Oferta de planos de comunicação muito mais efetivos e impactantes.

CONSUMIDOR E MERCADO

Ipsos-Marplan: os Estudos Marplan utilizam as pesquisas Single Source, ou seja, base única e integrada de informações de mídia e consumo de produtos e serviços. Por serem coletados com a mesma amostra, os dados dessa pesquisa permitem cruzamentos diretos entre hábitos comportamentais de consumo dos meios e uma vasta série de informações sobre produtos, serviços e marcas, indicações de estilo de vida e desejos de consumo, além dos dados sociodemográficos tradicionais.



ATUAÇÃO NA WEB

Monitoramento sobre temas e menções correlacionados aos clientes. Os dados dos relatórios são analisados e transformados em ferramentas de trabalho utilizadas no atendimento e planejamento de estratégias digitais e tradicionais.



POLÍTICA DE NEGOCIAÇÃO

A i4 mantém um forte relacionamento com os veículos de comunicação, o que possibilita um melhor resultado sobre a aplicação da verba publicitária disponível. Cada negociação é realizada de forma clara e objetiva, com postura adequada e ética. Dentro das técnicas de negociação, a i4 utiliza habilidades como: planejamento e organização, treinamento e disciplina, autodesenvolvimento, visão, determinação, inovação, flexibilidade e adaptabilidade. A lisura, a ética e o compromisso com os melhores resultados pautam todas as negociações, contratações e procedimentos. Isso assegura a qualidade do trabalho e a responsabilidade técnica e operacional das atividades da agência.

Além do volume da verba, outro fator considerado na negociação é a avaliação técnica das tabelas de preços/kit mídia dos veículos de comunicação, onde é fator preponderante o verdadeiro alcance dos veículos, tais como tiragem real, distribuição da mídia impressa e o índice de audiência e cobertura do meio eletrônico. A i4 procura utilizar os meios de maior impacto e cobertura além dos instrumentos próprios da instituição (como websites, jornais, mailing online, mídias sociais, quadros de avisos e outros) objetivando a melhor relação custo benefício.




ACORDOS OPERACIONAIS

A i4 tem parceria com prestadores de serviços e empresas de diversos ramos de atuação, com o objetivo de oferecer serviços/produtos com qualidade e melhor custo-benefício dentro da máxima agilidade possível. São pesquisadores, consultores, gráficas, mídias alternativas, especialistas em marketing governamental e corporativo, produtoras de rádio e televisão, empresas de promoção de eventos, assessorias de imprensa e relações públicas.

CS

Q

Belo Horizonte, 9 de julho de 2019.

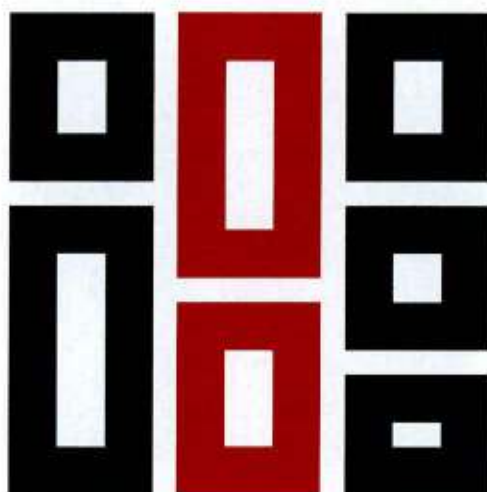

Moisés Junio Rosa
P/ Procuração











9.31 REPERTÓRIO

No que tange ao REPERTÓRIO a licitante deverá apresentar os documentos, informações, peças e material em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte “Times New Roman”, tamanho “12 pontos”, em folhas numeradas sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.32 Qualquer página com os documentos e informações do repertório poderá ser editada em papel A3 dobrado.

9.35 A licitante deverá apresentar 10 (dez) peças ou material, independentemente do seu tipo ou característica e da forma de sua veiculação, exposição ou distribuição. As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em mídia.

9.38 Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da licitante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.



PINGO DE CONSCIÊNCIA

CÂMARA MUNICIPAL DE ITATIAIUÇU

PEÇA: Anúncio para jornal, 1 página - 29 x 47cm

TÍTULO: Pingo de consciência

MEIO/VEÍCULO UTILIZADO: Jornal (Folha do Povo e Itatiaiuçu Popular)

PRAÇA: Itatiaiuçu/MG

DATA DE PRODUÇÃO: Julho de 2017

PERÍODO DE VEICULAÇÃO: Julho de 2017

BRIEFING/PROBLEMA A SER RESOLVIDO

O esforço pela conservação ambiental e pela proteção dos mananciais deve fazer parte da rotina de todos os poderes públicos ou, do contrário, não conseguiremos realizar as medidas tão necessárias para continuar desfrutando de tais recursos. Ciente de sua responsabilidade nessa missão, a Câmara Municipal de Itatiaiuçu realizou uma campanha educativa para contribuir na divulgação e na fixação dessa importante mensagem.

Como parte da campanha, foi veiculado um anúncio de caráter educativo nos jornais locais convidando a população a refletir sobre o tema e a engajar-se nessa causa. Usando um provérbio popular (Pingo de consciência), o título faz uma referência lúdica ao próprio conteúdo. E o texto, além de informar sobre o alto consumo de água no país, ancora a mensagem trazendo dicas práticas de como diminuir tal gasto.

Além de divulgar a importância da economia de água, o anúncio também demonstrou o interesse do Poder Legislativo na questão, ajudando a aumentar a conscientização e a adesão às iniciativas para a economia de água. A peça também contribuiu para humanizar a imagem da Câmara Municipal, aproximando a instituição da população em geral.

05

0



AQUI VOCÊ É BEM-VINDO

CÂMARA MUNICIPAL DE MARIANA

PEÇA: Anúncio de jornal, 1/2 página, formato 25 x 19cm

TÍTULO: Aqui você é bem-vindo

MEIO/VEÍCULO UTILIZADO:

Jornal (Ponto Final, A Semana, Folha Marianense e O Espeto)

PRAÇA: Mariana/MG e área de distribuição dos veículos

DATA DE PRODUÇÃO: Junho de 2012

PERÍODO DE VEICULAÇÃO: Junho de 2012

BRIEFING/PROBLEMA A SER RESOLVIDO

A Câmara de Mariana tem sua existência pautada nas necessidades da população, estabelecendo-se como o lugar por excelência para a prestação de serviços ao cidadão. Na campanha criada, o problema a ser resolvido foi o desconhecimento da população com relação a alguns desses serviços. Tal é o caso da confecção de Carteiras de Identidade e a emissão de Atestado de Antecedentes Criminais. A campanha evidenciou o trabalho da Câmara de Vereadores de Mariana em prol dos cidadãos do município, apresentando a casa como fornecedora de soluções de cidadania: sempre que a pessoa precisar, pode entrar em contato, assim representado pela chamada "Aqui, você é bem-vindo quando quiser. Ou quando precisar." Entre os resultados, aumentou-se o conhecimento e procura da população pelos serviços em questão oferecidos pela Câmara.

60

@



NOSSO FUTURO ACABA DE GANHAR UM SABOR ESPECIAL

LATICÍNIOS MARIANA

PEÇA: Outdoor, 9 x 3m

TÍTULO: Nosso futuro acaba de ganhar um sabor especial

MEIO/VEÍCULO UTILIZADO: Outdoor (SBM Outdoor)

PRAÇA: Mariana/MG

DATA DE PRODUÇÃO: Março de 2015

PERÍODO DE VEICULAÇÃO: Março e Abril de 2015

BRIEFING/PROBLEMA A SER RESOLVIDO:

A fim de fomentar a cadeia produtiva de laticínios local e criar novas oportunidades de emprego e renda, a Cooperativa dos Produtores de Mariana lançou, em parceria com a Prefeitura Municipal, o Laticínios Mariana. Além da criação da identidade visual de todas embalagens, foi realizada campanha de lançamento da marca, tendo como slogan a frase “Nosso futuro acaba de ganhar um sabor especial”, numa alusão clara ao fator qualidade do produto e, ao mesmo tempo, ao seu caráter fomentador da atividade comercial local. O layout contemplou todos os signos do universo do homem do campo, utilizando-se de elementos afins para atingir com precisão o público-alvo da ação.

MÍDIA EXTERIOR - OUTDOOR

The advertisement is a vertical outdoor sign with a light blue frame. At the top, a wooden sign with a decorative border contains the text "LATICÍNIOS MARIANA" in a serif font. Below the sign, a young girl with long brown hair, wearing a blue dress, is shown from the chest up. She is holding a white milkshake with a yellow straw and looking towards the camera. The background of the sign is a soft-focus landscape with a sunset or sunrise sky. In the bottom right corner of the sign, there is a logo for "LATICÍNIOS MARIANA" which features a green and yellow shield with a stylized landscape and the brand name in a green banner.

RUA PILAR, 550 - GRAJAÚ - 30.431-245
BELO HORIZONTE | MG - 31 2514 0444
PLANEJAMENTO@COMUNICACAO.COM

Repertório | 7

CB

i4



O SAAE DEU SHOW

SAAE ITABIRITO

PEÇA: Outdoor, 9x3m

TÍTULO: O Saae deu show

MEIO/VEÍCULO UTILIZADO: Outdoor (SBM Outdoor)

PRAÇA: Itabirito/MG

DATA DE PRODUÇÃO: Julho de 2017

PERÍODO DE VEICULAÇÃO: Julho de 2017

BRIEFING/PROBLEMA A SER RESOLVIDO:

O outdoor é um dos maiores meios de exibição de produtos e/ou mensagens em função do seu tamanho. Possui leitura rápida e fixação objetiva. Conhecido como a mais pública das mídias, atinge todas as pessoas que andam pela cidade, sem distinção. E por essas características, foi definido pela I4 como uma das principais mídias para uma importante campanha de prestação de contas do SAAE Itabirito, conforme o caráter de universalidade da sua prestação de serviços. Na estratégia de comunicação, dividimos as realizações da autarquia em cinco categorias e em cada uma delas, procuramos destacar algumas informações importantes a fim de se tornarem de conhecimento de todos, especialmente dados numéricos e percentuais. Dessa forma, a campanha lembrou de forma positiva os resultados do trabalho da instituição, posicionando o SAAE como uma empresa inovadora, que se preocupa com o bem-estar dos cidadãos e, por isso, trabalha para que os serviços que oferece sejam ágeis, eficientes e de qualidade.

A estratégia criada envolveu rapidamente a população local, contribuindo para humanizar e fortalecer a imagem do SAAE. Ao mesmo tempo, motivou nas pessoas sentimentos de segurança e confiança, pois ficou claro para todos que os itabiritenses podem contar com uma prestadora de serviços de tratamento de água e esgoto eficiente e transparente.



www.saaeita.mg.gov.br

Em 2017, o **SAAE** deu show:



Centro de Controle Operacional (CCO): referência nacional.



Novo tratamento de lodo: parceria com estudantes da UFMG.



M



COMO BLOQUEAR O *CYBERBULLYING*?

CÂMARA MUNICIPAL DE CONTAGEM

PEÇA: Tripost vertical sequencial para feed do Instagram

TÍTULO: Como bloquear o *Cyberbullying*?

MEIO/VEÍCULO UTILIZADO: Instagram

PRAÇA: Contagem/MG

DATA DE PRODUÇÃO: Março de 2019

PERÍODO DE VEICULAÇÃO: Março de 2019

BRIEFING/PROBLEMA A SER RESOLVIDO:

O bullying nas escolas é um problema que envolve não apenas os professores e alunos, mas também toda a família, amigos e sociedade. Quando o assunto é amplo dessa forma, corre-se o risco de ser genérico e acabar não falando diretamente com ninguém. Por isso, a campanha antibullying da Câmara Municipal de Contagem envolveu ações online e off-line com foco em diferentes públicos. O cyberbullying ganhou destaque na rede social mais usada pelos jovens no momento: o Instagram.

A agência decidiu dividir algumas dicas essenciais de como escapar do cyberbullying em 3 postagens que funcionam separadas, mas que depois se unem na vertical e também funcionam de forma integrada. A mensagem foi dirigida tanto para quem é vítima quanto para quem observa de fora e pode ajudar. O visual é simples, porém elegante e organizado. Para otimizar a leitura, o conteúdo foi dividido em blocos de diálogo com pergunta e resposta. O uso dos emojis (figuras usadas em comunicação digital) aproxima o público jovem.

Juntos, os três posts sequenciais foram curtidos mais de 60 vezes. E ainda, por conta do impacto visual que as postagens integradas geram (quando vistas em conjunto), continuarão a chamar a atenção do público-alvo, mesmo após o término da campanha.

TRIPOST INSTAGRAM



TIMELINE FRAME 1:

A Câmara Municipal de Contagem diz não ao cyberbullying, um tipo de violência praticada por meio da internet ou de outras tecnologias relacionadas.
A palavra “cyber” é de origem inglesa e está relacionada a todo tipo de comunicação virtual, e “bullying” descreve o ato de intimidar ou humilhar uma pessoa.
Você pode bloquear o cyberbullying de vez! Basta seguir alguns passos.
#CamaraDeContagem #CasaDoPovo #LevandoASerio #Escola #Educação #Bullying #Cyberbullying

TIMELINE FRAME 2:

Quem pratica o cyberbullying usa o ambiente virtual para intimidar e ofender uma pessoa, seja ela um colega da escola ou até mesmo um total desconhecido.
Essa atitude não pode continuar!
#CamaraDeContagem #CasaDoPovo #LevandoASerio #Escola #Educação #Bullying #Cyberbullying

TIMELINE FRAME 3:

O cyberbullying é uma forma de agressão mais fácil, pois pode ser feito de modo anônimo nas diversas redes sociais, por meio de e-mails ou mensagens direto no celular.
Porém, graças à tecnologia e ao apoio da justiça, é quase sempre possível identificar os agressores, que serão responsabilizados nos termos da lei.
#CamaraDeContagem #CasaDoPovo #LevandoASerio #Escola #Educação #Bullying #Cyberbullying



PEÇA: Tripost horizontal sequencial para feed do Instagram

TÍTULO: Desperdício

MEIO/VEÍCULO UTILIZADO: Internet - Instagram

PRAÇA: Itabirito/MG

DATA DE PRODUÇÃO: Outubro de 2018

PERÍODO DE VEICULAÇÃO: Outubro de 2018

BRIEFING/PROBLEMA A SER RESOLVIDO

O Saae Itabirito é uma instituição que tem como missão oferecer serviços de qualidade em abastecimento de água, esgotamento sanitário e drenagem, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico e ambiental.

Com o propósito de alertar sobre os perigos do desperdício de água, foi criada uma série de três posts no Instagram. Os posts conversam entre si e contam uma história completamente visual, aproveitando, assim, o maior diferencial dessa rede social, que é o foco em imagem, e não em texto. Para tanto, foi usado um personagem (planeta Terra) com expressões que falam por si mesmas. No primeiro, o desperdício é grande. Em seguida, começa a melhorar. E, por último, a situação é controlada e resolvida.

A série de posts contribuiu para mostrar que o desperdício de água é algo que impacta diretamente na vida de todos, promovendo a aproximação entre a sociedade e a missão do Saae Itabirito, tornando esta conhecida e mais bem percebida pelo público mais jovem.

O post alcançou:

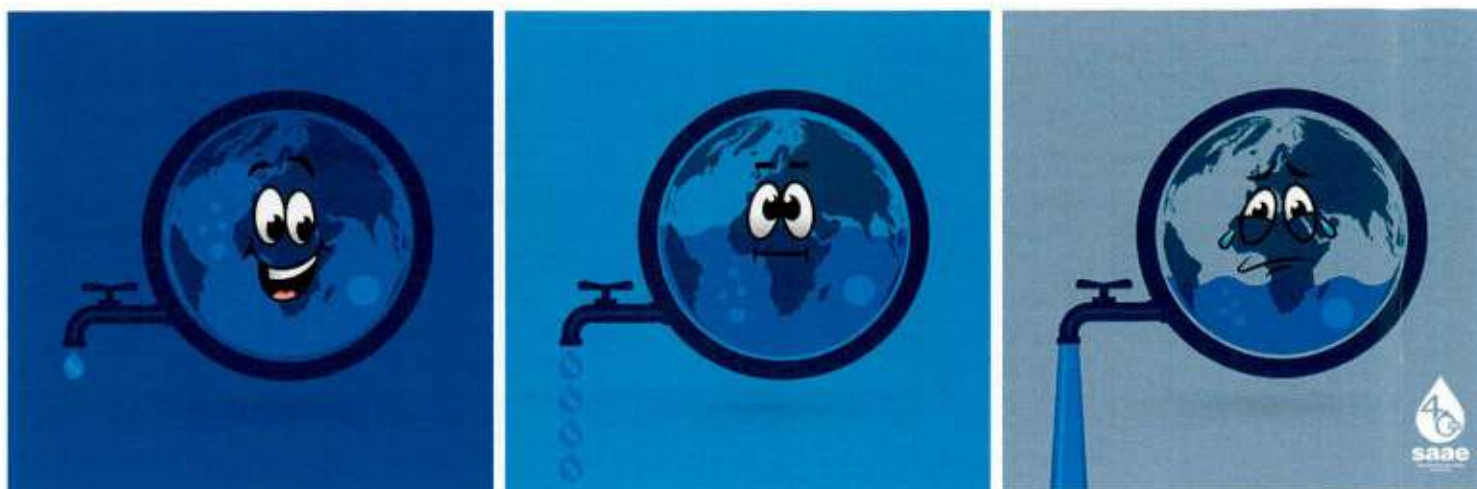
358 curtidas

07 comentários

3.575 impressões (número de vezes que foi o post foi visto)

3.104 alcance (número de contas únicas que viram a publicação)

TRIPOST INSTAGRAM



TIMELINE POST 1:

Já faz tempo que nosso planeta dá sinais de alerta devido ao desperdício constante de nossos bens naturais. Em um banho de 15 minutos, por exemplo, podem ser gastos até 135 litros de água.

Medidas simples, como fechar o registro enquanto você se ensaboa e diminuir o tempo de banho para 5 minutos, podem proporcionar uma economia de até 90 litros. Faça sua parte!

#AtitudesSustentáveis #SAEEItabirito #VidaSaudável #Saneamento #EntreOsMelhores

TIMELINE POST 2:

Em nosso dia a dia, mesmo sem nos darmos conta, desperdiçamos bens preciosos para a saúde do nosso planeta. Para se ter uma ideia, ao lavar louça com a torneira meio aberta durante 15 minutos, são gastos até 120 litros de água.

Com pequenas atitudes, como limpar os restos de comida das panelas e pratos com a esponja e sabão para só depois abrir a torneira. Dessa forma, o consumo para essa ação pode ser reduzido para apenas 20 litros.

Você já fez sua parte hoje?

#AtitudesSustentáveis #SAEEItabirito #VidaSaudável #Saneamento #EntreOsMelhores

TIMELINE POST 3:

Á água é um bem essencial para manutenção da nossa saúde e da vida no planeta, e por isso seu desperdício deve ser evitado a todo custo. O que pode ser feito com medidas simples.

Fechar a torneira enquanto se escova os dentes e utilizar um copo d'água para enxaguar a boca, por exemplo, podem ajudar a economizar mais de 11 litros.

Vamos juntos preservar esse nosso bem tão valioso!

#AtitudesSustentáveis #SAEEItabirito #VidaSaudável #Saneamento #EntreOsMelhores



Handwritten initials in blue ink.



PEÇA: Site

TÍTULO: Novo Site

MEIO/VEÍCULO UTILIZADO: Internet

PRAÇA: Indeterminado

DATA DE PRODUÇÃO: Novembro de 2018

PERÍODO DE EXIBIÇÃO: Indeterminado

BRIEFING/PROBLEMA A SER RESOLVIDO

A Câmara Municipal de Contagem reformulou o seu portal online para divulgar informações e serviços para os cidadãos com ainda mais transparência, rapidez e facilidade.

O novo site planejado reúne as informações de forma simples e dinâmica, contribuindo para uma navegação mais fluida e intuitiva em computadores ou dispositivos móveis. O layout e os textos foram criados de forma leve, respeitando a necessidade de velocidade própria da internet. Canais foram criados para promover a aproximação da empresa com o internauta, oferecendo mais possibilidades de interação entre o munícipe e a Câmara. Após desenvolver toda a estrutura do site, o conteúdo foi disponibilizado para programação por uma empresa terceirizada.

O site criado pela agência contribuiu para modernizar e ampliar a comunicação da Câmara. Com isso, espera-se o fortalecimento gradual do posicionamento da instituição e ainda, que ela registre um acréscimo no volume de acessos no site e participação popular.



CD CONTENDO TELAS DO SITE





PEÇA: Jornal – Informativo de prestação de contas, 21x29,7cm fechado

TÍTULO: É com trabalho que uma cidade fica ainda melhor.

MEIO/VEÍCULO UTILIZADO: Distribuição dirigida pela própria prefeitura

PRAÇA: Catas Altas/MG

DATA DE PRODUÇÃO: Março de 2019

PERÍODO DE DISTRIBUIÇÃO: Março de 2019

BRIEFING/PROBLEMA A SER RESOLVIDO

A Prefeitura de Catas Altas, localizada a cerca de 100 km da capital mineira e conhecida por ser utilizada como cenário de novelas de TV, realizou um balanço com as principais obras e ações da atual gestão. O informativo surgiu como uma proposta da agência para que o cidadão tivesse melhor acesso ao conjunto de melhorias conquistadas nos primeiros anos da administração.

A prestação de contas era numerosa e merecia grande destaque. Assim, no projeto gráfico, as informações ganharam tratamento ágil, prático e organizado, sem perder a beleza estética. Para otimizar a leitura, o conteúdo foi apresentado para cada secretaria, como por exemplo: saúde, educação, infraestrutura, entre outras. As fotos foram dispostas de forma harmônica ao longo de todo o material, compondo um visual que envolve e, ao mesmo tempo, convida à leitura e informa.

Com o informativo da Prefeitura, mais pessoas conseguiram ter acesso ao trabalho realizado e identificar as melhorias que elas próprias irão usufruir. Além disso, a comunicação entre a população e a instituição se fortaleceu, aproximando o cidadão das ações do Poder Executivo.

* Peça solta no envelope.



PEÇA: Folder, 21x29,7cm fechado

TÍTULO: Córrego Limpo, vida saudável

MEIO/VEÍCULO UTILIZADO: Distribuição dirigida pelo próprio cliente

PRAÇA: Itabirito /MG

DATA DE PRODUÇÃO: Julho de 2017

PERÍODO DE DISTRIBUIÇÃO: Julho de 2017

BRIEFING/PROBLEMA A SER RESOLVIDO

Em sintonia constante com a necessidade de cuidados ambientais para a garantia do bem-estar das próximas gerações, e em busca de melhoria contínua dos serviços prestados, o SAAE de Itabirito realizou uma importante obra para a população: a construção de mais de 300 metros de redes coletoras de esgoto em dois importantes mananciais. Devido à importância dessa obra, a i4 criou uma campanha para comunicar ao cidadão os novos benefícios conquistados.

Como parte da estratégia, foi elaborado um folder com capa especial que, inspirado na tradicional técnica de origami, podendo ser dobrado para, ao final, exibir o formato de um peixe. Seu verso foi aproveitado para veicular a mensagem da campanha, explicando a importância da obra para o abastecimento e o meio-ambiente: em breve, um importante córrego ficaria livre da poluição antes despejada no mesmo, e isso permitiria o retorno da vida (os peixes, principalmente, fechando o conceito da peça). Ao mesmo tempo, o texto também lembrou a necessidade de cada um fazer sua parte, jogando lixo no lugar certo, e não nas margens dos córregos e rios da cidade. Com o uso do folder em formato diferenciado, a campanha chamou a atenção da população para a necessidade da preservação ambiental. A sua distribuição em escolas, dentro de ações específicas de comunicação, levou a campanha para os alunos das escolas da cidade, promovendo o despertar de uma consciência positiva sobre os cuidados com o meio-ambiente ainda na infância e na adolescência. Este público é também, tradicionalmente, defensor desse tipo de causa. Assim, distribuindo a mensagem nas escolas, pode-se esperar também que a mesma seja multiplicada e chegue até pais e familiares mais próximos, ampliando o alcance da comunicação.

* Peça solta no envelope.





VIDEO 40 ANOS SAAE ITABIRITO

SAAEITABIRITO

PEÇA: Video 1min30seg

TÍTULO: 40 Anos

MEIO/VEÍCULO UTILIZADO: TV indoor (MID.MOV) e publicação nas redes sociais da autarquia

PRAÇA: Itabirito /MG

DATA DE PRODUÇÃO: Setembro de 2018

PERÍODO DE VEICULAÇÃO: Setembro de 2018

BRIEFING/PROBLEMA A SER RESOLVIDO

Para marcar os 40 anos de atuação do Serviço Autônomo de Saneamento Básico de Itabirito (SAAE Itabirito), foi criado um vídeo de 1 minuto e meio que conta um pouco da história da instituição e o seu envolvimento na melhoria da qualidade de vida da população da cidade.

Sempre atento à qualidade de vida, o SAAE Itabirito sempre realizou um grande trabalho em prol da sociedade, garantindo o acesso ao saneamento básico por meio de obras e conscientizando o cidadão itabiricense com a realização de diversos projetos de cunhos sociais, culturais e ambientais. Durante essa trajetória de 40 anos, a instituição também sempre reconheceu e valorizou a importância dos seus colaboradores para o alcance dos seus objetivos.

A partir desse histórico, a proposta foi criar um vídeo com apelo emotivo que apresentasse o que o SAAE Itabirito faz para o desenvolvimento da qualidade de vida na cidade. Sendo assim, o vídeo deixa claro qual é a missão, a visão e os valores da instituição ao mesmo tempo em que mostra as maiores obras realizadas por ela e enfatiza seu olhar humanizado para causar aproximação com o público. O vídeo também apresenta as conquistas que ainda virão por aí, mostrando que o trabalho do SAAE é intenso e não para.

Veiculado nas redes sociais e em circuito interno de TV, o vídeo foi estruturado a partir de uma sequência de falsos planos-sequência. Esse recurso criativo contribuiu para que o resultado final fosse mais atrativo. Os próprios colaboradores e moradores da cidade atuam no vídeo, aumentando a identificação por parte do público. A humanização também foi reforçada com a utilização de um locutor personagem, que dá as caras no vídeo.

Apresentando para a população de forma emotiva, a história e as conquistas recentes do SAAE, o vídeo contribuiu para reforçar o reconhecimento da marca SAAE Itabirito e sua importância para o desenvolvimento da cidade, humanizando sua imagem perante seus públicos.

CD CONTENDO VIDEO



[Handwritten mark]

Belo Horizonte, 9 de julho de 2019.

Moisés Junio Rosa
Moisés Junio Rosa
P/Procuração

@

[Handwritten mark]

[Handwritten marks]



3

9.40 RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Quando aos RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO a licitante deverá apresentar os documentos e informações em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte "Times New Roman", tamanho "12 pontos", em folhas numeradas sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricadas e assinadas na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

3

9.41 Qualquer página com os documentos e informações previsto item 9.40 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no item 9.43, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

9.43 A licitante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

3

3

3

3



CASE 1

INAUGURAÇÃO DA ETE DE ITABIRITO

AGÊNCIA: i4 Comunicação
CLIENTE: SAAE Itabirito
TÍTULO: ETE de Itabirito. É o SAAE trabalhando por uma vida 100% saudável.

PRAÇAS: Itabirito e região
PERÍODO: Fevereiro de 2018

CONTEXTO TRATAMENTO DE ESGOTO

Em 2014, de acordo com dados do Ministério das Cidades (Sistema Nacional de Informações sobre Saneamento – SNIS), 82,5% da população do país era abastecida com água tratada, e assim, mais de 35 milhões de brasileiros ainda não possuíam este serviço. Em relação à coleta dos esgotos, apenas 48,6% da população recebia esse serviço, totalizando cerca de 100 milhões de brasileiros fora da conta. A situação se agravou em relação aos esgotos tratados, que segundo os dados oficiais, são apenas 39% do total.

Os dados demonstram que a falta de saneamento ainda é um dos maiores problemas do país, o que ameaça a saúde da população, a preservação do meio ambiente e, por consequência, o desenvolvimento econômico. Não basta ter água. É preciso ter água limpa.

BREVE HISTÓRICO DO CLIENTE

O município de Itabirito pertence à Região Metropolitana de Belo Horizonte e tem pouco de mais de 45 mil habitantes. Sua economia gira em torno da mineração, siderurgia e comércio, sendo que os dois últimos dependem invariavelmente da atividade mineral desempenhada no município. O exercício dessas atividades abre boas perspectivas de emprego e renda, mas acarreta a necessidade de cuidados maiores com o tratamento da água e esgoto da cidade.

Com o amadurecimento de uma consciência ambiental e a solidificação de sua responsabilidade ecológica, o SAAE Itabirito vem trabalhando para oferecer mais qualidade de vida para a população itabiricense, além de melhores condições para o crescimento da cidade.

Um dos investimentos mais importantes nesse sentido foi a construção, em parceria com a Prefeitura Municipal de Itabirito, da Estação de Tratamento de Esgoto – ETE. Trata-se de uma unidade operacional do sistema de esgotamento sanitário em que, através de processos físicos, químicos ou biológicos, removem-se as cargas poluentes do esgoto, devolvendo ao ambiente o efluente tratado em conformidade com a legislação ambiental.

SOLUÇÃO DESENVOLVIDA

Para comunicar a inauguração da Estação de Tratamento de Esgoto e a importância dessa iniciativa para o município, a I4 criou uma campanha que, além de apresentar a ETE como uma grande conquista para a população, também apresentou o SAAE como uma instituição totalmente orientada para o bem-estar do cidadão e o cuidado com o meio ambiente. O título criado para a campanha cumpre esses dois objetivos: ETE de Itabirito. É o SAAE trabalhando por uma vida 100% saudável. A ETE foi apresentada, então, como consequência natural de um compromisso totalmente adotado em prol do bem-estar da população itabiricense. O texto complementar apresenta os benefícios dessa conquista e destaca os principais resultados para a população, que abrangem tanto a saúde do cidadão como o cuidado com os mananciais e o meio ambiente. Para dizer que o SAAE continua em busca de excelência e seu trabalho está rendendo frutos, o layout usa como representação um pé de feijão em suas várias etapas de crescimento. Assim, a mensagem é tratada de forma subliminar, pois a planta ainda está em fase de crescimento, indicando que a ETE está em fase de implantação e deverá alcançar sua

capacidade máxima no futuro próximo.

O conjunto de peças definido para a comunicação abrangeu diversos meios e veículos, de forma a atingir toda a população, uma vez que todos os itabiritenses são beneficiados pelos serviços prestados pelo SAAE. De acordo com a definição do edital, a agência apresenta: anúncio, backbus, VT 60", post e convite online. A inserção do anúncio em jornal local e a adesivação de traseira de ônibus coletivos permitiram que a mensagem circulasse pela cidade, atingindo vários targets da população. Já o convite online foi enviado para os endereços cadastrados e também para representantes dos poderes públicos. O vídeo, publicado no perfil da instituição no Facebook, apresenta os benefícios dessa conquista para a população e a cidade, sendo finalizado com um agradecimento ao trabalho desempenhado pelos servidores da instituição, que contribuíram para que esse projeto se tornasse realidade.

A internet ganhou destaque na estratégia por se tratar de um meio que apresenta o melhor resultado para a relação custo-benefício, além de permitir uma interação imediata com vários perfis do público geral. Com a movimentação no perfil da instituição no Facebook, houve oportunidade de aumentar a interação entre o SAAE e os moradores da cidade: a plataforma transformou-se num excelente canal de comunicação, abrindo diálogo com a população. Como esperado, houve elogios e também críticas, que contribuíram para o SAAE identificar pontos falhos em sua atuação, buscar melhorias e solidificar o relacionamento com seus clientes. Sob essa perspectiva, o resultado do investimento em mídias sociais foi ainda mais positivo, pois as interações extrapolaram o tema da campanha, indo muito além. O gráfico apresenta a evolução do envolvimento do público nas quatro postagens realizadas dentro do período da campanha.

Gráfico: evolução do envolvimento do público

	Pessoas alcançadas 	Interações 	Compartilhamentos 
TEASER	6.145	177	24
LANÇAMENTO	3.860	107	20
MANUTENÇÃO	5.151	125	26
VÍDEO	11.315	171	105

RESULTADOS

O uso de meios tradicionais como jornal local e ônibus coletivo apresentou a campanha àqueles que ainda são resistentes às novas tecnologias, além de inserir o tema ETE na rotina diária da população, causando curiosidade e envolvimento. Além de informar aos moradores sobre a inauguração da ETE e sua importância, a campanha também humanizou a imagem do SAAE, aproximando a marca da instituição com a população em geral. Já o uso das mídias sociais rejuvenesceu a marca da instituição e promoveu maior aproximação com seus públicos. Por meio delas, o SAAE também teve oportunidade de demonstrar que está à disposição para ajudar o cliente no que ele precisar.

Barbara Portela

i4 Comunicação
Bárbara Portela
Atendimento - Autora do Relato

Ana Paula Ricardo

SAAE Itabirito
Ana Paula Ricardo
Secretária de Comunicação



CAMPANHA INAUGURAÇÃO ETE

SAAE ITABIRITO



PEÇA: Anúncio de jornal, meia página - 25x19cm

TÍTULO: SAAE – trabalhando por uma vida 100% saudável

MEIO/VEÍCULO UTILIZADO: Jornal (O Mundo dos Inconfidentes, O Liberal e O Grito)

PRAÇA: Itabirito/MG

DATA DE PRODUÇÃO: Março a abril de 2016

PERÍODO DE VEICULAÇÃO: Maio de 2016

BRIEFING/PROBLEMA A SER RESOLVIDO:

A solução visual do anúncio usa um elemento muito comum para a população em geral: um brotinho de feijão. Usando várias fotos que representam suas etapas de crescimento, a campanha demonstrou como o trabalho que resultou nessa conquista foi realizado gradualmente pela instituição. Um infográfico apresentou de modo ilustrado as principais informações, facilitando a leitura e compreensão da importância da obra para todos.

Dentro da Campanha de Inauguração da ETE, o anúncio para jornal assumiu lugar de destaque por se tratar de uma mídia conceituada e respeitada pelo público em geral e pelos formadores de opinião, contribuindo para solidificar a marca e ressaltar o valor de seu trabalho para a manutenção da qualidade de vida na cidade.



ETE - ESTAÇÃO DE TRATAMENTO DE ESGOTO.

É o **SAAE** trabalhando por uma vida **100% SAUDÁVEL.**



O SAAE de Itabirito apresenta uma conquista histórica: a ETE de Itabirito. Uma iniciativa que, além de garantir mais qualidade de vida, garante também um futuro melhor, a preservação dos córregos e rios e melhores condições para o desenvolvimento da cidade.

Os benefícios são para todos:



Volta dos peixes ao rio Itabirito.



Redução dos casos de doenças causadas pela falta de **saneamento**.



Diminuição de **mosquitos** transmissores de doenças.



Despoluição dos **córregos e rios**.

www.saaeita.mg.gov.br
f [saaeitabirito](https://www.facebook.com/saaeitabirito)

Inauguração: **domingo, 18/2, às 10h**
Local: **ETE Marzagão**





CAMPANHA INAUGURAÇÃO ETE

SAAE ITABIRITO

PEÇA: Backbus, 2,40x2,20m

TÍTULO: SAAE – trabalhando por uma vida 100% saudável

MEIO/VEÍCULO UTILIZADO: Ônibus (LMS Publicidade)

PRAÇA: Itabirito/MG

DATA DE PRODUÇÃO: Março a abril de 2016

PERÍODO DE VEICULAÇÃO: Maio de 2016

BRIEFING/PROBLEMA A SER RESOLVIDO:

A estratégia para a inauguração da ETE Itabirito contou com o apoio da mídia em traseira de ônibus, o backbus. Definido dentro da estratégia, o veículo tinha, entre suas funções, transmitir a mensagem focando nos benefícios da inauguração da ETE.

As proporções da mídia foram aproveitadas para explorar a mensagem da campanha, que usava a evolução de um brotinho de feijão para demonstrar como o trabalho do SAAE resultou numa grande conquista para toda a comunidade itabiricense.

Como peça complementar criada pela i4, o backbus levou a campanha para as ruas, fazendo a mensagem circular pela cidade e, assim, chegar aos mais variados públicos, ampliando significativamente o alcance da estratégia.

ETE DE ITABIRITO.

É o **SAAE** trabalhando por uma vida **100% SAUDÁVEL.**

Os benefícios são para todos:
+ redução dos casos de doenças causadas pela falta de saneamento.

Inauguração: **domingo, 18/2, às 10h** | Local: **ETE Marzagão**

www.saeita.mg.gov.br
f [saeitabirito](#)

saae
Transformando vidas
Itabirito-MG

RM



CAMPANHA INAUGURAÇÃO ETE

SAAE ITABIRITO



PEÇA: Convite online, 600x2000px

TÍTULO: SAAE – trabalhando por uma vida 100% saudável

MEIO/VEÍCULO UTILIZADO: distribuição para mailing próprio do cliente

PRAÇA: Itabirito MG

DATA DE PRODUÇÃO: Março a abril de 2016

PERÍODO DE VEICULAÇÃO: Maio de 2016

BRIEFING/PROBLEMA A SER RESOLVIDO:

Como órgão público de reconhecida atuação e destaque regional, o SAAE Itabirito mantém um relacionamento positivo com outras instituições e organizações. Buscando a sinergia e a união de esforços, todo trabalho realizado pela instituição torna-se ainda mais amplo e, assim, os resultados são maximizados.

Dentro da campanha da ETE, o convite online foi a peça definida para articular os diversos parceiros da instituição e foi enviado para secretarias municipais, instituições públicas, organizações não governamentais e associações comunitárias, bem como para formadores de opinião e imprensa.

A distribuição para um público selecionado fez do convite online uma importante ferramenta não somente para divulgar o evento de inauguração, como também para a solidificação da marca do SAAE, salientando seus investimentos e esforços para a manutenção da qualidade de vida na cidade.





EIE DE ITABIRITO.

É O SAAE Itabirito que por uma vida **100% SAUDÁVEL.**

O SAAE de Itabirito continua investindo em mais qualidade de vida e, por isso, está inaugurando a Estação de Tratamento de Esgoto (ETE). Venha prestigiar esse momento conosco.

O tratamento de esgoto significa mais qualidade de vida e mais saúde para todos. E não é só isso: garante também um futuro melhor para as novas gerações, a preservação dos córregos e rios e melhores condições para o desenvolvimento da nossa cidade.

Inauguração:
domingo, 18/2
às 10h
Local: ETE Marzagão



AB

Handwritten signatures and initials.



CAMPANHA INAUGURAÇÃO ETE

SAAE ITABIRITO

PEÇA: Capa de perfil no Facebook, 828x315px

TÍTULO: SAAE – trabalhando por uma vida 100% saudável

MEIO/VEÍCULO UTILIZADO: Internet - Facebook

PRAÇA: Itabirito MG

DATA DE PRODUÇÃO: Março a abril de 2016

PERÍODO DE VEICULAÇÃO: Maio de 2016

BRIEFING/PROBLEMA A SER RESOLVIDO:

No momento em que a campanha de inauguração da SAAE estava sendo divulgada, era preciso adaptar a capa do perfil da instituição no Facebook para refletir a síntese da mensagem, mantendo esse canal de comunicação em sintonia com a estratégia de comunicação adotada.

Dessa forma, o layout da campanha foi aplicado na capa com uma adaptação resumida do conceito criado, levando a mensagem para a comunidade que acompanha os serviços do SAAE na plataforma.

A utilização do Facebook, rede social mais usada e de maior peso em Itabirito, contribuiu para integrar as mídias online e off, trazendo a mensagem veiculada nos meios tradicionais para o ambiente digital, onde se encontram cada vez mais pessoas.

i4

← → ↻ 🔒 https://www.facebook.com/SaaeItabirito/ ☆

f Saae Itabirito 🔍

Página inicial Criar 👤 🗨️ 🔔 ?

Saae Itabirito
@SaaeItabirito

Página inicial

Sobre

Fotos

Vídeos

ETE DE ITABIRITO.
É o **SAAE** trabalhando por uma vida **100% SAUDÁVEL.**

👍 Curtir 📡 Seguir ➦ Compartilhar ...

Saiba mais

Fotos

Nota Oficial

Comunidade Ver tudo

👍 5.930 pessoas curtiram isso

Sobre Ver tudo

Tombadouro Boa Viagem

99 Rua Rio Branco
35450-000 Itabirito, Minas Gerais, Brazil

Como chegar



CAMPANHA INAUGURAÇÃO ETE

SAAE ITABIRITO

PEÇA: Post gif, 1000x1000px

TÍTULO: SAAE – trabalhando por uma vida 100% saudável

MEIO/VEÍCULO UTILIZADO: Internet – Facebook

PRAÇA: Itabirito/MG

DATA DE PRODUÇÃO: Março a abril de 2016

PERÍODO DE VEICULAÇÃO: Maio de 2016

BRIEFING/PROBLEMA A SER RESOLVIDO:

Nas redes sociais, as instituições que atualizam seus perfis com frequência se mantêm com mais evidência na mente dos públicos, solidificando sua imagem e abrindo caminho para a recepção de novas informações.

Como parte da estratégia de publicações no perfil do SAAE no Facebook, o formato Gif chama a atenção por apresentar a informação com um pequeno vídeo com looping. A animação criada contém informações em destaque em pequenas cenas com movimento, ampliando o potencial da mensagem contida no post.

O post Gif contribuiu para ampliar o alcance da mensagem, gerando engajamento e ampliando a repercussão da mensagem, afinal, na plataforma, os próprios usuários podem compartilhar a publicação. A interação com a instituição foi ampliada, contribuindo para tornar sua marca mais moderna e próxima do público digital.

5

Texto Timeline:

Lugar de peixe é no rio. E pra gente encontrar mais peixes nos rios, a água tem que estar limpa e tratada. Por isso, a ETE é uma conquista tão importante!

#NovaETE #VidaSaudável #Saaeltabirito #MaisSaúde

#QualidadeDeVida #MaisDesenvolvimento #EsgotoTratado



@

✓

J f



CASE 2

VESTIBULAR Uni-FACEF 1º SEMESTRE/2018

AGÊNCIA: i4 Comunicação
CLIENTE: Uni-FACEF
TÍTULO: Vestibular 1º semestre/2018

PRAÇAS: Franca/SP e região
PERÍODO:
agosto a outubro de 2017

BREVE HISTÓRICO DO CLIENTE:

Criado em 1951, o Uni-FACEF (Centro Universitário Municipal de Franca) teve sua primeira sede em um pequeno espaço no Instituto Francano de Ensino. Até 1969, a instituição ofereceu apenas o curso de Ciências Econômicas. A partir daquele ano, com a construção das atuais instalações, foram criados também os cursos de Administração e Ciências Contábeis. Em 1997, foi feito um amplo planejamento para adequar a entidade às novas exigências acadêmicas, legais e institucionais do mercado. Diversos outros cursos foram sendo adicionados à grade, tanto na graduação como na pós-graduação. Hoje, o Uni-FACEF é uma instituição reconhecida em todo o País pela excelência em educação superior, consagrado como o melhor centro universitário público do Sudeste.

PROBLEMA A SER SOLUCIONADO PELA COMUNICAÇÃO:

Havia a necessidade de se divulgar, para um público segmentado (alunos em final de ciclo do ensino médio) as datas e informações pertinentes à inscrição do 1º Vestibular 2018 do Uni-FACEF, destacando os diferenciais da instituição para a formação em nível superior. Para isso, fazia-se necessário um planejamento estratégico que pudesse ampliar o contato do público com a mensagem, além de ressaltar os pontos positivos da formação oferecida pelo Uni-FACEF: corpo docente qualificado, cursos estrelados pelo Guia do Estudante e oportunidades de intercâmbio dos alunos com instituições de ensino estrangeiras.

SOLUÇÃO DESENVOLVIDA:

I – Planejamento estratégico e objetivos:

- aumentar o número de inscritos no processo seletivo em relação ao ano anterior;
- aumentar os pontos de contato com o público-alvo através dos meios de comunicação de massa e do uso de não mídia em locais de grande trânsito do público-alvo;
- aumentar a taxa de conversão de inscrições no vestibular em matrículas após o sucesso do aluno na prova;
- rejuvenescer a marca da instituição frente aos concorrentes.

II - Conceito: NÃO IMPORTA O SEU ESTILO. SEU LUGAR É NO UNI-FACEF!

O estudante dos dias atuais, tão informado quanto conectado, procura por opções de estudo que realizem suas expectativas, depositando na instituição escolhida a missão de inseri-lo de forma qualificada no mercado de trabalho. Para esse estudante optar por uma instituição superior, a imagem da universidade deve estar alicerçada em diferenciais competitivos que representem também suas crenças e valores. Por isso o conceito da campanha foi estruturado em torno da diversidade do seu público-alvo. Com o título da campanha, o centro universitário se abre para a diversidade a fim de acolher todas as tribos. O uso das cores e elementos gráficos ancorados

na linguagem das gerações Y e Z tornou-se um chamariz para a campanha, favorecendo a identificação do público-alvo com a mensagem. Para reforçar a veracidade da comunicação, convidamos alunos do Uni-FACEF para figurarem na campanha, oferecendo um testemunho da satisfação e retorno acadêmico entregue pela instituição.

III – Peças e estratégia:

- VT de 30": carro-chefe da campanha. Usa como recurso linguístico a dança em estilo Flash Mob e estudantes da instituição aparentemente desavisados realizam uma coreografia em conjunto no hall do Uni-FACEF quando começam a escutar uma música que fala de tudo o que a instituição oferece.
- Jingle de 30": a batida latina utilizada no áudio do VT foi ainda mais bem aproveitada no meio rádio, contribuindo para aumentar a fixação da mensagem da campanha, conseguindo assim maior alcance e cobertura do público-alvo.
- Cartaz A3: com foco na divulgação da data do vestibular e do período de inscrições, foi distribuído em cursinhos pré-vestibular, escolas de idioma, academias e escolas de ensino médio, para gerar curiosidade e também servir de lembrete aos vestibulandos.
- Outdoor: divulgou diferenciais da instituição para fundamentar a campanha. Diversas placas foram distribuídas em locais estratégicos nas cidades de Franca e Ribeirão Preto.
- Busdoor: divulgou outros diferenciais do Uni-FACEF, sendo veiculado em várias linhas de ônibus de Franca, atingindo assim a cidade por completo.
- Folder: com informações detalhadas dos cursos oferecidos pela instituição e também as possibilidades de financiamento. Foi distribuído estrategicamente em visitas presenciais de equipes do Uni-FACEF a cursinhos pré-vestibular e escolas de ensino médio de Franca.
- Banner de internet: veiculado em sites direcionados para o público jovem, na rede de display do Google, contendo mais de 40 sites cadastrados. Foram contabilizados cerca de 2 milhões de impressões e 587 cliques, o que resultou na média de CTR* de 0,04%.
- Post para Facebook: sob forma de anúncio patrocinado, trouxe mais engajamento para a página da instituição. Foram alcançados 25 milhões de impressões e 5.794 cliques, resultando na excelente média de CTR*, 0,32%, um percentual superior ao geral, que é 0,001%. O índice demonstra o impacto positivo e a relevância dos anúncios.

IV - Verba: R\$ R\$ 235.457,39 em mídia e R\$ 47.091,40 em produção.

V - Resultados:

Chegando de forma eficaz ao público-alvo do Uni-FACEF, a campanha conquistou índices acima dos esperados. A mensagem foi amplamente divulgada nas redes sociais pelos próprios alunos, o que contribuiu também para aumentar o alcance da comunicação, afinal, o próprio aluno indicou a instituição aos seus amigos. Alcançamos, num primeiro impacto, para as 891 vagas ofertadas pela instituição, um total de 1.608 inscrições, das quais 419 foram efetivadas na 1ª chamada: uma taxa de conversão da ordem de 26%, um número percentual expressivo considerando-se o atual cenário econômico do país.


i4 Comunicação
Cristina Rosa

Atendimento - Autora do Relato


Uni-FACEF
Alba Pentead
Assessora de Divisão Cultural



VESTIBULAR 2018

UNI-FACEF – CENTRO UNIVERSITÁRIO DE FRANCA

PEÇA: Cartaz, 29,7x42cm

TÍTULO: No ritmo da sua vida

MEIO/VEÍCULO UTILIZADO: Afixação em escolas, cursinhos e locais com grande circulação de pessoas

PRAÇA: Franca e cidades próximas (Campinas, Ribeirão Preto e outras)

DATA DE PRODUÇÃO: Setembro de 2017

PERÍODO DE DISTRIBUIÇÃO: Outubro de 2017

BRIEFING/PROBLEMA A SER RESOLVIDO:

Dentro da campanha, o cartaz teve como missão falar dos cursos que a instituição oferece, além de ressaltar datas importantes para que os estudantes pudessem se programar. No layout, o uso de uma aluna da própria instituição como personagem contribuiu para aproximar a campanha do público-alvo, além de carregar veracidade para a mensagem: estamos falando de pessoas reais que estão construindo sua trajetória no Uni-FACEF e não de personagens fictícios. O cartaz foi o meio utilizado para levar a mensagem até escolas, cursinhos e academias, e assim conversar diretamente com os adolescentes e jovens que estão no período do vestibular. Distribuídos estrategicamente, os cartazes contribuíram para despertar a curiosidade e lembrar aos vestibulandos as datas de inscrição e de realização das provas.



Handwritten mark



Handwritten mark

**Escolha o curso
de graduação
que mais combina
com você.**

ADMINISTRAÇÃO

Diurno e Noturno | 8 semestres

Título: *Bacharel em Administração*

Atuação: Administração de instituições públicas e privadas. Finanças. Auditoria. Marketing. Recursos humanos. Comércio exterior. Planejamento e desenvolvimento. Logística. Consultoria. Serviços. Vendas. Compras. Custos. Organização e métodos. Suprimentos. Sistemas de informação. E outras opções de mercado.

CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Noturno | 8 semestres

Título: *Bacharel em Ciências Contábeis*

Atuação: Mercado financeiro de instituições públicas e privadas. Departamento financeiro. Custos. Área gerencial. Auditoria. Análise de balanços. Perícia contábil. E outras opções de mercado.

CIÊNCIAS ECONÔMICAS

Noturno | 8 semestres

Título: *Bacharel em Ciências Econômicas*

Atuação: Assessoria. Consultoria. Institutos de pesquisas econômicas e sociais. Mercado de capitais. Setor financeiro. Comércio exterior. Auditoria. Elaboração de projetos econômicos e sociais. E outras opções de mercado.

COMUNICAÇÃO SOCIAL PUBLICIDADE E PROPAGANDA

Noturno | 8 semestres

Título: *Bacharel em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda*

Atuação: Agências de propaganda. Anunciantes. Veículos de comunicação. Produtoras de vídeo. Produtoras de áudio. Produtoras de conteúdo digital e mídias sociais. Produção gráfica. Edição eletrônica. Marketing e promoção. E outras opções de mercado.

ENFERMAGEM

**NOVO
CURSO**

Noturno | 8 semestres

Título: *Bacharel em Enfermagem*

Atuação: Atenção básica, domiciliar, ambulatorial, hospitalar, urgência e emergência, vigilância em saúde, Centros de Convivência Infantil e de Idoso; nas redes pública e privada. Ações desenvolvidas: Prevenção de doenças, promoção de saúde, assistência à saúde e reabilitação, gestão de unidades e/ou serviços de saúde, consulta de enfermagem; assessoria e/ou consultoria; auditoria; docência e pesquisa em saúde.

ENGENHARIA CIVIL

Diurno e Noturno | 10 semestres

Título: *Engenheiro Civil*

Atuação: Planejamento, projeto, construção, operação e manutenção nas áreas de Construção Civil (edificações em geral), Transportes (rodovias, ferrovias, transporte urbano, engenharia de tráfego, portos, hidrovias, aeroportos), Hidrotecnia (obras hidráulicas, obras de saneamento básico), Geotecnia (obras de terra, fundações), e Sistemas Estruturais (estruturas em concreto, metálicas e de madeiras). E outras opções de mercado.

ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

Noturno | 10 semestres

Título: *Engenheiro de Produção*

Atuação: Áreas: administrativa; produção industrial; eletromecânica; construção civil; petrolífera; química; petroquímica; agronegócio; prestação de serviços; comercial; financeira; corretoras; seguros; cargos de níveis gerencial e de diretoria. E outras opções de mercado.

ENGENHARIA DE SOFTWARE

Noturno | 8 semestres

Título: *Bacharel em Engenharia de Software*

Atuação: O engenheiro dessa área dedica-se à gestão e ao desenvolvimento de softwares. Analisa, projeta, mantém, revisa e testa novos programas. Cria jogos, sistemas embarcados e sistemas específicos como educacionais, médicos e bancários, promovendo maior desempenho e produtividade. Pode-se trabalhar na área de inovação em startups e em grandes companhias de tecnologia. E outras opções de mercado.

LETRAS

Noturno | 8 semestres

Título: *Licenciado em Letras*

Atuação: Professor de Língua Portuguesa, Língua Inglesa e de Língua Espanhola. Profissional de Turismo. Secretário bilingue. Tradução. Revisão. Redação. E outras opções de mercado que necessitem de profissional da linguagem.

MATEMÁTICA

Noturno | 8 semestres

Título: *Licenciado em Matemática*

Atuação: Ensino Fundamental, Médio e Técnico de instituições públicas e particulares. Ensino superior após a pós-graduação. Áreas financeira e tecnológica da indústria e do comércio. Outras opções de mercado, em que o raciocínio lógico e abstrato sejam fundamentais.

MEDICINA

Integral | 12 semestres (período mínimo)

Título: *Médico*

Atuação: Capacidade para atuar nos diferentes níveis de atenção à saúde, com ações de promoção, prevenção, recuperação e reabilitação, nos âmbitos individual e coletivo. E outras opções de mercado.

PSICOLOGIA

Diurno | 10 semestres

Título: *Licenciatura e Formação de Psicólogo*

Atuação: Consultórios. Hospitais. Centros e postos de saúde. Creches. Escolas. Empresas. Setor público. Associações comunitárias. Fundações. ONGs. Associações esportivas. Clínicas especializadas. Instituições judiciais. E outras opções de mercado.

SISTEMAS DE INFORMAÇÃO

Noturno | 8 semestres

Título: *Bacharel em Sistemas de Informação*

Atuação: Esse bacharel administra os processos que funcionam dentro e fora de uma organização apoiados por software, hardware e pessoas. Ele aplica as técnicas computacionais de armazenamento, processamento e de recuperação de dados, transformando-os em informação e conhecimento para a tomada de decisão por parte dos gestores. Gerente de infraestrutura e de governança em TI. E outras opções de mercado.



Corpo docente:

95%

dos professores com **mestrado e/ou doutorado.**



Cursos

100%

presenciais, **estrelados** pelo Guia do Estudante Abril.



Uni-FACEF
Centro Universitário Municipal de Franca

UNIFACEF.COM.BR

0800 940 4688 | 16 3713.4688

DISQUE-VUNESP: (11) 3874-6300



Vestibular **2018**
Uni-FACEF

Não importa o seu estilo.
Seu lugar é no Uni-FACEF.

INSCRIÇÕES ATÉ **06.11**
PROVAS **03.12**
FRANCA-SP

INSCREVA-SE:
vunesp.com.br

Uni-FACEF
Centro Universitário Municipal de Franca

Micaele Alves Silva
Ciências Contábeis



VESTIBULAR 2018

UNI-FACEF – CENTRO UNIVERSITÁRIO DE FRANCA

PEÇA: Folder, 18x22cm fechado

TÍTULO: No ritmo da sua vida

MEIO/VEÍCULO UTILIZADO: Distribuição em escolas de ensino médio e cursinhos pré-vestibulares

PRAÇA: Franca e cidades próximas

DATA DE PRODUÇÃO: Setembro de 2017

PERÍODO DE DISTRIBUIÇÃO: Outubro de 2017

BRIEFING/PROBLEMA A SER RESOLVIDO:

O público jovem atual, acostumado com a internet e seus benefícios, sabe que tradição é um diferencial, mas também que a presença virtual veio para quebrar paradigmas. Por isso, aliado à comunicação digital, temos um material impresso bem completo.

O folder contribuiu para despertar nas pessoas uma atenção maior, pois nessa própria peça era possível conferir quais seriam os cursos disponíveis e suas respectivas áreas de formação. E, ao contrário das mídias de rápida visualização, o impresso pode ser observado com mais tranquilidade. Com esse diferencial em termos de comunicação, o folder contribuiu para informar melhor o público sobre tudo que o uni-facef tem a oferecer. Essa peça ajudou também para que o público pudesse compreender a diferença entre as modalidades apresentadas, podendo planejar melhor seus estudos.



VESTIBULAR 2018

UNI-FACEF – CENTRO UNIVERSITÁRIO DE FRANCA

PEÇA: Canvas 1000x1000px

TÍTULO: No ritmo da sua vida

MEIO/VEÍCULO UTILIZADO: Internet - Facebook

PRAÇA: Franca e cidades próximas

DATA DE PRODUÇÃO: Setembro de 2017

PERÍODO DE VEICULAÇÃO: Outubro de 2017

BRIEFING/PROBLEMA A SER RESOLVIDO:

A geração jovem atual, que já absorveu o uso da internet como uma ferramenta de comunicação indispensável para o cotidiano, deve ser especialmente contemplada em tais esforços. Por isso, foram explorados novos recursos para maximizar os esforços de comunicação no ambiente digital, como é o caso do Canvas, uma nova ferramenta imersiva do Facebook. Seu formato diferenciado foi utilizado para concluir a campanha: por meio de animações, skins e carrossel de imagens, tudo isso compondo um conjunto único de informações, foram explorados os pontos importantes da comunicação, tais como datas, tema e cursos ofertados.

Como os personagens são jovens que estudam no próprio Centro Universitário, a campanha ganhou a simpatia do corpo estudantil, que viralizou nas redes sociais. E por se tratar de uma novidade na plataforma, contribuiu para despertar a curiosidade do público-alvo na campanha, alicerçando os outros veículos utilizados na exposição da mensagem.

CANVAS

CD contendo canvas





VESTIBULAR 2018

UNI-FACEF – CENTRO UNIVERSITÁRIO DE FRANCA

PEÇA: VT 30”

TÍTULO: No ritmo da sua vida

MEIO/VEÍCULO UTILIZADO: TV Globo (EPTV)

PRAÇA: Franca e demais áreas de abrangência da emissora

DATA DE PRODUÇÃO: Setembro de 2017

PERÍODO DE VEICULAÇÃO: Outubro de 2017

BRIEFING/PROBLEMA A SER RESOLVIDO:

Partindo da realidade de que o mercado está cada vez mais disputado e de que o consumidor está cada vez mais exigente, a agência entendeu que a Instituição precisava ressaltar seus diferenciais competitivos de modo que o aluno enxergasse dentro do seu processo de decisão como a melhor opção para continuar seus estudos. Mas para ter sucesso nessa comunicação, seria necessário situar a imagem de marca do Uni-FACEF dentro do universo do receptor. E assim, foi criado um VT em estilo de clipe musical, inspirado nas ações de flash mob que viralizaram na internet nos últimos tempos. No roteiro, diversos alunos fazem uma coreografia enquanto o jingle fala de sua escolha pela instituição. O ritmo definido é próximo ao estilo musical latino, inspirado na onda das músicas mais visualizadas no Youtube.

O VT contribuiu para o sucesso da campanha aumentando potencialmente a exposição da mensagem para os públicos selecionados. E assim, ao mesmo tempo em que reforçou o período de abertura das inscrições, ajudou a consolidar a imagem da instituição como referência para o ensino superior de qualidade em Franca e região.

VT 30"
DVD contendo 1 VT





VESTIBULAR 2018

UNI-FACEF – CENTRO UNIVERSITÁRIO DE FRANCA

PEÇA: Making-of, 3min18seg

TÍTULO: No ritmo da sua vida

MEIO/VEÍCULO UTILIZADO: Internet - YouTube e redes sociais

PRAÇA: Franca e região

DATA DE PRODUÇÃO: Setembro de 2017

PERÍODO DE VEICULAÇÃO: Outubro de 2017

BRIEFING/PROBLEMA A SER RESOLVIDO:

A i4 planejou uma estratégia em busca de uma comunicação mais sintonizada com o perfil do seu público-alvo. Por isso, desenvolvemos o Making of, uma espécie de documentário sobre os bastidores das filmagens do VT. Além de ter uma linguagem descontraída, a peça ainda mostra os profissionais trabalhando em equipe e ensaiando. No vídeo, podemos conhecer melhor os personagens do VT, aproximando-nos ainda mais das pessoas e da instituição que elas representam.

O Making of contribuiu para o sucesso da campanha, aumentando potencialmente a exposição da mensagem nas redes sociais, ajudando a associar a imagem do jovem atual com a da instituição que é referência para o ensino superior de qualidade em Franca e região.

DVD contendo 1 video

S



@

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]

i4

S

9

Belo Horizonte, 9 de julho de 2019.

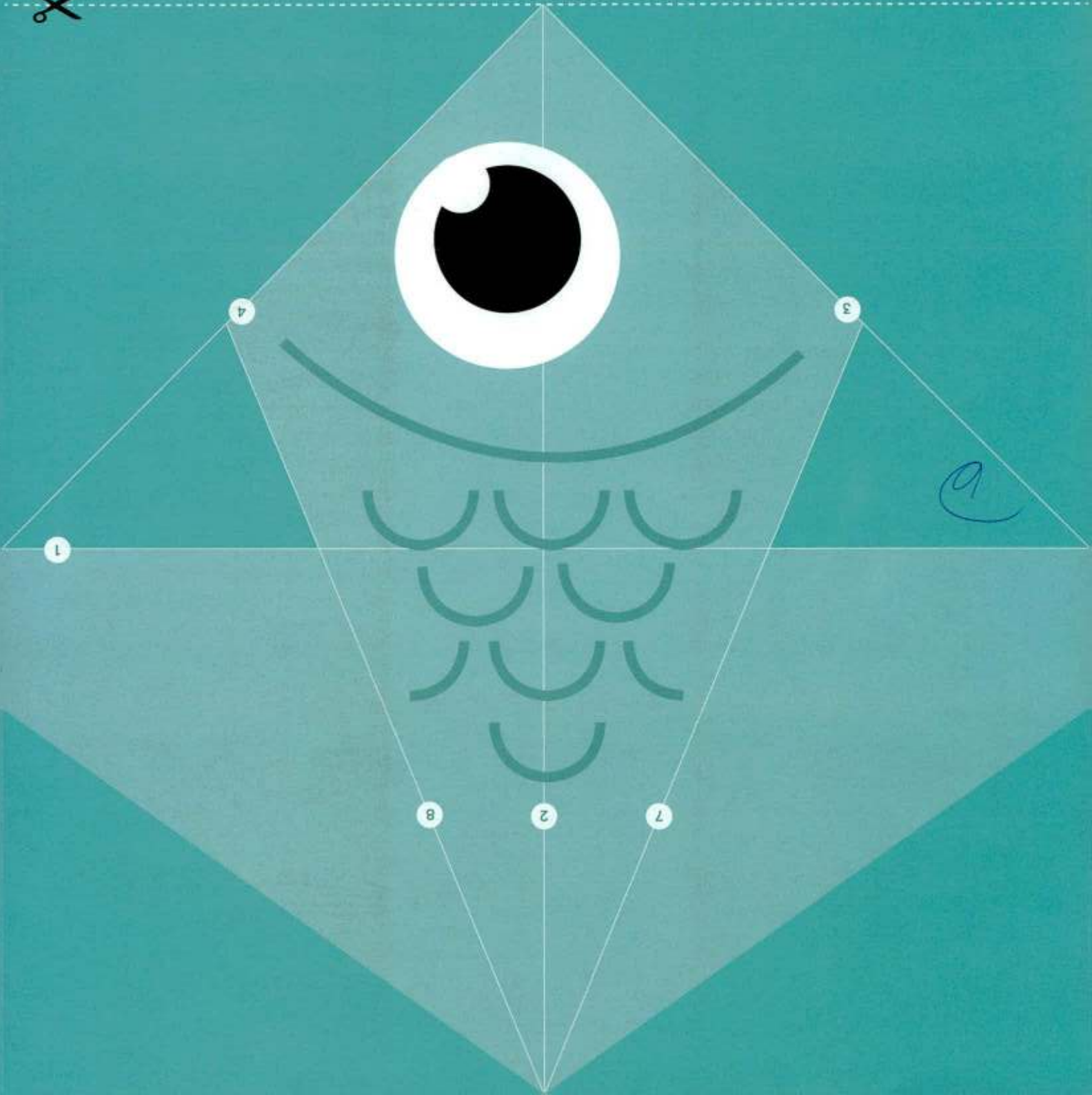
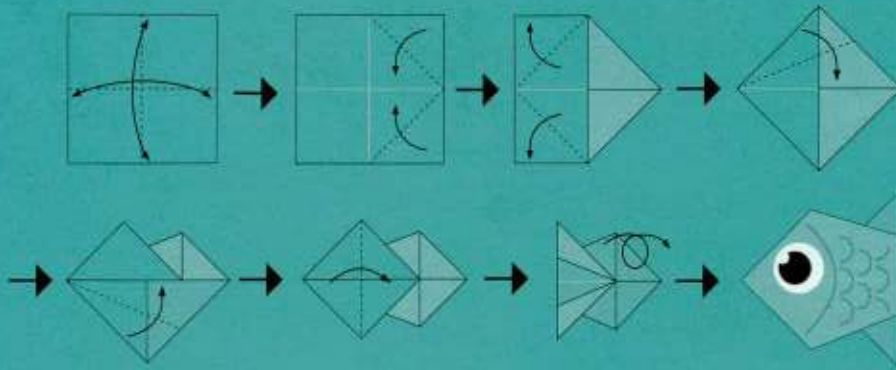

Moisés Junio Rosa
P/ Procuração








Para comemorar a **volta dos peixes ao Córrego da Carioca**, siga as instruções e faça o seu próprio peixinho!



Denúncias, informações e orientações:

3562 4100

 /Saaeltabirito



saae
Transformando vidas
Itabirito-MG

Córrego limpo, vida saudável!



O Saae tem uma ótima notícia para você e sua família: os Córregos da Carioca, São José e Criminoso estão voltando a ficar limpos e cheios de vida novamente! Isso porque estamos construindo novas redes interceptoras para levar até a ETE todo o esgoto que antes era lançado neles.

As obras vão beneficiar milhares de pessoas e o Rio Itabirito deixará de receber uma grande quantidade de esgoto. O meio ambiente e toda a cidade agradecem!



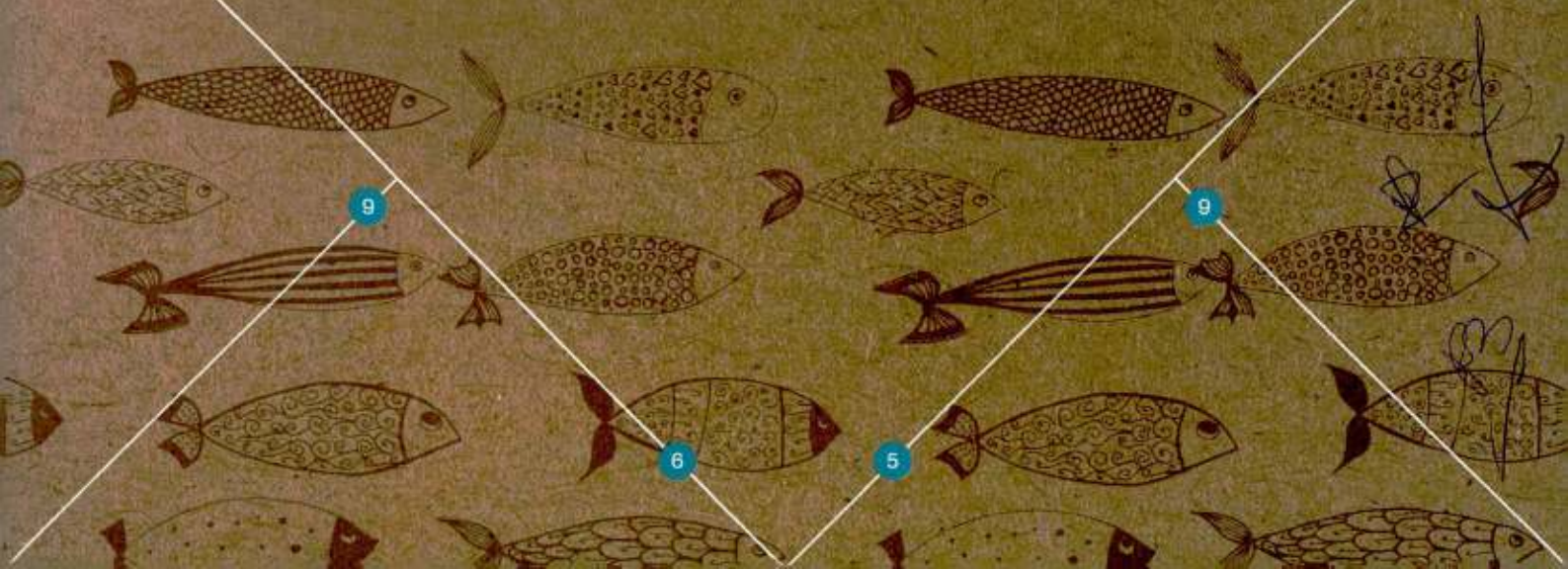
Confira como mais essa obra do Saae vai melhorar sua vida:

- > Após o término da obra, **100% do esgoto** serão captados.
- > Os **peixes vão voltar** para o rio e as espécies serão preservadas.
- > O **mau cheiro** vai acabar.



Você também precisa **fazer sua parte**:

- > **Não jogue lixo ou entulho** às margens dos córregos.
- > **Denuncie** o despejo de esgoto e/ou lixo nos rios ou ligações irregulares.
- > Não ligue a rede de esgoto na rede de água da chuva! **Peça orientação** ao Saae para fazer cada ligação corretamente.



TURISMO E CULTURA



Catas Altas é uma das cinco cidades mineiras com maior arrecadação do ICMS Cultural

A atual Administração de Catas Altas vem investindo na valorização e proteção dos seus bens culturais. Esse trabalho fez com que a cidade figurasse entre as cinco cidades mineiras que mais arrecadaram com o ICMS Cultural.

A avaliação, referente ao ano de 2017, divulgada pelo Instituto Estadual de Patrimônio Histórico e Artístico (Iepha), mostra que a cidade alcançou 31,57 pontos (contra os 17,47 do exercício anterior) na arrecadação do imposto.

Catas Altas alcança a maior pontuação em oito anos.

2017: 5º lugar / 31,57 pontos
2016: 17º lugar / 17,47 pontos
2015: 152º lugar / 10,90 pontos
2014: 134º lugar / 10,85 pontos
2013: 510º lugar / 1,95 pontos
2012: 7º lugar / 26 pontos
2011: 7º lugar / 26,25 pontos
2010: 8º lugar / 27,30 pontos

Para pontuar, o Iepha leva em conta diversas medidas desenvolvidas pelos municípios, como política cultural, investimentos e despesas, inventário, tombamentos, registros e educação e difusão.

Catas Altas espera receber o maior telescópio para uso educacional da América Latina

O projeto de implantação está sendo desenvolvido desde o final de 2017 em parceria entre a Prefeitura e a Universidade Federal de Minas Gerais, que ficará responsável pelo funcionamento e gestão do espaço.

O telescópio servirá para as atividades do curso de astronomia da UFMG e realizações de minicursos abertos à população, muitos deles gratuitos.

O projeto trará grandes benefícios para a cidade, envolvendo várias áreas, como educação e turismo.

Expectativa será a de receber cerca de três mil alunos por mês assim que estiver em

Educação Patrimonial: aprendendo a cidade que construímos

A Prefeitura de Catas Altas retomou a educação patrimonial nas escolas no carnaval de 2017. De lá para cá, diversas ações foram promovidas dentro do Projeto de Educação Patrimonial "Garimpendo Nosso Patrimônio".

Dentre elas, visitas ao Santuário do Caraça, à Igreja Matriz e aos prédios da Prefeitura e da Câmara; palestras; e outras atividades voltadas para o tema.

Em uma das ações, alunos da rede municipal acompanharam de perto a restauração de artes sacras.

Jornada do Patrimônio - outra atividade de destaque foi a realização da 6ª Jornada do Patrimônio Cultural de Minas Gerais em Catas Altas, em 2017.



O evento teve por finalidade mobilizar municípios, entidades e agentes culturais em torno do objetivo de estimular e desenvolver atividades que sensibilizem a sociedade para a promoção, valorização e preservação do patrimônio cultural.

Catas Altas se adequa para movimentar o turismo

Catas Altas tem trabalhado para se transformar em um dos melhores destinos turísticos de Minas Gerais. Para isso, a atual administração está promovendo diversas ações em todo o município. Confira:

✓ Restauração de equipamentos turísticos e do acervo do patrimônio cultural sacro da capela de Santa Quitéria.

O projeto pioneiro, aprovado pelo Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico de Minas Gerais (Iepha/MG), faz parte da primeira etapa do processo de restauração dos bens móveis do município.

Nesta etapa, foram restauradas 12 peças de médio e grande porte, todas elas tombadas e do século XVIII.

Durante os trabalhos, foi montado um ateliê no consistório dentro da Igreja Matriz. Ele ficou aberto à visitação dos moradores e de turistas.

✓ Implantação de sinalização turística, educativa e de identificação no Complexo do Maquiné, no Morro D'Água Quente, na sede e na Serra do Caraça;

✓ Profissionalização do *trade* turístico.

Catas Altas é cenário de minissérie da Rede Globo

As montanhas e o patrimônio histórico de Catas Altas foram escolhidos pela Rede Globo de Televisão para servirem de cenário da minissérie: *Se Eu Fechar Os Olhos Agora*.

De autoria de Ricardo Linhares e direção de Carlos Manga Júnior, a narrativa é uma adaptação da obra literária homônima de Edney Silvestre. A série, um thriller, se passa na fictícia São Miguel, em 1961, e contará a história de dois adolescentes que investigam um crime.

Durante a exibição da produção, que terá dez capítulos, será possível ver diversos atrativos de Catas Altas, como seu casario histórico e prédios públicos, a Praça Monsenhor Mendes, a igreja Matriz de Nossa Senhora da Conceição, a Serra e o Santuário do Caraça, o centro histórico, o Bicame de Pedra, o distrito do Morro D'Água Quente, entre outros.

Gravações - as gravações da minissérie movimentaram o município financeiramente e impulsionaram o turismo.

Prefeitura quer receber bem e mais turistas na cidade

Para receber bem os turistas, a Prefeitura qualificou o *trade* turístico com atividades de capacitação dos profissionais que trabalham em pousadas, receptivos, restaurantes e bares.

Em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac), em 2018, foram quatro capacitações: palestra "Receber bem o turista"; *workshop* de excelência em atendimento ao cliente; *workshop* de recepção em meios de hospedagem; e curso de boas práticas na manipulação de alimentos.

Maior projeto de capacitação do turismo - Neste ano, o trabalho já começou e vai resultar no maior projeto da história do município para o setor, já que serão investidos R\$ 220.700 na realização de 21 capacitações, totalizando 876 horas entre palestras, *workshops* e cursos.

Reflexo de todas essas ações é o fato de Catas Altas ter voltado a figurar o **Mapa do Turismo Brasileiro** versão 2017-2019, depois de ficar fora em 2016. Um avanço para a cidade que beneficia o desenvolvimento econômico.



Foto: Mauricio Fidalgo/Globo

Festas e eventos movimentam a população e valoriza a cultura de Catas Altas

Em 2017 e 2018, Catas Altas não parou. Diversas festas foram promovidas consolidando o município na arte de realizar os melhores eventos. Entre eles:

Carnaval com marchinhas, bandas, bonecões, desfile de blocos, muita música e felicidade.



Festa do Vinho: As XVII e XVIII edições da tradicional Festa do Vinho também foram um sucesso de público na cidade e região. As duas últimas edições contaram com uma programação variada, atraindo moradores e visitantes de diversas partes do país.

Com boa infraestrutura, muita música e atrações, a festa resgatou uma tradição que remete ao século XIX, quando as minas de ouro se esgotaram e a produção de vinho foi uma alternativa de subsistência.

14 Bis, Vanessa da Mata, Zé Geraldo, Roberta Campos e orquestras Ouro Preto, Fractal e Rockin' Strings foram algumas das atrações.

Melhores vinhos: além da produção cultural e gastronômica, a Festa do Vinho é tradicional na escolha da melhor bebida feita de jabuticaba pelos produtores locais.

Em 2017, os vencedores foram os vinhos de Geraldo Oliveira, Luzia Batista e Neli de Souza. Já em 2018, as melhores bebidas foram produzidas por Geraldo Oliveira, Luzia Batista e Neli de Souza.



Valorização da cultura, da arte e do esporte transforma Catas Altas



Torneio 1º de maio



Carnaval



Cavalgadas na sede e no Morro D'A'gua Quente



Dia Nacional do Patrimônio Cultural

Prefeitura promove e apoia eventos culturais, artísticos e esportivos realizados no município.

Em 2017 e 2018, foram quase 30. Entre eles estão:



Eco Inverno



Campeonato de Futebol Amador



Festa do Servidor

Festas religiosas, culturais e gastronômicas organizadas pelas comunidades.



Festa do Vinho



Mais eventos com qualidade e menor investimento: Prefeitura economiza quase 70% com festas

Investimentos na promoção dos três principais eventos da cidade.

**CARNAVAL
FESTA DO VINHO
CAVALGADA DA SEDE**

Investimento 2018:
R\$ 604.05,36
valor é **69% menor**
do que em 2012.

Analisando apenas a Cavalgada da sede realizada em 2018, constatou-se o **MAIOR PÚBLICO DA HISTÓRIA** com **INVESTIMENTO 70% MENOR** em relação à 2012.



ESPORTE E LAZER

Prefeitura oferece várias modalidades esportivas gratuitas e espaços adequados

Melhorar o condicionamento físico, ajudar na saúde emocional, facilitar o convívio social e desenvolver a autoestima são alguns dos vários benefícios que o esporte é capaz de possibilitar.

Pensando em promover uma melhor qualidade de vida para cidadãos de todas as idades, a Prefeitura de Catas Altas oferece para toda a comunidade a possibilidade de praticar diferentes esportes gratuitamente.

Melhorias - Além de oferecer várias modalidades (veja tabela abaixo), atendendo das crianças aos idosos, também deixou os espaços mais adequados para a prática de esportes.

Nestes dois anos, foram contemplados:

✓ **Quadra do Vista Alegre** (nova iluminação e reforma na cobertura).

✓ **Ginásios Poliesportivos do Vista Alegre e do Morro D'Água Quente** (reforma na cobertura e na parte elétrica).

✓ **Campo de futebol do Morro D'Água Quente** (instalação de iluminação com lâmpadas de vapor de sódio).



Atualmente, dez modalidades esportivas são oferecidas gratuitamente pela Prefeitura:



Mais de **3.300 alunos** já passaram pela escolinha de esportes nos dois primeiros anos.

Festival Sabores com Viola e Cavalgada de Catas Altas Em 2017, uma programação de qualidade marcou o retorno da Cavalgada de Catas Altas. Depois de dois anos sem acontecer, o evento foi reformulado em sua 17ª edição, ganhou um novo estilo, priorizando a música de viola e a gastronomia local com a criação do Festival Sabores com Viola. No ano seguinte, um grande público marcou presença na segunda edição da festa.

O evento conta com uma programação variada, totalmente gratuita, com premiações, shows, lazer e muita gastronomia.

Daniilo Reis e Rafael, Thiago Brava e Gustavo Mioto foram algumas das atrações de renome nacional que passaram pelo palco na cidade.



Já o tradicional Concurso de marcha para todas as raças reuniu os melhores animais em 12 categorias. Os vencedores receberam premiação em dinheiro e troféu.



Cavalgada do Morro D'Água Quente - As duas últimas edições anuais da Cavalgada do Morro D'Água Quente também foram marcadas pela participação de um grande público que desfrutou de uma programação repleta de atrações.

Na parte de shows, Boteco do Léu, Matheus Luccato, Reuber e Allan, Israel Novaes e Daniilo Reis e Rafael foram algumas das atrações.

No concurso de marcha, a participação foi grande. Quase 200 animais disputaram uma das 12 categorias com premiação em dinheiro e troféu para os vencedores.



Eco Inverno - Várias atrações marcaram a 8ª e a 9ª edição do Eco Inverno de Catas Altas. No ano passado, o evento terminou com recorde de atividades e de público: foram cerca de 40 atrações e mais de quatro mil participantes entre crianças, jovens, adultos e idosos.

A programação, que envolveu arte, cultura, educação, esporte, lazer e aventura, contou com oficinas (entre elas de desenho, fotografia



com celular, artesanato, mountain bike, pipa e papagaio, cerâmica, brinquedos reciclados, horta em garrafa pet, jogos, pintura facial, criação de abelha sem ferrão), exposições, shows e apresentações, atletismo, tendas de saúde, circuito de aventuras (rapel e canionismo), experimentos de física e matemática, observação dos astros, colônia de férias, corrida e passeio ciclístico, mostras de vídeo e slackline.

Água limpa e de qualidade: problema no tratamento é resolvido

Uma das primeiras providências da atual administração assim que assumiu em 2017 foi regularizar o tratamento da água que abastece o município que estava paralisado havia alguns meses.

A água não recebia cloração por falta de ortotoluidina, substância necessária no teste de mediação residual de cloro.



Com a aquisição do produto, uma ação simples, o tratamento foi retomado e garantiu-se mais qualidade de vida para a população.

Limpeza do reservatório - e além do tratamento, foi feita limpeza em uma das caixas d'água que abastecem a cidade. Há dez anos ela não era limpa e, por conta disso, durante a manutenção, foi retirada quase uma tonelada de sedimentos decantados.



Tratamento de esgoto é coisa séria em Catas Altas

Fazendo valer seu *slogan* de ser uma "Cidade histórica e ecológica", a Prefeitura tem realizado diversos trabalhos para melhorar as condições sanitárias tanto na zona urbana quanto na área rural do município.

Nos dois anos de governo, várias medidas já foram implantadas como manutenção da Estação de Tratamento de Esgoto, tratamento de resíduos e contratação da UFMG. Os resultados positivos já estão aparecendo.



Limpeza e manutenção da Estação de Tratamento de Esgoto (ETE)

O trabalho é realizado constantemente para melhorar o processo de tratamento do esgoto, evitando mau cheiro e outros problemas.

Em dois anos, a Prefeitura tratou quase 420 toneladas de resíduos sólidos, entre orgânicos e recicláveis coletados na cidade.



Reestruturação do setor garante mais saúde para todos

Garantir atendimento de primeira no município é um compromisso da atual Administração. Para isso, já realizou várias ações que resultaram em mais saúde para a população.

A contratação de mais um médico foi uma das medidas. O profissional é responsável pelos casos de urgência e emergência, que antes eram direcionados aos clínicos do Programa de Saúde da Família.

Com a contratação, o município - que já contava com duas equipes de Saúde da Família (Catas Altas e Serra do Caraça) - conseguiu aumentar o tempo de atendimento médico clínico, passando de 80 horas semanais para 120 horas.

Morro D'Água Quente - A melhora também foi sentida pela população do Morro D'Água Quente que passou a contar com atendimento médico três vezes por semana, às segundas, quartas e sextas-feiras.

O distrito ainda foi beneficiado com a realização de coleta de sangue no posto de saúde, proporcionando mais comodidade para os pacientes

Em 2 anos: mais de 150 mil atendimentos na saúde entre atendimentos médicos, especialidades, exames e procedimentos ambulatoriais.

Alguns números da saúde	2017 e 2018
Atendimentos médicos	19.932
Atendimentos médicos (especialidades)	5.704
Exames	6.013
Medicamentos entregues	3.428.937
Pessoas atendidas com medicamentos	44.210
Gastos com compra de medicamentos	R\$ 279.622,53
Pessoas transportadas na Saúde	290.690
Procedimentos ambulatoriais	115.999



Campanhas de vacinação foram realizadas com êxito

A Prefeitura de Catas Altas ampliou o acesso às vacinas. Por meio de campanhas e trabalho de conscientização, nos dois anos de Governo, os resultados foram positivos:

- ✓ 100% das crianças foram vacinadas contra poliomielite e sarampo antes do final das campanhas;
- ✓ 100% do grupo prioritário foi vacinado contra a influenza;
- ✓ 2438 doses de vacinas contra raiva foram aplicadas em cães e gatos.

Sem contar as ações de conscientização contra dengue promovidas nas escolas.





Investir na saúde pública é preservar a vida de todos os moradores de Catas Altas. Por isso, a atual Administração tem realizado diversas ações para garantir um serviço de saúde de qualidade.

E para que o atendimento seja feito em boas condições, a Prefeitura realizou intervenções nas unidades de saúde e está construindo outras.



Morro D'Água Quente: o Posto de saúde ganhou reparos e novos equipamentos. Além disso, uma unidade da farmácia municipal também está sendo construída.



Sede - já na sede, a nova farmácia terá tamanho triplicado após as obras de reforma e ampliação.

Trabalhando para ser primeiro município com saneamento em 100% da zona rural

Ações visam reduzir os recursos despendidos pelo poder público no tratamento de doenças vinculadas à má qualidade da água, que representam, de acordo com o Ministério da Saúde, de 80 a 90 % das doenças e internações no Brasil.

Para isso, por meio do projeto "Rio Vivo", em 2018, a Prefeitura fez o controle de atividades geradoras de sedimentação e a recomposição das Áreas de Proteção Permanente (APP) e de Nascentes. As ações já garantiram a melhoria na qualidade de vida dos moradores destas localidades.

Diagnóstico sanitário - Outro trabalho para melhoria das condições de saneamento do município foi a parceria com a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) para a realização de um diagnóstico da situação sanitária do município. O investimento foi da ordem de R\$ 403 mil.



Após análises, os alunos da UFMG elogiaram a infraestrutura encontrada e indicaram algumas melhorias.

Meta: 100% de saneamento na zona urbana com modernização e ampliação de rede de esgoto no Vista Alegre

Uma das maiores reivindicações da população vai sair do papel. Nos dois primeiros anos de governo, a Prefeitura realizou estudos para fazer a interligação do esgoto do Vista Alegre à Estação de Tratamento de Esgoto (ETE) do município.

O projeto está ficando pronto e as obras de modernização e ampliação das redes pluvial, água e esgoto do bairro devem ser iniciadas nos próximos meses.

Após a interligação, a cidade vai conseguir tratar 100% do esgoto da área urbana.



Educação Ambiental: conscientizando crianças para o futuro

Em 2017 e 2018, a Prefeitura fez questão de priorizar o trabalho de educação ambiental com as crianças e a população em geral.

Para isso, foram feitas diversas atividades entre passeios ecológicos, visitas à Estação de Tratamento de Esgoto (ETE), à Estação de Tratamento de Água (ETA) e à Usina de Triagem e Compostagem de Resíduos Sólidos; palestras; oficinas; curso de Recuperação e Proteção de Nascentes; e plantio de mudas.

As ações foram realizadas para celebrar a:

- ✓ Semana do Meio Ambiente.
- ✓ Dia Mundial da Água.
- ✓ Dia do Solo.
- ✓ Semana da Árvore.

Em uma das atividades foram plantadas 20 mudas nativas (Sibipiruna) e retiradas cerca de 10 toneladas de lixo no Rio Maquiné.



Homem do campo ganha espaço em Catas Altas: mais qualidade nos produtos

Em Catas Altas, o homem do campo passou a receber a devida atenção. Para isso, nos dois primeiros anos de governo, várias ações foram realizadas para capacitar e melhorar as condições de vida dos produtores rurais e de suas famílias.

Uma das mais importantes foi a Certificação dos Produtores Com Selo De Serviço De Inspeção Municipal (SIM). O Selo SIM certifica a qualidade de produtos de origem animal, comestíveis e não comestíveis, adicionados ou não de produtos vegetais, preparados, transformados, manipulados, recebidos, acondicionados, depositados e em trânsito no município.

A certificação dá oportunidade para que os pequenos produtores rurais comercializem seus produtos de acordo com a legislação sanitária, transformando-os em empresários da área urbana e rural.

Todo mundo sai ganhando: a ação também beneficia os consumidores que passarão a ingerir alimentos com qualidade e boa procedência.

Certificação para produção de orgânicos – Além do selo, os produtores foram capacitados para melhorar a qualidade da produção e receberam certificação para produção de orgânicos cultivados sem o uso de fertilizantes, herbicidas e outros produtos tóxicos.



A certificação foi conquistada após os agricultores criarem a Organização de Controle Social (OCS), junto a outros municípios, tornando a região a primeira da área metropolitana de Belo Horizonte a possuir essa certificação participativa de OCS.



Professores de Catas Altas ganham direito à férias prêmio

O direito foi incluso no artigo 109 da Lei Complementar 138/2002 sobre a contagem de efetivo exercício de magistério e atualiza o Plano de Cargos e Remuneração do Magistério no município.

Com a alteração, além de licenças por acidente em serviço, doença grave e para gestantes; afastamento por motivo de casamento, falecimento de cônjuge, filhos, pai, mãe ou irmão; e férias anuais, a licença prêmio passa a contar como tempo efetivo de carreira.



No caminho da educação: rota de transporte escolar é ampliada

Em 2017 e 2018, a Prefeitura fez questão de garantir transporte escolar adequado para alunos da rede municipal e para os jovens que precisam cursar o ensino superior ou técnico fora da cidade.

Cerca de 340 estudantes são transportados todos os dias em uma das nove rotas disponíveis dentro do município (incluindo o distrito do Morro D'Água Quente e a zona rural), e para outras cidades.

Investir na educação é investir no futuro de Catas Altas

A Prefeitura de Catas Altas acredita que é preciso investir em educação para que tenhamos de fato uma cidade mais justa e de mais oportunidades. Por isso, a atual Administração realizou diversas ações para melhorar as condições de aprendizagem dos alunos. Confira:

✓ Entregas de **kits escolares** (completos) e **uniformes** para todos alunos da rede municipal.

✓ Retomada do **Programa Educacional de Resistência às Drogas** (Proerd).

Você na Universidade – outra ação que beneficiou os estudantes de Catas Altas foi a criação do programa "Você na Universidade". Com ele, cinco alunos do ensino superior foram selecionados e tiveram direito à uma bolsa mensal no valor de R\$ 800 para ajudar no custeio das mensalidades em instituições particulares.



Sala de Recursos Multifuncionais proporciona educação inclusiva

Em parceria com a Vale, a Prefeitura de Catas Altas inaugurou a **Sala de Recursos Multifuncionais**, onde é oferecido Atendimento Educacional Especializado (AEE) à crianças com algum tipo de deficiência, transtorno global de desenvolvimento ou altas habilidades, comprometimentos sensoriais, físicos, intelectuais ou comportamentais.

A **Sala AEE** proporciona a estes alunos da educação inclusiva um trabalho complementar específico para que possam superar ou compensar suas limitações, desenvolvendo e explorando ao máximo suas competências e habilidades.

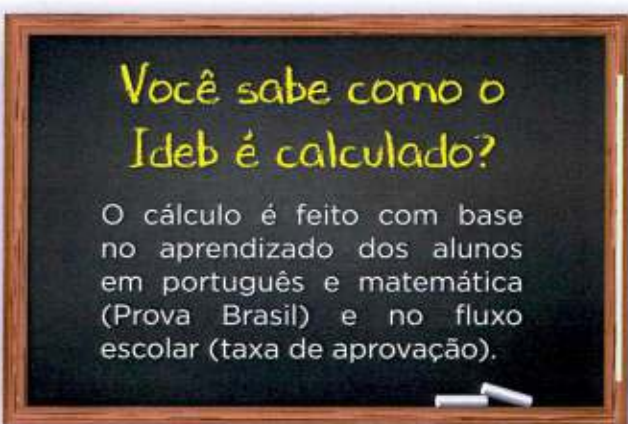
EDUCAÇÃO

Educação municipal de Catas Altas superou os índices de países desenvolvidos

O resultado do Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (Ideb) de 2017 constatou que a qualidade da educação municipal de Catas Altas superou o índice de países desenvolvidos.

A nota obtida com a avaliação dos alunos do 5º ano foi de 7 pontos e é a maior desde a criação do índice. O valor supera, inclusive, a meta estabelecida para a cidade em 2021, que é de 6,7 pontos. Para 2019, o esperado é 6,4.

Catas Altas tem entre 70% e 80% dos alunos com aprendizado adequado. Índice era esperado para 2022.



Desempenho da Catas Altas no Ideb nos últimos anos:

2005 - 4,6 pontos
2007 - 3,9 pontos (Meta 4,7 pontos)
2009 - 5,2 pontos (Meta 5 pontos)
2011 - 5,7 pontos (Meta 5,4 pontos)
2013 - 5,9 pontos (Meta 5,7 pontos)
2015 - 5,5 pontos (Meta 5,9 pontos)
2017 - 7,0 pontos (Meta 6,2 pontos)

Educadores de Catas Altas são valorizados e capacitados

O bom desempenho das escolas municipais dependem diretamente da valorização dos educadores. Por isso, a Prefeitura de Catas Altas investiu na capacitação desses profissionais e firmou uma parceria com o Centro de Educação e Documentação para a Ação Comunitária (Cedac).



Prefeitura de Catas Altas investe R\$ 300 mil na capacitação de educadores.

Cerca de 80 educadores da rede municipal participaram de uma capacitação promovida pelo Cedac. O curso teve como foco o aprimoramento do trabalho pedagógico.

A comunidade toda é beneficiada!

As famílias e os alunos serão beneficiados indiretamente com a capacitação, uma vez eles serão contemplados através das ações pedagógicas e do compartilhamento das experiências.

SEGURANÇA

Prefeitura investe em segurança e instala mais de 200 câmeras em prédios públicos

A Prefeitura de Catas Altas deu mais um passo em prol da segurança no município.

Todos os prédios públicos, incluindo secretarias, escolas, postos de saúde, estações de tratamento de água e esgoto, usina de triagem, garagem e Centro de Referência Social (Cras), tanto da sede quanto do distrito do Morro D'Água Quente, estão sendo monitorados 24 horas por dia através de alarmes, câmeras de segurança e serviço de ronda motorizado.

Foram instalados 282 sensores de alarme na parte interna dos prédios e 214 câmeras externas.

A troca das lâmpadas por LED em 100% das ruas do município, incluindo o distrito, também contribuiu para o aumento da segurança.



Efetivo da PM cresce 80% em Catas Altas

POLÍCIA MILITAR DE MINAS GERAIS

Os avanços e projetos relacionados à segurança pública continuaram com o aumento do efetivo da PM em 80%. Atualmente, são nove policiais em ação.

Além disso, a atual Administração está pleiteando junto ao Estado uma nova viatura para a PM e vai continuar fazendo a manutenção dos veículos existentes.

Lei que cria Guarda Municipal foi sancionada

A Prefeitura de Catas Altas sancionou a lei 597/2018 que cria a Guarda Municipal. A lei dispõe sobre a criação da corporação bem como normaliza a respectiva carreira com regime especial de trabalho.

serviços e instalações municipais; fiscalização e controle do tráfego e do trânsito de veículos no âmbito do território municipal; atuação conjunta com a Defesa Civil, nos casos de calamidade pública; entre outros.

No total, foram criadas 12 vagas. Os efetivos atuarão como reforço na segurança comunitária, tendo como missão a proteção dos bens,

Os guardas serão contratados por meio de concurso público a ser realizado ainda em 2019.

DESENVOLVIMENTO SOCIAL

Profissionalização da população coloca Catas Altas no caminho do desenvolvimento

A atual gestão de Catas Altas enxerga o cidadão como peça fundamental para o desenvolvimento da cidade.

Nesse sentido, como valorização, a Prefeitura vem fazendo investimentos na profissionalização da população, de forma a torná-lo peça fundamental para o aumento do desenvolvimento e bem-estar social do município.

Quase 2500 pessoas são capacitadas em oficinas e cursos gratuitos.

Para isso, a Prefeitura tem realizado cursos em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural (Senar) e oficinas na sede, distrito e na zona rural.

Em dois anos, foram 135 atividades com participação de 2489 pessoas entre crianças, jovens, adultos e idosos.



Entre os cursos oferecidos:

- ✓ Pintura em Tecido.
- ✓ Técnico em Saúde Bucal.
- ✓ Técnico Cuidador de Idosos.
- ✓ Preparação de Cardápio com Aproveitamento de Alimentos.
- ✓ Corte e Costura - Confeção de Vestuário.
- ✓ Brigadista de Emergência.
- ✓ Carpinteiro.
- ✓ Bombeiro Hidráulico.
- ✓ Operador de Pá Carregadeira.
- ✓ Operador de Retroescavadeira.
- ✓ Jardinagem.
- ✓ Apicultor.
- ✓ Informática básica para idosos.
- ✓ Informática básica para crianças e adolescentes.
- ✓ Web design.
- ✓ Agente Conductor de Turismo Rural.



Capacitações atingem representantes envolvidos nas políticas públicas sociais



Secretarias de Saúde e Educação; membros dos conselhos da Assistência Social e dos Direitos da Criança e do Adolescente; entre outros.

Entre os temas:

- ✓ A ampliação do conhecimento sobre políticas públicas.
- ✓ O entendimento da forma de acesso aos serviços sociais.
- ✓ O empoderamento dos conselheiros municipais, em relação a compreensão e apropriação do papel de conselheiros.
- ✓ O fortalecimento do trabalho integrado entre os setores.
- ✓ E o entendimento do papel de cada um na rede de proteção.

E não é somente a população geral que teve a oportunidade de se capacitar. A Prefeitura acredita que o servidor público contribui muito para o crescimento e desenvolvimento do município. Afinal, seu papel maior é servir a sociedade.

Por isso, a atual Gestão promoveu capacitações voltadas para os diversos seguimentos envolvidos nas políticas sociais como representantes do Conselho Tutelar, da Polícia Militar e das

Morro ganha novo calçamento e melhoria na infraestrutura



Outra obra de grande impacto também teve início no final do ano passado e já está mudando a cara do distrito.

O projeto de melhoria na infraestrutura inclui a substituição do calçamento de pedras por bloquetes em quatro ruas principais do distrito (Direita, Paracatu, Senhor do Bonfim e São Luiz), do meios-fios, das redes de esgoto sanitário e de drenagem pluvial e do piso da ponte na Rua Direita.

Também estão sendo construídos passeios e dez passagens elevatórias para pedestres. As passagens vão garantir mais segurança, com a redução de velocidade nas ruas.

Os trabalhos devem durar cerca de um ano e estão estimados em R\$ 1.481.190,68.

Cavalgada do Morro D'Água Quente: tradição

A Cavalgada do Morro D'Água Quente é uma tradição do distrito e é mantida pela atual Administração.

Nos dois anos, o evento contou com shows (entre eles, Israel Novaes, Danilo Reis e Rafael e Matheus Luccato), rodeiro profissional em 2017, concurso de marcha para todas as raças com participação de quase 200 animais nas duas edições e feira gastronômica.

A festa foi aprovada pela população que fez questão de marcar presença.



ZONA RURAL: Melhorias na infraestrutura aumentam a qualidade de vida dos moradores

A Prefeitura de Catas Altas também melhorou a infraestrutura na zona rural, proporcionando ganhos sociais e econômicos duradouros. Em dois anos de gestão, foram realizadas diversas ações e obras para melhorar a qualidade de vida da população. Confira:

Entrega de caixa d'água de cinco mil litros.

Construção de poço artesiano para o posto de atendimento médico e capela local na comunidade do Mato Grosso.

Recuperação de 10 quilômetros de estradas na zona rural.

Reformas e instalação de mata-burros nas estradas vicinais e no Córrego João Alves.

Construção de pontes nas comunidades do Japonês e Vinhateira.

Instalação de uma academia ao ar livre na comunidade da Paciência.

Ampliações nas vias de acesso do Bileto à Valéria.

Reforma do posto de saúde no vilarejo do Mato Grosso.

Participação: Além das obras, a atual Administração faz questão de envolver os moradores da zona rural nas discussões envolvendo a cidade.

Para isso, realizou várias reuniões na Paciência, Valéria, Mato Grosso, Bileto e Bitencourt (além da sede e do distrito do Morro D'Água Quente), momentos em que a população pôde participar, dando sugestões e contribuindo para o crescimento do município.

DISTRITO E ZONA RURAL

Prefeitura executa 55% das ações previstas no Plano de Governo para o Morro D'Água Quente em apenas dois anos

As realizações são muitas. Entrega de correspondências em casa, que facilitou a vida dos moradores (antes era preciso ir até a sede); ampliação da oferta de vacina; coleta de sangue no posto de saúde; implantação do transporte de emergência; e sinalização turística com instalação de placas com identificações de igrejas, cachoeiras, trilhas ecológicas, construções históricas e locais de lazer no distrito.

E tem muito mais. Confira!



Morro D'Água Quente conectado: distrito conta com sinal de telefone celular

Os moradores do Morro D'Água Quente agora estão conectados.

No final de 2018, a Prefeitura realizou a instalação de um sistema repetidor de sinal de celular GSM/3G. E em fevereiro deste ano, o distrito passou a receber o sinal de todas as operadoras, inclusive com 4G. A obra custou R\$ 89.190,75.

Reforma na Escola João XXIII: espaço mais adequado para favorecer aprendizado dos alunos

Com investimento de quase R\$ 88 mil no projeto, a Prefeitura realizou uma reforma completa na escola João XXIII que atende a quase 160 alunos da educação infantil ao 9º ano do ensino fundamental.

Entre as intervenções realizadas, foram feitas troca de piso, pintura, revisão e instalação de novas redes elétrica, de telefonia, de água e esgoto, recolocação de forro, manutenção completa do telhado, troca de portas e janelas, entre outros serviços.

A escola ficou linda.



Ações voltadas para a sociedade promovem cidadania e inclusão

Em 2017 e 2018, a Prefeitura realizou diversas ações voltadas a grupos sociais nas mais diversas áreas.

- ✓ Dia da Beleza com o grupo de Saúde Mental.
- ✓ *Workshop* sobre a inclusão da pessoa com deficiência no mercado de trabalho e no esporte.
- ✓ Conferência para discutir políticas públicas para crianças e adolescentes.
- ✓ Palestra e confraternização para celebrar o Dia dos Idosos.



Trabalho não para Prefeitura oferece diversos serviços à população

Melhorar a qualidade de vida da população, garantindo dignidade, saúde e bem-estar, é uma preocupação constante da atual gestão.

Para isso, vários serviços estão à disposição e são concedidos de acordo com regras pré-estabelecidas.



Serviços	Atendimentos em 2017 e 2018
Pessoas atendidas na assistência social.....	3955
Pessoas participantes em cursos e oficinas	2489
Cursos e oficinas realizados	135
Pessoas atendidas no CRAS	2155
Auxílio reforma Moradia	175
Auxílio Funeral	7
Auxílio Natalidade	13
Auxílio Alimentação (Cestas básicas doadas)	317
Auxílio Transporte	2326
Auxílio moradia (Aluguel Social)	48

Outros serviços:

Além disso, por meio do Sistema Integrado de Administração Tributária (SIAT), a Prefeitura oferece serviços relacionados ao Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (Incra), emite carteira de trabalho e certificado de Reservista e funciona como casa do Microempreendedor Individual (MEI).

Identidade - Em 2018, em parceria com a Polícia Civil, a Prefeitura realizou um mutirão para expedição de Carteiras de Identidade.

No total, foram emitidos 68 documentos para pessoas que haviam se cadastrado previamente na Secretaria de Desenvolvimento Social.

Prefeitura se compromete com o bem-estar das crianças e adolescentes de Catas Altas

Em 2018, a Prefeitura de Catas Altas assinou um Termo de Ajustamento de Conduta (TAC) com o Ministério Público do Trabalho para implementação de políticas públicas de prevenção ao trabalho infantil e regularização do trabalho do adolescente.

Objetivo é erradicar o trabalho exercido por crianças e adolescentes de forma irregular.

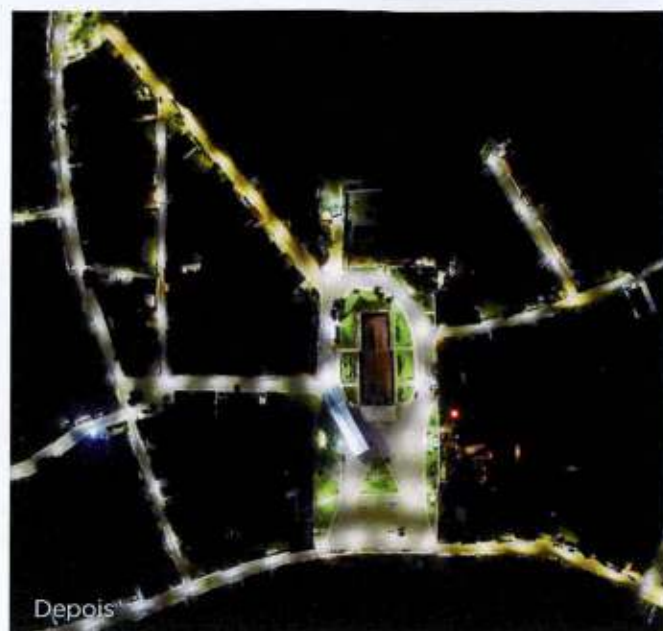


SERVIÇOS URBANOS, OBRAS E VIAÇÃO

Catas Altas é a primeira cidade mineira a ter 100% das ruas com LED



Antes



Depois

A Prefeitura de Catas Altas investiu cerca de 2,2 milhões na modernização da iluminação pública do município. Esse foi o maior investimento da história na melhoria da iluminação pública.

O trabalho consistiu na substituição de 100% das lâmpadas por LED em todas as ruas e praças da

sede e do distrito do Morro D'Água Quente. A nova iluminação também deixou a cidade mais segura.

Rua da Praia - Além da troca por LED, parte da rua da Praia (nunca havia sido iluminada) também recebeu iluminação.

Obras de infraestrutura atingem sede, distrito e zona rural

Nos dois primeiros anos de governo, a Atual Administração fez questão de trabalhar para melhorar as condições de saneamento e infraestrutura.

Para isso, realizou uma série de obras. Uma delas foi a construção de um sistema de escoamento de água das chuvas no bairro Vista Alegre, na rua da Outra Banda.

Continuando as ações preventivas contra os alagamentos em períodos de chuva, realizou limpeza nos tubos de aço que ficam embaixo da ponte sobre o rio Maquiné.

No bairro Sol Nascente, famílias foram beneficiadas com o calçamento na rua Antônio Catazana. As redes de água e esgoto também foram refeitas, incluindo a ligação até a Estação de Tratamento de Esgoto (ETE).

Morro D'Água Quente - as obras também chegaram ao distrito, onde estão sendo substituídos o calçamento de pedras por bloquetes em quatro ruas principais. Novos

passeios e dez passagens elevatórias para pedestres também fazem parte do projeto que já está em execução.

Zona rural - Já nas comunidades do Japonês e da Vinhateira, as obras para construção das pontes estão aceleradas e devem ser finalizadas ainda no primeiro semestre deste ano. Este foi um dos cinco projetos escolhidos pela população para fazer parte do Plano Plurianual (PPA).



A população elegeu 5 projetos prioritários:

1

Construção do Centro Educacional Agnes Pereira Machado.

PROJETO EM ANDAMENTO

2

Modernização e ampliação das redes pluvial, de água e esgoto do bairro Vista Alegre.

A SER INICIADO NOS PRÓXIMOS MESES

3

Implantação de sistema de monitoramento eletrônico em prédios públicos.

REALIZADO

4

Construção de poços artesianos na área rural.

OBRA EM ANDAMENTO

5

Restauração da Ponte dos Perdões e construção de pontes nas localidades de Vinhateira e Japonês.

OBRAS EM ANDAMENTO

Além das conversas, outro canal é o Portal da Transparência. Nele, é possível encontrar receitas, despesas, banco de empregos, leis, entre outras funções que possibilitam o cidadão ter conhecimento do que acontece na administração.

Um dos destaques do Portal da Transparência, é o Sistema Eletrônico de Serviço de Informações

ao Cidadão (e-SIC). Com ele, qualquer pessoa, física ou jurídica, pode solicitar informações de forma simples e acompanhar a tramitação do pedido.

Prestação de contas: para completar, todas as movimentações financeiras e ações realizadas pelo município foram expostas à população em audiência públicas.

Mais oportunidades para Catas Altas

Desde que assumiu em 2017, a atual gestão tem se preocupado em promover ações para desenvolver o município economicamente.

Uma delas foi criar o Banco de Empregos on-line dentro do Portal da Transparência. A ferramenta funciona como uma central de empregos à população.

E ainda, a Prefeitura incentivou e facilitou a implantação de fibra ótica no município, garantindo o acesso à internet com mais qualidade e maior velocidade na transmissão dos dados.

80% de aprovação Trabalho bem-feito com reconhecimento da população

Governo de Catas Altas obteve quase **80% de aprovação**. O reconhecimento pelo trabalho bem-feito foi dado durante um importante seminário que reúne Prefeitos, Vice-Prefeitos, Vereadores, Procuradores Jurídicos, Controladores Internos, Secretários e Assessores Municipais de todo o Brasil.

Propostas feitas, são propostas cumpridas

Quase **60% das ações previstas** no plano de governo para os 4 anos foram executadas **em apenas dois anos**.

265
previstas

154
executadas ou
já em andamento



ADMINISTRAÇÃO & GOVERNO

Servidor valorizado: melhor atendimento ao cidadão



Em dois anos de governo, a atual gestão fez mais para os seus servidores do que as administrações anteriores.

Além de pagamento em dia, inclusive do 13º (mesmo em época de crise financeira), destaca-se ainda a revisão de 6,58% no salário em 2017 e aumento de 25% no vale-alimentação que passou de R\$ 96 em 2017 para R\$ 120 em 2018.

Também foram liberados os pagamentos da progressão de carreira aos servidores concursados que estavam atrasados desde junho de 2016 e aprovada a lei que garante férias prêmios aos professores de Catas Altas.

E não parou por aí. Também foram promovidos cursos de capacitação, entregue uniformes para os funcionários da secretaria de Serviços Urbanos, Obras e Viação e realizadas festas e jantares em homenagem ao dia do servidor.

Aumento no vale-alimentação



Aumento de **33,33%** com pouco mais de **12 meses** de governo.

Em Catas Altas, a população tem voz

Dar voz à população é compromisso da atual gestão. Para isso, vários canais foram criados para que todos possam não só acompanhar de perto tudo que é feito, como dar sua contribuição na construção da cidade.

Em 2017, a prefeitura realizou rodas de conversas em todos os bairros, distrito e comunidades rurais. Mais de 550 pessoas participam da atividade. Esta é a primeira vez na história de Catas Altas que a Prefeitura ouviu de perto o que os moradores tinham a dizer.

Além das demandas de saúde, meio ambiente, educação, transporte, turismo, obras e outros questionamentos, os encontros serviram para ajudar na elaboração do Plano Plurianual (PPA) de Saúde, dos planos municipais de Saúde e de Assistência Social e para discutir as melhorias nos setores.

E o resultado desta ação foi melhorias e desenvolvimento para o município.

Melhorias trazem diversos benefícios para os moradores de Catas Altas

A Prefeitura de Catas Altas realizou diversas reformas e ampliações para garantir melhores condições aos cidadãos.

Na área da saúde, foram feitas várias intervenções no Posto de Saúde do Morro D'Água Quente, incluindo reparo na estrutura física, distribuição de medicamentos e a ampliação de atendimentos.

As obras de ampliação e restauração da farmácia municipal de Catas Altas e a construção de uma unidade no Morro D'Água Quente estão bastante adiantadas. Elas devem ser concluídas ainda neste primeiro semestre.

E não é só a saúde que está melhorando em Catas Altas. As áreas da educação, esporte e lazer receberam a devida atenção da Prefeitura com as seguintes reformas:

✓ Reformas na Escola Municipal João XXIII (Morro D'Água Quente) e Escola Municipal Agnes Pereira Machado.

✓ Reformas na cobertura e na parte elétrica dos ginásios poliesportivos do bairro Vista Alegre e do Morro D'Água Quente.

Para que a população tenha mais conforto e comodidade, a Prefeitura de Catas Altas também reformou a capela do cemitério municipal e melhorou o espaço do velório com colocação de ventiladores e cadeiras confortáveis. Além disso, foram iniciadas as obras do novo velório do Morro D'Água Quente.



O QUE VEM POR AÍ

Conheça as obras e as ações que já estão em andamento para início nos próximos meses.

- ✓ Reforma/ampliação do centro de Saúde Amélia Cota Hosken.
- ✓ Reforma/ampliação do balneário do Morro D'Água Quente.
- ✓ Novo paisagismo da Praça da Matriz.
- ✓ Construção do Centro Educacional.
- ✓ Construção de elevatória para retirada de esgoto no Rio Maquiné.
- ✓ Troca do calçamento e obras de infraestrutura (novas redes de água e esgoto) nas ruas Augusto Franklin, Juca Alves, Nico Bileto, Carlos Arthur Hosken, Felício Benevenuto, José Bernardo Magalhães, Margarida Pereira, Felício Alves e Lands Mendes da Fonseca.
- ✓ Construção de mini ETE na Rua Felício Alves.
- ✓ Construção de ETA no Morro D'Água Quente.
- ✓ Construção de reservatório de água no Vista Alegre.
- ✓ Construção de nova unidade para o PSF Centro/Santa Quitéria/Sol Nascente.
- ✓ Construção de casas populares.



Fique ligado
nos horários de coleta do seu bairro

Rotas/Bairros	Horário	Dias de Coleta
Centro (Coleta residencial)	das 7h10 às 8h	2ª a 6ª feira e sábado
São Judas Chacrinha Outra Banda	das 8h às 9h	2ª, 4ª e 6ª feira
Vista Alegre	das 9h às 10h30	2ª, 4ª e 6ª feira
Centro (Coleta comercial)	das 10h30 às 11h15	2ª a 6ª feira e sábado
Santa Quitéria	das 8h às 8h45	3ª, 5ª e sábado
Vila Rica Sol Nascente	das 8h45 às 10h	3ª, 5ª e sábado
ACBECA	das 10h às 10h45	3ª, 5ª e sábado

Expediente:

Assessoria de Comunicação - Prefeitura Municipal de Catas Altas
Fotos: Acervo da Prefeitura Municipal de Catas Altas
Jornalista Responsável: Daniela Almeida - Mtb. 34.392
E-mail: imprensa@catasaltas.mg.gov.br / comunicacao@catasaltas.mg.gov.br
Telefone: 31-3832-7583
Projeto Gráfico: 14 Comunicação
Impressão: Gráfica Formato
Tiragem: 2500 exemplares

JORNAL Prestação de Contas

INFORMATIVO DA PREFEITURA MUNICIPAL DE CATAS ALTAS 2017/2018



**Primeira cidade mineira
com 100% das ruas
iluminadas por LED**

Foram investidos cerca de
2,2 milhões na modernização
da iluminação pública