

**Relatos de  
Soluções de  
Problemas de  
Comunicação**



6

6

6

6

## RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CLIENTE: ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DA BAHIA.  
CASE 1: ASSEMBLEIA CULTURAL

### CENÁRIO:

A Assembleia Legislativa da Bahia (ALBA), progressivamente, perdia importância na vida política estadual, se descolando dos vários segmentos da nossa população, em especial dos formadores de opinião, com significativa redução do espaço editorial nos meios de comunicação social, sem distinção de mídia. O Legislativo, progressivamente passara a ser noticiado, quase exclusivamente de forma deletéria, com descrédito, época em que a ALBA sequer dispunha de agência de publicidade para trabalhar a imagem do Poder. Esvaziamento com pontos de conexão ao que ocorrera com o mundo cultural da Bahia, após o *boom* iniciado no final dos anos 50 nas artes plásticas, no cinema, na fotografia, na música, na arquitetura e no teatro – exacerbado pela censura e pela repressão na fase mais dura do regime militar e na literatura, cujo empobrecimento foi ainda mais evidente. A literatura brasileira não seria tão rica sem a decisiva contribuição dos grandes escritores baianos, como Gregório de Matos, em meados do século XVII, Ruy Barbosa e Castro Alves, no século XIX. Recentemente através de escritores como Jorge Amado, Herberto Salles, João Ubaldo Ribeiro, Hélio Pólvora e Ruy Espinheira Filho – para citar alguns.

### O PROBLEMA:

A partir do final do século passado, já se constatava a solidão, o afastamento da ALBA das outras instituições caras à Bahia. Como a imagem dos políticos em nada ajudaria a recuperação do prestígio perdido, a opção por uma intervenção no ambiente cultural ganhou corpo e a literatura padecera da perda de público e de talentos (baianos), num contexto de crise nacional. Já em meados do século XX, o Ibope com cinco mil questionários, aplicados em 315 municípios brasileiros, identificou clara perda de apreço pela leitura, quadro ainda pior no Nordeste: Interesse de apenas 3,93% contra 5,96% do Sudeste. Mas, pesquisa realizada com 2,5 mil alunos da rede pública, mostra que 54% leem habitualmente e 66% são incentivados pelos pais.

### A SOLUÇÃO:

A importância precípua da literatura e o fato de, esporadicamente, a Assembleia publicar obras de interesse do próprio Legislativo, fixou a opção por um programa editorial. Linha de ação, em sua fase inicial, voltada para o resgate de obras importantes, fundamentais, que estavam fora do catálogo das editoras comerciais. Aliou-se a isso, a aproximação com instituições culturais de nossa terra, como a Academia de Letras da Bahia, a Fundação Pedro Calmon, o Instituto Geográfico e Histórico da Bahia, a Fundação Casa de Jorge Amado, a UFBA, a UESB, a Associação Comercial da Bahia e o Museu Eugênio Teixeira Leal, entre outros parceiros, com quem o Legislativo não mantinha relacionamento. O projeto editorial teve seu passo inicial em 1998, na presidência de Antônio Honorato e chegou à maturidade na presidência de Marcelo Nilo, quando ganhou marca – Assembleia Cultural – e foram implantados os selos: Cangaço, Primeira Edição e Ponte da Memória. Além disso, foram criadas coleções como a “Gente da Bahia”, com 46 volumes; História do Comércio da Bahia, em 6 volumes (com a Associação Comercial); Memória da Bahia, em 5 volumes (com Museu Eugênio Teixeira Leal) e Mestres da Literatura da Bahia, com 12 publicados (com a Academia de Letras da Bahia). Como fomento, 34 novos escritores estrearam graças ao programa Assembleia Cultural. Agora, era necessário mostrar tudo isso e atingir e realçar a importância do Legislativo junto aos segmentos formadores de opinião – projetando uma imagem positiva da ALBA.

### CAMPANHA:

O desafio era mostrar a importância da cultura, a extensão desse trabalho cultural de tão alto grau de influência sobre a vida da Bahia – preservada e incentivada pelo Legislativo. Mais que qualquer objeto de consumo, havia a recuperação da história e o renascimento da literatura baiana. A campanha

exigia uma mensagem que tocasse as pessoas, que as fizesse pensar. Inicialmente a publicidade foi pela web. Uma campanha de outdoor apoiou essa mídia, com resultado surpreendente. Em seguida spots e anúncios foram criados para que as pessoas entendessem que tinham ao seu alcance um raro e importante acervo de cultura. Criou-se também um documentário delicado, didático e artístico, para que as pessoas pudessem conhecer um dos programas culturais mais importantes da Bahia, com a apresentação marcante do ator Bertrand Duarte. A mídia espontânea acompanhou o crescimento desse projeto editorial, ampliando a visibilidade também do Legislativo e aumentando exponencialmente a frequência do público.

#### RESULTADOS:

Os resultados superaram a expectativa, extrapolando os limites da propaganda. A ALBA ocupou um vazio no cenário editorial da Bahia, se tornando em nossa maior editora no último decênio. Isto transbordou para a pauta da mídia espontânea, despertando o interesse editorial da mídia. Essa produção literária, maximizada pela campanha publicitária, deu ampla visibilidade à Assembleia, com matérias e reportagens sobre os lançamentos de livros e análises sobre o programa literário, além de matérias em publicações especializadas, como as páginas de literatura de jornais, revistas e web. Em 28 dos cerca de 220 lançamentos ocorridos nos últimos anos houve cobertura televisiva (a TV Assembleia foi a todas). Autores deram incontáveis entrevistas as emissoras de rádio, bem como excedeu o esperado, os registros em colunas de sites, blogs e jornais – bem como de matérias nos cadernos de cultura, como aconteceu nos dias 25 e 26 de março de 2017 com o livro “A Menina que Foi Vento”, da jornalista Symona Gropper, com matérias nos três principais jornais de Salvador, inclusive toda a capa do caderno B do jornal A Tarde de sábado, citação com foto na “Muito”, revista da mesma publicação, e reprodução de trecho no espaço Literatura do site “Bahia Notícias” e registro amplo no site “Bahia Já”. O crescimento da frequência nos lançamentos e na procura pelos livros foi de tal ordem que se tornou impossível à ALBA encaminhar, através dos Correios, os livros aos solicitantes. O aumento da produção comprometeu o encaminhamento às bibliotecas, cerca de 500 em todo o estado. Tarefa agora sob a responsabilidade da Fundação Pedro Calmon.

Declaro que o Relato de Solução de Problema de Comunicação resultante deste *case* é a mais pura expressão da verdade dos fatos.

Salvador, 10 de maio de 2019.



Paulo Bina – Assessor de Comunicação da Assembleia Legislativa da Bahia.  
Tel.: (71) 99988-0351. E-mail: bina@alba.ba.gov.br



## PEÇAS E FICHA TÉCNICA

Apresentamos a seguir exemplos de trabalhos concebidos e veiculados pela Engenhonovo Comunicação Ltda. Parte integrante do Relato de Solução de Problema de Comunicação “Assembleia Cultural”, da Assembleia Legislativa da Bahia.

Peça 1: Anúncio jornal

Cliente: Assembleia Legislativa da Bahia

Agência: Engenhonovo Comunicação Ltda.

Campanha: Assembleia Cultural

Título: A Assembleia está onde a cultural está. Inclusive neste jornal.

Praça: Salvador

Data de Produção: 01/12/2014

Formato: ½ página – 24,5x18cm

Data de Veiculação: 16 de dezembro de 2014

Veículo: Jornal Correio da Bahia

Problema: O projeto Assembleia Cultural precisava alcançar o público formador de opinião, para dar visibilidade à ação. Para dar credibilidade às informações, utilizamos os números relacionados ao projeto, informando a quantidade de livros lançados e o número de bibliotecas beneficiadas com a doação, gerando, assim, valor para a Assembleia Legislativa da Bahia, posicionando-a como fomentadora da cultura no Estado.

LM

3  
[Handwritten signature]

# A Assembleia está onde a cultura está. Inclusive neste jornal.



Há mais de 8 anos, a Assembleia Legislativa divulga a cultura da Bahia. Neste período, foram 152 livros lançados e distribuídos para 566 bibliotecas no estado. Agora, com a exibição da TV Assembleia em canal aberto, 61.2, todos os baianos poderão acompanhar os Atos Legislativos, a atuação dos Deputados Estaduais e a programação artística-cultural, em qualidade digital. É a Assembleia levando cultura para o dia a dia dos cidadãos.



[www.al.ba.gov.br](http://www.al.ba.gov.br) | [canalassembleia.ba.gov.br](http://canalassembleia.ba.gov.br)

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*

Peça 2: Spot

Cliente: Assembleia Legislativa da Bahia

Agência: Engenhonovo Comunicação Ltda.

Campanha: Assembleia Cultural

Título: Assembleia Cultural

Praça: Bahia

Data de Produção: 05/01/2016

Formato: 60"

Data de Veiculação: 17 a 31/03/2016

Veículo: Rádio Sociedade AM

Problema: A ampliação do projeto Assembleia Cultural para o grande público também se fazia necessária, por isso fizemos um spot que destacava os nomes das principais personalidades baianas que fizeram parte do projeto, além de aproveitar a oportunidade para divulgar a TV Assembleia, mostrando o incentivo à cultura através da programação veiculada pela emissora.

LO

E

e

Handwritten signature and initials

Handwritten initials

Peça 3: Outdoor

Cliente: Assembleia Legislativa da Bahia

Agência: Engenhonovo Comunicação Ltda.

Campanha: Assembleia Cultural

Título: 152 livros em 8 anos

Praça: Salvador e RMS

Data de Produção: 01/12/2014

Formato: 9x3m

Data de Veiculação: 13 a 26 de dezembro de 2014

Veículo: A Linhares, Impacto Outdoor e Chaves Publicidade

Problema: Ainda com o intuito de ampliar a divulgação do projeto para o grande público, veiculamos a campanha também em outdoor, de modo que o destaque foi para a quantidade de livros lançados pelo Assembleia Cultural e para o período do projeto, a fim de valorizar a atuação da ALBA.

6



ASSEMBLEIA  
**CULTURAL**  
VALORIZANDO A CULTURA DA BAHIA



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA  
DO ESTADO DA BAHIA

Bas

Handwritten signature and initials.

## RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

CLIENTE: DESENBÁHIA  
CASE 02: BAHIA FARM SHOW

### CENÁRIO:

A Bahia Farm Show (BFS), realizada em Luís Eduardo Magalhães, Oeste do Estado da Bahia, é a maior vitrine do agronegócio do Norte e do Nordeste do Brasil e está entre as três maiores do país em volume de negócios, o que torna a feira baiana uma excelente oportunidade de vendas, de promover marcas e ficar em dia com as novidades do mercado. Trata-se de um evento que, além da exposição e comercialização de novidades tecnológicas, traz para os participantes muito conteúdo sobre o segmento através de palestras, mesas redondas e fóruns. Na edição de 2016, a feira atingiu a marca de R\$ 1,014 bilhão em negócios consolidados, assumindo a segunda posição de vendas por visitantes no Brasil em eventos de agronegócio, ficando atrás apenas da Agrishow, evento do mesmo segmento, só que no âmbito nacional. A Desenhahia participou de todas as edições do evento, realizado na região Oeste baiano.

### PROBLEMA:

O agronegócio enfrentava uma crise, à época da campanha, causada pela seca vivida nos últimos anos e, conseqüentemente, os investimentos no setor estavam consideravelmente retraídos. Por conta disso, e entendendo que não podia ficar de fora do evento que representa a principal oportunidade do ano em números de negócios captados e, conseqüentemente, financiamentos liberados, a Desenhahia estabeleceu uma meta de vendas bastante conservadora, mantendo a mesma que foi estabelecida em 2016 e ofereceu condições de negociações agressivas, criando estratégias comerciais específicas para a BFS, a fim de concorrer com gigantes financeiros como o Banco do Nordeste, o Banco do Brasil e a Caixa Econômica Federal e, assim, conseguir se manter na liderança financeira em captação de propostas, já conquistada durante 3 anos consecutivos.

### CAMPANHA:

A estratégia da campanha foi então destacar a possibilidade de financiamento de projetos em até 15 anos, um diferencial de mercado que a Desenhahia passou a adotar próximo ao período do evento, em contraponto a outras instituições financeiras que limitam o prazo em 10 ou 12 anos. Aliada a isso, uma carência inclusa de até 03 anos para começar a pagar a dívida, financiamento de até 90% para projetos e máquinas e equipamentos, e taxas bastante competitivas. Com veiculação concentrada na região Oeste do Estado, local onde o público-alvo está presente, a campanha contou com um mix de meios que envolveu Outdoor e Rádio como mídias básicas, Jornal, Carro de Som, Revista e Internet como mídias de apoio para ampliar a cobertura e alcance da mensagem.

### OBJETIVOS:

Mostrar os diferenciais competitivos da Desenhahia para seu público potencial e, assim, prospectar novos negócios financeiros. Além disso, a campanha buscou também fortalecer a imagem da empresa no segmento do Agronegócio.

### RESULTADOS:

A campanha, realizada durante os dias 22/5 a 9/6/2017, destacou os principais diferenciais competitivos da Desenhahia para a Bahia Farm Show e o resultado foi a conquista, pelo 4º ano consecutivo, da liderança em financiamentos no evento, se consolidando assim como o maior agente financeiro do agronegócio do estado. A Desenhahia atingiu a marca de R\$ 552 milhões em negócios fechados durante os 5 dias do evento, enquanto que o total de negócios gerados por todos os expositores da Feira foi de R\$ 1,531 bilhão. Entre as principais instituições financeiras presentes - Banco do Brasil, Banco do Nordeste, Caixa Econômica Federal - a Desenhahia ficou com mais de 1/3 do resultado. Para ampliar a divulgação do excelente desempenho, a Engenhonovo criou ainda

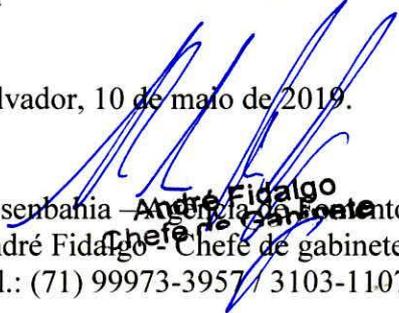
André Fidalgo  
Chefe

E

uma campanha mostrando os números que justificam o resultado, trazendo a evolução a cada ano de participação da Desenbahia no evento, consolidando o posicionamento de principal instituição financeira da Bahia Farm Show.

Declaro que o Relato de Solução de Problema de Comunicação resultante deste *case* é a mais pura expressão da verdade dos fatos.

Salvador, 10 de maio de 2019.

  
Desenbahia – André Fidalgo – Chefe de Gabinete do Estado da Bahia  
André Fidalgo - Chefe de gabinete  
Tel.: (71) 99973-3957 / 3103-1107. E-mail: afidalgo@desenbahia.ba.gov.br



b





PM



## PEÇAS E FICHA TÉCNICA

Apresentamos a seguir exemplos de trabalhos concebidos e veiculados pela Engenhonovo Comunicação Ltda. Parte integrante do Relato de Solução de Problema de Comunicação “Bahia Farm Show”, da Desenbahia.

Peça 1: Anúncio Jornal

Cliente: Governo do Estado da Bahia – Desenbahia

Agência: Engenhonovo Comunicação Ltda.

Campanha: Bahia Farm Show 2017

Título: Vantagens para seu negócio chegar lá

Praça: Barreiras

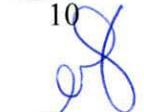
Data de Produção: 22 de maio de 2017

Formato: 26x28cm

Data de Veiculação: 30 de maio de 2017

Veículos: Jornal Novo Oeste

Problema: A veiculação por jornal foi muito importante, pois existia a necessidade de destacar, de uma forma mais ampla, os diferenciais do crédito da Desenbahia. Tinha-se como público-alvo empresários do agronegócio da região Oeste do estado, logo, foram selecionados os principais jornais da região, com maior credibilidade e audiência no target. O título criado denota proximidade, mostrando que o empresário pode continuar crescendo com a ajuda do crédito da Desenbahia: Vantagens para seu negócio chegar lá.



# VANTAGENS PARA SEU NEGÓCIO CHEGAR LÁ

ATÉ  
**90%**  
DE  
FINANCIAMENTO\*

ATÉ.....  
**3 ANOS**  
PRA COMEÇAR  
A PAGAR\*

ATÉ  
**15 ANOS**  
DE PRAZO\*

MENOR  
**TAXA**

Ouvیدoria: 0800 284 0011

De 30/05 a 03/06, visite stand, converse com nossos Gerentes e garanta a solução personalizada para a sua necessidade, com mais prazo e menos custo.



Gerente  
Marko Svec

Gerente  
Helder Falk

Gerente  
Gustavo Grillo

Gerente  
João Pedro

Gerente  
Renato Freitas

HÁ 3 ANOS,  
**MAIOR AGENTE  
FINANCEIRO**  
DA BAHIA FARM  
SHOW

**0800 285 1626**  
[desenbahia.ba.gov.br](http://desenbahia.ba.gov.br)



**Desenbahia**  
Agência de Fomento do  
Estado da Bahia S.A.



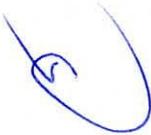
Condições válidas para projetos protocolados durante a Bahia Farm Show 2017.

CS

11  
Handwritten signature

E

0<0Z0Z=0Z=



Peça 2: Jingle

Cliente: Governo do Estado da Bahia – Desenhahia

Agência: Engenhonovo Comunicação Ltda.

Campanha: Bahia Farm Show 2017

Título: Pode acreditar, pode imaginar.

Praça: Correntina, Luís Eduardo Magalhães e Barreiras

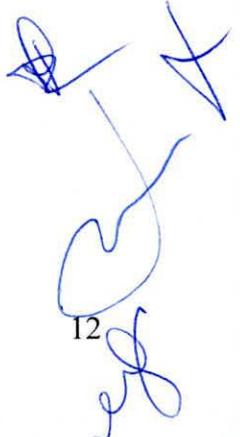
Data de Produção: 09 de maio de 2017

Formato: 60”

Data de Veiculação: 22 de maio a 03 de junho de 2017

Veículos: Carícia FM, Cidade FM, Moderna FM, Bahia Farm Show FM, Barreiras AM, Vale do Rio Grande AM, Transamérica Líder FM

Problema: Para ampliar a divulgação da participação da Desenhahia na Bahia Farm Show, utilizamos o meio rádio e também o carro de som, veiculando um jingle que reforça o conceito e posicionamento da Desenhahia, além de informar sobre o período do evento e convidar os clientes a visitar seu stand no evento.





Peça 3: Outdoor Resultado

Cliente: Governo do Estado da Bahia - Desembahia

Agência: Engenhonovo Comunicação Ltda.

Campanha: Bahia Farm Show 2017

Título: Desembahia. Recordista em captação de negócios na Bahia Farm Show.

Praça: Salvador, Barreiras, Luís Eduardo Magalhães e Teixeira de Freitas.

Data de Produção: 19 de junho de 2017

Formato: 9x3m

Data de Veiculação: De 24/06 a 07/07/2017

Veículos: Rede Outlight, A Linhares, Impacto Outdoor, Ponto Outdoor, Chaves Outdoor, Light Painéis e W&E Outdoor.

Problema: Para divulgar o resultado da Desembahia na Bahia Farm Show, criamos uma campanha contemplando outdoor, rádio, web e anúncio em jornal. O outdoor então destacou que, pelo 4º ano consecutivo, a Agência de Fomento do Estado da Bahia foi recordista em captação de negócios no evento.



13

E

DESENBABAHIA  
**RECORDISTA EM**  
 CAPTAÇÃO DE NEGÓCIOS  
 NA BAHIA FARM SHOW.



**0800 285 1626**  
[desenbahia.ba.gov.br](http://desenbahia.ba.gov.br)



**Desenbahia**  
 Agência de Fomento do  
 Estado da Bahia S.A.

**BAHIA**  
 GOVERNO DO ESTADO  
 TERRA-MÃE DO BRASIL

Quilômetro: 0800 285 1626

14

BR

E

6

Salvador, 09 de julho de 2019.



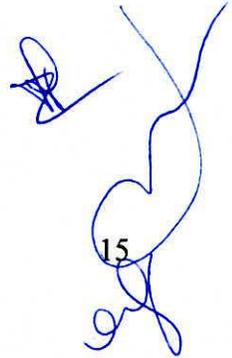
Fernando Antônio Gonzalez Passos – Laura Mello Passos

Engenhonovo Comunicação Ltda.

6

6

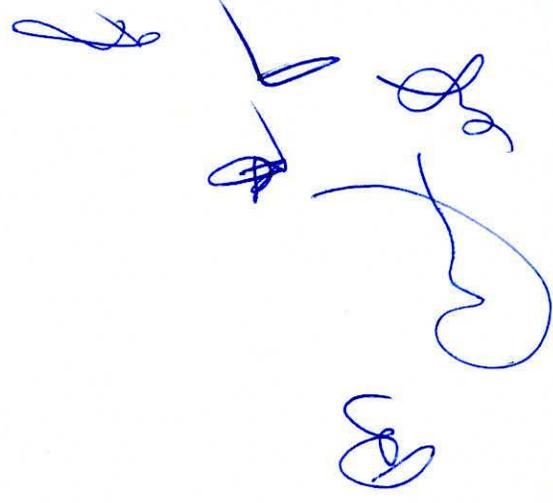
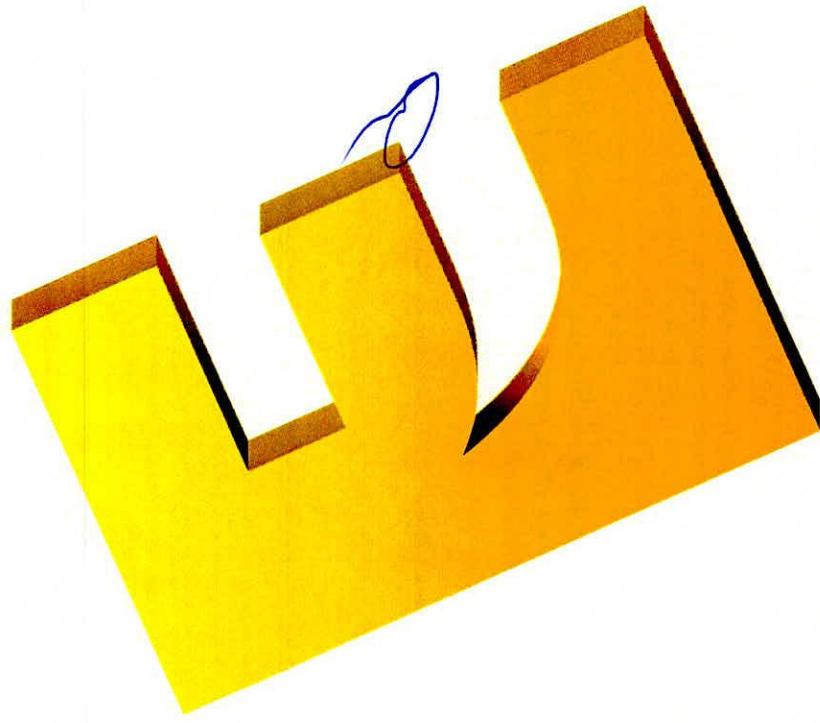
6



6



**Repertório**





## REPERTÓRIO

### PEÇAS E FICHAS TÉCNICAS

Apresentamos, a seguir, um conjunto de trabalhos concebidos e veiculados pela Engenhonovo Comunicação Ltda., com foco na resolução de problemas de comunicação dos clientes, relacionados por meio:

Peça 1: JINGLE

Cliente: DESENBAHIA

Agência: ENGENHONOVO COMUNICAÇÃO

Campanha: SUA EMPRESA CHEGA LÁ

Título: SUA EMPRESA CHEGA LÁ

Data de produção: 23/10/2015

Praça: BAHIA

Formato: 60"

Período de Veiculação: DE 03/11 A 18/12 DE 2015

Veículo: GLOBO FM, METRÓPOLE FM, BAND NEWS FM, LÍDER FM, SOCIEDADE AM, PRINCESA FM



Problema: A Desenhahia, agência de fomento do Estado da Bahia, financia projetos de pequeno, médio e grande porte para empresários de todo o estado. Suas condições financeiras são muito parecidas com as oferecidas pelos seus concorrentes, então era preciso se apresentar para a população com outro apelo. A Engenhonovo criou uma campanha cujo argumento foi destacar o principal diferencial da Desenhahia: oferecer Soluções Financeiras para ajudar no crescimento do negócio do cliente. Essa campanha teve como peça principal o jingle, usado para massificar o mote “Com a Desenhahia sua empresa chega lá” no Estado, sendo veiculado nas principais emissoras de rádio, meio de excelente penetração em todas as Classes Sociais. A campanha teve como objetivos divulgar a oferta de crédito para bons projetos, estimular o atendimento personalizado com o gerente de negócios regional e, além disso, fortalecer a marca Desenhahia.



Peça 2: VÍDEO

Cliente: ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DA BAHIA

Agência: ENGENHONOVO COMUNICAÇÃO

Campanha: INSTITUCIONAL 2017

Título: ASSEMBLEIA DE CARINHO

Data de produção: 23/10/2017

Praça: BAHIA

Formato: 30"

Período de Veiculação: DE 31/10 A 15/12 DE 2017

Veículos: TV BAHIA, TV SUBAÉ, TV SÃO FRANCISCO, TV OESTE, TV SUDOESTE, TV SANTA CRUZ, TV ITAPOAN, TV ARATU, TV BANDEIRANTES, TV SANTA CRUZ

Problema: O Projeto Assembleia de Carinho foi criado em abril de 2017 pela ALBA - Assembleia Legislativa da Bahia, com o objetivo de executar trabalhos sociais e com isso humanizar o Poder Legislativo baiano, promovendo parcerias, convênios e ações sociais para ajudar instituições de caridades de todos os tamanhos e segmentos no estado. Para fortalecer a imagem da ALBA e mostrar para a população a importância e o crescimento deste projeto, a Engenhonovo criou uma campanha utilizando um forte apelo emocional para divulgar as principais ações realizadas através do Assembleia de Carinho, dando credibilidade ao trabalho que vem sendo realizado pelos voluntários da casa que participam do projeto. A campanha foi veiculada em todo o estado, em TV aberta e fechada, Rádio, Outdoor, Busdoor, Internet e Jornal.

pm  
2  
el

Peça 3: ANÚNCIO DE REVISTA

Cliente: ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DA BAHIA - ALBA

Agência: ENGENHONOVO COMUNICAÇÃO

Campanha: PRIMEIRAS AÇÕES

Título: SE É BOM PARA A BAHIA, A GENTE APROVA.

Data de produção: 27/06/2017

Praça: SALVADOR

Formato: 21X38CM

Período de Veiculação: JUNHO 2017

Veículo: REVISTA ACB

Problema: Com imagem enfraquecida junto à população que, de modo geral, conhece o trabalho dos deputados apenas como “aprovadores” das leis do Governo do Estado, a nova gestão da ALBA ainda tem um desafio de desfazer essa percepção e, para isso, trouxe as primeiras ações da nova gestão, para informar à população que novas atitudes estavam sendo tomadas, em prol da Bahia e dos baianos.

E

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature and several smaller ones, with the number 3 written below.

# REDUÇÃO DOS CUSTOS DA ASSEMBLEIA.

SE É BOM PARA  
A BAHIA, A GENTE

*aprova.*

0<02022m02m

15% DE  
REDUÇÃO DA  
DESPESA

CORTE DE PONTO  
DOS DEPUTADOS  
FALTOSOS

FISCALIZAÇÃO DA  
FREQUÊNCIA DOS  
FUNCIONÁRIOS

Um novo tempo pede novas atitudes. É por isso que a ALBA está trabalhando para reduzir os custos da casa e fazer uma Assembleia mais eficiente.

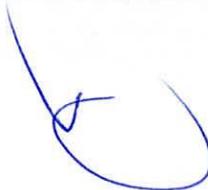
**Acompanhe os trabalhos. Se você participa, a Bahia fica mais legal.**



**ALBA**  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DA BAHIA

[alba.ba.gov.br](http://alba.ba.gov.br)





Peça 4: POST 360°

Cliente: HOSPITAL SÃO RAFAEL

Agência: ENGENHONOVO COMUNICAÇÃO

Campanha: OUTUBRO ROSA 2017

Título: OUTUBRO ROSA

Data de produção: 30/10/2017

Praça: SALVADOR

Formato: Post 360°

Período de Veiculação: OUTUBRO DE 2017

Veículo: FACEBOOK

Problema: O câncer de mama é o que mais afeta e mata mulheres no Brasil e no mundo. No entanto, quanto mais cedo é diagnosticado maiores são as chances de sucesso no tratamento. Diante da necessidade de conscientizar as mulheres da importância na prevenção do Câncer de Mama através do autoexame e dos exames de imagem, o Hospital São Rafael fez uma campanha na internet alertando o público que, além dos exames, ter uma vida saudável é essencial na prevenção. Para isso, usou do artifício da peça interativa de Post 360° no Facebook para comunicar com mais de 35.900 seguidores a importância de ter uma alimentação saudável, de praticar atividade física, de manter bons relacionamentos e de dedicar um tempo para o equilíbrio espiritual.



Peça 5: VT

Cliente: BAHIA TURSA

Agência: ENGENHONOVO COMUNICAÇÃO

Campanha: SÃO JOÃO

Título: SÃO JOÃO 2015

Data de produção: 29/4/2015

Praça: BAHIA

Formato: 60"

Período de Veiculação: DE 19 A 29/06 DE 2015

Veículo: TV RECORD CABRÁLIA, TV BAND BAHIA, TV ARATU, TV BAHIA

Problema: A Bahia é conhecida como a terra do Carnaval. Mas o estado também tem outra grande festa: o São João, que movimenta diversos municípios no interior e também na capital, competindo com as grandes capitais e municípios que fazem os festejos juninos no Nordeste. Como junho é um mês de baixa estação turística para a Bahia, o Governo do Estado, através da Bahiatursa, investiu fortemente nesse evento em 2015 para oferecer boa estrutura e, assim, atrair turistas e transformar o São João da Bahia em um grande produto turístico nacional. A Engenhonovo criou a campanha para divulgar o São João 2015, buscando valorizar a manifestação cultural que tem força pelo que tem de mais original: o envolvimento de todos os municípios do estado. Da capital ao interior, festeja-se o São João. A campanha se apropriou do know-how, da cultura e da tradição do São João, usando uma linguagem própria, um falar que é quase dança. É remelexo, é resfulengo, é sacolejo. É Bahia. Tudo isso com um detalhe que deu um charme todo especial: todas as peças da campanha foram feitas com ilustrações e o filme é um desenho animado. A partir dessa definição, a Engenhonovo construiu uma identidade própria e peças que transmitem beleza, movimento e cor característicos desse festejo tão enraizado na Bahia. Viver o São João é viver a Bahia, um estado alegre, festivo, animado. Daí o tema da campanha: BAHIA. O SÃO JOÃO MAIS ARRETADO DO BRASIL.

Peça 6: VT

Cliente: BROOKFIELD

Agência: ENGENHONOVO COMUNICAÇÃO

Campanha: DIA DA MUDANÇA

Título: O DIA DA MUDANÇA VAI MUDAR SUA VIDA

Praça: BRASÍLIA

Formato: 30"

Período de Veiculação: DE 01/10 A 16/10/2016

Veículo: TV GLOBO DF

Problema: O mercado imobiliário vem atravessando um momento de grande dificuldade em Brasília com a oferta do setor maior do que a demanda, gerando altos estoques de empreendimentos lançados há bastante tempo. A falta de confiança no setor paralisa os investimentos e dificulta as negociações com as incorporadoras. Pensando nisso, a Engenhonovo criou para a Brookfield um grande evento de varejo com foco na venda de unidades remanescentes de Águas Claras, utilizando o tema Mudança como chamada principal. O Dia da Mudança tinha sentido duplo, significando ao mesmo tempo a hora da virada no cenário econômico e a própria mudança para um novo imóvel. O evento foi um sucesso e determinante para as metas de vendas da Brookfield em 2016.

E



Peça 7: SPOT

Cliente: COLÉGIO SIGMA

Agência: ENGENHONOVO COMUNICAÇÃO

Campanha: MATRÍCULAS

Título: QUEM QUER MAIS, QUER SIGMA

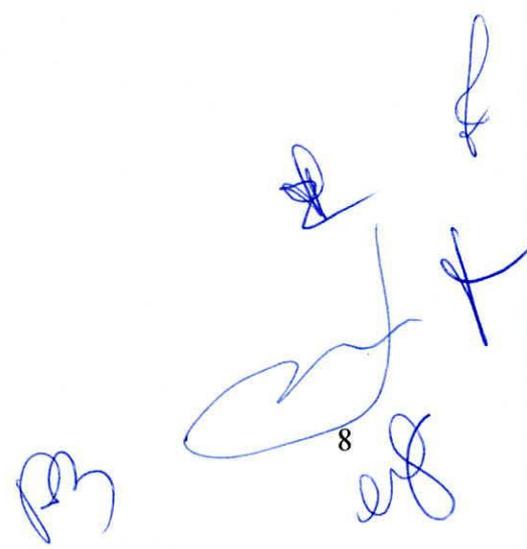
Praça: BRASÍLIA

Formato: 30"

Período de Veiculação: 10/10 A 14/10 E 01/11 A 25/11 DE 2016

Veículo: Jovem Pan DF e CBN DF

Problema: O Colégio Sigma, uma instituição bastante tradicional em Brasília, possui um excelente posicionamento e capacidade de atração para as turmas do ensino infantil e fundamental. No entanto, a escola perde alunos do ensino médio para concorrentes que comunicam melhor seus resultados de aprovação e suas metodologias voltadas para passar nos exames. A campanha de matrículas criada pela Engenhonovo tinha o objetivo de mostrar que o Sigma também goza de excelentes resultados e tem infraestrutura e professores adequados para as necessidades do jovem aluno pré-vestibulando.



8



Peça 8: MOBILIÁRIO URBANO

Cliente: CEDECA

Agência: ENGENHONOVO COMUNICAÇÃO

Campanha: CONTRA VIOLÊNCIA SEXUAL INFANTIL

Título: PARA ALGUMAS CRIANÇAS O PESADELO VEM ANTES DO SONO

Praça: SALVADOR

Formato: 119X174CM

Período de Veiculação: DE 30/05 A 13/06/2015

Veículo: KALLAS

Problema: O Centro de Defesa da Criança e do Adolescente (CEDECA) é uma organização sem fins lucrativos que realiza um trabalho de proteção às crianças e adolescentes em situações como violências sexuais, crimes de homicídio, violência física e violação dos direitos. Entre tantas frentes de trabalho importantes foi escolhido para essa campanha o tema da violência sexual contra a criança que acontece dentro de casa, com altos índices no Brasil, muitas vezes por ação dos próprios responsáveis. A Engenhonovo encontrou uma forma criativa e impactante de mostrar para os familiares que é preciso denunciar casos de maus tratos infantis, mesmo que o agressor seja parte da família. A peça anexa foi premiada, solicitada pelo Ministério da Educação para compor a prova do ENEM de 2015 e autorizada para o livro Vereda Digital – Gramática da Editora Moderna.



cedeca.org.br



*Denuncie  
qualquer caso de  
violência sexual infantil.  
Ligue 100.*

Apoio:

Grupo Kallas



Uranus



CEDECA-BA

CENTRO DE DEFESA DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTE PAULISTA DO BRASIL

E

VC

o

f

Handwritten signature and scribbles.

Handwritten scribble.

100



Peça 9: OUTDOOR

Cliente: BAHIA MARINA

Agência: ENGENHONOVO COMUNICAÇÃO

Campanha: DIA MUNDIAL DO MEIO AMBIENTE

Título: AQUI É ARTE. NO MAR, É LIXO.

Praça: SALVADOR

Formato: 9X3M

Período de Veiculação: DE 30/05 A 13/06/2015

Veículo: IMPACTO OUTDOOR

Problema: Anualmente, a Bahia Marina faz uma limpeza periódica nas bacias da Baía de Todos-os-Santos, retirando diversos tipos de lixo deixados pelos banhistas no fundo do mar e também nas praias. Em 2015, essa ação foi comumente realizada, mas o cenário encontrado durante a limpeza foi muito negativo, provocando então na Bahia Marina a necessidade de alertar a população, conscientizando-a sobre a gravidade do problema causado por esse tipo de atitude. Para ajudar na divulgação desse problema, a Engenhonovo criou um outdoor-arte que foi executado por um artista plástico e composto totalmente por materiais/lixos que comumente são jogados ao mar, como plásticos, garrafas pet e latas de alumínio. A peça é representada por uma tartaruga marinha no mar, um dos animais símbolos da Baía de Todos-os-Santos e que hoje está entre as vítimas da degradação ambiental. Com o conceito “Aqui é arte. No mar, é lixo.”, mostramos que o lixo só é bonito na imaginação do artista, mas quando descartado no mar, o cenário e impacto são outros.



E



**Impacto**  
outdoor  
(71) 3341-5955

**Impacto**  
outdoor  
(71) 3341-5955

4032



**AQUI É ARTE.**  
**NO MAR, É LIXO.**  
05/06 DIA DO MEIO AMBIENTE



12

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*

Peça 10: VT

Cliente: COLÉGIO VILLA

Agência: ENGENHONOVO COMUNICAÇÃO

Campanha: MATRÍCULAS 2015

Título: VILLA, CAMPUS DE EDUCAÇÃO

Praça: SALVADOR

Formato: 30"

Período de Veiculação: DE 01/10 A 31/10/2014

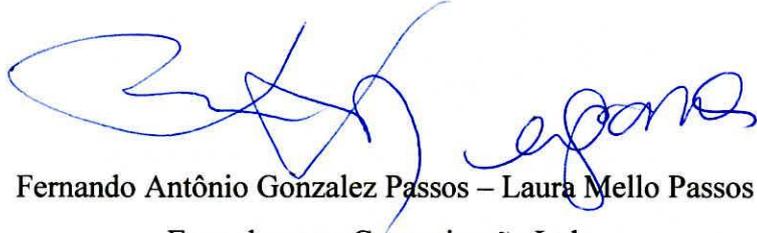
Veículo: TV BAHIA

Problema: O Villa Lobos era uma escola de Salvador com excelência acadêmica, mas pouca força de marca. A Engenhonovo foi responsável pelo planejamento de reposicionamento do colégio criando novos nome, marca e conceito, rerepresentando à sociedade o Villa, agora como campus de ensino infantil a médio. O VT de lançamento se apropriou de uma linguagem visual extremamente lúdica e moderna para atrair a atenção dos novos alunos e fidelizar os alunos da casa. A campanha de reposicionamento do Villa teve uma excelente performance de matrículas.

b

E

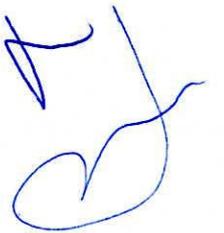
Salvador, 09 de julho de 2019.



Fernando Antônio Gonzalez Passos – Laura Mello Passos  
Engenhonovo Comunicação Ltda.

o

f



**Capacidade de Atendimento**



Handwritten blue mark, possibly a signature or initials.

Handwritten blue marks, including a signature and several initials or symbols.

## CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

A Engenhonovo é uma agência que tem muito mais do que boas ideias; tem o compromisso com o negócio do cliente, buscando sempre os melhores resultados e utilizando tudo o que há de mais tradicional (e de novo) em comunicação nas ruas, na internet e na casa das pessoas. Um conjunto de ferramentas e soluções integradas de comunicação, para encontrar o nosso e, também, o principal objetivo do nosso cliente: o público consumidor, que está cada vez mais participativo e cheio de opinião.

Além disso, trabalhamos com os melhores fornecedores do país, negociando por volume e alcançando preços competitivos, do banner impresso ao web banner. Possuímos os melhores parceiros digitais, que viabilizam nossas estratégias on-line, desde aquilo que você já conhece até o que há de mais novo no momento. E tudo amarrado por pesquisas, com dados atuais das principais plataformas de mídia. Mais do que planos de mídia, mapeamos os pontos de contato analisando posse de bens de consumo, uso de serviços, hábitos de lazer, atitudes e assuntos de interesse do público-alvo, tudo sem tirar o olho da concorrência. Afinal, a verba do cliente é para ser otimizada.

## RELAÇÃO NOMINAL DOS PRINCIPAIS CLIENTES

Para todos os clientes listados abaixo, os produtos e serviços prestados pela Engenhonovo Comunicação se referem: à publicidade e propaganda em todos os meios de comunicação; ao apoio às atividades de marketing e comunicação, incluindo criação, produção e acompanhamento de peças gráficas e eletrônicas; ao estudo e planejamento de campanhas institucionais e/ou mercadológicas.

- ALIANÇA (BRASÍLIA)

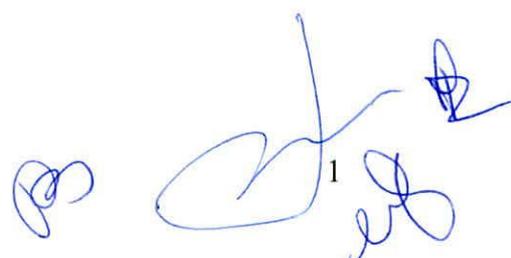
Ramo de Atividade: Saúde

Início do Atendimento: Agosto/2013

- AMAZONAS SHOPPING

Ramo de Atividade: Comércio/Entretenimento

Início do Atendimento: Julho/2014



- ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DA BAHIA

Ramo de Atividade: Governamental

Início do Atendimento: Fevereiro/2005

- BAHIA MARINA

Ramo de Atividade: Serviços

Início do Atendimento: Março/2001

- BAHIATURSA

Ramo de Atividade: Governamental

Início do Atendimento: outubro/2017

- CEDASC – Centro de Estudos e Des. de Tecnologias para Auditoria

Ramo de Atividade: Publicidade Legal

Início do Atendimento: Março/2009

- CEDECA – Centro de Defesa da Criança e do Adolescente Yves de Roussan

Ramo de Atividade: Organização Não Governamental

Início do Atendimento: Julho/1995

- COLÉGIO VILLA

Ramo de Atividade: Educação Infantil e Fundamental

Início do Atendimento: Junho/2004

- COFIC – Comitê de Fomento Industrial de Camaçari

Ramo de Atividade: Associação Empresarial

Início do Atendimento: Março/1992

- DESENBAHIA – Agência de Fomento do Estado da Bahia S/A

Ramo de Atividade: Financiamento para Micro, Pequenas e Médias empresas, e Microcrédito.

Início do Atendimento: Janeiro/2016

- DOCES VIEIRA

Ramo de atividade: Indústria de Doces

E

h

e

d

f

R

cm

2

Início do Atendimento: Janeiro/2016

- ESTALEIRO ENSEADA DO PARAGUAÇU

Ramo de Atividade: Estaleiro

Início do Atendimento: Janeiro/2013

- FAENGE (BRASÍLIA)

Ramo de Atividade: Imobiliário/Construção Civil

Início do Atendimento: Março/2010

- FIPECq – Fundação de Previdência Complementar dos Empregados ou Servidores da FINEP, do IPEA, do CNPq, do INPE e do INPA

Ramo de Atividade: Previdência

Início do Atendimento: Março/2016

- FRANISA EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS

Ramo de Atividade: Incorporadora

Início do Atendimento: Abril/2014

- GM – GENERAL MOTORS DO BRASIL

Rede Chevrolet Regional: Bahia, Sergipe, Alagoas, Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Brasília, Goiás, Tocantins, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, Ceará, Maranhão, Piauí, Amazonas e Pará.

Ramo de Atividade: Indústria e Comércio de Automóveis

Início do Atendimento: Julho/1997

- HOSPITAL SÃO RAFAEL

Ramo de atividade: Hospital

Início do Atendimento: Fevereiro/2016

- LABCHECAP

Ramo de Atividade: Saúde

Início do Atendimento: Janeiro/2007

E

- LOTUS BRASÍLIA

Ramo de Atividade: Construção

Início do Atendimento: Novembro/2018

- ODEBRECHT REALIZAÇÕES IMOBILIÁRIAS

Ramo de Atividade: Construção Civil

Início do Atendimento: Maio/1997

- OEI - ORGANIZAÇÃO DOS ESTADOS IBERO-AMERICANOS (BRASÍLIA)

Ramo de Atividade: Organismo Internacional Governamental

Início do Atendimento: Abril/2012

- PRATIGI ALIMENTOS

Ramo de Atividade: Indústria de Alimentos para Animais

Início do Atendimento: Abril/2016

- SEIMI

Ramo de Atividade: Saúde

Início do Atendimento: Janeiro/2013

- SISTEL

Ramo de Atividade: Seguridade Social

Início do Atendimento: Janeiro/2016

- SHOPPING PARALELA

Ramo de Atividade: Comércio/Entretenimento

Início do Atendimento: Fevereiro/2014

- SHOPPING RIO ANIL

Ramo de Atividade: Comércio/Entretenimento

Início do Atendimento: Julho/2014

- SÍTIO BARREIRAS

Ramo de Atividade: Fruticultura e Distribuição de Bananas

E

b

d

m

4

Handwritten signature and scribbles



Início do Atendimento: Fevereiro/2016

- SÍTIO DA SERRA

Ramo de Atividade: Fruticultura e Distribuição de Bananas

Início do Atendimento: Julho/2016

- TECNISA S.A. (BRASÍLIA)

Ramo de Atividade: Imobiliário/Construção Civil

Início do Atendimento: Janeiro/2012

- UNICEF – Fundo das Nações Unidas para a Infância

Ramo de Atividade: Beneficente

Início do Atendimento: Junho/1995

- UNIFACS – Universidade Salvador

Ramo de Atividade: Ensino Superior

Início do Atendimento: Fevereiro/2013

- VIABAHIA CONCESSIONÁRIA DE RODOVIAS S.A.

Ramo de Atividade: Concessionária de Rodovias

Início do Atendimento: Maio/2011



## QUANTIFICAÇÃO E QUALIFICAÇÃO DA EQUIPE

### DIRETORIA

#### SÓCIO E PRESIDENTE

##### FERNANDO GONZALEZ PASSOS



Formação: Arquiteto formado pela Universidade Federal da Bahia e pós-graduado em Marketing pela ESPM.

Experiência: Trabalhou na Unigraf (1974), na Publivendas (1975), na House da Aspeb e na DM9 (1976). Fundou a Engenho de Propaganda (1977). Dirigiu a Scala (1980) e criou a Engenhonovo (1981). Professor titular de Propaganda da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (Facom/UFBA) e professor de Gestão

de Marketing da Faculdade de Tecnologia Empresarial (FTE).

Presidente do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia (1990-92). Atual vice-presidente da ABMP (Associação Baiana do Mercado Publicitário), Publicitário do Ano (1988). Presidente da Abap/BA (1994-96).

Prêmio Publicitário Latino-Americano no Festival Mundial de Publicidade de Gramado (2005).

Clientes: Governo do Estado da Bahia, Governo do Estado de Sergipe, Prefeitura Municipal de Salvador, Prefeitura Municipal de Itajaí/SC, Assembleia Legislativa do Estado da Bahia, Braskem, BCI (Banco de Comércio e Indústria - Angola/África), Centro de Defesa da Criança e do Adolescente Yves de Roussan (CEDECA), Comitê de Fomento Industrial de Camaçari (COFIC), Construtora Norberto Odebrecht (Brasil/Angola) e Complexo Turístico Costa do Sauípe.

#### SÓCIA E VICE-PRESIDENTE

##### LAURA MELLO PASSOS



Vice-Presidente do Grupo Engenho (Grupo de comunicação formado pela Engenhonovo Comunicação, Plural Marketing Promocional e COM - Inteligência Digital) com filiais em Brasília e Recife, Presidente do Sinapro-BA (Sindicado das Agências de Propaganda da Bahia 2012-2016), graduada em Design pela Unifacs e pós-graduada em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas. Experiência de vinte anos em pesquisa, planejamento e atendimento executivo de contas. Atendimento Executivo

E

Handwritten signatures and initials in blue ink at the bottom right of the page.

ao Governo do Estado da Bahia, Prefeitura Municipal de Salvador, Assembleia Legislativa, Câmara Municipal de Salvador. Atendimento e prestação de serviços solidários a entidades como UNICEF e CEDECA. Atendimento a clientes privados em diversos segmentos, tais como GM, Shopping Paralela, Odebrecht Empreendimentos, OAS, Shopping Natal, Labchecap, entre outros. Responsável pela implantação da unidade da Engenhonovo em Angola (África), atendendo clientes no setor imobiliário, telefonia celular móvel, Fundação do Presidente da República, entre outras.

#### SÓCIA E DIRETORA ADMINISTRATIVA FINANCEIRA

##### CRISTINA VIEIRA



Formação: Curso técnico em Ciências Contábeis e Administração e Marketing da ESPM. Experiência: Com trinta e três anos de dedicação à Engenhonovo, iniciou seu trabalho na agência em 1984 e tornou-se sócia em 1999. Hoje é responsável pela área administrativa e financeira. Trabalhou na área administrativa do Banco Bradesco (1977 – 1979) e na Publivendas Propaganda (1979 – 1984).

#### DIRETOR DE CRIAÇÃO

##### CARLOS JOSÉ SARNO - DIRETOR DE CRIAÇÃO



Formação: Bacharel em Comunicação pela UFBA, pós-graduação em Comunicação para o Mercado pela Unifacs e especialização em Criação Publicitária (Búfalo/EUA).

Experiência: Direção de Criação da GFM Proppeg e Direção de Marketing da Barreto de Araújo. Publicitário do Ano e presidente do Clube de Criação da Bahia. Dirigiu a área de Planejamento do Irdeb. Foi presidente do Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia, além de lecionar, por mais de três anos, a matéria Criação, na UCSal – Universidade Católica do Salvador. Prêmio ABMP – Associação Baiana do Mercado Publicitário de Profissional de Marketing Político/Institucional – 2007.

Em Planejamento Estratégico e Marketing Político, destaca-se a participação nos pleitos de: Waldir Pires ao Governo do Estado da Bahia e ao Senado; João Alves ao Governo de Sergipe; Lídice da Mata e Walter Pinheiro ao Senado; Luciano Ribeiro para a Prefeitura de Feira de Santana/BA; Colbert Martins para a Prefeitura de Feira de Santana/BA; Wilma Farias ao

W

E

Governo do Rio Grande do Norte; Roberto Magalhães à Prefeitura do Recife/PE; Lídice da Mata e Beth Wagner ao Governo do Estado da Bahia e ao Senado e Otto Alencar para Senador.

## DIRETORA DE PLANEJAMENTO

SABRINA ALVES



Graduada em Publicidade e Propaganda (UCSal), pós-graduada em Marketing (Unijorge) e atualização em Gestão de Projetos (FGV). Com sete anos de experiência atuando como profissional de Marketing de varejo e nove anos de experiência na Engenhonovo.

Passou pelas funções de Assistente de Marketing do Shopping Barra, Gerente de Marketing do Shopping Estrada do Coco e Supervisora de Marketing do Belas Shopping (Angola), empreendimentos administrados pela Enashopp - Empresa Nacional de Administração de Shoppings Centers.

Na Engenhonovo, já fez parte da equipe de atendimento como Coordenadora do Núcleo Imobiliário e Executiva de clientes do segmento de varejo, educação e saúde. Como Executiva de Planejamento, atua na construção de estratégias de reposicionamento de marca, branding, análise mercadológica, fazendo uso de pesquisa de comportamento do consumidor e acompanhamento de tendências.

Produz conteúdo proprietário baseado em inteligência de mercado para todos os clientes do segmento público e privado da agência em Salvador, Brasília e Recife. Possui cases premiados, a exemplo do Prêmio Agência do Ano e Empreendimento do Ano para Hangar Business Park, ambos da ADEMI. É palestrante do Sinapro-BA (Sindicato das Agências de Propaganda da Bahia), realizando apresentações em eventos sobre planejamento estratégico nas cidades de Vitória da Conquista, Feira de Santana, Ilhéus, Itabuna e Salvador.

Clientes já atendidos na Engenhonovo: Odebrecht Realizações, Brookfield, Sistel, Colégio Sigma, OAS Empreendimentos, Graute, Faenge, Queiroz Galvão, Ipê, PDG, ADEMI-BA, Braskem, SINDBRITA, FIEB, Enseada (Estaleiro), ViaBahia, TIM, GM (Chevrolet), Shopping Piedade, Shopping Paralela, Centro Universitário Unijorge, Unifacs, Colégio Villa Lobos, Labchecap, Dismel, Pizza Hut, Costa do Sauípe, entre outros.

## DIRETOR DE MÍDIA

CARLOS EDUARDO FONSECA



Formação: Bacharel em Comunicação pela UCSal e pós-graduado em Relações Públicas pela UNEB.

Experiência: Vinte e um anos de experiência como profissional de mídia, trabalhou na Publivendas (atual Morya) e na Propeg. Foi idealizador, presidente, vice-presidente e, atualmente, é diretor de ética do Grupo de Mídia Bahia. Foi professor de Gestão Publicitária na FABAC, no ano de 2005.

Finalista na categoria Profissional de Mídia em todas as edições do Prêmio da ABMP e vencedor deste prêmio no ano de 2006. Profissional de Mídia do Estado da Bahia eleito pela Revista Propaganda e vencedor do Prêmio GMBA de Mídia no ano de 2008.

Clientes atendidos: Ministério da Saúde, Bahiatursa, Secom (Governo da Bahia), Rede Bahia, Bompreço, Insinuante, TIM, Copene, Braskem, Odebrecht, Shopping Piedade, Aeroclube Plaza Show, Shopping Boulevard (DF), GACC, Oi Celular (BA/SE/AL), Telemar (BA/SE/AL), GM (Chevrolet), D'Ávila Beer, Unimed Salvador, Pizza Hut, Prefeitura de Salvador (BA), Prefeitura de Maceió (AL), Prefeitura de Itajaí (SC), Prefeitura de Itabuna (BA), Prefeitura de São Francisco do Conde (BA), Coelba, Embasa, Faculdade Jorge Amado, UNIME, Costa do Sauípe, Alphaville Urbanismo, Record Bahia, Grupo A Tarde, ADEMI-BA, Dismel, Labchecap, entre outros.

## DIRETORA DE ATENDIMENTO NÚCLEO PÚBLICO

ELIANE KOSHIMA



Formação: Graduada em Letras Vernáculas com Inglês pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro e especialização em Marketing Social pela John Snow do Brasil – Harvard University.

Experiência: Trabalha exclusivamente com comunicação política, há vinte e quatro anos. Em campanhas políticas, coordena as áreas operacional, planejamento e atendimento. Grand Prix, Prêmio Medalha de Ouro da Rede Globo, Top de Marketing e Top de Ecologia da

ADVB, Prêmio CNI de Ecologia, Prêmio ECO, Prêmios Aberje.

Clientes: Na área de Marketing Político, coordenou o atendimento – 1º e 2º turnos – da campanha de Lídice da Mata, primeira prefeita de Salvador (1992); coordenou a área de operações – 1º e 2º turnos – da campanha vitoriosa do governador João Alves em Sergipe

(2004); do deputado federal João Lyra ao Governo de Alagoas (2006); do deputado Raul Henry à Prefeitura do Recife (2008) e dos senadores eleitos na Bahia, Lídice da Mata e Walter Pinheiro (2010) e Otto Alencar (2014). Na área governamental e institucional, atuou como atendimento dos governos da Bahia, do Amazonas, do Sergipe, e das prefeituras de Manaus, Aracaju e Salvador, do UNICEF e da UNESCO.

## **ESTUDO E PLANEJAMENTO**

### **DIRETOR DE PLANEJAMENTO DIGITAL**

#### **MARCEL AYRES**



Formação: Jornalista, formado pela Universidade Federal da Bahia. Especialista em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas. Mestre e Doutorando em Cibercultura pela Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da UFBA.

Experiência: Atuou como sócio-fundador das agências PaperCliQ Comunicação e Estratégia Digital (BA), pioneira em Marketing de Mídias Sociais no Brasil e da SOMMAR Social Media Marketing (SP). Atualmente, é sócio-diretor da agência COM Inteligência Digital, empresa do Grupo Engenho, com sede em Salvador, Recife e Brasília. Já participou como palestrante em eventos nacionais como Circuito 4 x 4, Social Media Brasil, Campus Party Recife, Plugcitários, Blogando, Encontro Locaweb, Imersão de Marketing Digital (Martha Gabriel), entre outros. Ministra aulas de Comunicação e Marketing Digital em Pós-Graduações da UNIFACS, Faculdades Alpha, UNIFOR e Sustentare. Entre as publicações estão livros como Mídias Sociais: Perspectivas, Tendências e Reflexões, Mídias Sociais e Eleições 2010, Comunicação e Marketing Digitais e Facebook and Education: post, like & share. Clientes: Desenvolveu projetos de Marketing Digital para empresas como GM, Samsung, O Boticário, Grupo Laureate, M. Dias Branco e Governo da Bahia.

## EXECUTIVO SÊNIOR DE PLANEJAMENTO

MAURO COELHO



Graduado em Comunicação Social com Ênfase em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal de Sergipe e pós-graduado em Marketing e Branding pela Universidade Salvador. Atua há mais de 5 anos na área de comunicação, somando passagens por agências de publicidade e pastas públicas como Ascom da Secretaria de Estado de Cultura de Sergipe e Núcleo Digital da Secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal de Aracaju. De lá para cá, participou de cursos de atualização como Planejamento de Propaganda (ESPM) e Novas ferramentas de Marketing e Tendências de Mercado (ESPM).

Há mais de 2 anos atuando na equipe de planejamento da Engenhonovo, colaborou em projetos estratégicos de comunicação para marcas como Universidade Salvador, BRMALLS, Brookfield, Brasil Brokers Bahia, Odebrecht Realizações, OAS, Sistel e TIM.

Entre as principais atividades desenvolvidas nesses projetos estão análises mercadológicas, levantamentos de tendências de consumo, pesquisas de mercado e construção de estratégias de comunicação.

## CRIAÇÃO

REDATOR SÊNIOR

RIGOBERTO LOPES FILHO



Formação: Publicidade e Propaganda pela Universidade Católica do Salvador e Jornalismo, pela Faculdade de Comunicação FACOM/UFBA.

Experiência: Redator com dezessete anos de trabalho em grandes agências de propaganda do Brasil, como Objectiva, Engenhonovo e Propeg, além da filial baiana da Eugênio Marketing Imobiliário, agência paulista com escritórios na Bahia, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul. Participou da implantação do Núcleo de Varejo da Propeg para atender à expansão de uma das maiores redes de móveis e eletros do país. Fez campanhas imobiliárias que marcaram a chegada de grandes incorporadoras no mercado do Norte-Nordeste e Centro-Oeste. Trabalhou em três campanhas eleitorais: duas para prefeito e uma para governador.

Atendeu clientes como, por exemplo, OAS, Cyrela, Andrade Mendonça, Brookfield, Rossi, Sá Cavalcante, Insinuante, Shopping Iguatemi, Ramarim, Bical, Maratá e Governo do Estado da Bahia.

## DIRETOR DE ARTE SÊNIOR

### HUGO ESPÍNOLA



Formado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Tiradentes-UNIT (Aracaju-SE), pós-graduado em Criação Publicitária pela Escola Superior de Propaganda e Marketing-ESPM (Porto Alegre-RS) e em Design de Comunicação Visual na UNIFACS (Salvador-BA), além de estar sempre atualizado através de cursos e workshops na área de Fotografia Artística, Fotografia Publicitária, Handlettering, Branding Corporativo, Comportamento do Consumidor e Comunicação Pública.

Exerce a função de Diretor de Arte desde o ano de 2000, tendo passagens por agências como Base Propaganda (Aracaju-SE), Fischer América (Porto Alegre-RS), Rochamarket (Salvador-BA) e Verbo Comunicação (Salvador-BA), onde trabalhou com clientes como Shopping RioMar, Prefeitura de Aracaju, Governo do Estado de Sergipe, Vivo, FIAT, Converse All Star, Shopping Barra, Prefeitura de Porto Seguro, Prefeitura de Dias D'Ávila, Prefeitura de Simões Filho, dentre outros. Em 2013, é convidado a trabalhar na Engenhonovo como Diretor de Arte Sênior, aplicando toda experiência adquirida ao longo dos dezessete anos de profissão, gerenciando concepções de ordem estética e artística para seus clientes, consolidando marcas, implementando um trabalho de design coerente e eficiente para clientes como Odebrecht, Brookfield, GM (Centro-Oeste), Sistel, Colégio Sigma, Shopping Piedade, Unijorge, Unifcas, Colégio Villa, OAS, Bahia Marina, Governo do Estado da Bahia, entre outros.

Tem vasto domínio de softwares gráficos como Photoshop, Illustrator, InDesign e conhecimento em programas de modelagem 3D, além de técnicas de ilustração à mão livre como desenho de observação, caricatura, estilo cartoon, carvão e aquarela.

## PRODUÇÃO DE RÁDIO, TV CINEMA E INTERNET

### GERENTE SÊNIOR DE PRODUÇÃO

#### RAFAEL PICÓN D'AFONSECA



Graduado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela UCSal, Universidade Católica do Salvador (2008).

Atuou como Executivo de produção eletrônica (RTVC e internet) na agência Engenhonovo (2011-2012), produção eletrônica (RTVC e internet) na agência Morya (2010-2011), assistente de produção eletrônica (RTVC e web) na agência Morya (2009-2010), produtor da TV Aratu (2006-2009). Atendeu aos seguintes clientes: Magazine Luiza, Braskem, Odebrecht, GM (Chevrolet), OAS, Cyrela Andrade Mendonça, Sartre COC, Ferreira Costa, Bompreço, Grande Bahia, Sanave, Codisman Salvador, Codisman Fortaleza, Grande Minas, Lojas Maia, Coelba, Queiroz Galvão, Salvador Shopping, Salvador Norte Shopping, Governo da Bahia, Shopping Piedade, Prefeitura de Salvador (BA), Labchecap, Record Bahia, ADEMI-BA etc.

### PRODUÇÃO GRÁFICA

#### PRODUTORA GRÁFICA

#### GABRIELA SILVA



Graduada em Administração de empresas pelo Instituto de Ensino Superior de Brasília – IESB. Atua na área de produção gráfica há seis anos na Engenhonovo, com execução de orçamentos, negociações junto a fornecedores e visitas técnicas. Também é responsável pela coordenação dos processos de checking.

Clientes: General Motors do Brasil, Brookfield, Sistel, Colégio Sigma, Faenge, Ipê-Omni, entre outros.

## MÍDIA

### GERENTE DE MÍDIA

#### ANA PAULA FERNANDES



Graduada em Publicidade e Propaganda com Ênfase em Marketing pela Faculdade Fortium – Brasília. Experiência de doze anos na área de Comunicação Social. Desses, onze anos atuando como Mídia.

Se dedicou a estudos de mídia atendendo vários clientes do segmento de construção civil como a Direcional Engenharia (atendimento nacional), Soltec, Caenge, Brookfield, entre outros.

Depois de dois anos assumiu o cargo de coordenadora operacional, gerenciando equipes do departamento de produção, promoção e tráfego. Atendeu contas públicas em Brasília, como: Terracap, entre outros do Governo GDF, além de clientes do mercado privado de diferentes segmentos como alimentícios, academias, veículos de comunicações e empresas regionais.

### ASSISTENTE DE MÍDIA

#### TAINÁ RODRIGUES



Graduada em Propaganda e Marketing pela Faculdade UNIP – Brasília. Experiência de oito anos na área de Comunicação Social, desses, cinco anos atuando como Mídia. No início da carreira, trabalhou como checking de mídia. Logo depois se dedicou à área de mídia, atendendo vários clientes do segmento de governo como Banco do Brasil, Correios, GDF.

Atualmente assistente do núcleo de Mídia da Engenhonovo Brasília. Desde então, vem realizando todas as atividades de mídia off e on-line, atendendo contas institucionais e de varejo como a Chevrolet – montadora GM em onze estados e Distrito Federal, OEI (Organização dos Estados Ibero-Americanos), Hospital da Criança, Construtora Brookfield – 4 estados, Centro Educacional Sigma, entre outros.

## ATENDIMENTO

### DIRETORA DE CONTA BRASÍLIA

NORDY GOMES



Experiência de 21 anos na área de comunicação: doze anos atuando em agências de publicidade e propaganda, sendo oito desses na Engenhonovo. Há seis anos é diretora do núcleo da Engenhonovo Brasília, coordenando a equipe de atendimento, produção, mídia, criação e administrativo. Nesse período, dirige contas institucionais e de varejo como a Chevrolet/GM em 11 estados e Distrito Federal, OEI (Organização dos Estados Ibero-Americanos), Sistel, Centrus, Hospital da Criança, Construtora Brookfield, Centro Educacional Sigma, entre outros, além de projetos especiais nacionais e internacionais.

Graduada em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo e pós-graduação em Marketing Político Institucional pela Universidade Católica de Salvador, desempenhou a função de executiva de atendimento, gerenciamento de crise e planejamento estratégico na área de publicidade e marketing institucional para o Governo da Bahia; atendeu contas públicas de vários municípios da Bahia em pré-campanha política e durante o processo eleitoral; coordenou campanha política na Bahia e atuou como redatora política em Angola, África. No jornalismo, coordenou a Assessoria de Comunicação da Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia (UESB); coordenou o jornalismo na Seinfra-Derba/BA; atuou como produtora e editora de telejornais da TV Rio Sul/RJ e TV Sudoeste/BA (ambas afiliadas da Rede Globo); além de trabalhos jornalísticos na TV Band e Rádio CBN, no Rio de Janeiro.

### DIRETORA DE ATENDIMENTO EXCLUSIVA PARA A CONTA

DANIELA ORNELAS



Motors.

Graduada em Publicidade e Propaganda (UCSal), atualização em Gerenciamento de Projetos (FGV), Branding (ESPM) e Comunicação e Cultura Contemporâneas (FACOM). Experiência de nove anos na área de comunicação, seis anos na Engenhonovo. Passou pelas funções de Atendimento e Planejamento na Ganesh Comunicação e Atendimento na K Comunicação, atendendo clientes como Cetrel, Burger King e Jack

Na Engenhonovo Brasília, iniciou a jornada na equipe de atendimento atuando com clientes do segmento de varejo, educação e saúde, fez parte por dois anos da área de planejamento, auxiliando na construção de estratégias de reposicionamento de marca, análise mercadológica, com uso de pesquisa de comportamento do consumidor e acompanhamento de tendências e retomou para o atendimento em 2016.

Clientes já atendidos na Engenhonovo: Odebrecht Realizações, OAS Empreendimentos, Graute, Bahia Marina, Shopping Piedade, Unifacs, Celi, Sigma, Sistel, FIPECq, Centrus, Faenge, Construtora Brookfield, entre outros.

#### ASSISTENTE DE ATENDIMENTO EXCLUSIVA PARA A CONTA

##### RAIANE MARTINS



Graduada em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda pelo Instituto de Ensino Superior de Brasília – IESB. Com experiência de 7 anos na área de comunicação, sendo seis anos atuando em agência de publicidade e propaganda.

Atuou na Assessoria de Comunicação do Ministério de Planejamento, como assistente de publicidade, desempenhando as tarefas de planejamento, criação e produção das coletivas de imprensa para o ministro da pasta, assim como eventos institucionais; criação e revisão das cartilhas e livros institucionais; também auxiliou o planejamento estratégico de endomarketing e de campanhas para todo Brasil. Passou pela agência Solos Comunicação na função de atendimento e mídia atendendo clientes como Complexo Brasil 21 e Shopping ID. Está na Engenhonovo há cinco anos. Iniciou a trajetória no núcleo de mídia, onde ficou por um ano. Depois desse período, passou para o núcleo de atendimento de contas institucionais e de varejo como a Chevrolet/GM, OEI (Organização dos Estados Ibero-Americanos), Sistel, Hospital da Criança e Construtora Brookfield.

## ESTÚDIO

### ARTE-FINALISTA / MONTADOR

#### LUCAS VIEIRA



Formado em Designer Gráfico pela UNIP (DF), começou a desempenhar a função de arte-finalista ainda na adolescência, começando a trabalhar profissionalmente na Engenhonovo em 2012, onde ficou por um ano.

Após esse período, assumiu o desafio de atender o GDF (Governo do Distrito Federal) e a Infraero pela Agência Tempo Propaganda. Retornou à Engenhonovo em 2014, onde desenvolve trabalhos diversos de finalização, desdobramentos e alterações de peças publicitárias de pequena e alta complexidade.

## ADMINISTRATIVO/ FINANCEIRO

### EXECUTIVA ADMINISTRATIVA FINANCEIRA

#### QUELLE BARBOSA



Graduada em Administração de Empresas, especialista em Controladoria e Finanças para Gestão de Negócios pela Unifacs, especialista em Gestão de Pessoas e Comportamento Organizacional pela Unijorge e especialista em Docência no Ensino Superior pelo Senac-SP.

Tem experiência de nove anos na área financeira atuando atualmente como executiva financeira e controller na Engenhonovo.

Atuou como Diretora Financeira na Empresa Videoball, Startup do mercado digital que oferece oportunidades de visibilidade aos profissionais do futebol, desenvolveu pesquisa em estratégias empresariais para produção de Biodiesel com o apoio da FAPESB e do Núcleo de Estudos Organizacionais e Tecnologias de Gestão da UNIFACS – NEOTEG.

Atuou também como Diretora Financeira na Empresa Júnior de Consultoria Empresarial Primus Soluções Integradas.

## REVISÃO

### REVISOR DE TEXTOS

BRUNO PEREIRA GOULARTE



Graduado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela PUCRS, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (2012). Repórter do site "Artewebbrasil" ([www.artewebbrasil.com.br](http://www.artewebbrasil.com.br)) (Nov./2008-Mai./2009), repórter do jornal Hipertexto (Famecos - PUCRS) (Jul./2008-Dez./2008), estágio na Assessoria de Imprensa e Comunicação Social (AICS) da Secretaria da Fazenda do Estado do Rio Grande do Sul (Jan./2010-Jul./2008), vendedor na Livraria Cultura (Salvador) (Jan./2013-Jan./2014), revisor ortográfico para as editoras Bartlebee (MG), desde junho de 2013 e Papéis Selvagens (RJ), desde maio de 2016.

## INSTALAÇÕES, INFRAESTRUTURA E RECURSOS MATERIAIS

A Engenhonovo possui instalações planejadas e adequadas ao seu ramo de atividade e conta com o que há de mais moderno em equipamentos e instalações, atendendo às áreas de propaganda, pesquisa e comunicação privada e política.

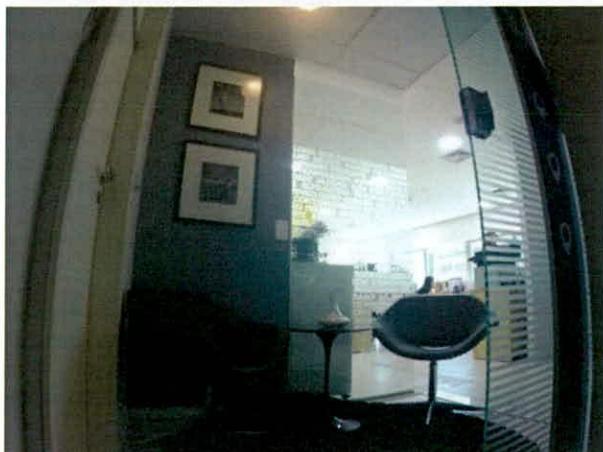
Possui uma estrutura de ponta, operacional e de informática, capaz de produzir campanhas/peças com rapidez, eficácia e eficiência, possibilitando ainda o acesso imediato e ágil aos recursos disponíveis em todo o país, com informações centralizadas sobre o que há de mais atual na propaganda brasileira, figurando entre as maiores e mais bem estruturadas agências de propaganda do Nordeste e Centro-Oeste.

### UNIDADE BRASÍLIA:

A Engenhonovo Brasília segue uma tendência estrutural que vem se difundindo entre as agências de publicidade mais criativas do país. Suas instalações não contemplam divisão por paredes para os departamentos, porque entendemos que os criativos, quando estão em um mesmo ambiente, têm oportunidade de envolvimento com o job do início ao fim, acompanhando suas complexidades, insights, trâmites operacionais até o resultado que é compartilhado com todos da equipe.

Estamos numa localização privilegiada no centro do poder de Brasília, edifício Fusion, no Setor Hoteleiro Norte. Um complexo de prédios modernos com uma boa logística que facilita o dia a dia de trabalho e locomoção pela cidade; além de proporcionar qualidade de vida para nossos colaboradores com a disponibilização de academia de ginástica, sauna, piscina, área de lazer, restaurantes, cafés e uma bela vista da cidade em 180 graus que transforma o ambiente de trabalho em algo vivo e inspirador.

Hall de acesso



Sala de Reunião



01 sala de reunião equipada com TV, com paredes de vidro com vista para a cidade, comportando de 07 a 10 pessoas. Um espaço aconchegante ilustrado com as duas obras de Pierre Verger, para receber clientes em reuniões de briefing, bem como apresentação de campanhas e planejamentos de comunicação.

*(Handwritten mark)*

**E**

Sala do Atendimento



Sala da Mídia



*(Handwritten mark)*

Sala da Produção



Sala para equipe de produção gráfica e eletrônica, formada com profissionais gabaritados e com vasta experiência em produzir para clientes de diversas áreas.

*(Handwritten mark)*

*(Handwritten mark)*

*(Handwritten signature)*





01 sala de reunião grande, para até 10 pessoas, com equipamentos de audiovisual, sistema home theater e acústica, ampla e confortável, preparada para receber clientes em reuniões de briefing, bem como apresentação de campanhas e planejamentos de comunicação.



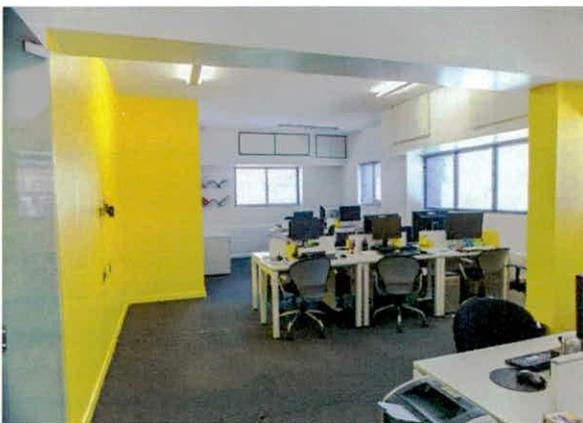
01 sala de reunião média, para até 08 pessoas, com equipamentos de audiovisual, utilizada para receber fornecedores e veículos, além de realizar reuniões entre os colaboradores, quando se faz necessário.



01 sala de reunião reservada, para até 04 pessoas, para realização de reuniões de brainstorm entre a equipe interna de trabalho.



01 sala para o atendimento e para a mídia, o que possibilita uma integração entre os departamentos, otimiza o tempo e garante maior sinergia no trabalho, dividida em um núcleo de atendimento político e um núcleo de atendimento privado.



Sala da criação

Handwritten blue mark resembling a stylized 'D' or a signature.

Yellow letter 'E' logo.



Sala da produção



Sala do estúdio, onde ficam os arte-finalistas, equipe responsável por preparar os arquivos gráficos que vão para a produção e para a veiculação.

Handwritten blue mark resembling a stylized 'D' or a signature.



Sala de estudo e planejamento, reservada para a concentração dos profissionais que atuam nessa área, para que possam fazer as pesquisas necessárias para elaborar planejamentos embasados e pertinentes à realidade do mercado e do cliente.

Handwritten blue mark resembling a stylized 'A' or 'X'.

Handwritten blue mark resembling a stylized 'A' or 'X'.

Handwritten blue mark resembling a stylized 'A' or 'X'.

Handwritten blue mark resembling a stylized 'B' or 'C'.

Large handwritten blue signature or mark.

Handwritten blue scribble.

E



Sala da Diretora de Atendimento Núcleo Político



Sala da Diretora de Atendimento Núcleo Privado

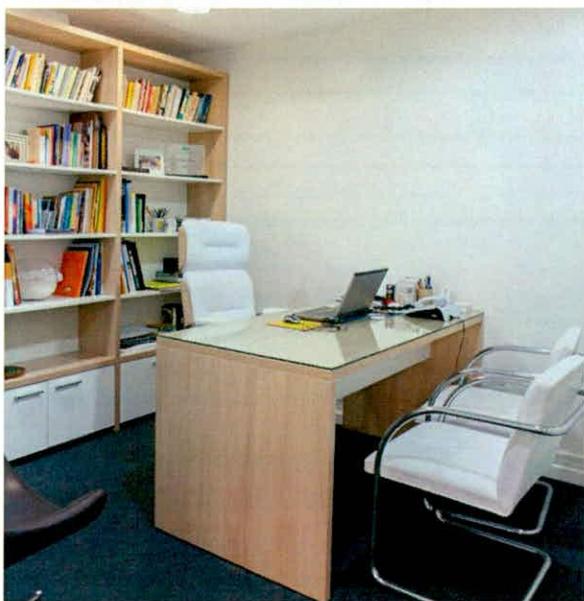


Sala da Vice-Presidente

Handwritten blue scribble.

Handwritten blue scribble.

Handwritten blue scribble.



Sala do Presidente

#### APARELHAMENTO TÉCNICO DISPONÍVEL:

##### Unidade Brasília

A Engenhonovo Brasília conta com uma rede de informática que é gerenciada por 02 servidores, ambos utilizados para armazenar, gerenciar e disponibilizar os arquivos de todos os trabalhos desenvolvidos pela agência. 01 deles exerce a função de controlador de domínio, servindo para autenticação dos usuários nos computadores, o que facilita e agiliza o compartilhamento de informações entre os departamentos; 01 storage externo conectado ao servidor para garantir a permanência dos dados em caso de degradação do servidor; 01 servidor para o Antivírus da TrendMicro, o Smart Protection Network, com clientes instalados nos notebooks, desktops e servidores para gerenciar a segurança dos dados; 03 impressoras, sendo 2 multifuncionais e 01 laser.

Para melhorar a performance do tráfego de internet, utilizamos um mikrotik 1100, o qual faz o balanceamento de carga de internet e o load balance entre os dois links de internet da agência, sendo um link de 50mb e um link ADLS de 15mb, ambos da VIVO.

Possuímos 01 storage de rede, onde são gravados os trabalhos da criação e estúdio, os arquivos finalizados e onde é feito o armazenamento de backups destes materiais.

LO

E

A Engenhonovo utiliza o Publimanager, sistema específico para agências de publicidade e propaganda, que gerencia todos os trabalhos demandados, bem como facilita o acompanhamento on-line entre os departamentos, com informações atualizadas em tempo real.

Na área operacional da filial, contamos com 03 Macs, utilizados por criação e estúdio, para dar maior velocidade e qualidade às imagens e aos layouts, atendendo a uma tendência mundial; 05 Notebooks para a Diretoria e Atendimento, dando mobilidade para os profissionais que constantemente participam de reuniões externas; além de 06 Desktops, utilizados pela mídia, produção e administrativo-financeiro.

São 03 impressoras, das quais duas possuem scanner de rede; e 02 roteadores wireless, que fazem distribuição de sinal Wi-Fi por toda a agência, disponibilizado para colaboradores e clientes. Este acesso à internet é feito por meio de dois links, 01 link de 120 MB, fornecido pela VIVO - que permite maior agilidade para comunicação com clientes, fornecedores, veículos, além de facilitar o acesso às pesquisas para os departamentos de planejamento e busca por referências para a área de criação; e 01 link ADLS da VIVO de 15mb, que funciona também como Backup.

Outros equipamentos também são utilizados para o bom andamento dos trabalhos realizados pela Engenhonovo, tais quais:

01 SMART TV Samsung; 01 kit de escala pantone, utilizado como referência para calibragem de cor das peças gráficas; 02 switch 10/100/1000 3 COM; 01 switch 10/100/1000 Dell PowerConnect.

Utilizamos ainda o serviço de FTP para compartilhamento de arquivos com grande capacidade, por onde são enviados arquivos em alta resolução para fornecedores, veículos e também, quando necessário, para os clientes. Nosso FTP é organizado por pastas individuais para cada cliente, o que evita que arquivos confidenciais sejam acessados por outras empresas. Fazemos uso também do sistema Zimbra, utilizado para gerenciar as contas de e-mails.

Unidade Salvador

A Engenhonovo Salvador conta com uma rede de informática que é gerenciada por 09 servidores DELL Power Edge T410, 03 virtuais e 06 físicos, dos quais 02 são utilizados para

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature at the bottom center and several initials on the right side.

10

E

arquivos de todos os trabalhos desenvolvidos pela agência; 02 são controladores de domínio, que servem para autenticação dos usuários nos computadores, além de facilitar e agilizar o compartilhamento de informações entre os departamentos; 01 servidor para banco de dados; 01 servidor para o Antivírus da TrendMicro, o Smart Protection Network, instalado nos desktops e servidores para gerenciar a segurança dos dados; 01 servidor de impressão; e 01 servidor de tarifação, que realiza o controle e a tarifação das ligações telefônicas realizadas pela equipe da Engenhonovo.

Para melhorar a performance do tráfego de internet, utilizamos um mikrotik 1100, o qual faz o balanceamento de carga de internet e o load balance entre os dois links de internet da agência, sendo um link de 50mb da VIVO e um link dedicado de 15mb, enviado da COMPOS.

Possuímos também 02 storages de rede, onde são gravados os trabalhos da criação e estúdio, os arquivos finalizados e onde é feito o armazenamento de backups destes materiais.

A Engenhonovo Salvador utiliza o Publimanager, sistema específico para agências de publicidade e propaganda, que gerencia todos os trabalhos demandados, bem como facilita o acompanhamento on-line entre os departamentos, tanto da matriz como das filiais, com informações atualizadas em tempo real.

Na área operacional da matriz, contamos com 10 Macs, utilizados por criação e estúdio, para dar maior agilidade e qualidade às imagens e aos layouts; 11 Notebooks para a Diretoria, atendimento e produção, dando mobilidade para os profissionais que constantemente participam de reuniões externas; e 40 Desktops, utilizados pela mídia, produção e administrativo-financeiro. São 08 impressoras, das quais duas possuem scanner de rede; e 02 roteadores wireless, que fazem distribuição de sinal Wi-Fi por toda a agência, disponibilizado para colaboradores e clientes. Este acesso à internet é feito através de dois links, 01 link dedicado da COMPOS de 15mb - que dá agilidade para comunicação com clientes, fornecedores, veículos, além de facilitar o acesso às pesquisas para os departamentos de planejamento e busca por referências para a área de criação; e 01 link de 50mb, fornecido pela VIVO, que funciona como uma espécie de background, para o caso de o link principal, que é o COMPOS, ficar fora do ar, dedicado a assumir automaticamente.

10

em

29

Outros equipamentos também são utilizados para o bom andamento dos trabalhos realizados pela Engenhonovo, tais quais: 01 TV Monitor LG LED 55"; 01 SMART TV Samsung 75"; 01 aparelho de som Sanyo completo, com caixas acústicas e subwoofer; 01 gravador de Blu-ray; 01 kit de escala pantone, utilizado como referência para calibragem de cor das peças gráficas; 03 aparelhos de fax Panasonic; 01 gravador de DVD SONY; 01 Betacam; 01 máquina Xerox colorida 7655; 01 máquina HP P/B M5025; 01 máquina fotográfica digital Samsung; 01 mesa de luz; 01 máquina encadernadora manual wire-o Dupla Matic; 01 máquina encadernadora manual espiral Perfo Set; 01 central telefônica Siemens HICOM 150E/3750; 01 modem DLINK VoIP com 8 canais; 02 switch 10/100/1000 3 COM; 01 switch 10/100/1000 Dell PowerConnect; 01 switch KVM 8 portas; 01 unidade de fita LTO 4 para backup Dell.

Utilizamos também em Salvador o serviço de FTP para compartilhamento de arquivos com grande capacidade, por onde são enviados arquivos em alta resolução para fornecedores, veículos e também, quando necessário, para os clientes. Nosso FTP é organizado por pastas individuais para cada cliente, o que evita que arquivos confidenciais sejam acessados por outras empresas. Fazemos uso também do sistema Zimbra, utilizado para gerenciar as contas de e-mails.

## SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

Nossa equipe de atendimento está pronta para trazer soluções eficientes, pois, com muito talento, conseguimos fazer um verdadeiro filtro que separa os trabalhos coerentes dos puramente “criativos”. Tornamos tudo isso possível por contarmos com um elemento decisivo: o repertório de vida de cada um de nós, um grupo apaixonado pelo que faz, atendendo a clientes de todos os segmentos e de todos os tamanhos, nos setores público e privado, que nos permite ter o prazer de fazer trabalhos inesquecíveis.

Para isso, possuímos um núcleo de comunicação, com gestores de conta exclusivos, atuando com uma sistemática de atendimento eficaz, funcional, ágil, comprometida e competente. Uma equipe completa e qualificada que encarará os desafios mercadológicos do cliente e estará sempre disponível para a execução dos trabalhos.

São diretores, executivos, assistentes e estagiários com perfis específicos para atender clientes de segmentos diversos, focados no entendimento dos seus negócios. Profissionais responsáveis em gerenciar a conta do contrato, delegar o trabalho para os outros departamentos, buscando encontrar a solução mais eficiente e criativa para o problema de comunicação do seu cliente.

Nossa metodologia de atendimento tem foco no profundo conhecimento do cliente e suas necessidades, bem como na máxima atenção à agilidade e qualidade das entregas. O atendimento Engenhonovo é capacitado para se tornar um parceiro efetivo dos clientes, disponível em diversos canais de comunicação direta como e-mail, celular, telefone fixo e app de comunicação a qualquer tempo.

A equipe de atendimento utiliza o Sistema Publmanager para gerenciar a pauta e fazer o controle dos trabalhos desde sua entrada como briefing do cliente, passando por planejamento, criação, mídia e produção até retornar ao cliente cumprindo os objetivos de comunicação e os prazos previstos.

Cabe também ao atendimento acompanhar os resultados da comunicação, através de:

Pré-testes:

- Nível de satisfação;

LO

E

- Avaliação em campo: qualidades e principais problemas, relação com a ação apresentada na campanha;
- Pontos positivos e pontos negativos, assimilação do conceito;
- Necessidades atendidas.

Pós-testes:

- Recall das principais ações (visibilidade das ações);
- Recall do conceito utilizado;
- Necessidades não atendidas.

Prazos de Atendimento:

Os prazos dos trabalhos estarão adequados às necessidades de comunicação do cliente, em um sistema proativo, por meio do qual a agência procura se antecipar aos fatos e notícias levando sugestões novas, sem que necessariamente tenham sido solicitadas pelo cliente. A rapidez com que a Engenhonovo realiza seus trabalhos só é possível graças à sua estrutura atual, adequada às necessidades dos seus clientes.

Em condições normais de trabalho, a Engenhonovo executará os trabalhos solicitados nos seguintes prazos:

SERVIÇO	PRAZO
Criação, finalização e entrega de campanhas publicitárias com pelo menos duas propostas criativas	Até 10 dias úteis
Criação de peça avulsa	Até 4 dias úteis
Criação de campanha	Até 7 dias úteis
Criação e produção eletrônica com duração de até 60 segundos	Até 5 dias úteis
Criação e produção eletrônica com duração acima de 60 segundos	Até 10 dias úteis
Criação e produção gráfica e eletrônica simples	Até 2 dias úteis
Criação e produção gráfica e eletrônica complexa	Até 15 dias úteis
Diagramação, editoração e finalização gráfica e eletrônica simples	Até 5 dias úteis

LO

Handwritten signature and scribbles.

m



## **DISCRIMINAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DE COMUNICAÇÃO E MARKETING À DISPOSIÇÃO DA ADASA**

A Engenhonovo disponibilizará todos os recursos estratégicos para o atendimento da ADASA na divulgação de seus projetos, possibilitando a melhoria da qualidade de serviços e a integração de toda a instituição com a área de comunicação.

Colocará ainda alguns diferenciais estratégicos de comunicação à disposição, durante a vigência do contrato, sem ônus adicionais, como os seguintes instrumentos de comunicação e marketing:

### 1) NÚCLEO DE COMUNICAÇÃO DE VAREJO

Ao longo de seus 30 anos, a Engenhonovo desenvolveu dezenas de ações/campanhas com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, ou mesmo difundir ideias e informar o público em geral. Por essa razão, possui o conhecimento necessário para compreender que a atividade de varejo na agência de propaganda exige um núcleo específico formado, sobretudo, por especialistas nessas áreas.

### 2) NÚCLEO DIGITAL

Equipe com foco em concretizar os objetivos e metas dos clientes nas mídias sociais e plataformas digitais, com base em estratégia, inovação e criatividade. Atuação em pesquisa e análise, e em estratégia e tática.

### 3) PESQUISA DE CONTEÚDO E TENDÊNCIAS

Fontes variadas e atualizadas de conteúdo e tendências para os diversos segmentos dos setores público e privado, colhidas e centralizadas na equipe de planejamento, com distribuição para todos os departamentos da agência. As informações selecionadas alimentam os seguintes bancos:

#### 3.1. BANCO CALENDÁRIO

Acompanhamento das datas promocionais fixas e datas de oportunidade para todos os clientes da agência.

#### 3.2. BANCO DE PROJETOS



Ativado para clientes que precisam ir além da campanha publicitária, para o desenvolvimento de projetos de marketing e branding.

### 3.3. BANCO DE CONTEÚDO

Livros, publicações, filmes, podcasts e benchmarking de campanhas de diversos segmentos, nacionais e internacionais, que servem de referência para o planejamento estratégico.

### 3.4. BANCO DE PESQUISAS

Realização de tomadas de pulso, cliente oculto, entrevistas em profundidade e acompanhamento das principais empresas de pesquisa do mundo, com foco na busca de dados sobre as pessoas, as marcas e as relações entre elas.

### 3.5. BANCO DE IDEIAS

Análise constante das tendências de consumo e comportamento publicadas pelas grandes empresas de coolhunter, avaliação de cases de sucesso das grandes marcas do mundo, presença em eventos, cursos e seminários de temas variados, incluindo arte e cultura popular, e atenção voltada para o consumidor. Cria-se aí um arsenal de múltiplas experiências que permitem a inovação. As informações são disponibilizadas aos clientes.

## 4) MÍDIA/AUDIÊNCIA

A agência dispõe de algumas ferramentas para auxiliar as decisões no planejamento de comunicação, no monitoramento da circulação de mídia impressa e controle de mídia.

Todos os trabalhos serão executados no sistema informatizado de mídia, o Publmanager, que estabelece metas de desconto e rentabiliza o planejamento do cliente. Também utilizará a ferramenta de checking (Smart) de mídia, em televisão e rádio, nas praças programadas, além do ferramental de pesquisa Ibope e Marplan. Do Ibope, utilizará o Media Quiz – ferramenta que nos fornece audiência quantitativa do meio televisivo – e o Easy Media, que dará o suporte para audiência de rádio. Quanto ao Marplan, teremos, nas praças pesquisadas de atuação do cliente, as informações qualitativas dos meios e dos hábitos de consumo da população, cruzados com uma infinidade de situações mercadológicas (Tom Micro).

Finalmente, para a mídia impressa, teremos o suporte do IVC, que audita a circulação líquida dos principais veículos de mídia impressa do Brasil, como também o Jovedata, que fornece

eletronicamente tabelas de preços de vários meios, além do Easy Media para jornal. O conjunto dessas ferramentas possibilitará o estabelecimento de metas de cobertura e frequência ideais, simulações de distribuição de frequência e volume de GRPs e TRPs, buscando eficiência e racionalidade na distribuição e na aplicação da verba sugerida para as peças/campanhas.

Ferramentas de monitoramento e mensuração on-line:

Para medir os resultados quantitativos e qualitativos das iniciativas on-line, serão utilizadas algumas ferramentas de web analytics e monitoramento de mídias sociais, entre elas:

4.1. Google Analytics: ferramenta de web analytics do Google que poderá ser utilizada para acompanhar dados de website, tais como: número de visitantes, tempo de visitação, localização dos visitantes, fontes de tráfego, tempo de navegação, índice de rejeição, entre outros.

4.2. Ferramentas de Social Analytics: serão utilizadas ferramentas de mensuração presentes em algumas mídias sociais, como o Facebook Insights e o YouTube Insights.

Por meio dessas ferramentas, será possível medir índices de desempenho, como influência, alcance, engajamento e adequação dos conteúdos da campanha publicados em canais oficiais do cliente.

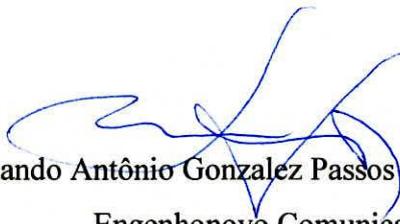
#### 5) NÚCLEO DE RÁDIO – Reforço para o Núcleo de Mídia

O rádio representa um importantíssimo meio de comunicação, geralmente mal utilizado. Seu diferencial consiste no contato direto com a base da sociedade, onde se forma a opinião. Para isso, a Engenhonovo monitora as emissoras em funcionamento e acompanha a chegada de novas emissoras. Há mais de vinte anos, a Engenhonovo vem desenvolvendo um trabalho específico com o meio radiofônico, quando criou a “Central de Rádio”. Diante das exigências de se ter informações mais precisas, a agência colocou uma equipe especializada em campo para descobrir todo o potencial do rádio. Esse núcleo tem o objetivo de produzir programas e comerciais específicos para esse meio, experiência que permitiu ampliar essa pesquisa para todo o Brasil. Localizamos as emissoras de maior audiência em todos os estados, em cada cidade desses estados, seus principais comunicadores, a abrangência de cada emissora e dados detalhados da influência de cada um desses veículos na região em que atuam. Esse material é utilizado, dentre outras finalidades, para balizar a mídia de diversas agências de todos os pontos do país. Por tudo isso, o Núcleo de Rádio da Engenhonovo é um grande diferencial de informação para a prestação do serviço.

Handwritten mark at the top center of the page.

Yellow letter 'E' stamp at the top right of the page.

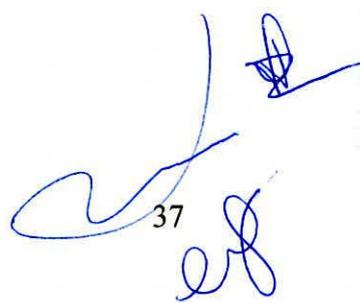
Salvador, 09 de julho de 2019.

Fernando Antônio Gonzalez Passos – Laura Mello Passos  
Engenhonovo Comunicação Ltda.

Handwritten mark on the right side of the page.

Handwritten mark at the bottom right of the page.



Handwritten mark at the bottom center of the page.