

30

**RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO -
CONCORRÊNCIA Nº 01/2019**

af

af

ÍNDICE

TERMO DE ABERTURA Pág.03

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Relato nº 01 – COFEN 2018 Pág.05

Anexo 1 – Peça e Ficha Técnica Pág.07

Anexo 2 – Peça e Ficha Técnica Pág.10

Anexo 3 – Peça e Ficha Técnica Pág.13

Anexo 4 – Peça e Ficha Técnica Pág.17

Anexo 5 – Peça e Ficha Técnica Pág.21

Relato nº 02 – COFEN 2019 Pág.25

Anexo 1 – Peça e Ficha Técnica Pág.27

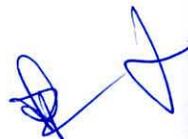
Anexo 2 – Peça e Ficha Técnica Pág.30

Anexo 3 – Peça e Ficha Técnica Pág.34

Anexo 4 – Peça e Ficha Técnica Pág.38

Anexo 5 – Peça e Ficha Técnica Pág.41

TERMO DE ENCERRAMENTO Pág.44



1



2

TERMO DE ABERTURA

3

TERMO DE ABERTURA

À

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

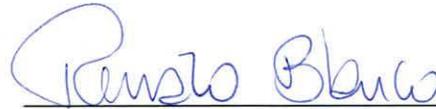
Ref.: Concorrência Pública Nº 01/2019

Prezados Senhores,

A **KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA**, inscrita no CNPJ Nº. 10.365.754/0001-07; sediada na cidade de Brasília – DF, por meio de seu representante infra-assinado, e tendo em vista o referido processo licitatório, apresenta a seguir a **RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**, conforme as exigências edilícias.

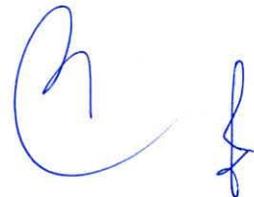
A referida AGÊNCIA DECLARA, ainda, que está ciente das condições da licitação, e assume toda a responsabilidade pelos documentos e informações apresentados, e que fornecerá qualquer informação complementar solicitada pela Comissão de Licitação;

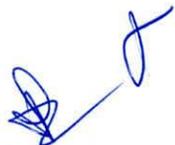
Brasília-DF, 09 de julho de 2019



RENATO RODRIGUES BLANCO NUNES
SÓCIO ADMINISTRADOR CPF Nº 017.846.611-55

KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA.
CNPJ Nº 10.365.754/0001-07





3

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

@

f

27

RB

RELATO Nº. 01 - CONSELHO FEDERAL DE ENFERMAGEM 2018

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – Nº 01

CONSELHO FEDERAL DE ENFERMAGEM - COFEN

A enfermagem é a maior categoria da Saúde no Brasil e conta com mais de 2 milhões de profissionais, divididos entre auxiliares, técnicos e enfermeiros. O Conselho Federal de Enfermagem (COFEN) é o órgão responsável por normatizar e fiscalizar o exercício da profissão, garantindo a qualidade do serviço e o cumprimento da lei, além de apoiar a categoria em seus pleitos e anseios profissionais. Apesar da importância da profissão e da dedicação necessária para chegar a exercê-la, o profissional de enfermagem sofre com a falta de valorização da categoria.

É comum para o público em geral, e até para colegas de área, julgar a enfermagem como uma subcategoria da saúde. Em decorrência disso e de alguns ruídos de comunicação sobre as atribuições do Cofen, os profissionais muitas vezes não se sentem representados pelo órgão.

A partir do conhecimento do problema e das características do segmento, escolhemos estrategicamente a semana da enfermagem, uma semana em que se comemora nacionalmente o dia do enfermeiro e dos auxiliares e técnicos de enfermagem e ocorre entre os dias 12 e 20 de maio. Nesta data o tema enfermagem é muito debatido e ganha destaque na mídia, potencializando desta forma a mensagem de nossa comunicação. Para entender o público, realizamos uma pesquisa de perfil e comportamento que orientou toda a construção da campanha. Em posse dos dados e estudos desenvolvemos o conceito: Heróis do cuidado. Nossa intenção foi criar uma denominação que tivesse um significado de fácil assimilação e que refletisse valores intangíveis de cuidado e capacitação. Algo que fosse forte e que representasse e ampliasse a autoestima do profissional, agindo de forma individual.

Para atingir projeção da mensagem publicitária e criar uma imagem positiva do profissional para o público alvo, foi usada como forma de solução a parceria com influenciadores, personalidades de grande alcance e profissionais de enfermagem. Os nomes escolhidos foram Milton Gonçalves, Anderson Tomazini, Roberta Rodrigues, Josi Pessoa, Flávia Calina e Karina Bacchi, e Tatá Fersoza. Micro influenciadores da saúde também foram contratados e participaram da divulgação do conceito da campanha, ajudando a difundir a mensagem diretamente para os profissionais.

Para contar as histórias da enfermagem Brasil afora, foi produzido um documentário mostrando as jornadas de profissionais de todo o país, desde o extremo Sul até as comunidades ribeirinhas da Região Amazônica. Todo esse conteúdo foi reunido em um *hotsite* que uniu exatamente a projeção, a credibilidade e as histórias desejadas.



Na primeira etapa, os influenciadores postaram um vídeo *teaser* usando a *hashtag* #heroisdocuidado e deixando um clima de mistério no ar. O segundo passo foi a produção de um vídeo manifesto com essas celebridades, revelando o assunto central do *teaser* e exaltando o profissional de enfermagem. Esse vídeo falava também sobre o documentário e convidava a todos para acessarem o *hotsite*, assistirem o documentário, apoiarem a causa e contassem sua história usando a *hashtag*.

O efeito sobre o público foi impactante. Comentários de profissionais e simpatizantes inundaram as redes sociais. Os profissionais se mostraram orgulhosos e representados, o público em geral reconhecia o valor e dava apoio à categoria.

Vários outros usuários também aderiram à campanha e contavam suas histórias relacionadas à enfermagem, muitos deles com elogios ao trabalho e iniciativa do conselho.

O resultado da campanha se consubstanciou no alcance de quase 60 milhões de impactos gerais. O documentário teve mais de 1,5 milhões de visualizações em apenas cinco dias, algo surpreendente para um filme de 24 minutos.

O Ministério da Saúde e associações e entidades ligadas à enfermagem também publicaram o conteúdo em suas redes sociais, demonstrando a qualidade percebida no material produzido e contribuindo para divulgar o conceito.

Resumo das mídias usadas:

- | | |
|----------------------------|--------------|
| - Facebook | - Frontlight |
| - Instagram | - Busdoor |
| - Influenciadores Digitais | - Revista |
| - Outdoor | - Youtube |

Brasília-DF, 05 de julho de 2019.

Representante Legal

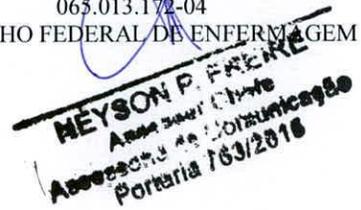


RENATO RODRIGUES BLANCO NUNES
SÓCIO ADMINISTRADOR
CPF Nº 017.846.611-55
KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA.

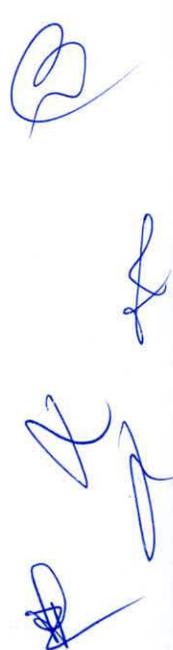
Cliente



NEYSON PINHEIRO FREIRE
COORDENADOR DE COMUNICAÇÃO
065.013.172-04
CONSELHO FEDERAL DE ENFERMAGEM



NEYSON P. FREIRE
Assessor Chefe
Assessoria de Comunicação
Portaria 163/2018



3

ANEXO 01
PEÇA E FICHA TÉCNICA
(DOCUMENTÁRIO - FILME 24 MINUTOS)

@

f

f

FB

7

f

PEÇA: DOCUMENTÁRIO - FILME 24 MINUTOS

Handwritten blue scribble



Handwritten blue scribble

FICHA TÉCNICA

Peça: Documentário – Filme 24 minutos

Cliente: Cofen

Agência: Klimt Publicidade

Título: Heróis do cuidado – Documentário sobre os profissionais da enfermagem

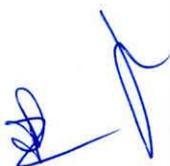
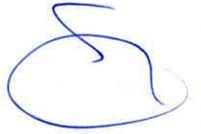
Veículo de divulgação: Youtube

Data de produção: março e abril de 2018

Período de veiculação: maio de 2018

Dimensões Originais: não se aplica

Indicação sucinta do problema: os profissionais de enfermagem representam a maior categoria profissional da saúde. Este enorme contingente sofre pela falta de reconhecimento, baixos salários e cargas de trabalho exaustivas, fato diretamente ligado a uma baixa autoestima percebida na categoria. Reconstruir essa imagem é um trabalho a longo prazo e envolve informação e conteúdo qualificados. O documentário surgiu com a missão de promover o real conhecimento sobre a categoria e evidenciar a importância desses profissionais a partir do retrato de histórias reais de profissionais que exercem essa atividade com dedicação e comprometimento, apresentando também o lado científico e de alto conhecimento, exigidos para a prática.



[Handwritten signature]

ANEXO 02
PEÇA E FICHA TÉCNICA
(FILME PUBLICITÁRIO – 1 MINUTO)

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

PEÇA: FILME PUBLICITÁRIO – 1 MINUTO

Handwritten mark resembling a stylized 'S' or '3'.



Handwritten mark resembling a stylized 'A' or '0'.

Handwritten mark resembling a stylized 'Q' or '2'.

Handwritten mark resembling 'R3'.

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

FICHA TÉCNICA

Peça: Filme Publicitário – 1 minuto

Cliente: Cofen

Agência: Klimt Publicidade

Título: Manifesto dos Artistas – Heróis do Cuidado

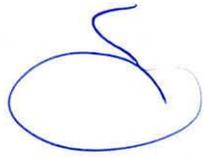
Veículo de divulgação: Youtube, Instagram e Facebook

Data de produção: março de 2018.

Período de veiculação: maio de 2018:

Dimensões Originais: não se aplica

Indicação sucinta do problema: os profissionais de enfermagem representam a maior categoria profissional da saúde. Este enorme contingente sofre pela falta de reconhecimento, baixos salários e cargas de trabalho exaustivas, fato diretamente ligado a uma baixa autoestima percebida na categoria. Reconstruir essa imagem é um trabalho a longo prazo e envolve informação e conteúdo qualificado. O filme " Manifesto dos Artistas – Heróis do Cuidado" foi protagonizado pelos atores Milton Gonçalves, Anderson Tomazini, Roberta Rodrigues e Josi Pessoa e tinha a intenção de gerar uma empatia com o público por intermédio da boa imagem das celebridades envolvidas. No material, os atores interpretam um texto, em forma de manifesto, que reconhece a importância dos profissionais os intitulando como "Heróis do Cuidado". Esse material tem também a função de convidar a assistir o documentário " Heróis do cuidado – Documentário sobre os profissionais da enfermagem ", uma das peças produzidas para a campanha.

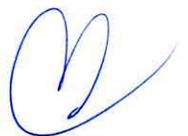




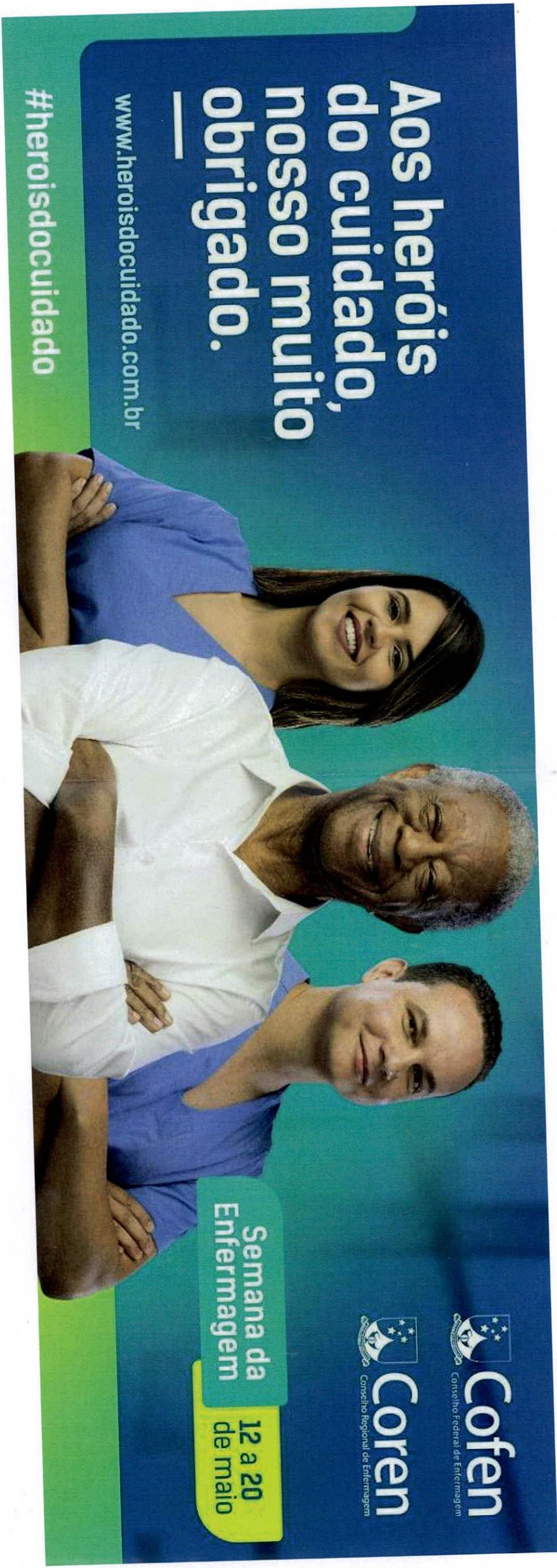
ANEXO 03

PEÇA E FICHA TÉCNICA

(OUTDOOR - AOS HERÓIS DO CUIDADO, NOSSO MUITO OBRIGADO)



PEÇA: OUTDOOR



**Aos heróis
do cuidado,
nosso muito
obrigado.**

www.heroisdocuidado.com.br

#heroisdocuidado

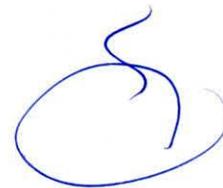
Cofen
Conselho Federal de Enfermagem

Coren
Conselho Regional de Enfermagem

**Semana da
Enfermagem**

**12 a 20
de maio**

FICHA TÉCNICA



Peça: Outdoor

Cliente: Cofen

Agência: Klimt Publicidade

Título: Aos heróis do cuidado, nosso muito obrigado

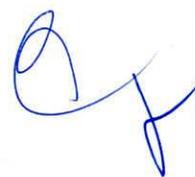
Veículo de divulgação: Outdoor.

Data de produção: abril de 2018.

Período de veiculação: maio de 2018:

Dimensões Originais: 9x3m

Indicação sucinta do problema: os profissionais de enfermagem representam a maior categoria profissional da saúde. Este enorme contingente sofre pela falta de reconhecimento, baixos salários e cargas de trabalho exaustivas, fato diretamente ligado a uma baixa autoestima percebida na categoria. Reconstruir essa imagem é um trabalho a longo prazo e envolve informação e conteúdo qualificado. A peça " Aos heróis do cuidado, nosso muito obrigado " foi protagonizada pelos atores Milton Gonçalves, Anderson Tomazini, Roberta Rodrigues e Josi Pessoa e tinha a intenção de gerar uma empatia com o público por intermédio da boa imagem das celebridades envolvidas. A peça tinha a função de ser apoio aos materiais divulgados na Internet, fortalecendo o conceito e ampliando a mensagem.





ANEXO 04

PEÇA E FICHA TÉCNICA

(REVISTA - AOS HERÓIS DO CUIDADO, NOSSO MUITO OBRIGADO)



Aos heróis do cuidado, nosso muito obrigado.

Semana da
Enfermagem

12 a 20
de maio

Todos queremos fazer do mundo um lugar melhor. Os profissionais de enfermagem são os principais fornecedores de cuidados de saúde para as comunidades e, mesmo com todos os problemas, dedicam suas vidas a ajudar os outros e lutar por isso. Mas eles não podem lutar sozinhos. Sem a valorização e o investimento na categoria não é possível ter sucesso nessa missão. **Apoie.**

www.heroisdocuidado.com.br



[/eucurtoaenfermagem](https://www.facebook.com/eucurtoaenfermagem)
www.cofen.gov.br

#heroisdocuidado

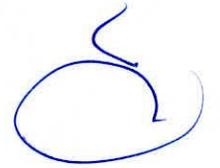


Handwritten initials: RB, f, and a signature.

FICHA TÉCNICA

Peça: Revista
Cliente: Cofen
Agência: Klimt Publicidade
Título: Aos heróis do cuidado, nosso muito obrigado
Veículo de divulgação: Revista Nursing.
Data de produção: abril de 2018.
Período de veiculação: maio de 2018
Dimensões Originais: Página dupla

Indicação sucinta do problema: os profissionais de enfermagem representam a maior categoria profissional da saúde. Este enorme contingente sofre pela falta de reconhecimento, baixos salários e cargas de trabalho exaustivas, fato diretamente ligado a uma baixa autoestima percebida na categoria. Reconstruir essa imagem é um trabalho a longo prazo e envolve informação e conteúdo qualificado. A peça " Aos heróis do cuidado, nosso muito obrigado " foi protagonizada pelos atores Milton Gonçalves, Anderson Tomazini, Roberta Rodrigues e Josi Pessoa e tinha a intenção de gerar uma empatia com o público por intermédio da boa imagem das celebridades envolvidas. A peça para revista Nursing, que é uma publicação focada em profissionais de Enfermagem, tinha a função de reforçar a campanha de forma mais direta.



ANEXO 05
PEÇA E FICHA TÉCNICA
(BUSDOOR - AOS HERÓIS DO CUIDADO, NOSSO MUITO OBRIGADO)



PEÇA: BUSDOOR

Aos heróis do cuidado, nosso muito obrigado.

www.heroisdocuidado.com.br

Semana da
Enfermagem

12 a 20
de maio

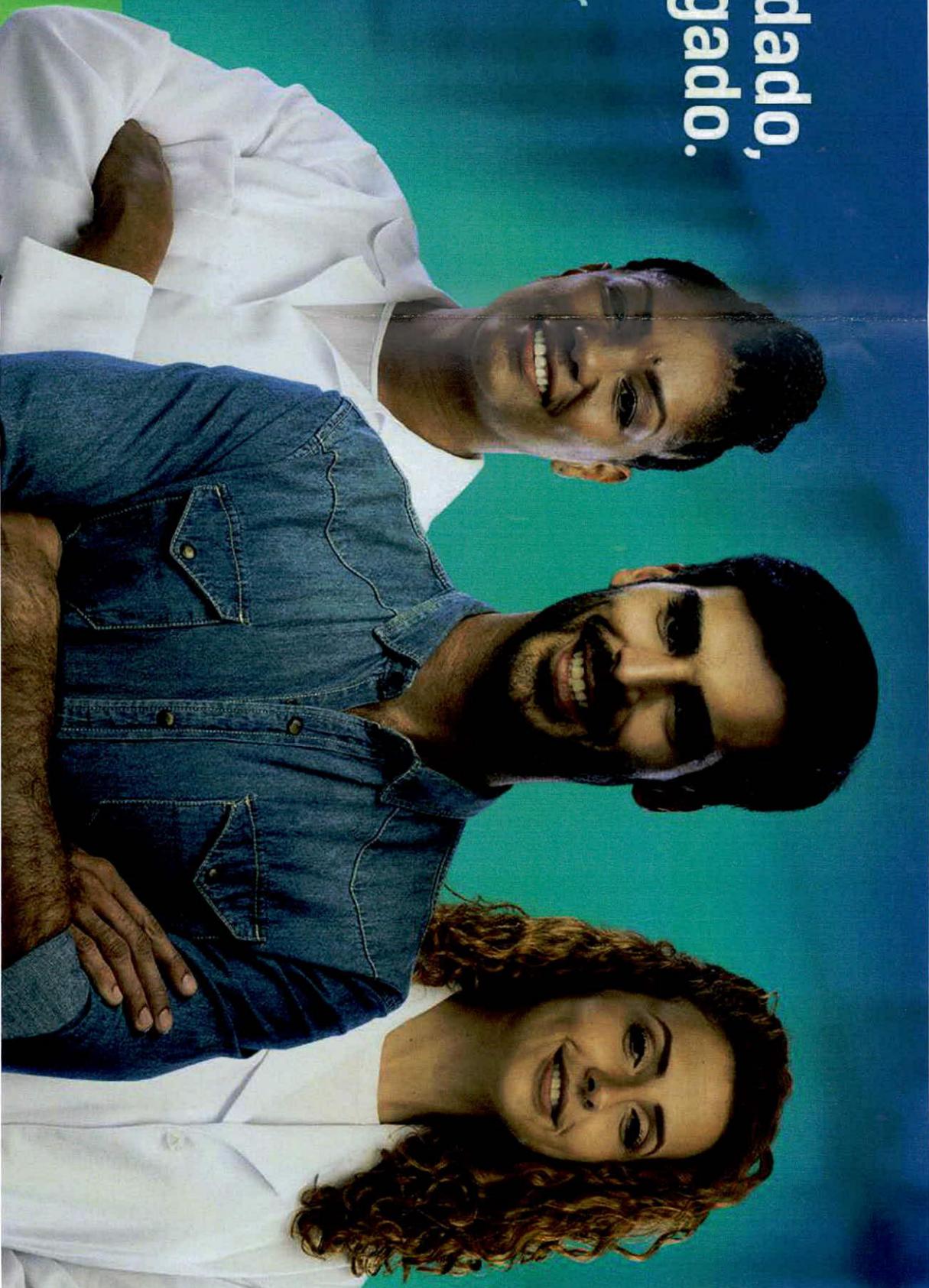


Cofen
Conselho Federal de Enfermagem



Coren
Conselho Regional de Enfermagem

#heroisdocuidado

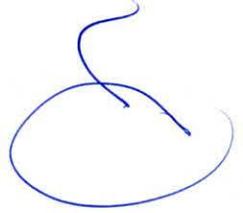


Handwritten signatures and initials in blue ink.

FICHA TÉCNICA

Peça: Busdoor
Cliente: Cofen
Agência: Klimt Publicidade
Título: Aos heróis do cuidado, nosso muito obrigado
Veículo de divulgação: Busdoor.
Data de produção: abril de 2018.
Período de veiculação: maio de 2018
Dimensões Originais: 160 x 62 cm

Indicação sucinta do problema: os profissionais de enfermagem representam a maior categoria profissional da saúde. Este enorme contingente sofre pela falta de reconhecimento, baixos salários e cargas de trabalho exaustivas, fato diretamente ligado a uma baixa autoestima percebida na categoria. Reconstruir essa imagem é um trabalho a longo prazo e envolve informação e conteúdo qualificado. A peça " Aos heróis do cuidado, nosso muito obrigado " foi protagonizada pelos atores Milton Gonçalves, Anderson Tomazini, Roberta Rodrigues e Josi Pessoa e tinha a intenção de gerar uma empatia com o público por intermédio da boa imagem das celebridades envolvidas. A peça para busdoor tinha a função tática de reforçar e ampliar divulgação da mensagem.



RELATO Nº. 02 - CONSELHO FEDERAL DE ENFERMAGEM 2019

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – Nº 02

CONSELHO FEDERAL DE ENFERMAGEM - COFEN

Nursing Now é uma campanha mundial de fortalecimento da Enfermagem e da melhoria da saúde das populações. Uma iniciativa da Organização Mundial da Saúde (OMS) e do Conselho Internacional de Enfermagem (ICN) que tem como objetivo central evidenciar a importância do trabalho realizado por esses profissionais, que fazem parte da maioria das equipes de saúde, desempenhando um papel crucial na promoção da saúde, na prevenção de doenças e no acompanhamento dos diversos processos que são realizados diariamente nas instituições de saúde de todo o planeta.

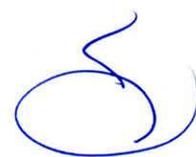
Esse imenso movimento social já conta com 266 grupos ativos em 89 países (dados de junho de 2019).

No Brasil, o Nursing Now foi lançado pelo Conselho Federal de Enfermagem (Cofen) e pelo Centro Colaborador da OPAS/OMS para o desenvolvimento da Pesquisa em Enfermagem, vinculado à Escola de Enfermagem de Ribeirão Preto da USP.

Entre as principais metas definidas para o programa no país, estão o investimento no fortalecimento da educação e no desenvolvimento dos profissionais de enfermagem com foco na liderança; a busca pela melhoria das condições de trabalho de todos os profissionais e a disseminação de práticas de enfermagem efetivas e inovadoras, realizadas por todos os cantos do país.

O desafio da agência foi dar a projeção e a visibilidade necessárias para lançar a campanha no Brasil, chamando a atenção das autoridades, das universidades e escolas de Enfermagem, das instituições de saúde e, principalmente, dos profissionais brasileiros. Esses, imprescindíveis para a campanha, têm o papel de protagonismo para apresentar à sociedade as iniciativas inovadoras que desenvolvem em seus locais de trabalho, nas regiões e comunidades que atuam.

Nossa proposta se baseou em uma estratégia segmentada que, ao mesmo tempo em que divulgava a chegada do Nursing Now Brasil, estimulava a participação e o engajamento dos profissionais, mostrando a importância da campanha mundial para o crescimento e desenvolvimento de toda categoria, e também como um forte canal para conseguir as reivindicações da Enfermagem. Foi criado o site www.nursingnowbr.org, com a função estratégica de explicar a campanha e receber as histórias e projetos dos profissionais de Enfermagem. Os principais canais para divulgação foram os digitais e o rádio. Um dos braços da campanha foi realizado com um trabalho de divulgação com 30 microinfluenciadores, todos profissionais da área da Enfermagem, um elemento inovador



e que obteve um amplo resultado, pois teve o principal fator favorável para falar do Nursing Now Brasil: a credibilidade. Eles tiveram o papel de humanizar e aproximar a campanha do público, ajudando inclusive a responder questionamentos que chegavam nas redes e estimular a participação do público nos canais e, principalmente, promover e divulgar o conceito da campanha.

A linha criativa segue a frase conceito: Onde há vida, há Enfermagem, que mostra a presença dos profissionais de Enfermagem presentes em todas as fases da vida das pessoas - do nascimento à morte, e em todos os setores da saúde. A frase também busca humanizar a figura do profissional e evidenciar o seu protagonismo.

Para a humanização e aproximação as imagens foram produzidas em close up nos personagens - profissionais de enfermagem reais, além do foco nos olhos e no rosto. Além disso, a trajetória foi feita em segundo plano mostrando o local de trabalho, criando um diálogo com o personagem.

Para contar essa história foi criado um filme de um minuto, mostrando a dimensão e a importância do Nursing Now Brasil, cujo foco foi o profissional da Enfermagem e o trabalho que desenvolve por todos os cantos do país. O filme estreou no YouTube, em 12 de maio, data em que se comemora, mundialmente, o dia Enfermeiro. O efeito sobre o público foi impactante e a adesão da campanha foi imediata. Em 30 dias mais de 300 projetos relevantes foram cadastrados no site Nursing Now Brasil.

A campanha foi disseminada nos canais do Cofen e nos principais canais digitais do país. Para as rádios foram produzidos spots de 30 segundos, que entraram como infomerciais, além da produção de matérias distribuídas para todas as rádios do país, além da mídia em outdoor e publicações em revistas do segmento da saúde, com foco na Enfermagem.

Resumo das mídias usadas:

- You Tube
- Influenciadores digitais
- Site/blog
- Infomerciais
- Outdoor
- Revistas do segmento
- Marketing direto
- Mídia programática

Brasília-DF, 05 de julho de 2019.

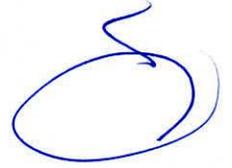
Representante Legal


RENATO RODRIGUES BLANCO NUNES
SÓCIO ADMINISTRADOR
CPF Nº 017.846.611-55
KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA.

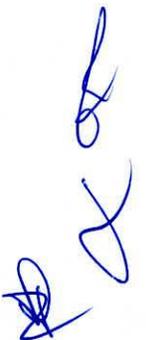
Cliente


NEYSON PINHEIRO FREIRE
COORDENADOR DE COMUNICAÇÃO
065.013.173-04
CONSELHO FEDERAL DE ENFERMAGEM


NEYSON PINHEIRO FREIRE
Assessoria de Comunicação
Portaria 763/2018



ANEXO 01
PEÇA E FICHA TÉCNICA
(FILME 1 MINUTO - NURSING NOW BRASIL)



PEÇA: FILME 1 MINUTO

S



@

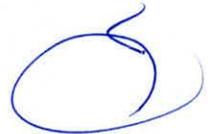
Handwritten signatures and initials in blue ink.

RB

FICHA TÉCNICA

Peça: Filme 1 minuto
Cliente: Cofen
Agência: Klimt Publicidade
Título: Nursing Now Brasil - Filme Manifesto
Veículo de divulgação: Youtube e Redes Sociais
Data de produção: março de 2019.
Período de veiculação: abril/maio de 2019
Dimensões Originais: Não se aplica

Indicação sucinta do problema: Nursing Now Brasil foi lançado em maio, na semana da Enfermagem, um momento em que as discussões sobre temas relacionados ficam mais intensa e ganham corpo em universidade e instituições ligadas a categoria. Para lançar a campanha fizemos uso de um filme manifesto. Com um tom motivacional e positivo, a intenção foi apresentar a campanha Nursing Now Brasil, criando um ambiente otimista, buscando uma atração e motivando o engajamento dos profissionais. O filme foi lançado no Youtube com o apoio dos micro influenciadores da enfermagem, que repercutiram em seus canais pessoais.





ANEXO 02
PEÇA E FICHA TÉCNICA
(OUTDOOR - ONDE HÁ VIDA, HÁ ENFERMAGEM)



PEÇA: OUTDOOR

ONDE HÁ VIDA,
HÁ ENFERMAGEM

ONDE HÁ VIDA,
HÁ VOCÊ

Uma homenagem aos profissionais que
lideram as inovações em saúde no Brasil.



Ana Karolina da Silva
Téc. 2.ª de Enfermagem
COREN DF 001.862.848

Nursing now
Brasil



www.nursingnowbr.org

SEMANA DA ENFERMAGEM
12 A 20 DE MAIO

Handwritten signatures and initials in blue ink.

FICHA TÉCNICA

Peça: Outdoor
Cliente: Cofen
Agência: Klimt Publicidade
Título: Onde há vida, há Enfermagem
Veículo de divulgação: Outdoor
Data de produção: março de 2019
Período de veiculação: maio de 2019
Dimensões Originais: 9x3m



Indicação sucinta do problema: Nursing Now Brasil foi lançado em maio, na semana da Enfermagem, um momento em que as discussões sobre temas relacionados ficam mais intensa e ganham corpo em universidade e instituições ligadas a categoria. A campanha foi planejada estrategicamente com foco em mídias digitais. Outdoors bem como busdoors foram estrategicamente posicionados com a função tática de ampliar a divulgação da mensagem em regiões onde o acesso à internet era precário e dessa forma promover a campanha de forma ampla.





ANEXO 03
PEÇA E FICHA TÉCNICA
(REVISTA - ONDE HÁ VIDA, HÁ ENFERMAGEM)

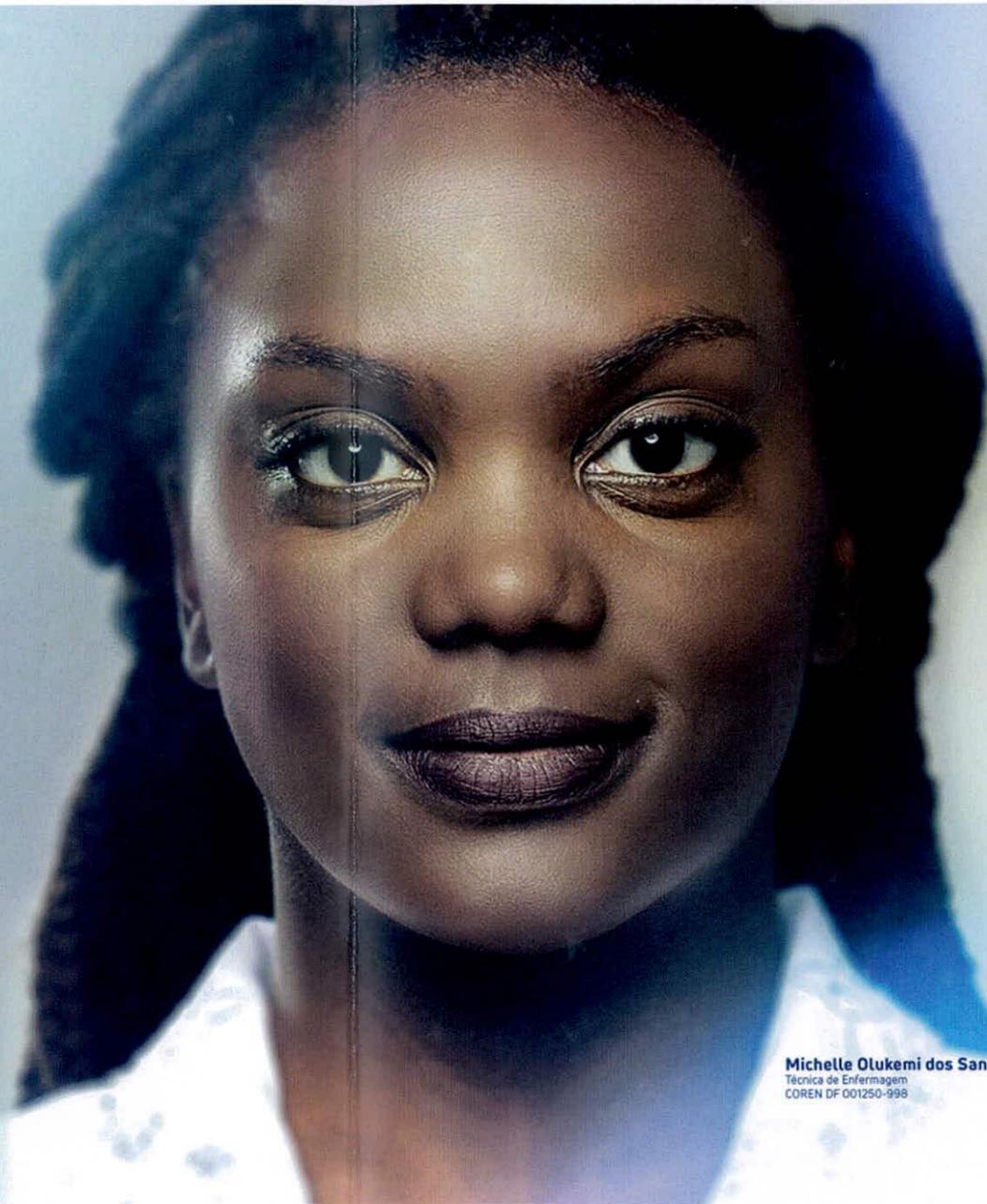


PEÇA: REVISTA

ONDE HÁ VIDA,
HÁ ENFERMAGEM

ONDE HÁ VIDA,
HÁ VOCÊ

Uma homenagem aos profissionais que
lideram as inovações em saúde no Brasil.



Michelle Olukemi dos Santos
Técnica de Enfermagem
COREN DF 001250-998

Nursing now
Brasil



www.nursingnowbr.org

SEMANA DA ENFERMAGEM
12 A 20 DE MAIO

Handwritten initials and marks in blue ink, including 'RB', a signature, and a checkmark.

FICHA TÉCNICA

Peça: Revista

Cliente: Cofen

Agência: Klimt Publicidade

Título: Onde há vida, há Enfermagem

Veículo de divulgação: Revista Nursing

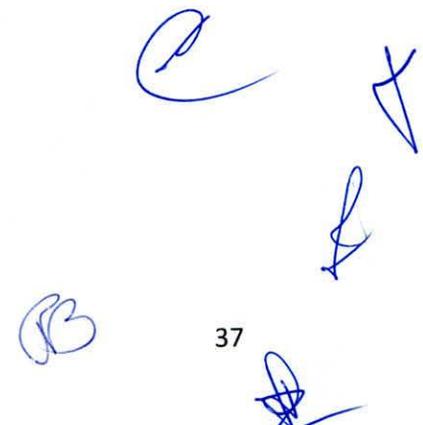
Data de produção: março de 2019.

Período de veiculação: maio de 2019

Dimensões Originais: Página dupla



Indicação sucinta do problema: Nursing Now Brasil foi lançado em maio, na semana da Enfermagem, um momento em que as discussões sobre temas relacionados ficam mais intensa e ganham corpo em universidade e instituições ligadas a categoria. A campanha foi planejada estrategicamente com foco em mídias digitais. A peça para revista Nursing, que é uma publicação focada em profissionais de Enfermagem, tinha a função de reforçar a campanha de forma direta ao público alvo.



[Handwritten signature]

ANEXO 04
PEÇA E FICHA TÉCNICA
(INFOMERCIAL - NURSING NOW BRASIL)

[Handwritten initials]

[Handwritten signature]

PEÇA: INFOMERCIAL

Handwritten signature



Handwritten signature

Handwritten signature

FICHA TÉCNICA

Peça: Infomercial

Cliente: Cofen

Agência: Klimt Publicidade

Título: Onde há vida, há Enfermagem

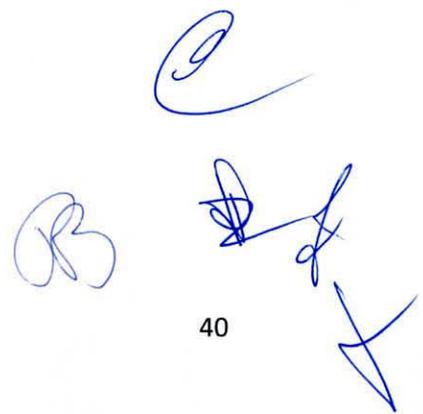
Veículo de divulgação: Rádios

Data de produção: março de 2019.

Período de veiculação: maio de 2019

Dimensões Originais: Não se aplica

Indicação sucinta do problema: Nursing Now Brasil foi lançado em maio, na semana da Enfermagem, um momento em que as discussões sobre temas relacionados ficam mais intensa e ganham corpo em universidade e instituições ligadas a categoria. A campanha foi planejada estrategicamente com foco em mídias digitais. Infomercial de 1 minuto foram produzidos e distribuídos no país inteiro. A função tática foi aprofundar conteúdos e conceitos ligados ao Nursing Now, proporcionando melhor entendimento do programa Nursing Now e sua promoção no Brasil.



[Handwritten signature]

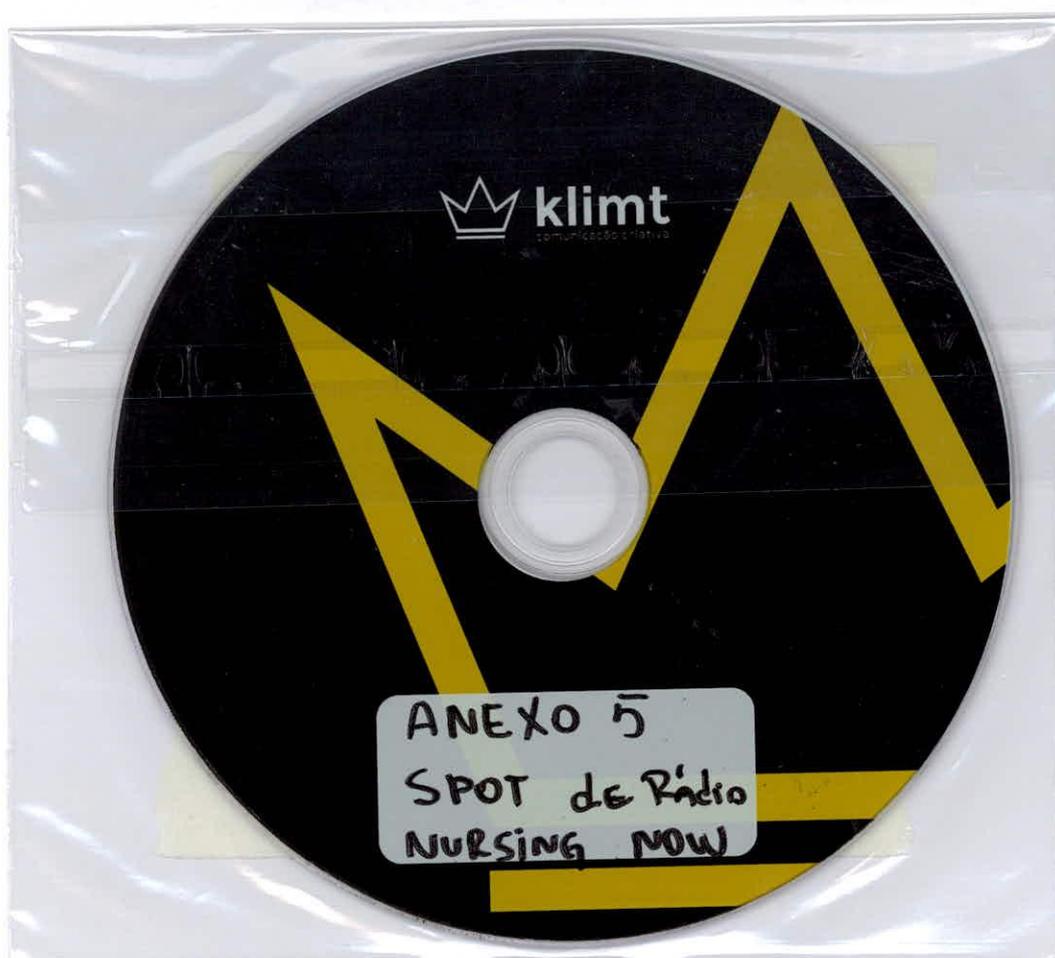
ANEXO 05
PEÇA E FICHA TÉCNICA
(SPOT RÁDIO 30" - NURSING NOW BRASIL)

[Handwritten signature]

[Handwritten initials]

[Handwritten signature]

PEÇA: SPOT RÁDIO 30"



Handwritten signature in blue ink.

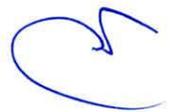
Handwritten signature in blue ink.

Handwritten initials 'RB' in blue ink.

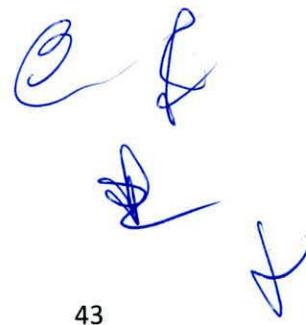
Handwritten signature in blue ink.

FICHA TÉCNICA

Peça: Spot Rádio 30”
Cliente: Cofen
Agência: Klimt Publicidade
Título: Onde há vida, há Enfermagem
Veículo de divulgação: Rádios
Data de produção: março de 2019
Período de veiculação: maio de 2019
Dimensões Originais: Não se aplica



Indicação sucinta do problema: Nursing Now Brasil foi lançado em maio, na semana da Enfermagem, um momento em que as discussões sobre temas relacionados ficam mais intensa e ganham corpo em universidade e instituições ligadas a categoria. A campanha foi planejada estrategicamente com foco em mídias digitais. Spot de Rádio 30” foi produzido e distribuído nas capitais da Região Norte e Nordeste. Uma das principais funções táticas é ampliar a divulgação da mensagem em regiões e público com menor conectividade com a internet e dessa forma promover a campanha de forma ampla.



TERMO DE ENCERRAMENTO

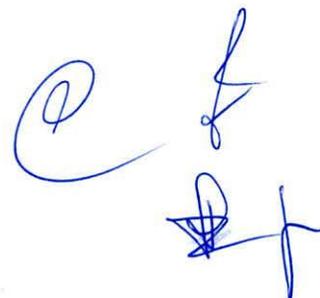
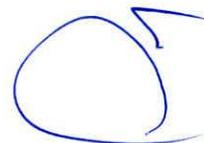
A KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA, inscrita no CNPJ N.º 10.365.754/0001-07; sediada no ST SCR N 502 BLOCO B, número 68, Sala 202, Asa Norte – CEP 70.720-502 Brasília-DF, após ter apresentado todo RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO em conformidade ao Edital de CONCORRÊNCIA N.º 01/2019, conclui este volume com o total de **44 (quarenta e quatro) páginas**, numeradas e rubricadas por seu representante legal, subscreve este Termo de Encerramento.

Brasília-DF, 09 de julho de 2019.



RENATO RODRIGUES BLANCO NUNES
SÓCIO ADMINISTRADOR
CPF N.º 017.846.611-55

KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA.
CNPJ N.º 10.365.754/0001-07



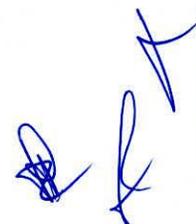
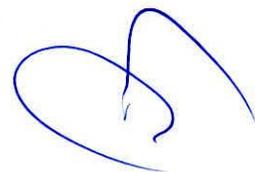


CAPACIDADE DE ATENDIMENTO - CONCORRÊNCIA Nº 01/2019

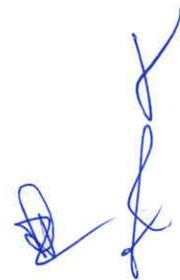
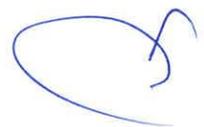
[Handwritten blue scribbles and marks in the bottom right corner, including a large loop and several smaller marks.]

ÍNDICE

TERMO DE ABERTURA	Pág.03
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	
Relação dos principais clientes	Pág.04
Currículos resumidos	Pág.07
Instalações, infraestrutura e recursos materiais	Pág.25
Sistemática de atendimento	Pág.33
Informação de Marketing, Pesquisas e Auditorias	Pág.36
TERMO DE ENCERRAMENTO	Pág.39



TERMO DE ABERTURA



TERMO DE ABERTURA

À

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

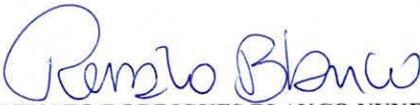
Ref.: Concorrência Pública Nº 01/2019

Prezados Senhores,

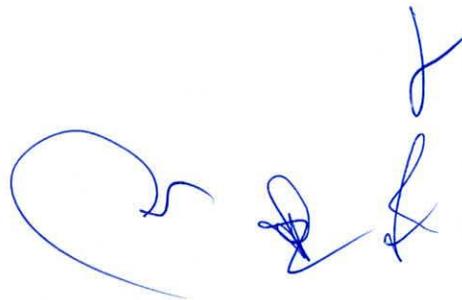
A KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA, inscrita no CNPJ Nº. 10.365.754/0001-07, sediada na cidade de Brasília – DF, por meio de seu representante infra-assinado, e tendo em vista o referido processo licitatório, apresenta a seguir a CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, conforme as exigências edilícias.

DECLARAMOS, ainda, que estamos cientes das condições da licitação, assumindo toda a responsabilidade pelos documentos e informações apresentadas, e que forneceremos qualquer informação complementar solicitada pela Comissão de Licitação.

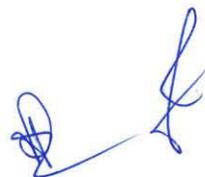
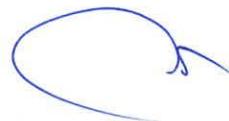
Brasília-DF, 09 de julho de 2019.


RENATO RODRIGUES BLANCO NUNES
SÓCIO ADMINISTRADOR
CPF Nº 017.846.611-55

KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA.
CNPJ Nº 10.365.754/0001-07



RELAÇÃO DOS PRINCIPAIS CLIENTES



CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

1. Relação dos principais clientes



Início do atendimento: dezembro de 2015

O Conselho Federal de Enfermagem, instituído em 12 de julho de 1973, filiado ao Conselho Internacional de Enfermeiros em Genebra, fiscaliza, regulamenta e promove o aperfeiçoamento profissional de mais de 2 milhões de profissionais de Enfermagem do Brasil. É o maior contingente de profissionais da saúde da América Latina.



Início de atendimento: abril de 2019

A Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC) é a entidade sindical de um dos principais setores da economia do país. Juntas, essas categorias respondem por cerca de 1/4 do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro e geram, aproximadamente, 25,5 milhões de empregos diretos e formais.



Início de atendimento – outubro de 2017

O Caninópolis é uma série animada brasileira presente nas plataformas: Net Now, Itunes Looke, Youtube e no canal de TV fechada ZOOMOO. A série tem como público-alvo crianças de primeira idade. A primeira temporada estreou em outubro de 2017 e foi um sucesso de público e crítica. A segunda, lançada em 2018, repetiu o sucesso da anterior e seu público tem crescido a cada dia. As duas temporadas rendem ao canal mais de seis milhões de visualizações no canal, que já conta com mais de 26 mil inscritos.



Início de atendimento – janeiro de 2019

A International Association Police (IPA) é uma organização para membros da força policial. Possui cerca de 360 mil membros em quase 100 países, dos quais 65 são seções nacionais afiliadas e representadas em cinco continentes. A IPA Brasil, com sede em Brasília, é a representação nacional da IPA Internacional.

g

Q

Handwritten signature or initials in blue ink.

Handwritten initials 'PB' in blue ink.

CURRÍCULOS RESUMIDOS

@

3

Handwritten initials and a signature in blue ink.

RB

Currículo 1

Nome:

Rafael de Sousa Frota

Área de Atuação:

Estudo e Planejamento

Formação:

Publicidade (UCB) – junho de 2006

Especialização:

MBA em Marketing (FGV) - dezembro 2013

Principais cursos:

Arte em Educação, pela UnB; MBA em Marketing, pela FGV; Atendimento, pela Funyl; Mídia, pela Funyl; Gerência de Produtos, pela FGV.

Experiência Profissional 1:

Empresa: Receita Federal

Período de execução: fevereiro de 2004 a dezembro de 2006

Principais atividades: coordenação e gestão de campanha institucional e ações de endomarketing.

Experiência Profissional 2:

Empresa: Ministério do Turismo

Período de execução: janeiro de 2007 a abril de 2009

Principais atividades: coordenação do projeto Banco de Vídeos MTur, em parceria com a Embratur. Responsável pela comunicação entre o órgão e a Agência.

Experiência Profissional 3:

Empresa: Klimt Publicidade

Período de Execução: abril de 2009

Principais atividades:

Diretor de Criação:

- Faculdade LS (2009 a 2011)
- Conselho Regional de Nutrição (2010 a 2011)
- Centro Educacional Claretiano Stella Maris (2010)
- Ferragens Pinheiro (2011 a 2016)
- Prommoshow 2011

Planejamento Estratégico:

- Colégio Objetivo (2016)
- Grupo Impacto (2015)
- LFG- Celeiro Sementes (2015)
- Cofen (2015)
- SICOOB (2017)



Currículo 2

Nome:

Daniel de Jesus Ferreira

Área de Atuação:

Diretor de Arte

Formação:

Design Gráfico (UNIPLAN)

Principais cursos:

Web Design, na Studio Online; After Effects, na NPix, Editor Gráfico, no SENAI.

Perfil profissional:

Daniel é um profissional da área de criação com perfil proativo, focando sempre as melhores soluções e resultados. Sua principal característica é a versatilidade no design gráfico, área na qual atua com talento tanto no cenário offline, como no online. Está sempre ligado nas tendências do mercado visual com o intuito de oferecer o que há de melhor para o cliente. Há 5 anos na Klimt Publicidade, atua hoje como diretor de arte da agência.

Experiência Profissional

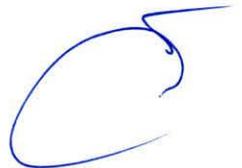
- Gráfica Múltipla
- Agência Conectando Pessoas
- Agência Achei Mídia
- Agência Klimt Publicidade

Cliente:

- WWF
- IBAMA
- COFEN
- Ministério do Esporte
- Conselho Regional de Nutrição
- SICOOB

Período de Execução:

- 2015
- 2015
- 2015
- 2015
- 2014
- 2017



Currículo 3

Nome:

Cyro de Castro Oliveira

Área de Atuação:

Diretor de Criação

Formação:

Publicidade e Propaganda (IESB)

Especialização:

Edição de vídeo - Studio Online

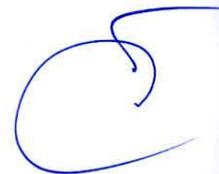
Principais cursos:

Adobe Premiere, After Effects

Perfil profissional: Cyro é um profissional focado no desenvolvimento de campanhas e roteiros. Embora seja um profissional de criação, possui a versatilidade de atuar nos mais diversos setores, desde o operacional até a área executiva. Possui um vasto conhecimento em programas de edição e atua também na área de marketing.

Experiência Profissional

- Banco Do Brasil
- Mercado Marketing
- Editora Fortium
- CTIS
- TV Distrital
- Canal 1
- Klimt Publicidade
- Black Bird Filmes



Currículo 4

Nome:

César Augusto Cardoso Coelho

Área de Atuação:

Mídia e Atendimento

Formação:

3º Grau Completo (IESB – Comunicação Social - Publicidade e Propaganda);

3º Grau Incompleto (UPIS – Administração em Marketing).

Atualmente cursando Pós-graduação em Animações e Artes Digitais (IESB).

Perfil profissional:

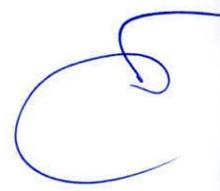
Profissional proativo, criativo e dinâmico. Valoriza e contribui com a integração da equipe para que todos possam se ajudar em busca de alcançar o objetivo final.

Experiência Profissional

- Agnelo Pacheco (Direção de Arte)
- Agência PLÁ (Direção de Arte)
- Agência Gabinete C (Direção de Criação de Arte)
- DCS (Arte-final, elaboração de projetos gráficos e criação);
- Agência PROJECTS (Arte-final, elaboração de projetos gráficos e criação);
- Strategia Marketing (Arte-final, elaboração de projetos gráficos e criação);
- Runway (Arte-final, elaboração de projetos gráficos e criação);
- Agência GNP (Arte-final, elaboração de projetos gráficos e criação);
- SESI/SENAI (Estagiário de Comunicação Social, Arte-final, elaboração de projetos gráficos e criação);
- 3D Animações Gráficas (Arte-final, elaboração de projetos gráficos e criação e ilustração);
- Criativa Telemarketing (Supervisor de vendas).

Cursos:

- História em Quadrinhos (Espaço Cultural Renato Russo);
- Animação 2D (Washington TechAnimation);
- Inglês;
- Oficina de Direção de Arte FUNYL
- Animação 2D - ANIMATIC



Currículo 5

Nome:

Pedro Paulo Jesuino do Amaral

Área de Atuação:

Redação

Formação:

Bacharelado em Jornalismo - UniCEUB

Perfil profissional:

Pedro exerce a função de redator e trabalhou em diversas frentes da comunicação. Formado em jornalismo, trabalhou com clipping, na campanha de parlamentares e na área publicitária. Trabalha na agência Klimt Publicidade, produzindo conteúdo para diversas mídias do universo online e offline.

Experiência Profissional 1:

Empresa: Armazém Digital

Período de execução: 02/2012 até 07/2018

Principais atividades: supervisor e analista de informações

Experiência Profissional 2:

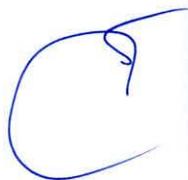
Empresa: Incine Comunicação

Período de execução: 08/2018 até 10/2018

Principais atividades: Redator

Cursos:

Pós-graduação em Gestão da Comunicação nas Organizações - UniCEUB (Incompleto)



Currículo 6

Nome:

Thays Lopes da Silva

Área de Atuação:

Gerente de projeto e Produção audiovisual

Formação:

Bacharelado em Cinema com habilitação em Mídias Digitais - IESB
Inglês Fluente

Perfil profissional:

Apaixonada pelo audiovisual desde criança, fez da área sua profissão. Vem atuando como produtora desde 2015, coordenando o desenvolvimento de webséries, filmes publicitários, vídeo-clipe, vídeo de internet, campanhas governamentais, entre outros. Por três anos trabalhou como arquivista na TV Record, mas saiu para se dedicar e adquirir experiência com produção de vídeo e geração de conteúdo. Hoje atua como gerente de projetos, função que pretende manter e se especializar.

Experiência Profissional 1:

Empresa: Klimt Publicidade

Período de execução: Janeiro de 2019 - Atualmente

Principais atividades: gerente de projetos - organização de demandas, pauta e cronograma da equipe de criação e produção. Gerência e acompanhamento do desenvolvimento de todos os projetos da equipe interna e externa (fornecedores terceirizados).

Experiência Profissional 2:

Empresa: Old Monkey Studios

Período de execução: janeiro de 2017 até dezembro de 2017

Principais atividades: diretora de produção responsável por coordenar, contratar e realizar pagamentos de equipe; elaboração de briefings e cronogramas para a equipe de pós produção; coordenação de logística; gestão interna de pessoal; atendimento ao cliente; coordenação de produção e pós-produção; acompanhamento de SET; produção de SET; coordenação de entrega de cópias do material final para as emissoras de TV.

Experiência Profissional 3:

Empresa: Lunera Produções

Período de execução: março de 2018 até dezembro de 2018

Principais atividades: diretora de produção responsável por coordenar, contratar e realizar pagamentos de equipe; elaboração de briefings e cronogramas para a equipe de pós produção; coordenação de logística; gestão interna de pessoal; atendimento ao cliente; coordenação de produção e pós-produção; acompanhamento de SET; produção de SET; coordenação de entrega de cópias do material final para as emissoras de TV.

Experiência Profissional 4:

Empresa: Record Brasília

Período de execução: agosto de 2013 até julho de 2016

Principais atividades: recebimento, empréstimo e formatação de mídias xdcam, dvcam e betacam. Edição, decupagem e arquivo de material externo e interno.

CS

AS

f

@

RB

J

Cursos:

Produção audiovisual - Academia internacional de cinema

Competências Gerenciais + FGV

Inglês - Embassy English Toronto

OS

@

Q

A

Z

RB

Currículo 7

Nome:

Kennedy Sousa

Área de Atuação:

Design - Diretor de arte

Formação:

Bacharelado em Publicidade e Propaganda - IESB

Perfil profissional:

Publicitário que resolve problemas de comunicação por meio do design. Desenvolve projetos de marketing digital, campanhas, branding e editoração.

Experiência Profissional 1:

Empresa: Klimt Publicidade

Período de execução: Fevereiro de 2019 - atualmente

Principais atividades: design de peças para redes sociais e peças offline em geral.

Experiência Profissional 2:

Empresa: Azzurra Digital

Período de execução: novembro de 2017 até fevereiro de 2019

Principais atividades: criação online de mídias sociais, layout de landing pages e sites. Criação offline de panfletos, banners, faixas, empenas, outdoors e mobiliário urbano em geral.

Experiência Profissional 3:

Empresa: Starto

Período de experiência: maio de 2016 até novembro de 2017

Principais atividades: branding. Criação de logotipo e redesign de marcas.

Experiência Profissional 4:

Empresa: UmQuarto Comunicação

Período de experiência: junho de 2015 até maio de 2016

Principais atividades: diretor de arte Jr. Criação para o digital, branding e participação ativa no planejamento estratégico de marketing digital.

Experiência Profissional 5:

Empresa: Agência W2

Período de experiência: dezembro de 2014 até dezembro de 2015

Principais atividades: Criação online para mídias sociais online e criação de peças para mídias offline.

Experiência Profissional 5:

Empresa: Agência Fábrica de resultados

Período de experiência: janeiro de 2014 até dezembro de 2014

Principais atividades: Criação online para mídias sociais online e marketing digital.



Cursos:

- Studio Online - Photoshop, Illustrator, Indesign e Corel Draw - 72horas.
- PipaCompany - Ferramentas estratégicas - Isobar - 8h
- Golden Grids Academy - Segredos da proporção áurea - Victor Guerra - 10 horas

CS

RS

RS

RS

RS

Currículo 8

Nome:

Drielly Carmino Jardim

Formação:

Comunicação Social - Jornalismo

Perfil profissional:

Jornalista com experiência na criação de estratégias digitais, gestão e monitoramento de redes sociais e criação de conteúdo multimídia. Possui facilidade para trabalhar em equipe, boa escrita, organização, senso crítico e analítico.

Área de Atuação:

Redatora

Principais cursos:

Assessoria de Imprensa na Área Pública
Estratégias de Assessoria de Imprensa – Relações com a Mídia
Relações com a Mídia - Órgãos Públicos
Comunicação Interna

Experiência Profissional 1:

Empresa: Isobar Brasil

Período de execução: Março/2016 a Outubro/2016

Principais atividades: produção de conteúdo e monitoramento dos perfis do Palácio do Planalto e Portal Brasil nas seguintes redes sociais: Facebook, Twitter, Instagram, Youtube e Flickr; produção de conteúdo para situações específicas como impeachment e novo governo; análise de métricas para definição de novas estratégias visando aumentar o engajamento das comunidades.

Experiência Profissional 2:

Empresa: Conselho Superior da Justiça do Trabalho (CSJT)

Período de execução: junho/2014 a fevereiro/2016

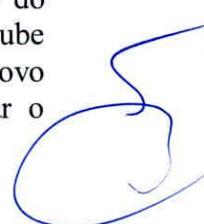
Principais atividades: apuração e produção de matérias para portal de notícias; produção de conteúdo para as redes sociais do órgão, como Facebook e Twitter; cocriação da campanha “Dia do Orgulho Nerd” - finalista da 1ª edição do Prêmio Share; acompanhamento e cobertura de eventos; alimentação e atualização do portal de notícias; criação de roteiro para vídeos institucionais; definição de estratégias de comunicação.

Experiência Profissional 3:

Empresa: Fundação Cultural Palmares

Período de execução: abril/2012 a junho/2014

Principais atividades: produção e envio de releases; atualização de mailing e contato com veículos de comunicação; apuração e produção de matérias para portal de notícias; acompanhamento e cobertura de eventos; fotografia de eventos; alimentação e atualização do portal de notícias.



Currículo 9

Nome:

Fernanda Pontes Amarante Mesquita

Área de Atuação:

Atendimento, negócios e projetos.

Formação:

Bacharelado em Publicidade e Propaganda - IESB

Perfil profissional:

Fernanda atua há 8 anos no mercado de comunicação em Brasília, gerenciando equipes de produção de conteúdo. Nesse período, passou por empresas que atendem grandes contas públicas, como Banco do Brasil, SECOM (Secretaria de Comunicação da Presidência da República) e Ministério do Turismo. Tem como principais características o bom relacionamento interpessoal, gestão de equipes, método na organização, elaboração de cronogramas e controle de prazos e orçamentos - habilidades fundamentais para o sucesso de diferentes perfis de projetos.

Experiência Profissional 1:

Empresa: Klimt Publicidade

Período de execução: agosto de 2018 - atualmente

Principais atividades: relacionamento e atendimento dos clientes da agência; elaboração de briefings, planejamento, desenvolvimento e negociação de projetos de Comunicação e Marketing. Gestão da entrega dos produtos e peças.

Experiência Profissional 2:

Empresa: Grupo TV1

Período de execução: maio de 2017 até agosto de 2018

Principais atividades: gestão do fluxo interno da agência e faturamento. Acompanhamento da produção e realização do fechamento dos projetos. Contato direto com o cliente.

Experiência Profissional 3:

Empresa: novembro de 2015 até maio de 2017

Período de execução: Isobar brasil

Principais atividades: gerenciamento de equipes de redes sociais, conteúdo jornalístico e criação. Controle da produção, entregas, prazos e comunicação entre os perfis.

Experiência Profissional 4:

Empresa: Me gusta

Período de execução: janeiro de 2015 até outubro de 2015

Principais atividades: produção audiovisual, atuando principalmente na produção de base, montando e gerenciando equipes, controlando prazos de fornecedores e elaborando orçamentos.

Experiência Profissional 5:

Empresa: Caravela Filmes

Período de execução: outubro de 2012 até novembro de 2014

Principais atividades: atuando como produtora audiovisual e atendimento, lidava tanto com a equipe de produção em sets publicitários quanto com o cliente. Atendimento e briefings, prazos e necessidades de cada trabalho.

Cursos:

Pós-graduação em Gestão da Comunicação nas Organizações - UniCEUB (Incompleto)



Currículo 10

Nome:

Rayanne Portugal

Formação:

Comunicação Social - Jornalismo

Área de Atuação:

Direção de Criação

Especialização:

Certificação Google Ads Concluída

Perfil Profissional:

Diretora de Criação especialista em planejamento estratégico de comunicação digital. Responsável pelo desenvolvimento de campanhas digitais, gerenciamento de processos criativos, desenvolvimento de insights criativos para mídia e patrocínio digital, aplicação de estudos de inteligência de dados (monitoramento de redes sociais e BI).

Experiência Profissional 1:

Diretoria de Criação

Empresa: Klimt Publicidade

Período de execução: maio/2018 até o momento atual

Principais atividades: Criação conceitual de campanhas publicitárias digitais e off-line, planejamentos estratégicos e planos táticos de campanha; Gerenciamento de processos criativos, aprovação de peças e conteúdos de Criação; Coordenação de fluxos da equipe de Criação.

Experiência Profissional 2:

Gerente de Comunicação Digital

Empresa: Digital Group

Período de execução: novembro/2017 a abril/2018

Principais atividades: Redação publicitária, jornalística e on-line; Produção de campanhas e planejamentos táticos de conteúdo e criação; Elaboração de estratégias digitais.

Experiência Profissional 3:

Analista de Monitoramento

Empresa: FSB Comunicação

Período de execução: abril/2017 a novembro/2017

Principais atividades: Análise de desempenho da marca por de monitoramento de redes sociais; Planejamento estratégico de monitoramento baseado nas prioridades do cliente; Definição de melhores métricas para calibração de ferramentas de busca; Gestão de ferramenta de coleta de menções e busca ativa em perfis de redes sociais; Elaboração de relatórios de desempenho de marca nas redes sociais.

Experiência Profissional 4:

Gerente de Comunicação Digital

Empresa: Isobar Brasil

Período de execução: abril/2015 a maio/2017

Principais atividades: Produção de conteúdo para redes sociais do Governo Federal: Palácio do Planalto, Portal Brasil, Projeto Crescer e Brazil Gov News; Estratégias de interação, monitoramento e comportamento de seguidores em redes sociais; Planejamento de conteúdo estratégico; Curadoria de conteúdo e planejamento de pautas.

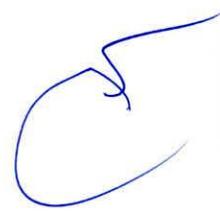
Experiência Profissional 5:

Analista de Comunicação Digital

Empresa: FSB Digital

Período de execução: agosto/2013 a abril/2015

Principais atividades: Planejamento em comunicação e marketing digital para os canais digitais do Ministério do Turismo; Produção estratégica de conteúdo, ações de marketing e promocionais, focadas em posicionamento na internet e redes sociais; Análise e monitoramento de redes sociais (comportamento, atuação do usuário e menções ao cliente); Produção para blog de turismo.



Currículo 11

Nome:

Janaína Oliveira

Formação:

Comunicação Social, Jornalismo

Área de Atuação:

Comunicação, Jornalismo e Publicidade

Especialização:

Marketing de Conteúdo

Principais cursos:

Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP) - Ensino Superior Completo - Jornalismo (2017)

Faculdade de Arte de Ouro Preto - Curso Técnico em Arte I e II (2016)

Experiência Profissional 1:

Analista de Comunicação

Empresa: Agência Ponto e Vírgula

Período de execução: 5 meses

Principais atividades: Planejamento e gestão de conteúdo, relatório de performance, métricas e monitoramento.

Experiência Profissional 2:

Analista de Conteúdo

Empresa: Finatec - UnB

Período de execução: 4 meses

Principais atividades: Gestão e criação de conteúdo na página Institucional UnB, sua linda da Universidade de Brasília. Planejamento estratégico, monitoramento e gerenciamento do conteúdo para a rede Instagram.

Experiência Profissional 3:

Coordenadora de Conteúdo

Empresa: PCdoB

Período de execução: 3 meses

Principais atividades: Produção e gestão da campanha da candidata à Deputada Federal Ana Prestes (PCdoB). Coordenação das redes - Facebook, Instagram, Twitter e WhatsApp; Produção de conteúdo, roteirização de vídeos e criação do conceito visual da campanha.

E quantas mais experiências profissionais relevantes houver

Experiência Profissional 4:

Analista de Marketing Digital

Empresa: Conecta Minas Telecom

Período de execução: 1 ano

Principais atividades: Gerenciamento de crise e monitoramento das mídias sociais, interação com usuários e atendimento ao cliente.

Experiência Profissional 5:

Produção de Conteúdo

Empresa: Conecta Minas Telecom

Período de execução: 5 meses

Principais atividades: Plataforma de participação digital, Dialoga Brasil, do Governo Federal. Análise e produção de conteúdo do site, além de interação com usuários nas redes sociais oficiais.



Currículo 12

Nome: Renato Rodrigues Blanco Nunes

Área de Atuação: Mídia

Formação:

Gestão Empresarial e Controladoria (UNIPLAN) – 2017

Especialização:

- MBA em Gestão Estratégica e Econômica de Empresas (FGV) – 2018 (cursando)

Principais cursos:

- Empretec - SEBRAE
- Artes plásticas - UnB,
- Atendimento Funyl,
- Mídia Funyl,
- Gerenciamento de projetos pela FGV
- Analista de Finanças pela FGV

Experiência Profissional 1:

Empresa: Receita Federal

Período de Execução: fevereiro de 2007 a dezembro de 2007

Principais Atividades: Experiência em animações voltadas para o Público Interno na Receita Federal.

Experiência Profissional 2:

Empresa: IBFT

Período de Execução: Junho de 2006 a Janeiro de 2007

Principais Atividades: Coordenação da comunicação externa e interna.

Experiência Profissional 3:

Empresa: Klimt Publicidade

Período de Execução: Setembro de 2008 Principais Atividades:

Mídia

- Planejamento de mídia
- Alguns Projetos e clientes Atendidos
- Faculdade LS
- Colégio Objetivo
- LFG
- Claretiano
- Ministério da Saúde
- Ministério do Turismo
- IBAMA
- Fifa
- CNTC
- Conselho Regional de Nutrição
- Conselho Federal de Enfermagem

INSTALAÇÕES, INFRAESTRUTURA E RECURSOS MATERIAIS

RB

@

25





3. Instalações, infraestrutura e recursos materiais

Histórico

A Klimt Publicidade surgiu em 2008, a partir do sonho de dois empreendedores, Rafael Frota e Renato Blanco. A empresa tem como pilares a criatividade e o efetivo resultado para os seus clientes. As criações são, excepcionalmente, bem trabalhadas, sendo sempre idealizadas com rigor no acabamento do design e com a criatividade que cada projeto precisa.

A Klimt Publicidade atua nos segmentos on e offline, com serviços de campanhas publicitárias que são pensadas com estratégias modernas, criação, estudo, planejamento, produção, mídia, produção de vídeos, criação de conteúdo, editoração, diagramação e projetos editoriais, entre outros produtos do segmento de comunicação.

Atuando em todo território nacional, orgulha-se em ter realizado trabalhos para clientes como: WWF, FIFA, Conselho Federal de Enfermagem (COFEN), Ministério da Saúde, Confederação Nacional dos Trabalhadores no Comércio (CNTC), FEAAC, Sicoob Credijustra, Cineflix, Alub, Ferragens Pinheiro, Celeiro sementes, Faculdade LS, CRN, Colégio Objetivo, Capinópolis, entre outros.

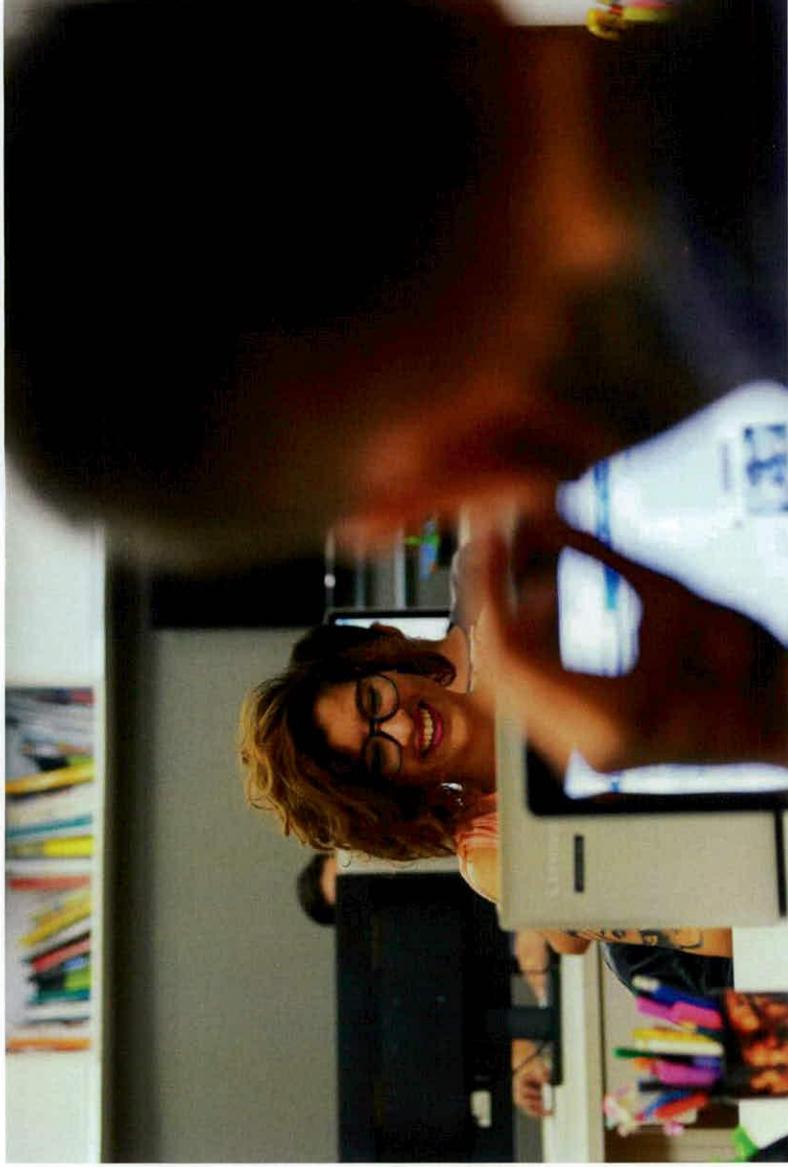


Instalações Físicas e Segurança Técnica Operacional

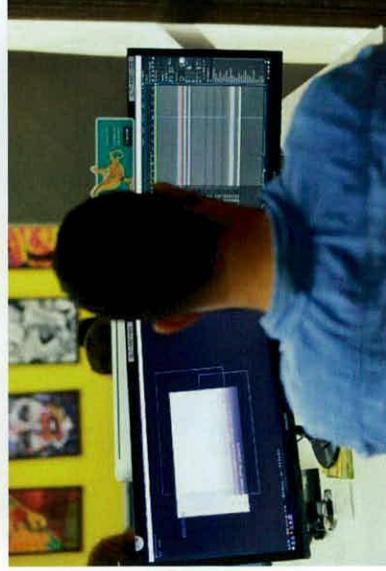
A sede em Brasília-DF possui instalações modernas com 25 pontos de trabalho, distribuídos em um espaço de 100m². A estrutura foi concebida estrategicamente para permitir uma comunicação ágil entre os colaboradores e projetada para ser aconchegante, algo importante quando se pensa em trabalhar horas a fio, objetivando entregar sempre o melhor para o cliente. O ambiente atende aos critérios de qualidade e segurança do trabalho para garantir o conforto da equipe e segue linhas de decoração industrial, com iluminação indireta, muito eficiente para o trabalho no design gráfico.



Handwritten signatures and initials in blue ink:
A stylized signature resembling 'D' or 'D' with a flourish.
A large, loopy signature resembling 'G' or 'G' with a flourish.
A signature resembling 'L' or 'L' with a flourish.
A signature resembling 'at' or 'at' with a flourish.
A signature resembling 'PB' or 'PB' with a flourish.



3



28

3



5



29

6

Divisão Setorial

ESTUDO, PLANEJAMENTO E CRIAÇÃO	INTERNET E MÍDIAS SOCIAIS	ADMINISTRATIVO E COMERCIAL
PRODUÇÃO GRÁFICA	PRODUÇÃO DE RÁDIO	PRODUÇÃO DE VÍDEOS
TV E CINEMA	MÍDIA E ATENDIMENTO	ALMOXARIFADO

Equipamentos Disponíveis

Para realizar um trabalho eficiente e qualificado, a Klimt possui um conjunto de equipamentos sofisticados e tecnologicamente atualizados, ideais para a execução de serviços das mais diversas complexidades visuais. A agência também dispõe de um servidor próprio, com sistema de backup automático para garantir que nada se perca nos processos de armazenagem das peças e informações. Os processos são controlados por softwares de ERP, automatizando todo o controle de demandas e produção.

Lista de equipamentos:

- 13 (treze) iMac
- 5 (cinco) Macbooks
- 2 (duas) ilhas de edição
- 5 (cinco) PCs de alta performance - Intel I7
- 4 (quatro) PCs de média performance - Intel I5
- 4 (quatro) IPADS
- 1 (Uma) câmera Black Magic Cinema
- 1 (uma) câmera 5D Mark Pro
- 1 (uma) câmera GOPro Hero 4
- 1 (um) slider
- 2 (dois) kits para captação de áudio
- 4 (quatro) tochas de lâmpadas quentes
- 4 (duas) tochas de lâmpada fria 500w
- Butterfly
- Lentes variadas
- Tripé profissional Manfrotto
- Servidor local




Comunicação Interna

Como meio de organização e monitoramento das demandas presentes na casa, é utilizado o gestor de tarefas Asana. Ele permite uma visão global de todos os projetos e campanhas nele inseridas.

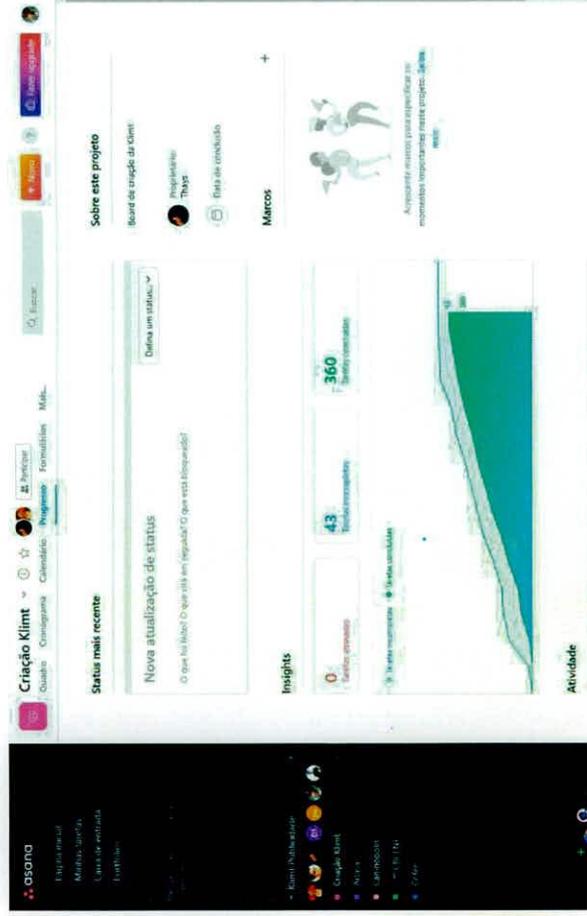
O Asana é completamente customizável. Na agência, ele é dividido em alguns campos, como, por exemplo, o de novas solicitações. Nessa “janela”, uma tarefa padrão feita por nós é utilizada como base para a criação das demais. Esse campo pode ser usado pelo atendimento diretamente e pelo gestor de projetos na abertura de novas demandas para a criação. Nessas tarefas, é possível definir a prioridade, o status de desenvolvimento e aprovação, de acordo com as exigências de cada projeto, e definir em subtarefas todos os processos necessários para sua realização, bem como os colaboradores responsáveis por cada etapa e o prazo de entrega das mesmas. Outros campos utilizados são os “em desenvolvimento”, “em aprovação”, “pronto para postar”, no caso de projetos para redes sociais, “pronto para produzir”, no caso de mídia offline, “concluídos” e “repassado ao financeiro”. Existe também um campo de stand-by para tarefas que estejam pausadas por algum motivo externo, mas precisam estar visíveis.



Outro recurso importante é o cronograma. No projeto base conseguimos visualizar as entregas totais e no perfil de cada colaborador suas entregas individuais. A equipe adicionada nos projetos tem acesso a todas as informações, gerais e individuais.

Em termos de eficiência e organização, a plataforma vem ajudando a aperfeiçoar cada vez mais o desempenho, a compreensão dos processos, os resultados da equipe e, conseqüentemente, aumentando a qualidade dos trabalhos desenvolvidos. Além de deixar a equipe sempre alinhada e os dados reunidos em um só local, evitando o desencontro de informação, que é algo prejudicial no desenvolvimento de qualquer projeto. A adaptação da plataforma de acordo com as necessidades da agência e nossa área de trabalho foi determinante para a escolha.

O Asana é, sem dúvida, um aliado de grande importância para a equipe.



Criação Klimt
Status: Criado

Status mais recente
Nova atualização de status
O que foi feito? O que está em progresso? O que está atrasado?

Insights
43 Tarefas concluídas
360 Tarefas concluídas

Sobre este projeto
Board de criação do Klimt
Proprietário: Thygo
Estat: Não concluído

Atividade

Handwritten signature



Criação Klimt
Status: Criado

em andamento

- Nacional de Enfermagem - 11 D
- Criação IDV - 13 D

Santify Atendimento

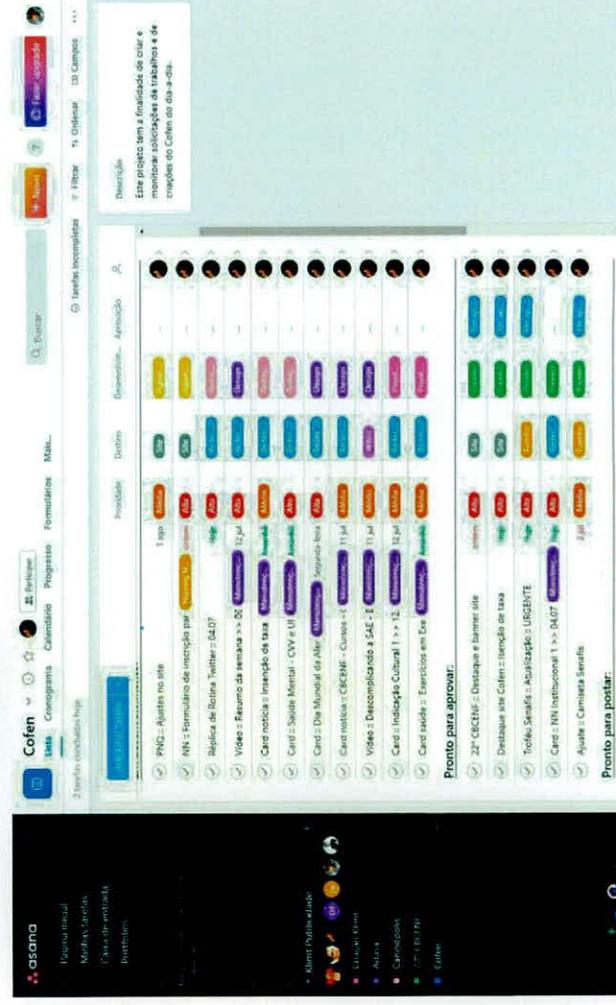
- PNQ - Materiais para avaliações - 8 D
- Capz - EAD For de campanha - Alargando - 11 dias
- NN e Emulsi mlt - Profissionais DSE - 8 D
- RMH - Não pode entrar - finalização - 12 jul

concluído

- BRACK - Mixagem de Maquiagem - 1 dia
- COMP - Dia Mundial de Comunicação do Ambiente - 3 dias
- 1208 - Dia do Cliente - 7 dias

Financeiro

- 1105 - Serviços - Contabilidade - 1 dia
- 1105 - Serviços - Contabilidade - 1 dia
- 1105 - Serviços - Contabilidade - 1 dia
- 1105 - Serviços - Contabilidade - 1 dia



Cofen
Status: Criado

Pronto para postar:

- ✓ PNG - Ajuda no site - 1 dia
- ✓ NN - Formulário de inscrição par - 1 dia
- ✓ Vídeo - Roteiro Twitter - 14.07
- ✓ Vídeo - Resumo do webinar - 12 jul
- ✓ Card notícia - Inscrição de taxa - 12 jul
- ✓ Card - Espaço Mental - CVV e UI - 12 jul
- ✓ Card - Dia Mundial de Alergias - 12 jul
- ✓ Vídeo - Descomplicando a SAE - 11 jul
- ✓ Card - Indicação Cultural I - 11 jul
- ✓ Card saúde - Exercícios em Doe - 12 jul
- ✓ 28° CEENF - Destaque e banner site - 2 jul
- ✓ Destaque site Cofen - lição de taxa - 2 jul
- ✓ Torfio Sociais - Atualização - URGENTE - 2 jul
- ✓ Card - NN Institucional I - 2 jul
- ✓ Ajuda - Camiseta Senafit - 2 jul

Pronto para postar:

- ✓ 28° CEENF - Destaque e banner site - 2 jul
- ✓ Destaque site Cofen - lição de taxa - 2 jul
- ✓ Torfio Sociais - Atualização - URGENTE - 2 jul
- ✓ Card - NN Institucional I - 2 jul
- ✓ Ajuda - Camiseta Senafit - 2 jul

Handwritten signature

Handwritten initials

SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

RS

[Handwritten signatures]

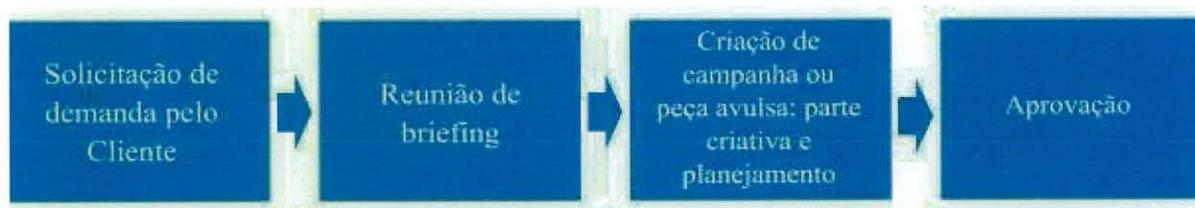
4. Sistemática de Atendimento

Todo novo cliente ou novo projeto passa por um estudo prévio imersivo, que visa dar conhecimento e compreensão para a equipe. Nessa etapa, são analisados o planejamento estratégico vigente, o histórico de ações e os resultados alcançados, que buscam compreender o ambiente interno e externo da empresa. Esses estudos são regularmente revisados e adaptados para que os resultados sejam cada vez mais positivos. A agência disponibiliza um profissional de atendimento exclusivo, que fica responsável por recepcionar as demandas, intermediar e gerenciar os processos de briefing e realizar as entregas.

As demandas são direcionadas para os setores competentes e seguem o fluxo de acordo com a complexidade, que pode ser de dois tipos: Projeto ou Campanha.

Projetos são produtos únicos e isolados que não necessitam de planejamento e estudo como, por exemplo, uma identidade visual, produção de um brinde ou uma peça gráfica isolada. Essas demandas entram e são direcionadas para a área específica que pode ser de criação, produção ou mídia. O projeto é realizado e apresentado para a aprovação.

A campanha tem características mais complexas e, por isso, pede um planejamento estratégico e de mídia, bem como a execução de conceitos criativos, produção, entre outros. Nesse caso, o projeto passa basicamente por quatro etapas, com os prazos médios discriminados logo abaixo.



Especificação	Prazo
Solicitação de demanda pelo cliente	A qualquer momento
Reunião de Briefing	1 dia útil após solicitação do cliente
Criação de campanha, conceito criativo	5 dias úteis após briefing
Criação de peça avulsa	4 dias úteis após briefing
Criação de roteiro ou texto para spot de rádio	5 dias úteis após briefing
Elaboração de planejamento de campanha	5 dias úteis após briefing
Elaboração de planejamento de mídia	5 dias úteis após briefing

Handwritten mark resembling a stylized 'C' or 'N'.

Handwritten signature or initials.

Handwritten initials 'B3'.

Se aprovado, o processo entra na fase de produção e reserva de espaços que são iniciados após a assinatura dos P.Is e P.Ps. Todo o fluxo é gerenciado pela agência, que é responsável pelo controle de qualidade e a certificação da veiculação. Após a veiculação é produzido um relatório com os checkings de veiculações, métricas e ROI para comprovação ao cliente da realização e finalização do trabalho.



Handwritten signature

INFORMAÇÕES DE MARKETING, PESQUISAS E AUDITORIAS

Handwritten initials

Handwritten signature

5. Informações de Marketing, Pesquisas e Auditorias

A Klimt disponibilizará regularmente ao cliente, sem ônus adicional, informações de Marketing, comunicação, pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia on e offline.

Com base nas necessidades do cliente, poderemos adquirir pesquisas de comportamento e mídia de institutos de pesquisa sem ônus adicional para o cliente.

Hoje já utilizamos softwares de pesquisa que analisam dados da web e com isso conseguimos dar maior assertividade e precisão nos planejamentos e informações das campanhas, a exemplo o Sem Rush e o Similar Web.

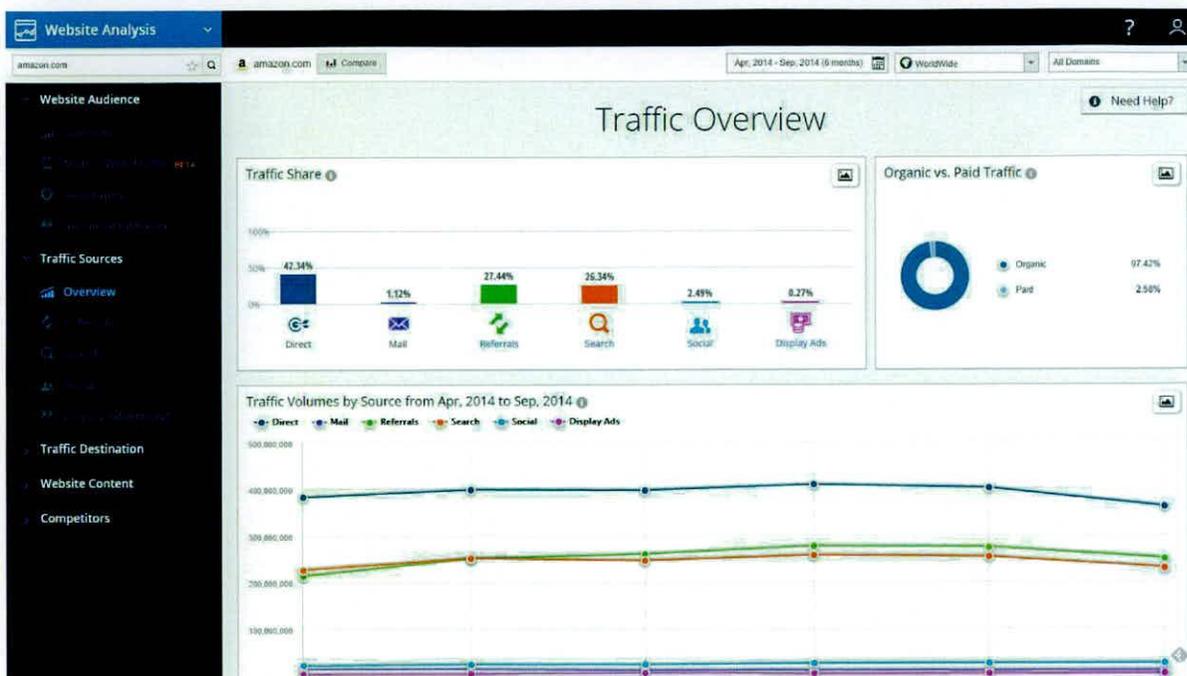
Sem Rush

O SEMrush é um software de análise de SEO e pesquisa. O software fornece dados de inteligência, incluindo informações de tráfego do website, palavras-chave projetadas para gastos do Google AdWords e outros dados relacionados a SEO.



Similar Web

A plataforma usa tecnologias Big Data para armazenar, medir, analisar e providenciar estatísticas de envolvimento de utilizadores para websites e aplicações móveis, produzindo relatórios confiáveis para investimentos acertados em publicidade online.



Assim como toda execução do objeto ora licitado, a Klimt estará à disposição da contratante para fazer reuniões de entendimentos, inclusive para levantar quais os dados e informações importantes para o cliente, mantendo assim as pesquisas, informações de marketing e comunicação de grande relevância.

Handwritten mark resembling a checkmark or the letter 'C'.

Handwritten signature.

Handwritten signature.

Handwritten signature.

Handwritten signature.

CR

TERMO DE ENCERRAMENTO

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature and several smaller initials.

Handwritten initials in blue ink.

TERMO DE ENCERRAMENTO

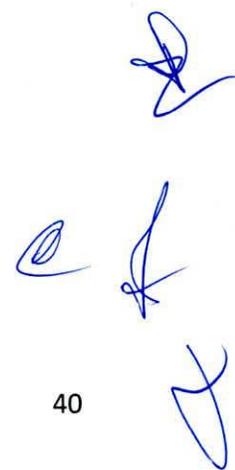
A **KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA**, inscrita no CNPJ N.º 10.365.754/0001-07; sediada no ST SCRN 502 BLOCO B, número 68, Sala 202, Asa Norte – CEP 70.720-502 Brasília-DF, após ter apresentado toda CAPACIDADE DE ATENDIMENTO em conformidade ao Edital de CONCORRÊNCIA N.º 001/2019, conclui este volume com o total de **40 (quarenta)** páginas, numeradas e rubricadas por seu representante legal, subscreve este Termo de Encerramento.

Brasília-DF, 09 de julho de 2019.



RENATO RODRIGUES BLANCO NUNES
SÓCIO ADMINISTRADOR
CPF N.º 017.846.611-55

KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA.
CNPJ N.º 10.365.754/0001-07

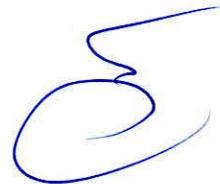


20

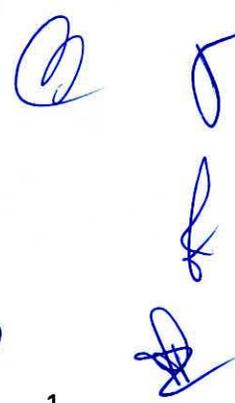
REPERTÓRIO – CONCORRÊNCIA Nº 01/2019

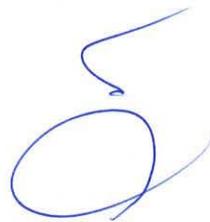
⊙
X
X
X

ÍNDICE



TERMO DE ABERTURA	Pág.03
Ficha Técnica nº 01	Pág.04
Ficha Técnica nº 02	Pág.06
Ficha Técnica nº 03	Pág.08
Ficha Técnica nº 04	Pág.10
Ficha Técnica nº 05	Pág.12
Ficha Técnica nº 06	Pág.14
Ficha Técnica nº 07	Pág.16
Ficha Técnica nº 08	Pág.18
Ficha Técnica nº 09	Pág.20
Ficha Técnica nº 10	Pág.22
TERMO DE ENCERRAMENTO	Pág.24

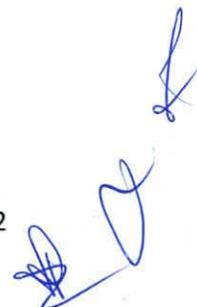


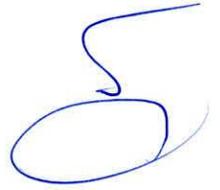


TERMO DE ABERTURA



2





TERMO DE ABERTURA

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

Ref.: Concorrência Pública Nº 01/2019

Prezados Senhores,

A **KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA**, inscrita no CNPJ Nº. 10.365.754/0001-07; sediada na cidade de Brasília – DF, por meio de seu representante infra-assinado, e tendo em vista o referido processo licitatório, apresenta a seguir o **REPERTÓRIO**, conforme as exigências edilícias.

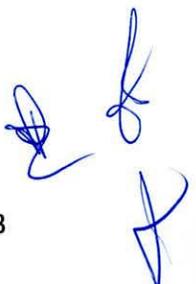
A referida AGÊNCIA DECLARA, ainda, que está ciente das condições da licitação, e assume toda a responsabilidade pelos documentos e informações apresentados, e que fornecerá qualquer informação complementar solicitada pela Comissão de Licitação;

Brasília-DF, 09 de julho de 2019



RENATO RODRIGUES BLANCO NUNES
SÓCIO ADMINISTRADOR CPF Nº 017.846.611-55

KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA.
CNPJ Nº 10.365.754/0001-07



FICHA TÉCNICA Nº 01

Título: Quando Nasce uma Heroína
Peça: Filme de Ficção em Realidade Virtual
Agência/licitante: Klimt Publicidade
Cliente: Cofen
Data de produção: outubro de 2018
Período de veiculação: Não se aplica
Exposição e ou distribuição: 21º CBcenf, Rio Content 2019,
Veículo de divulgação: Não se aplica
Formato: Filme 3D, 6K em Realidade Virtual

Indicação sucinta do problema:

Os profissionais de Enfermagem representam mais de 60% dos trabalhadores da saúde no Brasil, o que equivale a mais de dois milhões de indivíduos. Uma categoria que passa por um momento de baixa autoestima, com um grande sentimento de desvalorização, reflexo dos baixos salários, cargas de trabalho exaustivas e carência de regulamentações e projetos que reconheçam o valor da profissão.

O Cofen tem direcionado sua comunicação em projetos de valorização do profissional. O posicionamento adotado pela entidade visa fortalecer a imagem do profissional, evidenciando os bons trabalhos, suas expertises e os talentos, dando protagonismo à importante e imprescindível contribuição à saúde do país.

Seguindo o posicionamento proposto, desenvolvemos o projeto: Quando Nasce uma Heroína. Um filme de ficção em realidade virtual protagonizado pela Enfermeira Ana Neri, uma pioneira da Enfermagem no Brasil e de grande importância na guerra do Paraguai, quando tratou dos soldados feridos na batalha. O filme apresenta uma nova perspectiva, a da experiência. A partir da realidade virtual, o público pode realizar uma interação imersiva com a personagem.

Na trama criada, reconstruímos uma tenda da Cruz Vermelha, presente na guerra do Paraguai. A personagem que interpreta Ana Neri fala diretamente para o público que, por sua vez, pode sentir e experimentar um pouco dos sentimentos de Ana Neri no momento em que prestou atendimento a um soldado ferido. Esse foi o primeiro filme em realidade virtual produzido na América Latina.

O projeto foi apresentado no 21º Congresso Brasileiro dos Conselhos Regionais de Enfermagem (CBCENF), maior congresso de Enfermagem da América Latina, realizado em novembro de 2018. A experiência e a reação do público foram registradas em um Vídeo Case.

O filme recebeu o prêmio de melhor experiência de realidade virtual no festival de curta-metragens "Indie", do The South African Independent Film, na África do Sul. O evento apresenta o melhor do cinema de curtas independente, valorizando ótimas produções e fugindo do convencional. O filme em realidade virtual está disponível no youtube por meio do Link: <https://youtu.be/4nbq53Tsjt8>.

QUANDO NASCE UMA HEROÍNA - FILME DE FICÇÃO EM REALIDADE VIRTUAL

Handwritten signature



Handwritten signatures and marks

Handwritten initials

FICHA TÉCNICA Nº 02

Peça: Filme institucional

Título: O que te impulsiona

Agência: Klimt Publicidade

Cliente: Faculdade LS

Data de produção: Novembro de 2014

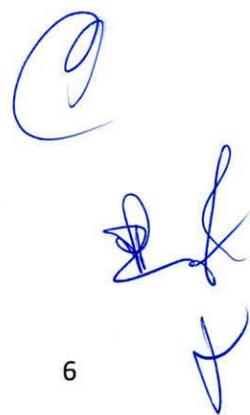
Período de veiculação: Novembro de 2014 a Fevereiro de 2015

Veículo de divulgação: Flix Mídia e Youtube

Dimensões Originais: filme em HD

Indicação sucinta do problema:

A Faculdade LS é uma instituição de ensino que tem como público-alvo prioritário jovens das classes B e C, que estão buscando uma instituição de ensino superior. Em uma pesquisa encomendada para entender o perfil dos alunos, foi percebido que mais de 70% dos estudantes trabalhavam para poder pagar seu curso e se motivam pelo desejo de mudar a sua condição financeira e social, a partir dos estudos. A instituição queria passar para os futuros alunos que a Faculdade LS compreendia a realidade e os desafios que eles teriam pela frente. O objetivo era construir uma relação de proximidade e empatia com os estudantes. O Filme foi produzido com um apelo emocional e motivacional possibilitando criar uma conexão com o público-alvo. O material foi veiculado em salas de cinemas das praças de Ceilândia e Taguatinga e no Youtube, e fez parte de um novo posicionamento de Marketing adotado pela instituição.



FILME INSTITUCIONAL - O QUE TE IMPULSIONA

3



0

RB

FICHA TÉCNICA Nº 03

Peça: Vídeo Case

Título: Objetivo, as melhores cabeças, sempre

Agência: Klimt Publicidade

Cliente: Colégio Objetivo

Data de produção: Novembro de 2015

Período de veiculação: Novembro de 2015 a Fevereiro de 2016

Veículo de divulgação: Flix Mídia e Youtube

Dimensões Originais: Filme

Indicação sucinta do problema:

O Colégio Objetivo, na década de 90 e início dos anos 2.000, foi um dos principais players do mercado de educação do Distrito Federal, figurando entre as escolas mais lembradas pelos consumidores. A instituição passou por uma grande crise e perdeu substancialmente sua posição no mercado, entretanto seu slogan, "Objetivo! As melhores cabeças", ainda estava na memória de grande parte do público, principalmente daqueles que estudaram na escola.

Assim, desenvolvemos uma adaptação no slogan antigo, que com a nova roupagem, passou a ser: "Objetivo. As melhores cabeças, sempre". O intuito era rememorar o passado de grande sucesso da instituição que, somado à palavra "sempre", dá uma atemporalidade ao conceito, de forma sucinta, direta e de fácil compreensão.

Para a produção, foi criada uma situação real em que os alunos e seus pais tiveram uma participação significativa na trama, para mostrar a relação entre os pais e filhos, suas escolhas, perspectivas e sentimentos. A intenção foi recriar a conexão com o Colégio daqueles que lá estudaram e criar no imaginário de quem não estudou as novas propostas da instituição.

05



Handwritten blue ink marks and signatures, including a circle with a dot, a signature, and the letters 'RB'.

FICHA TÉCNICA Nº 04

Peça: Peça Gráfica - Tablet

Título: Nada substitui a presença

Agência: Klimt Publicidade

Cliente: COFEN

Data de produção: Setembro/2018

Período de veiculação: Setembro/2018

Veículo de divulgação: Revista Nursing

Dimensões Originais: 40,4 x 26,6 cm

Indicação sucinta do problema:

O curso de graduação e de formação técnica em enfermagem a distância tem crescido, desordenadamente, por todo o Brasil. Essa proliferação tem a anuência do Ministério da Educação (MEC), que afrouxou a legislação que proibia a abertura desses cursos, e retirou a fiscalização em seus polos de ensino.

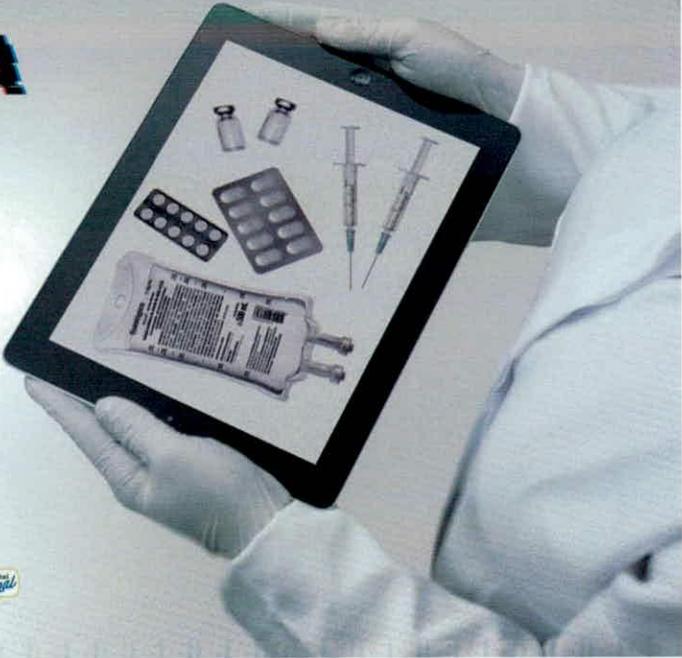
O Sistema Cofen/Conselhos Regionais de Enfermagem e Conselhos de outras áreas da Saúde defendem que cursos da áreas como a graduação em Enfermagem e a formação de Técnicos em Enfermagem sejam, exclusivamente, por cursos presenciais, uma vez que a prática na área de saúde se faz fundamental para a formação de um bom profissional.

Entre os objetivos da campanha, destacam-se: engajar profissionais da saúde e sociedade contra os cursos a distância (EaD) na graduação de Enfermagem e a formação de técnicos de Enfermagem, levar essa mensagem ao Congresso Nacional para exigir a aprovação do Projeto de Lei nº 2891/2015, que veda os cursos a distância para a graduação e cursos técnicos na Enfermagem, conscientizar a sociedade do perigo para a saúde e para a vida que cursos de má qualidade podem trazer, e garantir maior controle sobre a qualidade da capacitação dos profissionais de Enfermagem.

O conceito “Nada substitui a presença” foi criado para chamar a atenção do público-alvo quanto à responsabilidade do profissional de Enfermagem no cuidado da saúde. A responsabilidade, a técnica e a dedicação que a área exige do profissional que vive o dia a dia da saúde e que, somente com o olhar, o toque e a presença são possíveis. Por isso, a campanha focou no antagonismo entre a tecnologia, tratada como uma persona fria, distante e imparcial, e a presença, único caminho para garantir o aprofundamento científico e o treinamento, e somente a presença é capaz de unir a tecnologia com o cuidado.

Handwritten mark resembling a stylized '7' or 'L'.

TÍTULO: NADA SUBSTITUI A PRESENÇA



NADA SUBSTITUI A PRESENÇA

Uma campanha em favor da qualidade do ensino, **contra o EAD** na graduação e na formação de técnicos em Enfermagem.

#PRESENÇATRANSFORMA

Conheça mais sobre a campanha e participe do abaixo-assinado no site:
www.presencialparaserlegal.com.br

Handwritten signatures and initials in blue ink.

FICHA TÉCNICA Nº 05

Peça: Mídia Impressa

Título: Somos Protagonistas

Agência: Klimt Publicidade

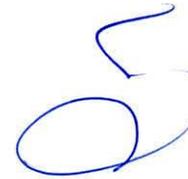
Cliente: Cofen

Data de produção: Outubro de 2017

Período de veiculação: Outubro de 2017

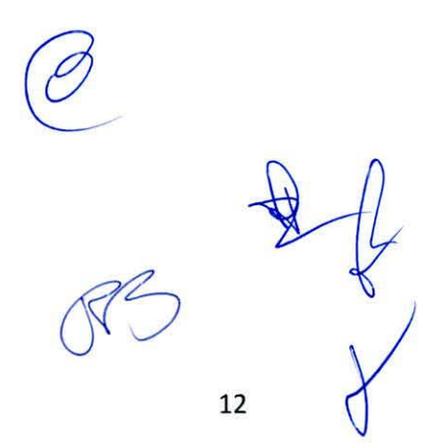
Veículo de divulgação: Folha de São Paulo

Dimensões Originais: 3col x 26cm



Indicação sucinta do problema:

A Justiça Federal suspendeu liminar que retirava dos enfermeiros o direito de prescrever medicamento ou requisitar exames. A liminar, contrária ao trabalho dos profissionais de Enfermagem, era uma iniciativa do Conselho Federal de Medicina e resultou em forte mobilização dos profissionais contra a medida, que pretendia tolher o trabalho por eles realizados, e em uma mobilização para que o Cofen se posicionasse. Por conta dessa liminar, um sentimento de desprestígio e desvalorização tomou conta da categoria. Ao conseguir a suspensão da liminar, o Cofen solicitou uma campanha para divulgar esse posicionamento e destacar a atuação da entidade. A partir dessa demanda, criamos uma campanha com o conceito: Somos cuidado, somos protagonistas, somos a Enfermagem. A chamada forte e pontual, teve como propósito promover um sentimento de protagonismo e liderança da Enfermagem, além de mostrar a incondicional presença e apoio do Cofen, fortalecendo, assim, a autoestima dos profissionais que, em virtude dos acontecimentos, estava abalada. A campanha foi veiculada no Jornal Folha de São Paulo e na revista Veja, em âmbito nacional. O conceito foi muito bem aceito, assimilado e divulgado maciçamente pelo público-alvo, que o adotou em suas redes sociais. Por conta desse engajamento, a campanha se estendeu e foi adotada em outras iniciativas de comunicação do órgão.



TÍTULO: SOMOS PROTAGONISTAS



Suspensão da liminar: uma vitória da Enfermagem e dos usuários do SUS

O Conselho Federal de Enfermagem, firme na missão constitucional de regular e fiscalizar a profissão, anuncia a derrubada da liminar que impedia o pleno e livre exercício das atividades da enfermagem, numa agressão às nossas prerrogativas. Atendendo o recurso da Advocacia-Geral da União (AGU), o Tribunal Regional Federal da 1ª Região reestabeleceu o atendimento integral de Enfermagem à população, prejudicado pelo corporativismo no processo judicial movido pelo Conselho Federal de Medicina.

A solicitação de exames de rotina e complementares é realidade consolidada no Brasil desde 1997, quando foi editada a Resolução Cofen 195/97 (em vigor). A consulta de enfermagem, o diagnóstico de enfermagem e a prescrição de medicamentos em protocolos são competências dos enfermeiros estabelecidas na Lei 7.498/1986, regulamentada pelo Decreto 94.406/1987 e pela Portaria MS 2.436/2017.

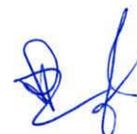
Somos profissionais da Enfermagem e defendemos a assistência multidisciplinar para assegurar o direito à Saúde. Não queremos invadir as competências das demais profissões, porém não aceitamos que seja cerceado o pleno exercício da profissão. Defendemos o nosso direito de trabalhar dentro das prerrogativas legais e de forma compartilhada com a equipe de saúde.

Agradecemos pelo apoio incondicional de todos os profissionais de Enfermagem que foram às ruas para impedir que o corporativismo de uma profissão se sobreponha ao direito da população brasileira à Saúde.

A ação movida pelo CFM não reflete o posicionamento dos médicos que efetivamente atuam na Atenção Básica e que trabalham diariamente em conjunto com enfermeiros e outros profissionais de Saúde, para assegurar o atendimento integral à população.

Somos 500 mil enfermeiros e 2 milhões de profissionais de Enfermagem. Somos parceiros de médicos, fisioterapeutas, dentistas, psicólogos, terapeutas ocupacionais, nutricionistas, educadores físicos, fonoaudiólogos, farmacêuticos, biólogos, biomédicos e de todos os profissionais que lutam para tornar realidade o sonho de uma Saúde pública gratuita, universal e de qualidade.

OFERECIMENTO



FICHA TÉCNICA Nº 06

Peça: Televisão - Vídeo 30"

Título: Blue Chegou a Palmas

Agência: Klimt Publicidade

Cliente: Infosolo

Data de produção: janeiro de 2015

Período de veiculação: fevereiro de 2015

Veículo de divulgação: TV Globo e Rede Record

Indicação sucinta do problema:

O Blue é um aplicativo para gerenciamento e cobrança de estacionamentos públicos rotativos na cidade de Palmas, no estado do Tocantins. A iniciativa era nova e gerou um sentimento negativo na população, por se tratar de mais um tributo em locais que até então, eram de estacionamentos gratuitos. Para apresentar o aplicativo e fornecer as primeiras informações sobre o seu uso, desenvolvemos um vídeo publicitário. O roteiro criado tratava o tema de forma sucinta e leve, com uma abordagem mais explicativa, relacionada ao funcionamento do aplicativo, desvinculando totalmente a marca da polêmica do pagamento. A peça foi veiculada na Rede Globo e na Rede Record de televisão, em programas de grande audiência da cidade. O objetivo da proposta para a primeira fase da campanha, que era de informar sobre o estacionamento rotativo, foi plenamente alcançado pela campanha.

Handwritten signature in blue ink.



Handwritten marks in blue ink: an '@' symbol, the letters 'RB', and a signature.

FICHA TÉCNICA Nº 07

Peça: Televisão - Vídeo 30"

Título: A droga aliena o usuário, sua indiferença também

Agência: Klimt Publicidade

Cliente: CT Lucimar Lucena Ramos

Data de produção: fevereiro de 2015

Período de veiculação: março de 2015

Veículo de divulgação: TV Globo e Rede Boas Novas Acre

Indicação sucinta do problema:

O Acre é um estado com alarmantes índices de consumo de drogas, com considerável destaque para o crack. Famílias foram destruídas e o problema se agravando a cada dia. As praças e os principais centros estavam tomados pelos viciados, que lá montavam suas "cracolândias" em plena luz do dia.

O CT Lucimar Lucena é uma instituição sem fins lucrativos, financiada por capital privado, que atende e dá suporte a dependentes químicos e suas famílias. No briefing, o cliente nos relatou sobre o problema das "cracolândias" e o total descaso por parte do governo local, da segurança pública e da própria sociedade. A orientação era que fossem produzidas peças que chocassem a sociedade de forma a chamar a atenção para o problema. O público-alvo era muito abrangente e a linguagem deveria ser simples, porém impactante. Assim, criamos o conceito: As drogas alienam. A sua indiferença também. A ideia era colocar toda população como parte desse problema. A partir do momento em que as pessoas se omitem, são corresponsáveis pelo resultado. O objetivo era sensibilizar a população buscando apoio para a causa. Para conversar com a sociedade, criamos um vídeo com imagens chocantes, mostrando um usuário consumindo drogas e passando por um processo de overdose. A cena acontece próximo a uma pessoa que ignorava totalmente o problema. Ao final do vídeo, assinamos com o texto: A droga aliena o usuário, sua indiferença também. Foram levados em conta todos os fatores para que se criasse uma atmosfera de contraste entre o usuário e o cidadão que ignorava a situação. Desde a trilha, os ângulos e a fotografia, os cortes de imagem, tudo foi pensado minuciosamente para que se pudesse passar, de maneira realista, a mensagem. A mensagem foi percebida e o centro, que acabara de ser lançado, passou a ser procurado, tanto por dependentes químicos, quanto por parceiros e colaboradores do projeto, tornando-se, em menos de seis meses, uma referência de projeto no norte do país.

TELEVISÃO - VÍDEO 30"- A DROGA ALIENA O USUÁRIO, SUA
INDIFERENÇA TAMBÉM

Handwritten mark resembling a stylized 'S' or '5'.



Handwritten mark resembling an '@' symbol.

Handwritten signature or initials.

FICHA TÉCNICA Nº 08

Peça: Internet - Animação 3 minutos

Título: O Papiloscopista

Agência: Klimt Publicidade

Cliente: ASBRAPP

Data de produção: outubro de 2016 **Período**

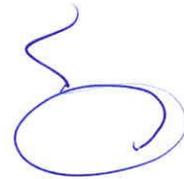
de veiculação: novembro de 2016

Veículo de divulgação: Youtube

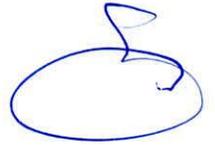
Indicação sucinta do problema:

A Associação Brasileira de Peritos Papiloscopistas (ASBRAPP) é uma entidade de classe ligada à Polícia Civil do DF, responsável por representar os profissionais papiloscopistas da corporação. A associação observou que a população não tinha conhecimento das funções desempenhadas por um perito papiloscopista. Com o intuito de divulgar suas atribuições e esclarecer um pouco do papel do profissional para a sociedade, a Asbrapp nos encomendou um vídeo que cumprisse a função de tornar suas atribuições conhecidas pela população em geral. A agência sugeriu a criação de uma animação no formato storytelling, que é uma tendência de comunicação. Para gerar atratividade, foram usadas referências baseadas em quadrinhos desenvolvidos pela Marvel, famosa por produzir histórias de super-heróis e com temáticas voltadas ao combate de crimes. Nossa ideia era usar a técnica para promover valores percebidos nos heróis de desenhos como a coragem e a determinação. O projeto resultou em uma animação com quase três minutos de duração que, de forma mais leve e com uma atmosfera fantástica, conta a história de um crime solucionado por meio do trabalho de um perito. A solução inovadora proposta pela agência teve grande aceitação interna e externa, sendo veiculada em mídias de cinema e no Youtube no período de 30 dias. O projeto encomendado para a praça de Brasília ganhou notoriedade e foi reproduzido em todo o país, no canal do Youtube e em apresentações da associação.

INTERNET - ANIMAÇÃO 3 MINUTOS - O PAPILOSCOPISTA



FICHA TÉCNICA Nº 09



Peça: TV - Vídeo institucional

Título: O que faz a vida tão incrível.

Agência: Klimt Publicidade

Cliente: Hospital Santa Marta

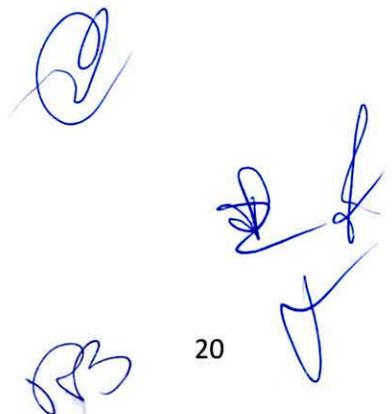
Data de produção: outubro de 2016

Período de veiculação: março de 2017

Veículo de divulgação: Rede Globo, Bandeirantes

Indicação sucinta do problema:

O Santa Marta é uma unidade hospitalar com quase 30 anos de existência, focada no público B. O hospital investiu bastante nos últimos anos, tanto em tecnologia em melhoria das instalações, quanto no atendimento de excelência, que passou a ser uma bandeira levantada pelo marketing. Para divulgar esse novo momento, o hospital encomendou da agência um filme publicitário que apresentasse o lado humano da instituição. A agência sugeriu a produção de um Storytelling. O filme criado retratava duas experiências antagônicas vividas por um homem, que aconteciam em um mesmo momento de sua vida e tinham o hospital como pano de fundo. O descobrimento de uma doença e o nascimento de um neto. O filme é apresentado em uma linguagem poética, em uma direção de Flashback narrativo, colocando o hospital como um protagonista dos momentos. O filme ganhou duas versões, uma de um minuto, para o lançamento, e uma de 30", para o restante da campanha. O material foi lançado na abertura do programa Masterchef, da rede Bandeirantes, e nas redes sociais da instituição, recebendo grande número de elogios e compartilhamentos, mostrando o engajamento da campanha e validando as escolhas criativas de estilo e estética sugeridas pela agência.



TV - VÍDEO INSTITUCIONAL - O QUE FAZ A VIDA TÃO INCRÍVEL.

Handwritten mark



Handwritten mark

Handwritten mark

Handwritten signature

FICHA TÉCNICA Nº 10

Peça: Peça Gráfica - Martin Luther King

Título: Toda luta precisa de um representante

Agência: Klimt Publicidade

Cliente: CNTC

Data de produção: Junho/2017

Período de veiculação: Julho/2017

Veículo de divulgação: Facebook

Dimensões Originais: 1080 x 1080px



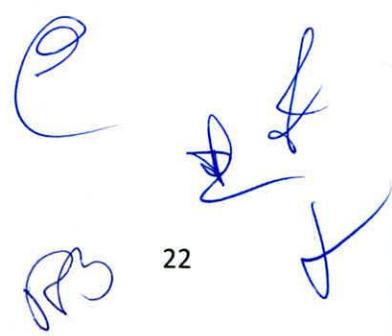
Indicação sucinta do problema:

A Confederação Nacional dos Trabalhadores do Comércio (CNTC) é a entidade máxima de representação dos trabalhadores do setor de comércio e serviços do Brasil, um contingente de mais de 12 milhões de cidadãos. Atualmente, a confederação é composta por 25 Federações filiadas e mais de 600 sindicatos vinculados, sendo a maior confederação de trabalhadores do país.

A missão da CNTC é lutar pelo cumprimento dos direitos garantidos aos trabalhadores do setor de comércio e serviços ao longo da história, bem como alcançar novas conquistas na busca da melhoria da qualidade de vida e de trabalho dos comerciários e prestadores de serviços que a entidade representa.

Com a aprovação da Reforma Trabalhista, a contribuição que os sindicatos recebiam passou a ser optativa pelo trabalhador, deixando-o fragilizado. Apesar de ser muito criticada por muitos trabalhadores que não sabem o que realmente um sindicato faz, a CNTC luta para mostrar aos trabalhadores a importância da atuação desse tipo de organização. Nesse sentido, o objetivo da campanha era passar a ideia de representatividade, da importância que tem um representante em defesa de uma classe ou causa.

Por trás dessa ideia, investimos em peças que trouxeram as histórias de grandes líderes mundiais, que ajudaram na luta de várias causas ou grupos de pessoas, mas que, em sua maioria, eram oprimidos. Dessa forma, foi feito um post conceitual com a imagem de cada um desses principais representantes, associado ao que é feito pela CNTC para os trabalhadores, diariamente.

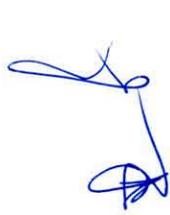
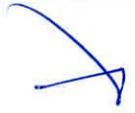


**TODA LUTA
PRECISA DE UM**

RE PRE SEN TAN TE

Martin Luther King,
Protestante e ativista
político. Recebeu o
prêmio nobel da paz
pelo combate a
desigualdade racial



  
23

TERMO DE ENCERRAMENTO

TERMO DE ENCERRAMENTO

A **KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA**, inscrita no CNPJ N.º **10.365.754/0001-07**; sediada no ST SCR N 502 BLOCO B, número 68, Sala 202, Asa Norte – CEP 70.720-502 Brasília-DF, após ter apresentado todo REPERTÓRIO em conformidade ao Edital de CONCORRÊNCIA N.º 01/2019, conclui este volume com o total de **25 (vinte e cinco) páginas**, numeradas e rubricadas por seu representante legal, subscreve este Termo de Encerramento.

Brasília-DF, 09 de julho de 2019.



RENATO RODRIGUES BLANCO NUNES
SÓCIO ADMINISTRADOR
CPF N.º 017.846.611-55

KLIMT AGÊNCIA DE PUBLICIDADE LTDA.
CNPJ N.º 10.365.754/0001-07

