

**Tatiana de Sousa** | Relações Públicas Pleno

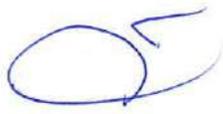
Graduada em Relações Públicas e graduanda em Jornalismo pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Possui experiências nos três setores da sociedade civil. Atuou como Assessora de Imprensa e de Comunicação da Secretaria de Estado de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia e Ensino Superior de Minas Gerais (SEDECTES). Foi membro da equipe de Comunicação de projetos de mobilização social, entre eles o Programa Nacional de Saneamento Rural (PNSR), o Centro de Desenvolvimento Humano (Crepúsculo) e o Polo de Integração da UFMG no Vale do Jequitinhonha. Entre as empresas privadas, integrou o Marketing da agência Master Turismo e do Grupo Bonsucesso. Participou, também, da equipe de Comunicação da mineradora Ferrous Resources do Brasil.

**CRIAÇÃO****Cesar Turbuck** | Diretor de Criação

Possui mais de 9 anos de experiência no mercado publicitário e atuou como diretor de criação nas agências Lume Comunicação, Aliás Comunicação e Novos Conceitos. Realizou campanhas de grande porte para clientes dos setores público e privado, como CRH, Fundação Torino, UNA, Colégio Santo Agostinho, Governo de Minas, Assembleia de Minas, IFMG, Prefeitura de Ipatinga e Prefeitura de Montes Claros. Possui também experiência em UX/UI Design e marketing digital, tendo, nos últimos anos, realizado campanhas para a Plan B Comunicação com grande foco em conversão para clientes como Direcional Engenharia, Cotemig, PUC Minas, IESB, entre outros. Ainda, participou de projetos do Programa de Competitividade Industrial Regional (PCIR) e do Programa Internacional da FIEMG Expand.

**Alice Barreto** | Diretora de Arte Pleno II

Graduada em Design Gráfico pela Universidade Estadual de Minas Gerais (UEMG). Trabalhou como designer coordenadora no Ceale (Centro de alfabetização, leitura e escrita) por 1 ano, e como responsável pela diagramação e criação de anúncios da Revista Informador das Construções, por 6 anos. Durante a sua carreira focou na criação de peças impressas e design editorial. Trabalhou na agência Fazenda Comunicação & Marketing durante 3 anos e foi responsável pela diagramação de livros e revistas, além da criação de anúncios para clientes como Assembleia Legislativa de Minas Gerais, Prefeitura de Ribeirão das Neves, Itaúna, Pouso Alegre, Formiga, Confins, Câmara de Mariana, Congonhas e Arcos. Trabalha na Brasil84 desde 2016 como diretora de arte.

  
**Robson de Carvalho** | Diretor de Arte Pleno II

Graduado em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Newton Paiva formado em 2006. Possui 10 anos de experiência na área e trabalhou como designer de interfaces e ilustrador, na atual UOL Educação, por 6 anos, onde realizou trabalhos relevantes para empresas como Vivo, Petrobrás, Avon, Magazine Luiza, Sebrae, dentre outros. Atuou como UI/UX e ilustrador na Universidade Corporativa Fiat (ISVOR), onde realizou trabalhos para setores de capacitação, além de campanhas internas. Em sua atuação como designer gráfico e diretor de arte, atendeu clientes como Belgo, Precon, Unimed e Hyper Island.

**Lucas Rodrigues** | Diretor de Arte Pleno I

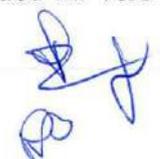
Formado em Comunicação Visual em 2014 pelo SENAI, começou na área gráfica na Virgulinas Comunicação, onde ficou até 2017. Também cursou Ilustração Profissional na escola Casa dos Quadrinhos, em 2016. É designer gráfico, ilustrador e street artist. Desde que profissionalizou sua atuação na arte urbana, já participou de duas edições do Festival Faísca do BDMG e foi selecionado para o Mural Liberdade e para o edital Gentileza Urbana, da Prefeitura Municipal de Belo Horizonte. Participou da segunda edição do CURA, movimento que convida artistas locais e internacionais. Expôs suas obras no Japão, pelo Flower Design Awards, e no Khalúa, em Belo Horizonte.

**Carla Tomizawa** | Diretora de Arte Junior

Graduada em Cinema de Animação e Artes Digitais na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Como designer gráfica, ilustradora e animadora 2D digital, especializou-se em apresentações de impacto, desde 2015 fazendo trabalhos para clientes como CRH, CH Tecnologia, Mastermaq, Reserva, Sambatech e Hyperloop. Dirigiu e trabalhou com curtas de animação e teve trabalhos de fotografia e artes visuais expostos na Escola Livre de Artes - Arena da Cultura em Belo Horizonte, 2018.

**Thiago Andrade** | Redator Publicitário Pleno

Graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo e pós-graduado em Comunicação Corporativa pelo Centro Universitário Newton Paiva. Enquanto estagiário, já trabalhou como repórter nos jornais Turismo de Minas e Jornal Holandês. Além disso, atuou na assessoria de imprensa do Colégio Sagrado Coração de Maria, de Belo Horizonte. Estagiou, também, na Associação Mineira de Rádio e Televisão (Amirt), produzindo matérias para a Revista da Amirt e programetes de rádio distribuídos aos associados. Em 2008, entrou para a Fazenda Comunicação, onde permaneceu até 2012, criando conteúdos para revistas e jornais institucionais e atendendo clientes. De 2012 a 2014, atuou na Vero



Brasil Comunicação como redator de campanhas publicitárias e também como atendimento. Em 2014, retornou à Fazenda Comunicação para assumir a redação de campanhas e gerenciar as redes sociais de alguns clientes. Em 2018, passou a integrar a equipe da agência Brasil84.

**Rafael Wehbe** | Redator Publicitário Pleno

Graduado em Direito pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas, pós-graduado em Direito Público pelo Unicentro Newton Paiva e pós-graduado em Comunicação Pública pela Faculdade Unyleya. Possui diversos cursos de aperfeiçoamento na área jurídica, licitações, comunicação pública e empresarial, redação oficial, entre outros.

Tem experiência profissional na área jurídica, em órgãos públicos e instituições particulares, bem como de comunicação pública e empresarial. Há 9 anos presta serviços especializados de redação na elaboração de projetos e propostas técnicas publicitárias em procedimentos licitatórios, como redator em agências de publicidade e propaganda, tais como a Fazenda Comunicação e HS Publicidade.

**Fernanda Santiago** | Redatora Publicitária Junior

Graduanda, cursando o 6º período em Letras na habilitação Inglês com ênfase em Edição e Tradução, na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Atuou como monitora de inglês na escola de idiomas FISK. Possui experiência profissional em revisão de textos, planejamento de mídia, contato com veículos, acompanhamento das veiculações e elaboração de processos para faturamento. Na agência Brasil84, atua no cargo de redatora e é uma dos responsáveis pela redação das peças, além da revisão ortográfica dos textos.

**Joyce Costa** | Revisora Ortográfica

Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas). Além de experiências na área de revisão, possui experiência profissional na área administrativa/financeira. Há alguns anos trabalha como revisora e presentemente atua na Brasil84.

**MÍDIA E PERFORMANCE**

**Camila Lacerda** | Mídia Off-line

Graduada em Publicidade e Propaganda em 2011, e Relações Públicas em 2013, ambos os cursos pela PUC Minas, trabalha no setor de mídia desde 2014. Já atuou como assistente de mídia na agência Lume Comunicação, onde desenvolvia o planejamento para clientes, o relacionamento com veículos de variados portes e a liberação de campanhas em nível municipal. Já na Fazenda Comunicação,

além de realizar os mesmos processos, passou a gerenciar uma equipe e liberar campanhas de âmbito estadual. Entre os principais clientes atendidos estão a Assembleia Legislativa de Minas Gerais (ALMG); Secretaria Estadual de Saúde e Meio Ambiente; Prefeitura de Pouso Alegre; Prefeitura de Guaxupé; Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Rio de Janeiro (CREA-RJ); Prefeitura de Itabirito; Prefeitura de Itabira; Prefeitura de Pedro Leopoldo; e Câmara de Poços de Caldas.

#### **Fabrizio Lamas** | Mídia On-line & Performance

Graduando em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário UNA, possui também certificação de Marketing de Conteúdo pela Rock Content. Já atuou como supervisor operacional, consultor comercial, gestor de contas e analista de mídia de performance. Tem experiência em criação de campanhas on-line, na elaboração de briefings, criação de peças para redes sociais, planejamento e acompanhamento de demandas, dentre outros. Na agência Brasil84, atua no setor de Mídia On-line.

#### **PRODUÇÃO GRÁFICA**

#### **Wlamir Gaia** | Produtor Sênior

Graduando em Administração pela Newton Paiva, possui experiência em gestão comercial. Já atuou no estudo de produtos no mercado, na produção de campanhas publicitárias, na análise de resultados e definição de meta, dentre outros. Trabalhou em empresas como Probank S.A., Egesa Engenharia, Indústria Santa Clara S.A., Friopeças e i3 Gráfica Digital.

#### **Amanda Santos** | Faturamento

Com experiência na área comercial, administrativa e financeira, foi gerente em uma rede de ótica e atuou no Sindicato dos Permissionários Autônomos do Transporte Suplementar e Alternativo de Passageiros dos Municípios da Região Metropolitana de Belo Horizonte (SINDPAUTRAS). Atualmente, trabalha no setor de produção gráfica da Brasil84, sendo responsável pela elaboração de processos para faturamento e gestão do relacionamento entre a agência e os fornecedores.

#### **SOCIAL MEDIA**

#### **Thaís Soares** | Coordenadora de Social Media

Graduada em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário UNA, possui também técnico em Computação Gráfica pelo Coltec; nanodegree em Marketing Digital pela Udacity; e Certificações em Gestão de Mídias Sociais, SEO, Produção de Conteúdo Web, Marketing de Conteúdo e

Inbound Marketing, pela Universidade Rock Content. Possui ampla experiência no gerenciamento e planejamento de redes sociais, na gestão de projetos on-line e na produção de conteúdos, dentre outros. Possui cases de clientes como Unimed Centro-Oeste, Localiza, IVECO, CNH Industrial e New Holland Agriculture em seu portfólio.

**Andreza Abreu** | Analista de Social Media Pleno

Formada em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário de Belo Horizonte e atuante na área digital há 5 anos. Atualmente focada na produção de conteúdos, relacionamento e mensuração de resultados para as redes sociais, também já atuou nas áreas de redação, comunicação interna e planejamento de inbound marketing na Saritur, Founders Digital, Komuh Digital, Marph e Grupo Cidade Comunicação.

**Jéssica Vitorino** | Analista de Social Media Junior

Formada em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), estagiou com assessoria de comunicação em espaços culturais de Juiz de Fora e em mídias sociais na Diretoria de Comunicação da UFJF. Atualmente atua com monitoramento e criação de conteúdo para redes sociais e elaboração de relatórios de desempenho para clientes.

**Dayanne Cassimiro** | Analista de Social Media Junior

Graduada em Publicidade e Propaganda pela UNA. Também realizou cursos como Marketing de Conteúdo, Produção de Conteúdo e Inbound Marketing, todos pela Rock Content. Possui experiência na área de comunicação, atuando no planejamento e produção de conteúdo publicitário online, no monitoramento de engajamento de mídias e na análise de resultados.

**Lucas Sanches** | Analista de Social Media Junior

Formado em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas). Atuou como produtor de conteúdo na PUC TV Minas e RecordTV. Na Brasil84, atua em projetos de clientes como a Fundação Renova e MPSC.

## PRODUÇÃO DE CONTEÚDO E RTVC

**Marcos Guiotti** | Coordenador de Produção de Conteúdo Audiovisual

Formado em Jornalismo, Economia e Direito, foi Coordenador de Jornalismo da CBN Belo Horizonte por 15 anos. Trabalhou na Rede Globo de Televisão, Sport TV e na Rádio Globo. Com mais de 30

anos de profissão, ganhou prêmios como: Melhor Reportagem no Instituto Ayrton Senna, Embratel e CNT. No Prêmio Ayrton Senna foi finalista nos anos de 2002, 2004, 2006, 2008 e 2010. Foi vencedor em 2002 e 2006, além de Jornalista Amigo da Criança pela UNICEF - 2006.

**Denize Alves** | Produtora de Conteúdo Sênior

Graduada em Jornalismo pela Universidade de Uberaba (Uniube). Com mais de 20 anos de experiência, é jornalista e radialista profissional, produtora executiva de conteúdo de web rádio e TV Web, apresentadora e âncora de rádio e TV. Experiência no Grupo Bel de Comunicação - BH (Rádios 98 FM e 102,9 FM). Apresentadora, editora de texto e produtora executiva de TV, com passagens pelas emissoras, Rede Globo (Triângulo Mineiro) e Rede Minas de Televisão. Gerente de Comunicação na Emater - MG (2005 a 2007) e atualmente produtora executiva de conteúdo e implantação de plataformas digitais para rádio e TV, na agência Brasil84.

**Názia Pereira** | Produtora de Conteúdo Sênior II

Formada em Jornalismo, com mais de 20 anos de experiência. Acadêmica do curso de Direito da Escola Superior Dom Helder Câmara e Mestranda do Mestrado Profissional Promoção de Saúde e Prevenção da Violência da Faculdade de Medicina da UFMG. Trabalhou na TV Record, Rede Minas, TV Bandeirantes e TV Alterosa. Exerceu várias funções como produtora, apuradora, repórter e editora. Também é especialista em Segurança Pública pelo Crisp/UFMG.

**Iara Oliveira** | Produtora de Conteúdo Pleno

Graduada em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas) em 2011. Há 4 anos na agência Brasil84, atuou em assessoria de imprensa, redação, gestão de mídias sociais e, atualmente, atua na produção de rádio jornalismo. Em 2010 recebeu o prêmio Délio Rocha de Interesse Público, na categoria rádio. Participou de projetos de comunicação para diversos clientes e entre os principais estão Hospital Felício Rocho, Associação Mineira de Municípios, Associação Imagem Comunitária, Vale, Com Você Comunicação e Prefeitura de Contagem.

**Guilherme Rezende** | Produtor de Conteúdo Audiovisual Pleno

Graduado em Jornalismo, com mais de 10 anos de experiência. Trabalhou nos jornais Super Notícias e O Tempo. Âncora e apresentador na Rádio Band News FM e repórter da TV Bandeirantes. Atuou, também, como repórter e produtor nas Rádios Globo e CBN.

## PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS DIGITAS

**Hélio Januzzi** | Coordenador Artístico de Motion Design

Formado em Design Gráfico na Faculdade Mineira de Educação e Cultura em 2006, iniciou seus estudos em motion graphics em 2005 e, desde então, vem se dedicando ao mercado audiovisual. Já ministrou cursos e oficinas de vídeo digital em escolas, trabalhou com edição não-linear, finalização, animação e autoração de DVD em produtoras e canais de TV. Atualmente trabalha com edição, pós-produção, finalização e motion graphics na Brasil84.

**Jarbas Freitas** | Direção Artística & Motion Design

Graduado em Produção Editorial pela UniBH. Profissional com experiência em edição de imagens de telejornal e vídeos institucionais. Trabalhou em diversas emissoras de TV do Estado, entre elas PUC TV, Rede Minas, Band, Rede Globo e TV Record.

**Paulo Vítor Antunes** | Direção Artística & Motion Design

Graduado em Publicidade e Propaganda pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas). Trabalha com audiovisual desde 2009, em 2012 conseguiu seu primeiro estágio em uma produtora. Atua como cinegrafista e editor freelancer no mercado desde então. Já atuou em vídeos institucionais, jornalísticos, publicitários e documentários.

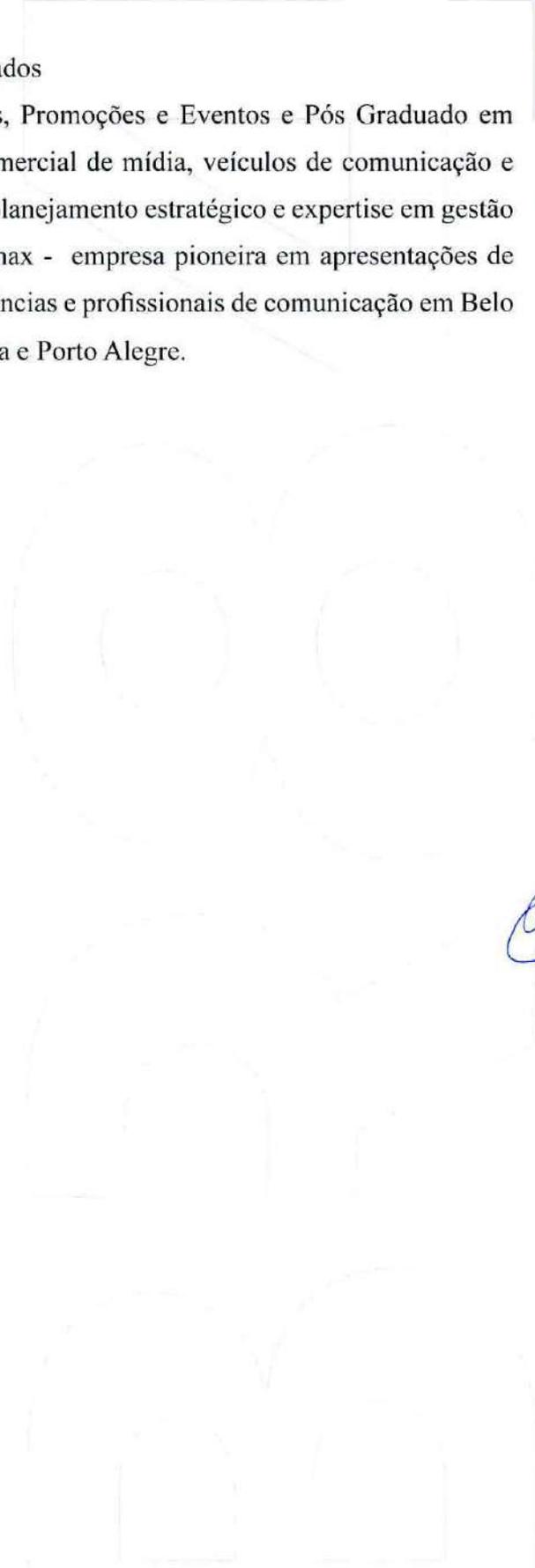
## PROSPECÇÃO DE NOVOS NEGÓCIOS

**Jane Xavier** | Analista de Licitações Públicas

Com anos de experiência profissional na preparação de propostas/documentos, participa de licitações dos tipos concorrências, tomadas de preço, convites e pregões presenciais e eletrônicos. Responsável por coordenar o relacionamento com fornecedores externos para execução de novos projetos e demandas diárias do setor de licitações da agência. Sua experiência também abrange atendimento e relacionamento com clientes, além da coordenação de demandas de operações internas. No conjunto de sua atuação, especializou-se na elaboração de propostas e negociação com clientes, fornecedores e parceiros. Prestou serviços terceirizados na área de Licitação Pública para outras agências de publicidade e propaganda, como a Popcorn, Lume e Fazenda Comunicação.

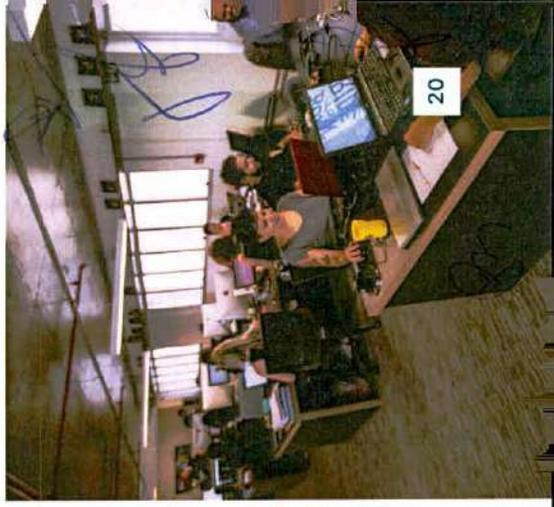
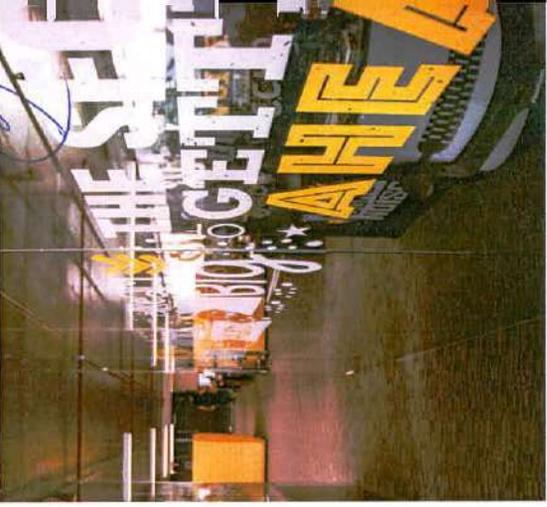
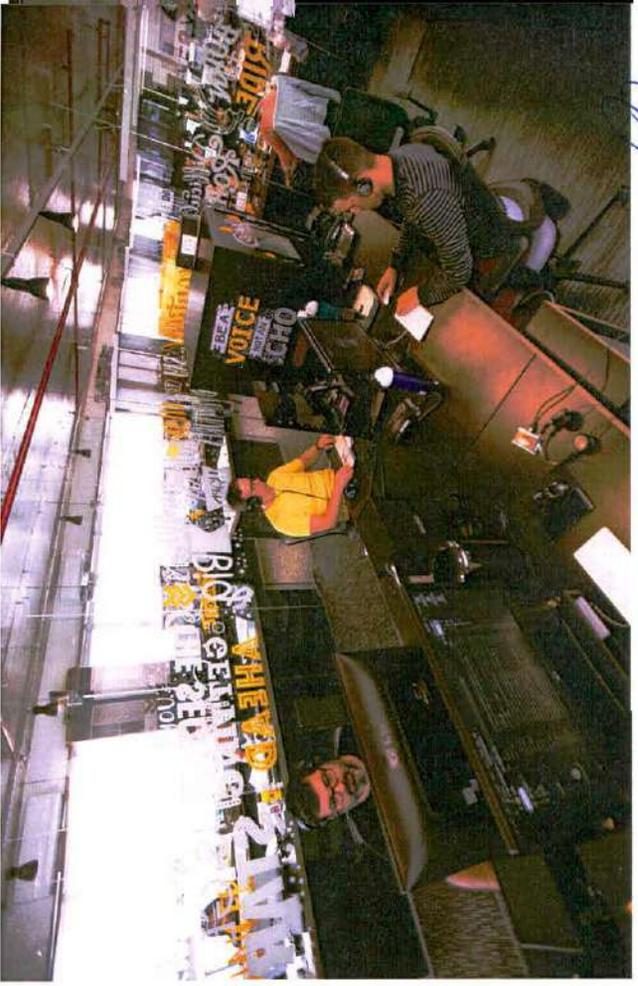
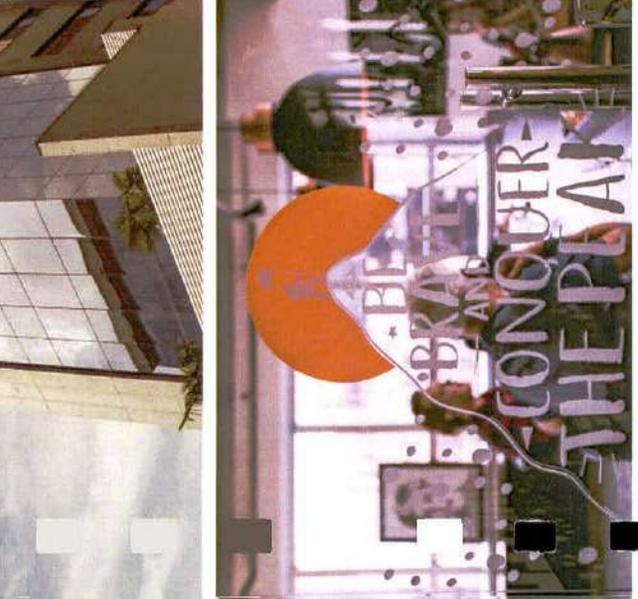
**Ricardo Ribeiro** | Prospecção de Novos Clientes Privados

Formado em Administração com Gestão em Esportes, Promoções e Eventos e Pós Graduado em Inovação pelo Ietec, possui experiência em gestão comercial de mídia, veículos de comunicação e agências de publicidade. Tem vasto conhecimento em planejamento estratégico e expertise em gestão de projetos comerciais. É sócio proprietário da Slidemax - empresa pioneira em apresentações de alto impacto - e possui ampla rede de contatos com agências e profissionais de comunicação em Belo Horizonte, Montes Claros, Uberlândia, Vitória, Curitiba e Porto Alegre.



c) As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;

BRASIL



**SEDE**

Sediada no Bairro de Lourdes, em Belo Horizonte, a Brasil84 está localizada em uma nobre região e de fácil acesso. A agência é marcada pela qualidade no atendimento e pela valorização do funcionário. Conta com infraestrutura para atender o cliente com conforto e segurança, com garagem; recepção; sala de reuniões; além do núcleo de atendimento; social mídia; criação; produção e mídia; produção de conteúdo; e departamento financeiro. Os equipamentos utilizados na prestação do serviço são de ponta e a equipe técnica é qualificada, com experiência comprovada no mercado.

- 12 - iMAC 21,5”;
- 4 - iMAC 27”;
- 4 - MAC PRO;
- 1 - MiniMac;
- 5 - Note HP G22-440BR (3GB RAM, 500GB HDD, WLAN e Bluetooth);
- 2 - Macbook (Pentium Intel Core 2 Dual, RAM 6GB, HD 1TB, 2.4GHZ);
- 5 - Notebook Lenovo (Intel Core i7, 2.7 GHz, 8GB)
- 4 - Notebook LG R580 (RAM 4GB, HD 500GB, 2.53 GHz, Intel Core 2 Dual);
- 3 - Desktop LG Intel (1.83 GHz, 4 processadores, 4GB);
- 1 - Monitor Samsung 27” LED full HD;
- 1 - Monitor Philips 27” 3D;
- 1 - Monitor ikan A5H-WS;
- 1 - Time Capsule Apple 2TB MDO32LL;
- 1 - MAC Airport Express;
- 1 - Mesa de Áudio Xenyx 802;
- 1 - Gravador zoom H6 Áudio Digital Profissional portátil;
- 1 - Gravador zoom H4N Áudio Digital Profissional portátil;
- 2 - Câmeras Sony FX1 HDV;
- 1 - Câmera fotográfica Nikon D3100;
- 1 - Flash Nikon speedlight SB-600;
- 1 - Objetiva Nikon 18-55mm;
- 1 - Câmera Fotográfica Canon t2i;
- 1 - Objetiva Canon 18-55mm;
- 1 - Câmera Fotográfica Canon 5D Mark II;
- 1 - Câmera Fotográfica Canon 5D Mark III;

- 1 – Flash Canon speedlight 580exii;
- 2 - Objetivas Canon 70-300mm f/4-5.6;
- 1 – Objetiva Canon 50mm f1.8;
- 1 – Objetiva Canon 16-35mm;
- 1 – Objetiva Canon 28-105mm;
- 1 - Câmera Fotográfica GO PRO Hero 3 e periféricos;
- 1 - Smart TelePrompter;
- 1 – Estabilizador MOVI M5 com controle remoto;
- 2 - Caixa Monitor de Áudio - M áudio - BX5;
- 1 - Caixa Monitor de áudio JBL;
- 2 - HD externos de 3TB;
- 4 - Tablet 3,7 - (Comic Pen e Touch Tablet);
- 1 - iPad;
- 2 - No breaks 1.5 KVA;
- 2 - No breaks 700 KVA;
- 1 - Docking Station Sata Akasa Duo;
- 2 - Cartões P2 64GB;
- 1 - Leitor de cartão P2;
- 1 - LED vídeo lighting – CN;
- 1 - Microfone Shure SM58;
- 2 - Microfones Shotgun Audio - Technica AT875R;
- 2 - Microfones Sony ECM-77B;
- 2 - Microfones Sennheiser Série 100 Evolution G3;
- 3 - Tripé Manfrotto 701 HDV;
- 1 - Tripé Manfrotto 501 HDV;
- 4 - Cabeças de Luzes (Sungun);
- 4 - Tripés de luz (Sungun) ;
- 2 - Rebatedores de luz;
- 1 - Cartão Cinza 18%;
- 2 - Claquetes;
- 1 – Impressora Xerox Phaser 6280;
- 1 – Impressora Brother DCP 9020;
- 1 – TV SONY BRAVIA 37”.

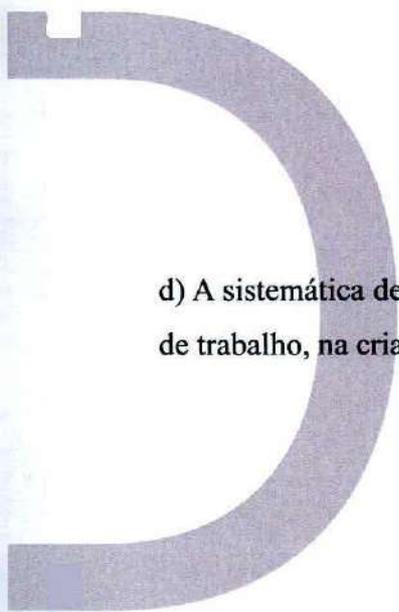
## INVESTIMENTO DE ESTRUTURA DE ATENDIMENTO

A agência busca sempre aprimorar os serviços prestados, objetivando dinamismo, qualidade e satisfação dos clientes. Para isso, constantemente investe em novos equipamentos, cursos de qualificação, pesquisa e treinamento.

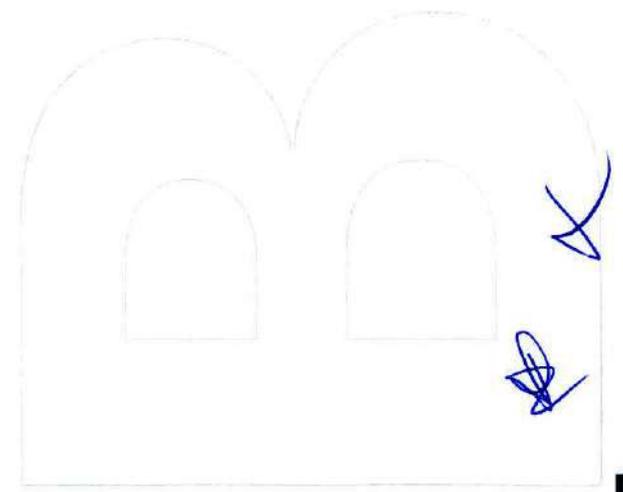
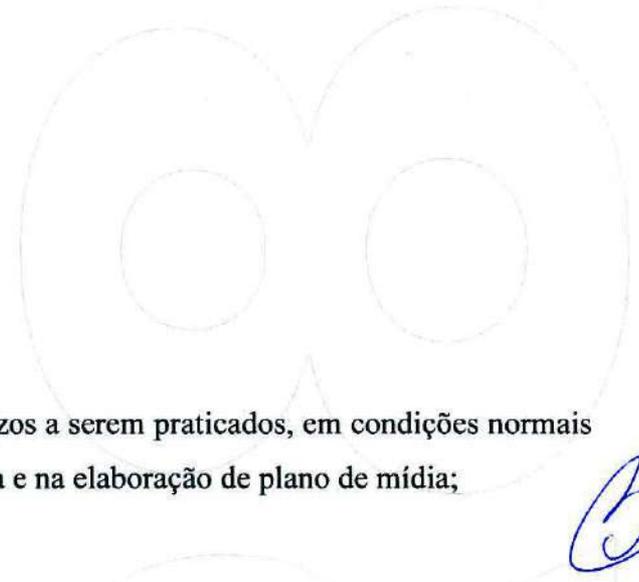
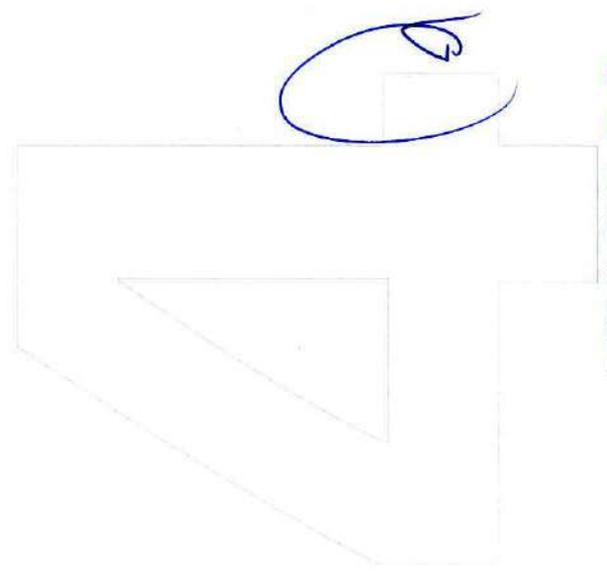
Para alcançar com mais precisão as metas propostas, é preciso combinar o estudo, o planejamento, a conceituação, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa com a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação pertinentes e adequados. A ideia é sempre difundir ideias e informar ao público em geral, mantendo uma equipe qualificada para dar à comunicação pública o tratamento adequado.

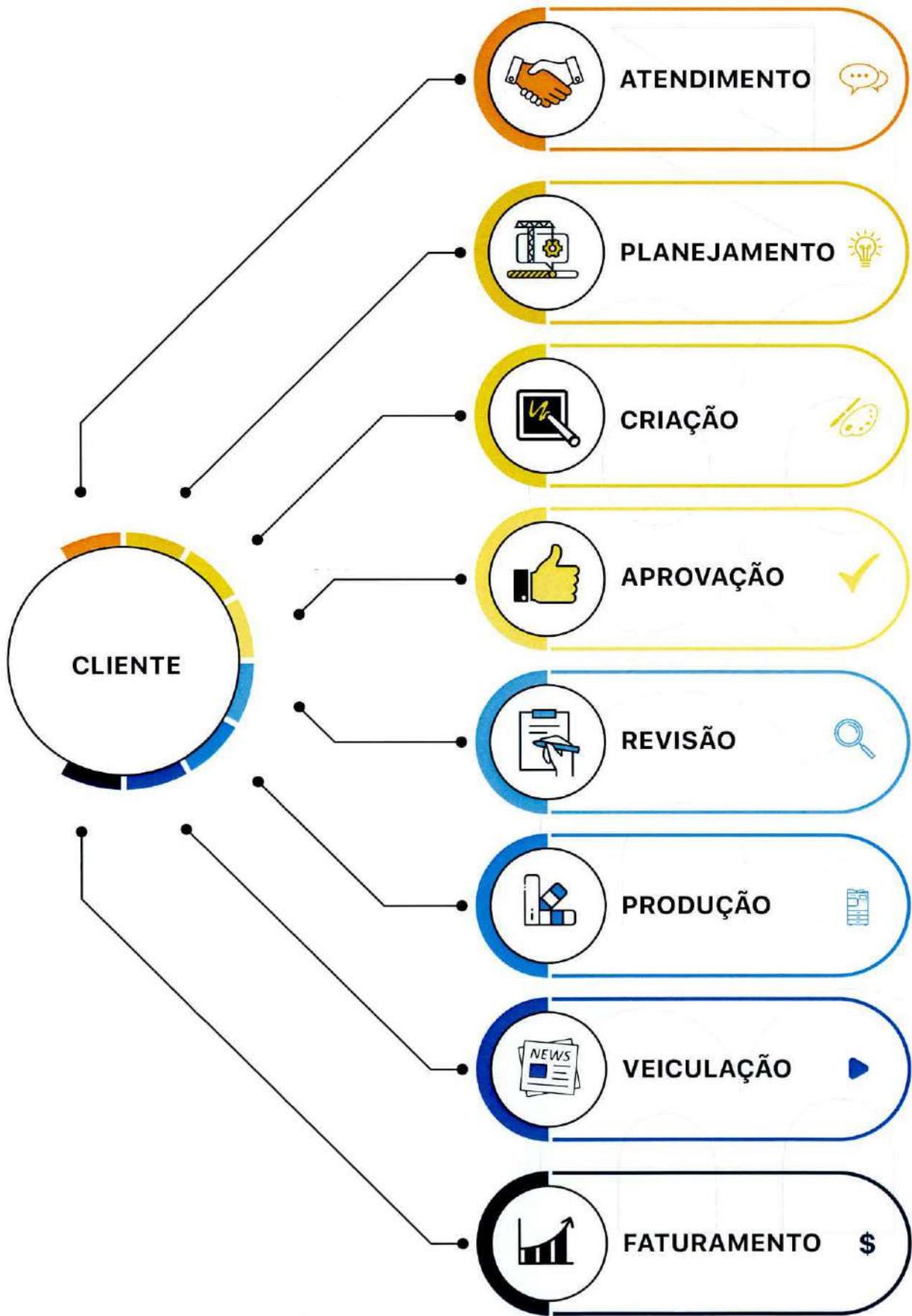
A Brasil84 utiliza os principais softwares do mercado de comunicação, como o programa Operand, que agiliza todo o processo de atendimento, produção e divulgação das campanhas publicitárias. Com otimização e velocidade, os dados armazenados podem ser facilmente consultados pelos funcionários da empresa. O atendimento mantém o histórico de cada trabalho com o andamento, valores investidos, datas importantes, prazos e prioridades, organizando e agilizando o trabalho do planejamento e da criação. Para o departamento de mídia, o programa permite total integração das tabelas de preços e descontos praticados pelos veículos. Eficientes relatórios gerenciais são disponibilizados pelo sistema e os investimentos realizados são extraídos com facilidade. Para a produção gráfica e eletrônica, o sistema controla os contratos realizados, tabelas de preços com negociação para cada cliente, solicitação de custos do fornecedor e orçamentos. Os profissionais da Brasil84 acompanham todo o processo e cuidam para que a integração correta entre os departamentos da agência seja concretizada.

A equipe designada a atender a AGÊNCIA REGULADORA DE ÁGUAS, ENERGIA E SANEAMENTO BÁSICO DO DISTRITO FEDERAL – ADASA possuirá um profissional de atendimento responsável pela captação das demandas do cliente e pelo encaminhamento dos serviços aos profissionais responsáveis pela sua execução dentro da agência. Ele intermediará o diálogo com todas as comissões do administrativo e reportará à equipe interna as diretrizes de cada caso em específico. Seu trabalho de articulação é o ponto vital na conexão com o cliente, funcionando como ponte e garantia da transmissão de informações por esta via.



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;





*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten initials]*

*[Handwritten signature]*

Para nós, o bom relacionamento com o cliente é o sustentáculo para o desenvolvimento da agência, para a construção de uma presença positiva no mercado e, sobretudo, para atingir os objetivos demandados. Dessa forma, a experiência adquirida por meio do atendimento a diversos clientes do setor público possibilitou que a agência criasse métodos e uma estrutura organizacional mais adequada para oferecer serviços de excelência e, assim, atender às necessidades de cada cliente.

Nesse contexto, a Brasil84 segue, necessariamente, os seguintes passos: pesquisar, analisar, planejar, inovar, executar, controlar e mensurar. Para isso, a agência conta com uma equipe de profissionais altamente qualificados, capazes de realizar um atendimento ágil, consistente e eficaz; por meio da utilização sinérgica das ferramentas de comunicação disponíveis, extraindo delas todo o potencial necessário para que a conquista do cliente se torne também a conquista da própria empresa.

Como metodologia de trabalho, os profissionais da Brasil84 buscam conhecer a fundo o cenário no qual o cliente está inserido, bem como os seus públicos-alvo e os processos que podem ser implementados, apresentando soluções viáveis e mais inteligentes. Isso implica a realização de pesquisas de opinião pública para avaliar a imagem, a reputação do órgão público, além de contribuir para o monitoramento de tendências e na antecipação de certas demandas. Para que tudo ocorra de maneira mais assertiva, o setor de atendimento da agência elabora um cronograma de contato frequente com o cliente, permitindo a sua imersão no dia a dia dele e proporcionando elaboração de uma estratégia de comunicação personalizada, criativa e voltada para a obtenção de resultados.

A partir do planejamento, as ações e metas são colocadas “no papel”. Nesse momento, nós buscamos sempre inovar, motivando a interação e a troca de conhecimento entre os seus profissionais, ampliando a busca contínua por novas mídias e alternativas para fazer com que a mensagem a ser transmitida chegue aos públicos de interesse e cause o efeito desejado. É também nesse processo que o monitoramento de tudo que é executado e a mensuração dos resultados colaboram para que o processo de tomada de decisões se torne mais eficiente.

Para que toda esta sistemática de atendimento funcione, a Brasil84, além de seus profissionais, tem como pilar a infraestrutura necessária para o desenvolvimento de todo o trabalho, com equipamentos de última geração. Estes, que irão auxiliar a equipe desde o desenvolvimento do diagnóstico de comunicação da AGÊNCIA REGULADORA DE ÁGUAS, ENERGIA E SANEAMENTO BÁSICO DO DISTRITO FEDERAL – ADASA, criação de briefing, planejamento, até a criação, divulgação e faturamento de campanhas, cujas etapas serão mais detalhadas a seguir:

1) **ATENDIMENTO:** representa diretamente as necessidades e os desejos do cliente, acompanhando-o de perto durante todo o período contratual, bem como o trabalho que é desenvolvido internamente.

2) **PLANEJAMENTO:** por meio de todas as informações captadas pelo atendimento, nesta etapa são analisados os problemas de comunicação e a forma ideal de resolvê-los. Isso por meio de informações e ferramentas, como pesquisas qualitativas ou quantitativas. É aqui que a campanha é idealizada para atingir a sua finalidade, e são decididos os tipos de peça, quantidade, formatos, especificações, veículos e todo o restante que será utilizado no plano de mídia. Também são expostos ao cliente os custos, as formas de execução e o cronograma de trabalho.

3) **CRIAÇÃO:** é nesta etapa que os objetivos da campanha são transformados em ideias e mensagens. Por meio da escolha de palavras, ilustrações e traços, as peças publicitárias ganham forma sob as mãos de redatores e diretores de arte. Em seguida, as peças são encaminhadas para aprovação.

4) **APROVAÇÃO:** tudo que é criado e produzido pela criação deve ser apresentado para o cliente, para que ele aprove a produção e veiculação da campanha.

5) **REVISÃO:** após ser aprovado, todo o material passa por revisão ortográfica para garantir que não hajam erros nas peças.

6) **PRODUÇÃO:** depois de aprovados os custos e o conceito da campanha, e depois de passarem pela revisão, as peças são encaminhadas para fornecedores para que o que foi criado seja materializado. O profissional responsável por este setor acompanha todo o processo, garantindo o cumprimento dos prazos e a qualidade almejada.

7) **VEICULAÇÃO:** após ser produzida, a campanha está pronta para ser veiculada. Seja no meio online ou off-line, os profissionais deste setor encaminham as mídias aos veículos e acompanham o processo, garantindo que as inserções estejam corretas e que todas as peças estejam em veiculação.

8) **FATURAMENTO:** com a entrega da campanha, vem a etapa responsável pelo faturamento e pagamento aos fornecedores e veículos. Além disso, é feita a prestação de contas, que obedece todas as normas e leis do mercado de publicidade, principalmente no que se refere aos processos licitatórios. Assim, a transparência de todo o processo é garantida ao cliente.

## PRAZOS DE EXECUÇÃO

Reunião de pauta: 1 dia. Baseado no encontro com o cliente e na captação de todas as informações necessárias para a realização de planejamento;

Atendimento: desde a assinatura ao término do contrato, este profissional acompanhará o cliente, atendendo às demandas e sugerindo soluções aos problemas de comunicação;

Planejamento: 5 dias. Elaboração de um plano estratégico para a criação de campanhas com os mais diversos objetivos;

Criação de campanhas: 5 dias. Desenvolvimento de peças, com as imagens e textos referentes aos intuitos de cada campanha;

Criação de peças avulsas: 2 dias;

Criação de peças de oportunidade: 1 dia;

Aprovação: 1 dia. Avaliação pelo cliente das peças criadas seguida pelo feedback à agência;

Refação: 1 dia. Dependendo das alterações sugeridas pelo cliente, é preciso um prazo para que a criação refaça detalhes ou reconstrua as peças da campanha, que serão encaminhadas novamente para a aprovação;

Elaboração de plano de mídia para campanha: 5 dias;

Elaboração de plano de mídia para peças avulsas: 2 dias;

Empenho: prazo do cliente. Este é o procedimento para que o cliente possa garantir o empenho de recursos para a produção e veiculação da campanha;

Mídia/Produção: 1 dia. Envio de peças aos veículos e fornecedores;

Faturamento: 1 dia. Envio ao setor administrativo e financeiro das notas fiscais dos fornecedores e veículos que serão faturadas;

Pagamento: 2 a 3 dias. Repasse aos veículos e fornecedores dos valores de seus produtos e serviços.

e) A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição da Adasa, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

*(Handwritten signature)*

R. Rio de Janeiro | 2735 | 11º andar | Lourdes | 30.160-048 | BH/MG  
*(Handwritten signatures)*

## INFORMAÇÕES DE MARKETING E COMUNICAÇÃO

A agência Brasil84 se mantém sintonizada para identificar e compreender as experiências e práticas de sucesso do mercado. Essa ação de benchmarking é realizada pelo núcleo de informação e pesquisa da agência, não só em relação às ações de publicidade e comunicação, mas também no contexto das diversas áreas de atuação. Campanhas de interesse para os clientes são monitoradas a fim de encontrar, no próprio mercado, novas soluções para os problemas de comunicação. Projetos e soluções adotados por órgãos públicos de sucesso em Minas, no Brasil e no mundo são mantidos em acervo para consulta dos diversos profissionais da agência.

## POLÍTICA DE NEGOCIAÇÃO

A agência Brasil84 mantém um forte relacionamento com os veículos de comunicação através de parcerias estratégicas e contatos diários. Isso possibilita um melhor resultado com relação à 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 Brasil84 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.

As instituições públicas são grandes anunciantes. Como tal, devem obter descontos dos veículos de comunicação na mesma proporção dos que são praticados nas negociações com a iniciativa privada. Além do volume da verba, outro fator importante é a avaliação técnica das tabelas de preços dos veículos de comunicação, onde é fator preponderante o verdadeiro alcance dos veículos, tal como tiragem real, distribuição da mídia impressa e o índice de audiência e cobertura do meio eletrônico. A agência procura sempre utilizar os meios de maior impacto e cobertura possível, avaliando a melhor relação custo benefício.

Os instrumentos próprios da instituição (como websites, jornais, mailing, mídias sociais, quadros de avisos e outros) e os veículos de comunicação do município são sempre valorizados no planejamento de mídia por meio de uma parceria entre os fornecedores, os veículos, a agência e a própria instituição.

A agência procura, ainda, estabelecer parcerias estratégicas junto aos veículos de comunicação,

estimulando o seu engajamento em campanhas de utilidade pública. Assim, os veículos podem assinar as peças no formato de “apoio”, o que possibilita uma redução no custo de mídia e a otimização dos recursos disponíveis para a comunicação.

## RELAÇÃO DE PESQUISAS DE AUDIÊNCIA, AUDITORIA DE CIRCULAÇÃO E CONTROLE

A agência estabeleceu parcerias com empresas prestadoras de serviços especializados, e de reconhecida atuação no mercado da comunicação, que serão listadas a seguir.

Essa sinergia garante para nossos clientes:

- dados recentes sobre os hábitos do público-alvo, necessários para a criação de planos de comunicação;
- informações estratégicas sobre o setor de atuação do cliente, seja ele empresa ou órgão público;
- recursos atualizados constantemente para a proposta de novas soluções adequadas às inovações tecnológicas.

**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.

### TOM MICRO – IPSOS MARPLAN

Análise: seleção das variáveis (demográficas, atitudinais, estilos de vida) mais relevantes para explicar o consumo de produtos, serviços e marcas.

Planejamento: permite considerar, simultaneamente, cobertura, qualificação e rentabilidade na seleção dos veículos.

Otimização: permite que o planejador controle as variáveis, como inclusão e exclusão de veículos, mínimo e máximo de inserções por veículo. Através dos parâmetros estabelecidos, o software encontra o melhor custo – benefício.

### 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.

**TERMO DE ENCERRAMENTO**

Declaramos para os devidos fins da EDITAL DE CONCORRÊNCIA ADASA Nº 01/2019, que esta encadernação (Capacidade de Atendimento) contém 33 páginas, incluindo esta.

Capacidade de Atendimento

Início: página 1

Término: página 33

Belo Horizonte, 09 de julho de 2019



**Jane Karine Xavier / P.P**

**CPF nº 035.790.956-92 / RG nº MG - 9.193.536 / Analista de Licitações**

**Razão social:** Brasil84 Publicidade e Propaganda Ltda-ME

**CNPJ/MF nº 17.489.954/0001-02**

**Endereço:** Rua Rio de Janeiro, nº 2735 | 11º andar **Bairro:** Lourdes

**CEP:** 30.160-048 **Cidade:** Belo Horizonte **Estado:** Minas Gerais

**Telefone/Fax:** (31) 3023-4577

**Site:** www.brasil84.com.br

**E-mail:** licitacao@brasil84.com.br

6

0

~~2~~ 2 2

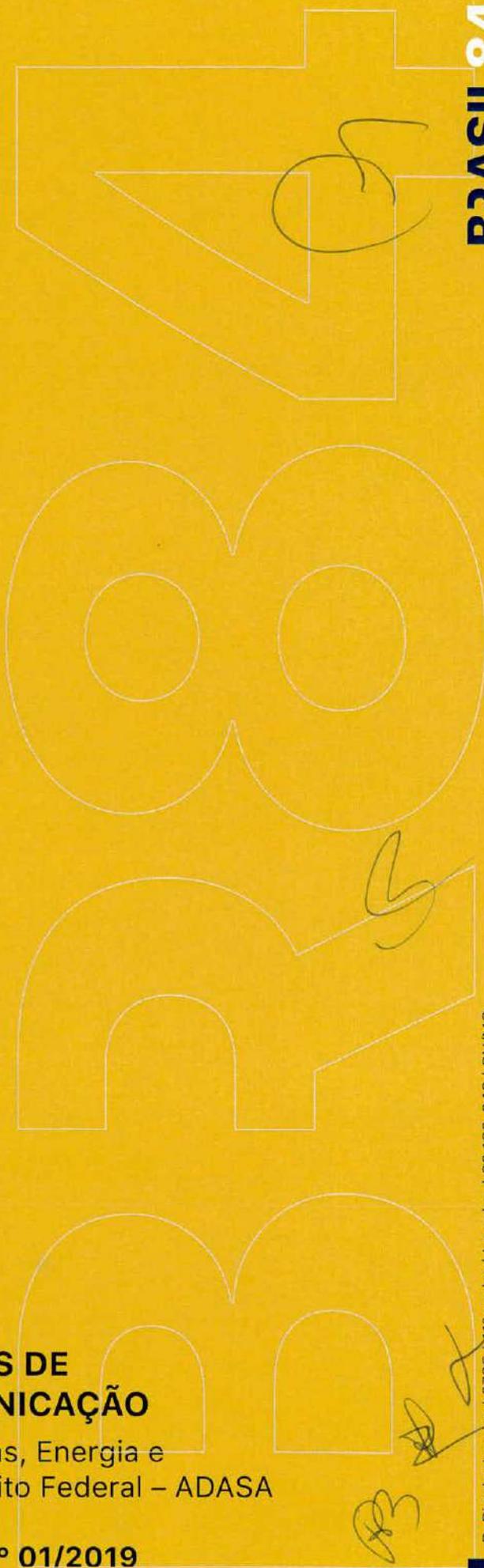
2

**BRASIL84**

**brasil84.com.br**  
+55 (31) 3023-4577  
licitacao@brasil84.com.br

R. Rio de Janeiro I, 2735 | 11º andar | Lourdes - BH/MG





**RELATOS DE SOLUÇÕES DE  
PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**

Agência Reguladora de Águas, Energia e  
Saneamento Básico do Distrito Federal – ADASA

**CONCORRÊNCIA ADASA Nº 01/2019**



PREFEITURA DE  
**IPATINGA**

Amor e orgulho de viver aqui

## CAMPANHA IPATINGA – CIDADE LIMPA

### QUADRO GERAL

Pertencente à Região Metropolitana do Vale do Aço, Ipatinga é o décimo município mais populoso do estado de Minas Gerais, com uma população composta por mais de 261 mil habitantes, segundo estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

A cidade possui reconhecida vocação industrial, mas também tem se destacado nos setores comercial e de prestação de serviço, consolidando-se como polo regional para vários municípios do leste de Minas. A presença da Usiminas ainda é a responsável por boa parte do PIB municipal, acompanhada de outros segmentos da indústria, que vem se diversificando por meio da confecção de artigos e acessórios de vestuário, extração e manipulação de minerais não-metálicos, fabricação de móveis, produção de alimentos e bebidas, além da extração de eucalipto.

A atual gestão municipal (2018-2020), assumiram a Prefeitura com uma dívida de mais de R\$ 400 milhões, potencializada pela crise econômica e pela política nacional. A partir desta situação, o governo de Ipatinga tem trabalhado para “arrumar a casa”, desenvolvendo um modelo de administração pública mais democrático, austero, ético e transparente.

### DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

Nesse contexto, a Prefeitura de Ipatinga tem atuado com total responsabilidade ao erário público e colocado o cidadão como principal patrimônio do município. Dessa forma, para cuidar bem da cidade e da população, uma série de ações foram implementadas, sendo uma delas o investimento em limpeza urbana.

Uma cidade limpa vai muito além do significado de uma cidade mais bonita. Uma cidade limpa representa mais qualidade de vida, proporcionada por diversos fatores. Um deles é a redução da proliferação de insetos e outros animais que podem causar doenças à população. Outro é a preservação do meio ambiente, por meio da administração correta do lixo, evitando a contaminação do solo e do lençol freático. Por fim, podemos citar o melhor aproveitamento dos espaços públicos, que se tornam mais atrativos para a convivência entre as pessoas, para a prática de atividades físicas, contribuindo para o bem-estar da coletividade.

Nesse sentido, a problemática de comunicação diz respeito à divulgação do que tem sido realizado pela Prefeitura para a limpeza de Ipatinga. No entanto, mais importante que isso, também precisamos desenvolver nos munícipes uma consciência mais cidadã, conscientizando sobre a importância de não jogar lixo nas ruas, não depredar os espaços públicos e não depositar entulhos e outros resíduos em lugares que não são adequados para isto. Inclusive, denunciando os infratores para que sejam tomadas as medidas cabíveis. Afinal, a manutenção de uma cidade limpa é responsabilidade de todos.

### A CAMPANHA

A partir do briefing desenvolvido, a agência criou uma campanha com o objetivo de divulgar as ações da Prefeitura para deixar Ipatinga mais limpa, bonita e com qualidade de vida. Entre elas, temos a intensificação da remoção de entulhos, a revitalização das áreas verdes da cidade e a realização de um projeto piloto de Coleta Seletiva. Também tínhamos como intenção o despertar de uma consciência mais cidadã, posicionando os munícipes como corresponsáveis pela limpeza da cidade e, conseqüentemente, pela construção de um lugar melhor para se viver.

Breno Brandão Pinto  
Secretário de Comunicação  
Matrícula 131092-5



@prefeituradeipatinga



/prefeiturapatinga

Av. Maria Jorge Selim de Sales, 100, Centro - Ipatinga - Minas Gerais

TEL.: (31) 3829-0000 - CEP 35160-011

www.ipatinga.mg.gov.br

**Serviço Notarial do 8º Ofício de Belo Horizonte**  
Rua Curitiba, 1665 - Bairro de Lourdes - BH - MG - CEP: 30170-122 - Tel.: (31) 3279-6200

**AUTENTICAÇÃO**

Conferida e achada conforme original que me foi apresentado.  
Em testemunho da verdade, dou fe e assino o presente.

Dou fe. Fabiane Sueli Rodrigues de Souza. Escrevente

Etiqueta Nº: 1934004025. BHte, 04/07/2019 17:13:25 841700-025?

EMOL: 5,00 - TFPJ: 1,65 - RC: 0,30 - ISS: 0,25 - TOTAL: 7,20

VERIFIQUE A AUTENTICIDADE DESTA CDT NO SITE WWW.SOPRISUBN.COM.BR

Two circular notary stamps from the 8º Ofício de Notas, Belo Horizonte, MG, with contact number 3279-6200. The stamps are partially overlapping and have a signature written over them. Below the stamps is a green rectangular fiscal seal with the text "Selo de Fiscalização" and "AUTENTICAÇÃO CZT 69089".



*(Handwritten mark)*

Vale a pena ressaltar que a campanha também teve o intuito de divulgar o disque denúncia, fazendo com que o cidadão contribua para que a Prefeitura desempenhe o seu papel neste processo. Sendo assim, o conceito desenvolvido relaciona o município com uma casa, onde cada morador é o seu responsável. Com o mote "Cuidar de Ipatinga é cuidar da sua casa", buscamos fazer com que o público-alvo se atente às suas atitudes, trazendo um argumento emocional suficiente forte. Afinal, a cidade realmente é a extensão de um lar e, como tal, merece o mesmo respeito e cuidado.

A campanha traz ao público-alvo, composto por todos os moradores de Ipatinga, a imagem de uma família que se encontra em peças que são divididas por dois ambientes: o interior de uma residência e o Parque Ipanema. Assim, o conceito da campanha é transmitido também no visual, fortalecendo a relação da cidade enquanto a casa dos cidadãos.

A mensagem é direta, de fácil interpretação e assimilação. Além da divulgação das ações realizadas pela Prefeitura, o texto faz um chamamento para que a população contribua com a limpeza da cidade, mostrando como algumas atitudes promovem a construção de uma cidade melhor para todos.

O site e as redes sociais da administração municipal também são divulgados para que o público possa buscar mais informações à respeito desta e de outras campanhas. Para ampliar a visibilidade da campanha, com melhor custo-benefício, o planejamento de mídia contemplou os veículos de comunicação que impactassem diretamente o público-alvo. Por isso, foram criadas as seguintes peças: VT 30", SPOT 30", Anúncio de Jornal de 1/2 página e 1/4 de página, Banner Eletrônico, Outdoor, Backbus e Post para Redes Sociais.

*(Handwritten mark)*

#### RESULTADO

A campanha teve uma boa aceitação pela comunidade. Além de ser elogiada pela população, houve uma redução considerável no descarte de entulhos em lugares inapropriados, bem como na quantidade de lixo jogado nas vias públicas.

*(Handwritten signature)*  
\_\_\_\_\_  
Thiago Andrade

Redator (Responsável pela elaboração do referendo)

*(Handwritten signature)*  
\_\_\_\_\_  
Breno Brandão Pinto  
Secretário de Comunicação  
Matriculo 131092-5

\_\_\_\_\_  
Breno Brandão Pinto  
Secretário Municipal de Comunicação

*(Handwritten mark)*

*(Handwritten mark)*

*(Handwritten mark)*

*(Handwritten mark)*



*(Handwritten mark)*

**Serviço Notarial do 8º Ofício de Belo Horizonte**  
Rua Curitiba, 1665 - Bairro de Lourdes - BH - MG - CEP: 30170-122 - Tel.: (31) 3279-6200

**AUTENTICACAO**

Conferida e achada conforme original que me foi apresentado.  
Em testemunho da verdade, dou fe e assino o presente.

Dou fe. Fabiane Sueli Rodrigues de Souza. Escrevente

Etiqueta Nº: 1934003825. BHte: 04/07/2019 17:13:25 841700-025?

EMOL: 5,00 - TFPJ: 1,65 - RC: 0,30 - ISS: 0,25 - TOTAL: 7,20

VERIFIQUE A AUTENTICIDADE DESTA ATÓ NO SITE [WWW.8OPICIOBH.COM.BR](http://WWW.8OPICIOBH.COM.BR)



**CUIDAR DE IPATINGA**

**CIDADE LIMPA**

**É CUIDAR DA SUA CASA**

**DISQUE DENÚNCIA**  
156 ou 3829 8514

**COLETA SELETIVA**

A cidade onde você vive é uma extensão de sua casa. E, assim como seu lar, precisa de cuidados. Por isso, a Prefeitura tem intensificado a remoção de entulhos, investido na revitalização das áreas verdes e já realiza um projeto piloto de Coleta Seletiva há anos reclamada pela população. Agora é hora de você fazer a sua parte! Não jogue lixo ou entulho na rua e ajude a preservar os espaços públicos, denunciando os infratores.

**Manter Ipatinga limpa é responsabilidade de todos.**

www.ipatinga.mg.gov.br  
@prefeituraipatinga  
/prefeituraipatinga

PREFEITURA DE  
**IPATINGA**  
Município de Minas Gerais

**Formato original:** 29 x 20 cm

**Título:** Cuidar de Ipatinga é cuidar da sua casa

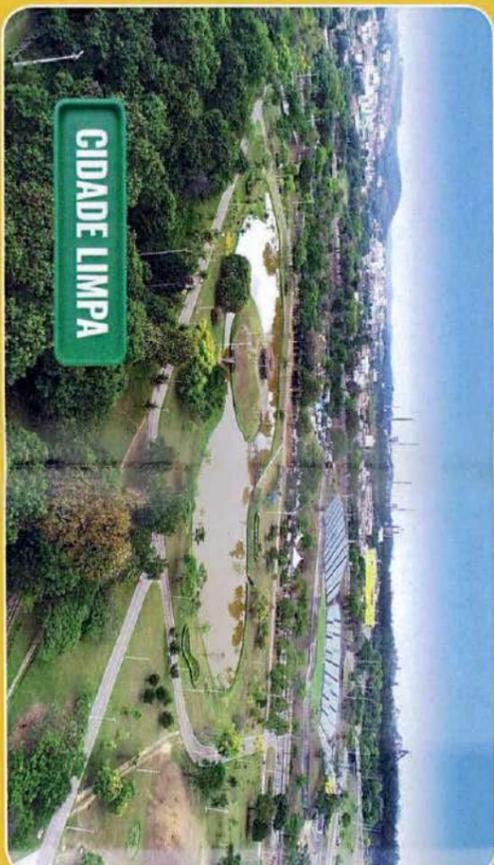
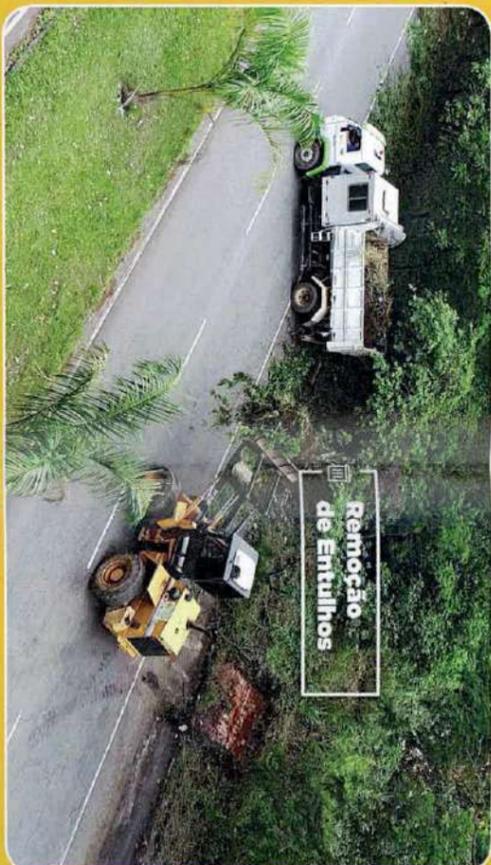
**Divulgação:** ClassiVale, Diário do Aço, Vila News, Negócio Fechado

**Praça:** Ipatinga

**Briefing/Problema a ser resolvido:** A Prefeitura tem investido em ações para realizar a limpeza da cidade, como a coleta de entulhos, a revitalização das áreas verdes e a implantação do projeto piloto da coleta seletiva. No entanto, a participação da população é fundamental para a manutenção de uma cidade limpa. Dessa forma, a criação desta peça tem o objetivo de despertar uma atitude mais cidadã na população, inclusive denunciando aqueles que sujam o município.

*[Handwritten signatures and initials]*

VT 30"



DVD contendo VT



**BR84**  
COMUNICAÇÃO

brasil84.com.br  
+55 (31) 3023-4577  
licitacao@brasil84.com.br  
R. Rio de Janeiro, 2735 | 11º andar  
Lourdes | Belo Horizonte | MG

Formato original: 30"

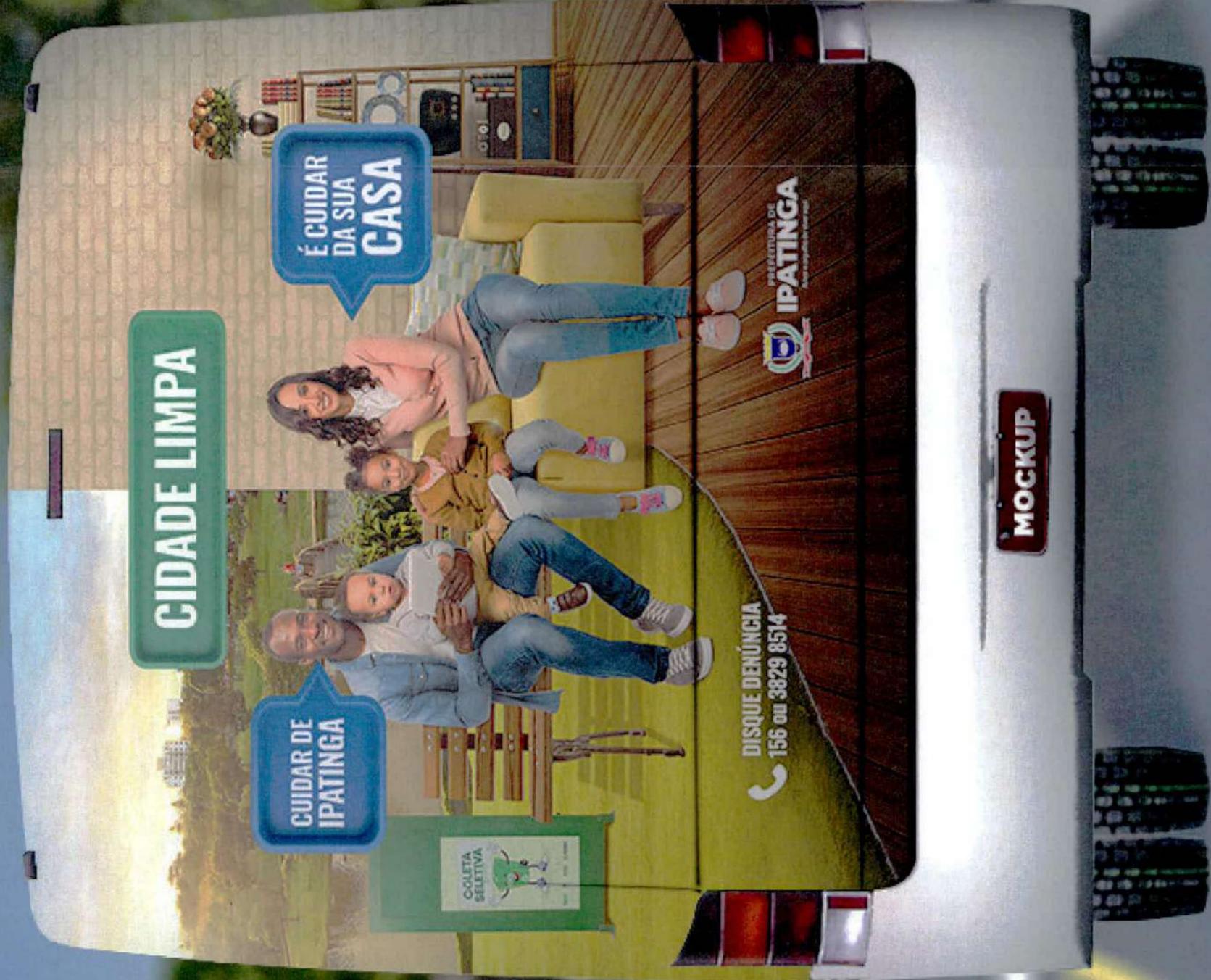
Título: Cidade Limpa

Divulgação: Inter TV (afiliada TV Globo) e TV Alterosa

Praça: Ipatinga

**Briefing/Problema a ser resolvido:** A Prefeitura tem investido ações para realizar a limpeza da cidade, como a coleta de entulhos a revitalização das áreas verdes e a implantação do projeto piloto coleta seletiva. No entanto, a participação da população é fundamental para a manutenção de uma cidade limpa. Dessa forma, a criação de uma peça tem o objetivo de despertar uma atitude mais cidadã na população inclusive denunciando aqueles que sujam o município.

Handwritten initials and a signature.



Formato original: 2,9 x 2,4 m

Título: Cuidar de Ipatinga é cuidar da sua casa

Divulgação: Vale Publicidade

Praça: Ipatinga

**Briefing/Problema a ser resolvido:** A Prefeitura tem investido em ações para realizar a limpeza da cidade, como a coleta de entulhos, a revitalização das áreas verdes e a implantação do projeto piloto da coleta seletiva. No entanto, a participação da população é fundamental para a manutenção de uma cidade limpa. Dessa forma, a criação desta peça tem o objetivo de despertar uma atitude mais cidadã na população, inclusive denunciado aqueles que sujam o município.

*Handwritten signature*

*Handwritten initials and signature*

POST FACEBOOK

CIDADE LIMPA

CUIDAR DE  
IPATINGA

É CUIDAR  
DA SUA  
CASA

COLETA  
SELETIVA

DISQUE DENÚNCIA  
156 ou 3829 8514



PREFEITURA DE  
**IPATINGA**  
Amor e orgulho de viver aqui



Formato original: 1080 x 1080 pixels

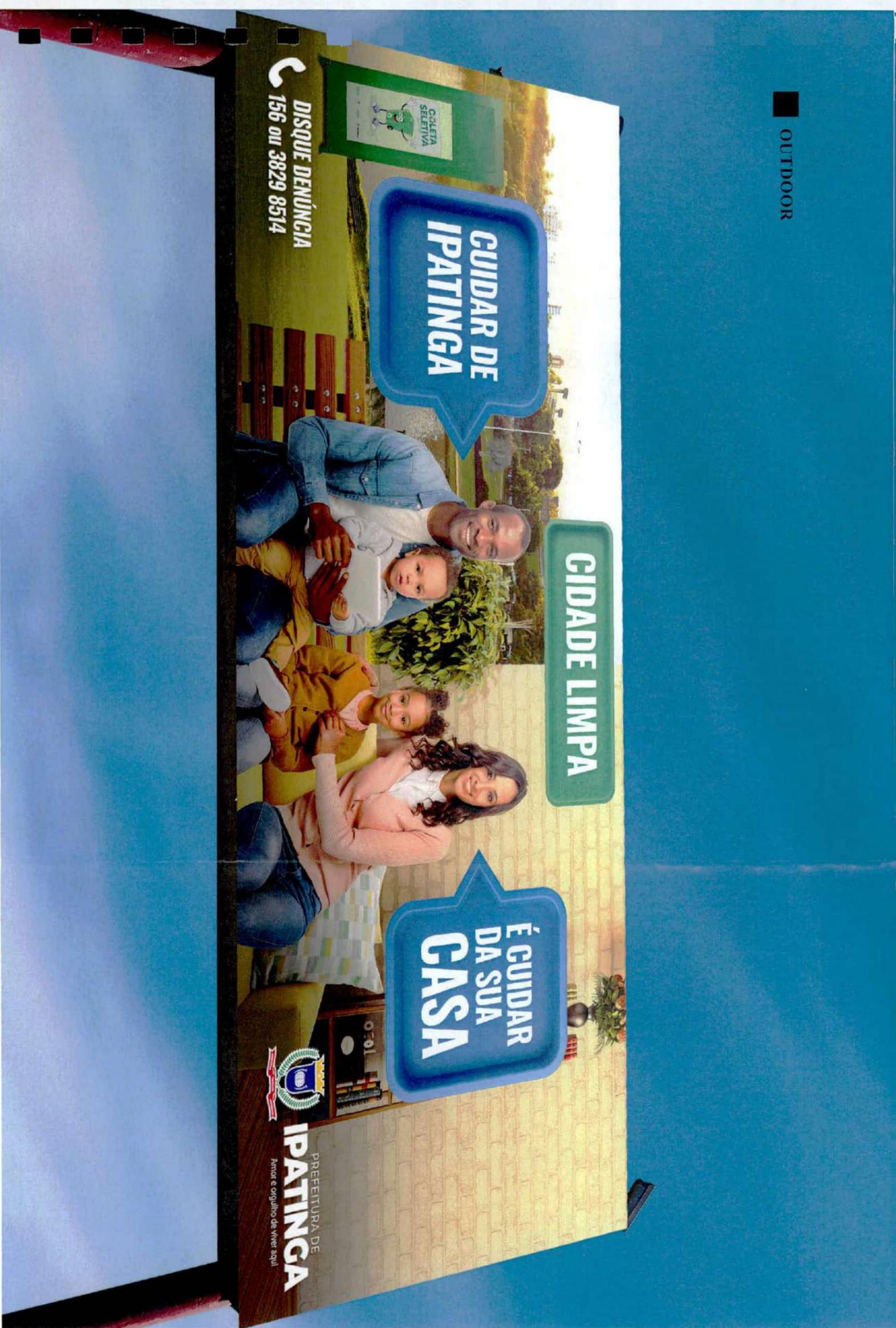
Título: Cuidar de Ipatinga é cuidar da sua casa

Divulgação: Página própria da Prefeitura

Praça: Ipatinga

Briefing/Problema a ser resolvido: A Prefeitura tem investido em ações para realizar a limpeza da cidade, como a coleta de entulhos, a revitalização das áreas verdes e a implantação do projeto piloto da coleta seletiva. No entanto, a participação da população é fundamental para a manutenção de uma cidade limpa. Dessa forma, a criação desta peça tem o objetivo de despertar uma atitude mais cidadã na população, inclusive denunciado aqueles que sujam o município.

OUTDOOR



Formato original: 9 x 3 m

Título: Cuidar de Ipatinga é cuidar da sua casa

Divulgação: Patty Painéis

Praça: Ipatinga

**Briefing/Problema a ser resolvido:** A Prefeitura tem investido em ações para realizar a limpeza da cidade, como a coleta de entulhos, a revitalização das áreas verdes e a implantação do projeto piloto da coleta seletiva. No entanto, a participação da população é fundamental para a manutenção de uma cidade limpa. Dessa forma, a criação desta peça tem o objetivo de despertar uma atitude mais cidadã na população, inclusive denunciando aqueles que sujam o município.



**PREFEITURA  
MONTES CLAROS**

Com honestidade e trabalho,  
a cidade voltou a funcionar



**MONTES CLAROS - 161 ANOS**

**QUADRO GERAL**

Conhecida como “A Capital do Norte de Minas”, Montes Claros é a sexta maior cidade do estado em população residente, com mais de 400 mil habitantes, segundo estimativa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2017.

Considerada polo de desenvolvimento, o município é um centro urbano comercial, industrial e de prestação de serviços, atendendo e influenciando outras cidades do norte mineiro e do sul da Bahia. Além disso, por causa de sua localização geográfica privilegiada, Montes Claros faz parte do segundo maior entroncamento rodoviário nacional, podendo escoar sua produção por diversas rodovias, como as BRs 135, 365, 251 e 122.

Na Economia, o setor industrial e o de prestação de serviços se destaca. A Educação conta com importantes centros universitários e faculdades, além de um grande número de instituições nas redes pública e privada. A Saúde é referência regional, possuindo ampla rede de hospitais, consultórios, clínicas médicas e laboratórios.

**DESAFIO DE COMUNICAÇÃO**

No último três de julho, Montes Claros comemorou seu 161º aniversário. E, apesar de todas as dificuldades políticas e econômicas pelas quais o país atravessa, a atual gestão da cidade tem trabalhado para reorganizar todas as áreas da administração municipal, colocando a “casa em ordem” e retomando 60 de 90 obras que estavam paradas.

Nesse contexto, a Prefeitura encomendou uma campanha para a agência, que levasse em consideração a celebração de mais um ano da cidade e a retomada do desenvolvimento, por meio da realização de diversas obras, moralização dos serviços públicos e compromisso com a melhoria da qualidade de vida de toda a população.

**A CAMPANHA**

Tendo em vista os fatos mencionados, a agência criou uma campanha com o objetivo de parabenizar cidadãos/cidade pelos 161 anos de emancipação política e mostrar o que tem sido feito para que Montes Claros volte a avançar rumo ao desenvolvimento e a melhoria de todos os serviços públicos. Dessa forma, para apresentar efetivamente as mudanças pelas quais o município tem passado, chegou-se ao seguinte conceito: “Parabéns a todos que acreditam em novo jeito de fazer Montes Claros”. O mote da campanha teve a intenção de estabelecer a atual gestão municipal como uma agente realizadora da transformação social, que busca a implantação de novas políticas públicas e novas formas de governança para garantir a construção de uma cidade melhor em todos os seus aspectos.

Além disso, o mote permite o desdobramento da campanha para temas específicos por meio da utilização da expressão “novo jeito de fazer”, que pode ser trabalhado como “novo jeito de fazer educação”, novo jeito de fazer saúde” e assim por diante.

Visualmente falando, as peças trazem personagens que representam o cidadão montes-clarense, promovendo uma maior identificação da campanha. Além disso, imagens das obras realizadas pela Prefeitura compõem a identidade visual elaborada.

Como forma de dar mais destaque ao aniversário de Montes Claros, foi criado um selo para ser aplicado em todas as peças.

Os textos são claros e objetivos, fazendo com que a informação seja trabalhada de forma democrática.



*[Handwritten signatures and initials in blue ink]*

Este documento contém informações confidenciais e não deve ser divulgado sem a autorização expressa do emissor.

Este documento contém informações confidenciais e não deve ser divulgado sem a autorização expressa do emissor.

Este documento contém informações confidenciais e não deve ser divulgado sem a autorização expressa do emissor.

Este documento contém informações confidenciais e não deve ser divulgado sem a autorização expressa do emissor.

Este documento contém informações confidenciais e não deve ser divulgado sem a autorização expressa do emissor.

Este documento contém informações confidenciais e não deve ser divulgado sem a autorização expressa do emissor.

Este documento contém informações confidenciais e não deve ser divulgado sem a autorização expressa do emissor.

Este documento contém informações confidenciais e não deve ser divulgado sem a autorização expressa do emissor.

Este documento contém informações confidenciais e não deve ser divulgado sem a autorização expressa do emissor.

**EM BRANCO**

ESTADO DE SÃO PAULO

SECRETARIA DE ECONOMIA

15 de Maio de 2014

Este documento contém informações confidenciais e não deve ser divulgado sem a autorização expressa do emissor.

Este documento contém informações confidenciais e não deve ser divulgado sem a autorização expressa do emissor.

Este documento contém informações confidenciais e não deve ser divulgado sem a autorização expressa do emissor.

Este documento contém informações confidenciais e não deve ser divulgado sem a autorização expressa do emissor.



SECRETARIA DE ECONOMIA

SECRETARIA DE ECONOMIA



**PREFEITURA**  
**MONTES CLAROS**

Com honestidade e trabalho,  
a cidade voltou a funcionar

*(Handwritten mark)*

Como recurso para instigar a população a buscar novas informações sobre o trabalho da Prefeitura, usamos o botão de “saiba mais” nas online. Já nas peças offline, indicamos o endereço eletrônico do Executivo Municipal.

Para divulgar a mensagem de forma ampla, a um público-alvo muito distinto, composto por todos os municípios de Montes Claros, o planejamento de mídia contemplou diversos veículos de comunicação, que trabalharam de forma estratégica e sinérgica.

Nesse caso, as peças criadas foram: VT 30”, SPOT 30”, Anúncio de Jornal, Banner Eletrônico, Folder e Postagens para Redes Sociais.

**RESULTADO**

Em conjunto com as ações de comunicação, foram organizados eventos em comemoração ao aniversário da cidade, como a Corrida e a Caminhada José Nardel e o show comemorativo no Parque de Exposições João Alencar Athaide, que reuniram 1,3 mil e 30 mil participantes, respectivamente. Além disso, com a entrega de vários obras, nos quatro cantos do município, foram realizadas solenidades de inauguração, proporcionando o estímulo do sentimento de municipalidade e a melhoria da autoestima de toda a população.

**Alessandro Freire**  
Secretário de Comunicação

*Alessandro Freire Pereira*  
ACCOM

*(Handwritten mark)*



*(Handwritten marks)*

*(Handwritten mark)*

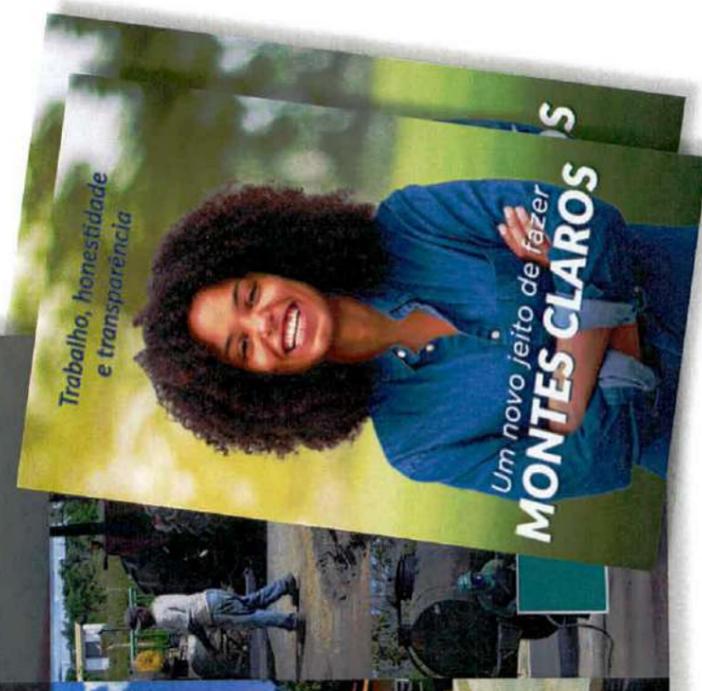
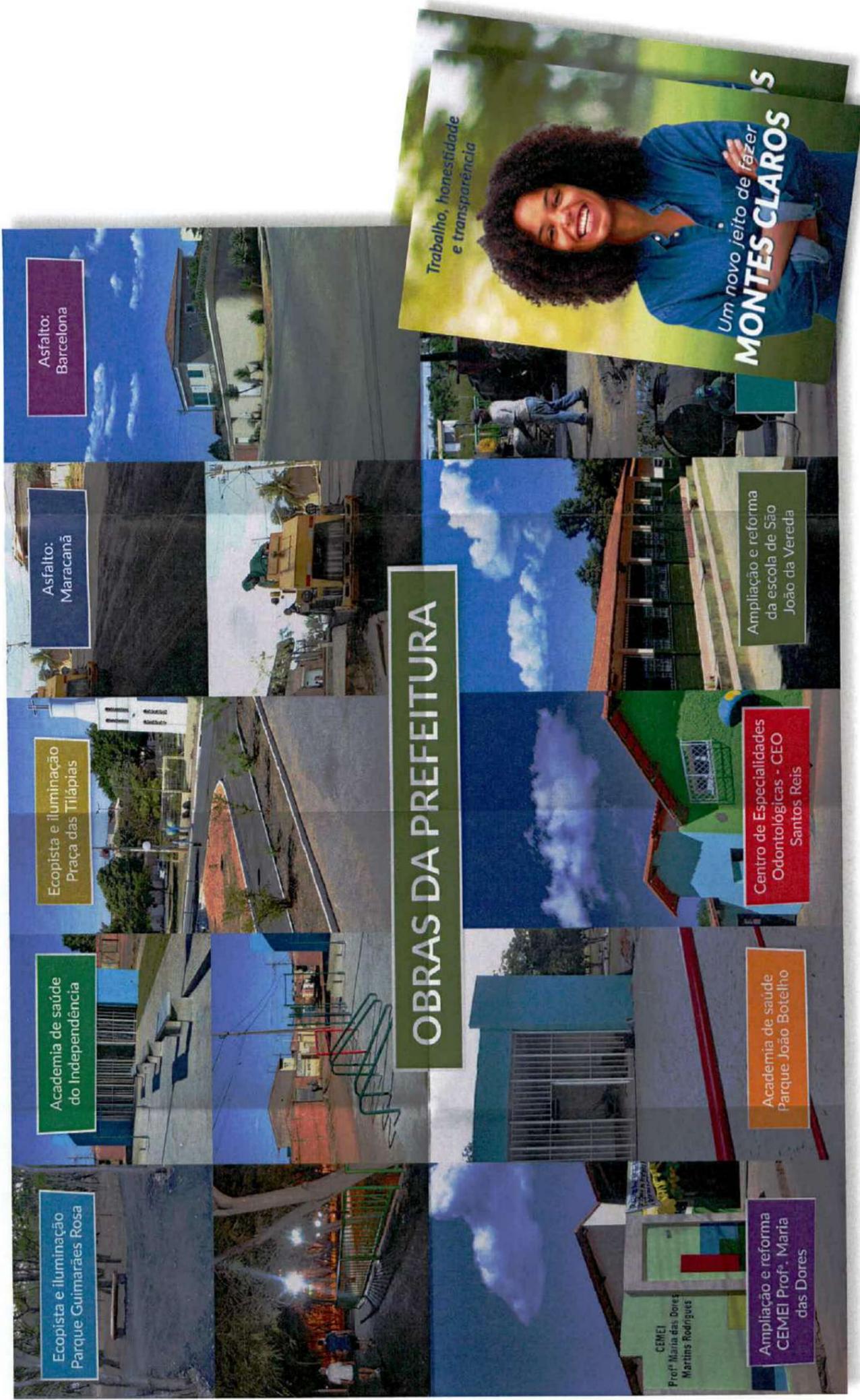
*(Handwritten mark)*



*(Handwritten mark)*

*(Handwritten mark)*  
10

FOLDER



Formato original: 29,7 x 21 cm

Título: Trabalho, honestidade e transparência - Um novo jeito de fazer

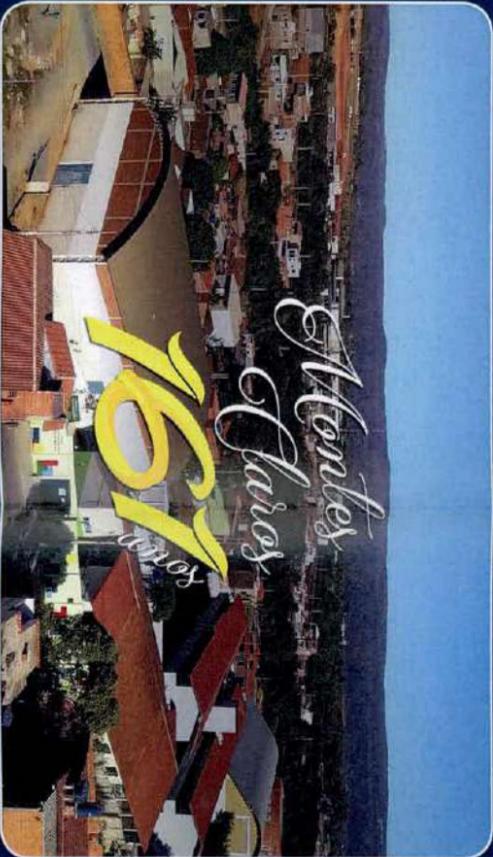
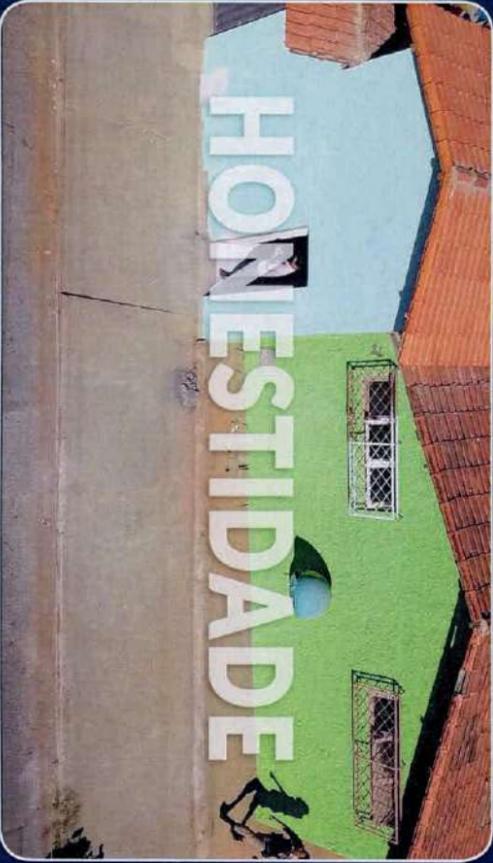
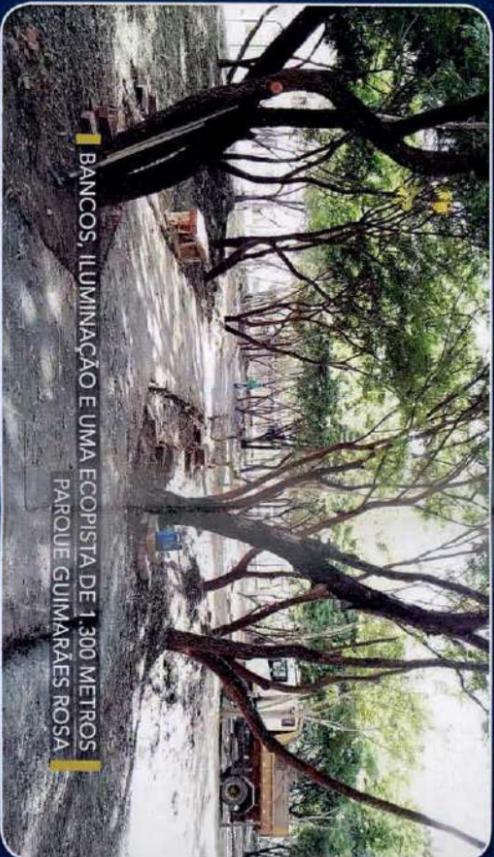
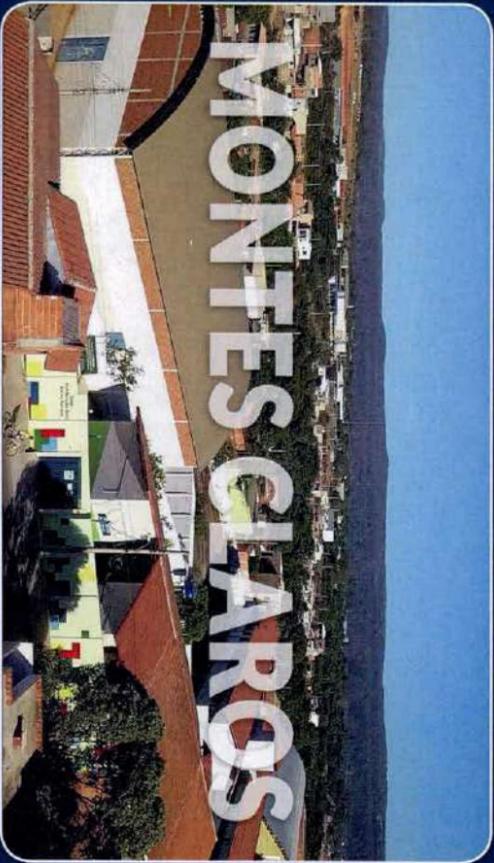
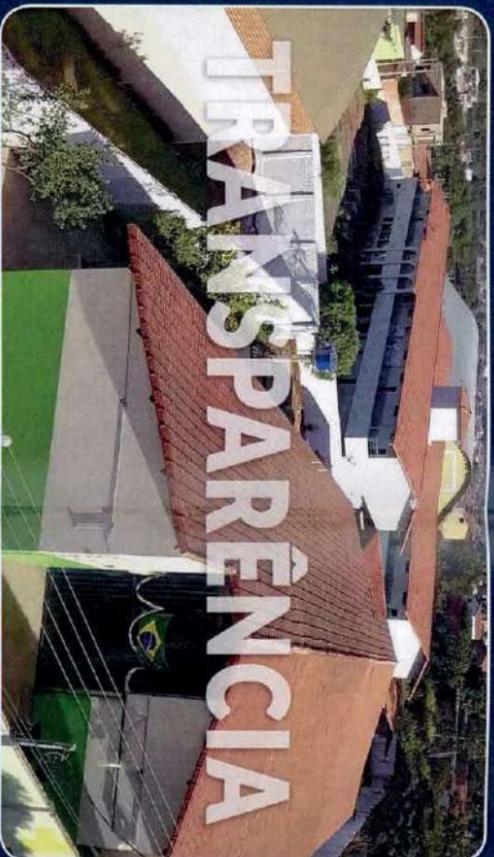
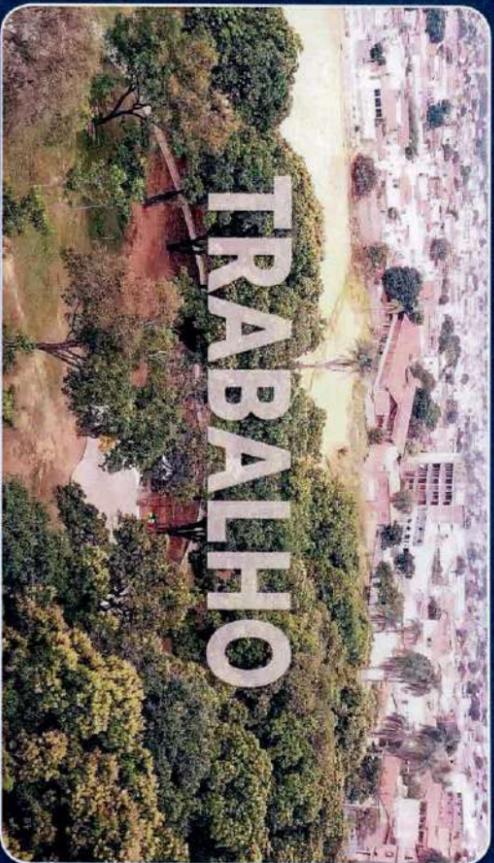
Montes Claros

Divulgação: Distribuição gratuita

Praça: Montes Claros

Briefing/Problema a ser resolvido: Comemorar os 161 anos de Montes Claros mostrando o que a nova gestão está fazendo pela cidade.

VT 30"



DVD contendo VT

**B784**  
COMUNICAÇÃO

brasil84.com.br  
+55 (31) 3023-4577  
licitacao@brasil84.com.br  
R. Rio de Janeiro, 2735 | 1º andar  
Lourdes | Belo Horizonte | MG

Formato original: 30"

Título: Trabalho, honestidade e transparência - Um novo jeito de Montes Claros

Divulgação: InterTV, Rede Mais e TV Germais

Praça: Montes Claros

Briefing/Problema a ser resolvido: Comemorar os 161 anos de Montes Claros mostrando o que a nova gestão está fazendo pela cidade

Handwritten initials and a signature.

Montes Claros  
161 ANOS

Trabalho, honestidade e transparência  
Um novo jeito de fazer  
**MONTES CLAROS**

Uma cidade só avança quando sua gente cresce junto. É por isso que a Prefeitura de Montes Claros está trabalhando para construir uma cidade ainda melhor pra você. A atual gestão resgatou o nome de Montes Claros, recuperou a credibilidade da cidade e já retomou **MAIS DE 60 OBRAS, DAS 90**, que estavam abandonadas no município, trazendo novas oportunidades e mais qualidade de vida para a população. São investimentos em saúde, educação, infraestrutura e muito mais.

 Acabamento de quadra Parque João Batista	 Academia de saúde Praça da Independência	 Escopeta e iluminação Parque Guimarães Rosa
 Ampliação e reforma CEMEI Prof. Maria das Dores	 Escopeta e iluminação Praça das Três	 Centro de Especialidades Odontológicas - CEO Santos Reis
 Asfalto Barcelona / Renascença / Maracaná	 Ampliação e reforma da escola de São João da Várzea	 <b>PREFEITURA MONTES CLAROS</b> Com honestidade e trabalho, a cidade voltou a funcionar

Participe. Acompanhe o trabalho da Prefeitura e veja mais informações sobre as obras e serviços realizados na cidade: [montesclaros.mg.gov.br](http://montesclaros.mg.gov.br)

Formato original: 29,7 x 50 cm

Título: Trabalho, honestidade e transparência - Um novo jeito de fazer Montes Claros

Divulgação: Jornal Gazeta, Jornal Notícias e Extremo Norte

Praça: Montes Claros

Briefing/Problema a ser resolvido: Comemorar os 161 anos de Montes Claros mostrando o que a nova gestão está fazendo pela cidade.

*Montes Claros*  
**161** anos

Trabalho, honestidade e transparência  
*Um novo jeito de fazer*  
**MONTES CLAROS**  
Uma cidade só avança quando sua gente cresce junto.



Acompanhe o trabalho da Prefeitura  
e veja o que ela faz por você.



**PREFEITURA**  
**MONTES CLAROS**

**Formato original:** 750 x 90 pixels

**Título:** Trabalho, honestidade e transparência - Um novo jeito de fazer Montes Claros

**Divulgação:** webterra.com.br e montesclaros.mg.gov.br

**Praça:** Montes Claros

**Briefing/Problema a ser resolvido:** Comemorar os 161 anos de Montes Claros mostrando o que a nova gestão está fazendo pela cidade.

■ Spot 30"

Jingle:

Trabalho, honestidade e transparência

Um novo jeito de fazer Montes Claros

Locutor:

A Prefeitura retomou mais de 60 obras das 90 que estavam abandonadas. Ruas asfaltadas, academias ao ar livre, construção de unidades de saúde, escolas. Com honestidade e trabalho a cidade voltou a funcionar.

Jingle:

Trabalho, honestidade e transparência

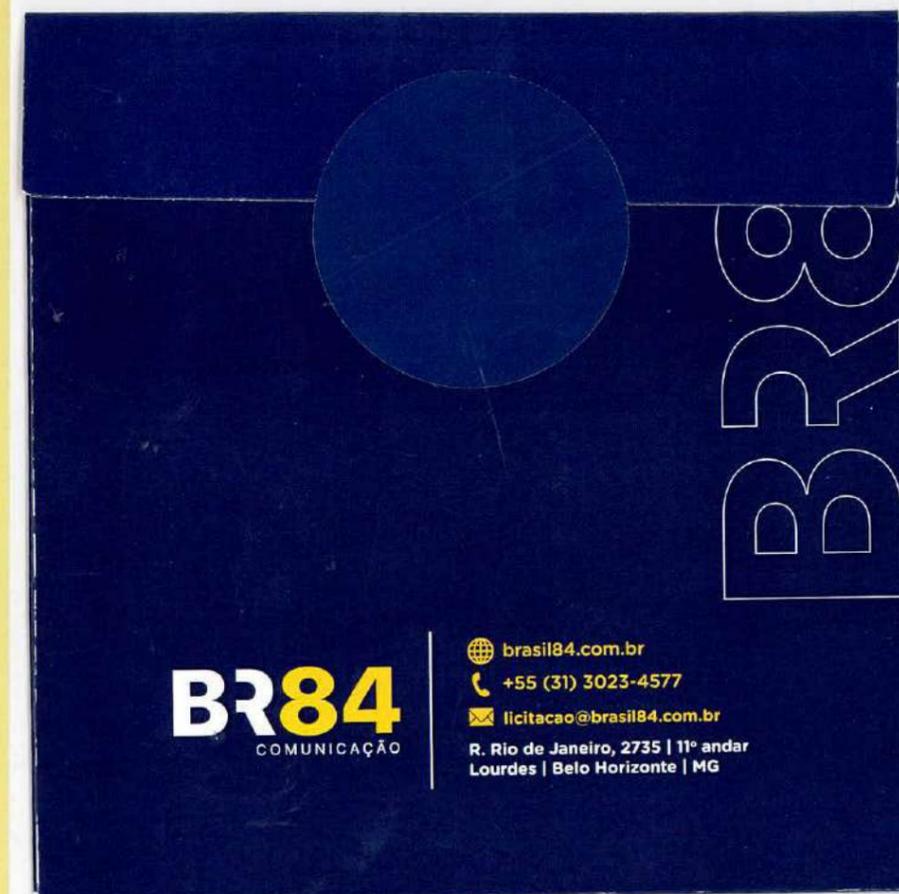
Um novo jeito de fazer Montes Claros

Locutor:

Parabéns Montes Claros pelos 161 anos.



CD contendo Spot



Formato original: 30"

Título: Trabalho, honestidade e transparência - Um novo jeito de fazer Montes Claros

Divulgação: Rádio Terra, Rádio 98 FM e Rádio 93 FM

Praça: Montes Claros

Briefing/Problema a ser resolvido: Comemorar os 161 anos de Montes Claros mostrando o que a nova gestão está fazendo pela cidade.

## TERMO DE ENCERRAMENTO

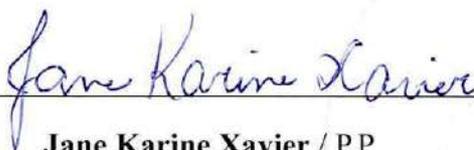
Declaramos para os devidos fins da CONCORRÊNCIA ADASA N° 01/2019, que esta encadernação (Relatos de Soluções dos Problemas de Comunicação) contém 16 páginas, incluindo esta.

Relatos de Soluções dos Problemas de Comunicação

Início: página 1

Término: página 16

Belo Horizonte, 09 de julho de 2019



Jane Karine Xavier / P.P

CPF nº 035.790.956-92 / RG nº MG - 9.193.536 / Analista de Licitações

Razão social: Brasil84 Publicidade e Propaganda Ltda-ME

CNPJ/MF nº 17.489.954/0001-02

Endereço: Rua Rio de Janeiro, nº 2735 | 11º andar Bairro: Lourdes

CEP: 30.160-048 Cidade: Belo Horizonte Estado: Minas Gerais

Telefone/Fax: (31) 3023-4577

Site: [www.brasil84.com.br](http://www.brasil84.com.br)

E-mail: [licitacao@brasil84.com.br](mailto:licitacao@brasil84.com.br)