

Concorrência 01/2021 - Prefeitura de Guaira/SP



Conjunto de Informações Via Identificada

Capacidade de Atendimento:

- I. Relação de clientes regulares
- II. Quantificação e Qualificação
- III. Instalações e Infraestrutura
- IV. Sistemática de atendimento

Handwritten notes and signatures:
A large signature is written over item I.
A circled '9' is written next to item II.
A circled '8' is written next to item III.
A circled '1' is written next to item IV.
A large checkmark is drawn over the list items.



CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

I. RELAÇÃO DE CLIENTES REGULARES

Instituto Acqua
Santo André - SP
Início do atendimento: abr/2013
OSCIP
Apresentação institucional e comunicação

Yacht Club Santo Amaro
São Paulo - SP
Início do atendimento: fev/2015
Estrutura recreativa.
Apresentação institucional

SEBRAE
Salvador - BA
Início do atendimento: jun/2016
Sebraetec - Consultoria de inovação para pequenos negócios

Schunk do Brasil
Santo André - SP
Início do atendimento: fev/2013
Indústria de Máquinas Ferramenta
Marketing e apresentação institucional

Atlântica Portas e Janelas de Alumínio
Ribeirão Pires - SP
Início do atendimento: jan/2017
Fabricante de esquadrias de alumínio
Departamento de marketing e comunicação

Sanches Blanes SA
Ribeirão Pires - SP
Início do atendimento: jun/2011
Indústria de Máquinas Ferramenta.
Apresentação institucional

Colégio São José - ANGLO
Ribeirão Pires - SP
Início de atendimento: jan/2008
Indústria Química

Handwritten notes and signatures:
A large signature on the left.
A circled 'B' at the top right.
A checkmark and other scribbles in the middle.
A signature 'P' on the right.
A signature 'S' at the bottom right.
A small number '2' at the bottom right.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

II. QUANTIFICAÇÃO E QUALIFICAÇÃO

ESTUDO E PLANEJAMENTO

Rafael Brito - Há 15 anos no mercado de comunicação, trabalhou por 6 anos no Diário do Grande ABC e também atuou como diretor de Comunicação da Câmara Municipal de São Bernardo do Campo, sendo responsável pela comunicação do Legislativo, onde administrou cerca de R\$ 3 milhões em marketing a cada ano. Com experiência em administrações públicas e privadas, foi também diretor de Comunicação da Prefeitura de São Bernardo do Campo, sendo responsável por todo o setor de jornalismo e pela produção de campanhas publicitárias do município. Atualmente, faz a gestão de contratos com o Instituto Acqua, OSCIP que tem projetos em Saúde e Meio Ambiente com cidades e instituições como Petróbras e Ministério do Meio Ambiente.

CRIAÇÃO / PRODUÇÃO / TV

Rogério Rossi - Sócio-diretor da Intermídia 1, tem formação publicitária em instituições como ESPM, Impacta Tecnológica e Belas Artes. Responsável pelo setor de criação da Intermídia 1, empresa que fundou há quinze anos, é responsável pela criação e planejamento de campanhas para os mais diferentes níveis de clientes da empresa. Com experiência profissional de 15 anos em outras agências do Grande ABC Paulista, realiza assessoria de marketing em geral e planejamento e gestão de projetos de marketing, tanto para mídias digitais como impressas.

PRODUÇÃO GRÁFICA / MÍDIA

Márcio Santiago - Desde a década de 1990 trabalha com criação publicitária e outras formas de marketing. Iniciou suas atividades prestando serviços para jornais locais e também com endomarketing junto à administração municipal na cidade de Ribeirão Pires. Já em 2009 tomou-se gestor publicitário e de marketing de uma das maiores lojas de motos do Brasil, o grupo Motos.com que consiste em Loja Motos.com, Motos.com Boutique e



Acessórios, Carros.com e AFM - Administradora de Franquias Motos.com. Desempenha na Intermídia o trabalho de imagem corporativa, planejamento e criação publicitária, análise de mercado, novas tendências e gestão de campanhas. Também supervisiona os serviços executados pela equipe de criação e planejamento.

ATENDIMENTO

Fábio Rossi - Há 25 anos atuando no mercado publicitário, é fundador da Intermídia 1 há quinze anos. É diretor executivo da agência e responsável pelo atendimento máster dos clientes e o desenvolvimento dos planejamentos de comunicação, marketing e mídia. Elabora o briefing de todas as campanhas, faz a gestão de todos os atendimentos direcionando as ações de marketing a serem elaboradas de acordo com o perfil do cliente e dos objetivos a serem atingidos. Com formação em Administração, pela Universidade Metodista de São Paulo, foi também supervisor nacional de televendas da C&C Casa e Construção e coordenador de marketing da Argamont Produtos Cimentícios. Pela Intermídia 1 é responsável pelo atendimento a clientes dos mais variados níveis.

X Fábio Rossi
@
P
@
P
4

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

INSTALAÇÕES FÍSICAS

O espaço físico contempla:

A. Sala específica para reuniões com equipamentos de audiovisual (Fotos A e B)

Datashow
Mesa de reunião para 6 pessoas
Cadeiras ergométricas executivas
Condicionador de ar
Wi-fi

Sala para atendimento a clientes (Fotos C)

Condicionador de ar
Computadores portáteis
Mesa para atendimento ao cliente
3 pontos de atendimento
cadeiras ergométricas

Sala que abriga setor financeiro (Foto D)

Condicionador de ar
Computador desktop
Cadeira executiva ergométrica

Espaço multiprofissional para o desenvolvimento dos trabalhos (Foto E)

1 Central de trabalho com 7 lugares
2 Centrais de trabalho com 6 lugares
Condicionador de ar
Computadores portáteis
Computadores desktop
Impressora laser colorida OKIDATA
Impressoras jato de tinta
Database com servidor dedicado em sistema de rack

Sala de coordenação

Mesa
Cadeira executiva ergométrica
Condicionador de ar

Recepção (Foto F)

Poltronas ergométricas



Cozinha
Mesa de jantar
Cadeiras ergométricas
Microondas
Pia em granito
Filtro refrigerado
Cafeteira
TV Plasma

Veículos - Frota
Volkswagen Gol
SEAT Inca

Estrutura avaliada em R\$ 120.000,00 (cento e vinte mil reais)

FOTO A

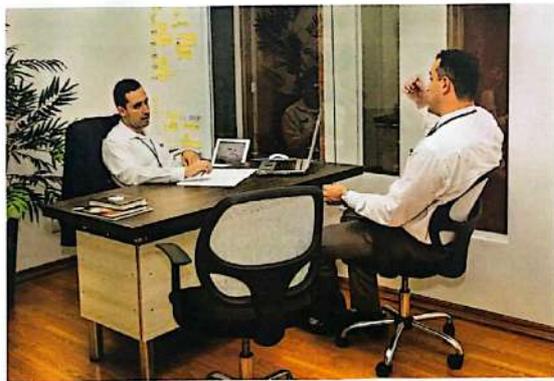


6

FOTO B



FOTO C



Handwritten notes:
A circled 'B' at the top.
A signature that appears to be 'Frey' below it.
A vertical line of symbols: a circle with a dot, a circle with a dot, a circle with a dot, and a circle with a dot.
A small number '7' at the bottom.

FOTO D



FOTO E



(Handwritten notes and signatures)
A circled 'B' at the top.
A signature that looks like 'Araújo' written vertically.
Below the signature are several handwritten marks: a large 'X', a checkmark, and some scribbles.
At the bottom of these marks is a circled 'B' and the number '8'.

FOTO J



Handwritten notes and signatures:
A circled signature at the top right.
A signature that appears to be "Faby" in the middle.
A signature that appears to be "A" below it.
A signature that appears to be "S" below that.
A signature that appears to be "S" below that.
A signature that appears to be "S" below that.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

IV. SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

Os trabalhos entre a Agência e o cliente são feitos a partir do profissional responsável pelo atendimento, que mantém contato com os setores encarregados de publicidade e propaganda do cliente. De posse de um pedido de serviço, o responsável pelo atendimento faz um relatório de visita e elabora o briefing das solicitações em reuniões que podem variar de uma a oito horas diárias. Esse resumo dos serviços solicitados é encaminhado para o responsável pelo tráfego das informações dentro da agência.

O profissional do tráfego, por sua vez, distribui o material para o setor encarregado (planejamento, criação, mídia etc.) que, em média, utiliza até três dias úteis para o planejamento da campanha e levantamento de custos.

Esse relatório gera uma solicitação de serviço a ser autorizado pelo cliente. Assim que aprovado este plano de mídia, o profissional de atendimento retorna com esse aval e encaminha para o setor financeiro, que libera para a produção de peças.

Após o trabalho de elaboração das peças ser desenvolvido, o material é entregue ao atendimento, que retorna ao cliente com o serviço, que, se aprovadas as peças, voltará à agência para produção e distribuição final. Esta produção e distribuição final até a entrega ao cliente, pode variar conforme a especificidade do produto e da produção dos materiais que dependerem de terceiros, como a produção gráfica, por exemplo, mas leva, em média, pelos trabalhos realizados em nosso cotidiano, oito dias úteis.

Dependendo do porte do cliente, o responsável pelo atendimento realiza in loco, até diariamente, uma checagem das necessidades de materiais de propaganda.

A Política de Negociação mantida pela Agência junto aos veículos de comunicação consta de contatos cotidianos com os responsáveis pelas respectivas mídias, e busca-se para os clientes o melhor resultado em relação à aplicação da verba publicitária disponível. Desta forma, objetiva-se a mais indicada programação possível em relação ao volume de verba dentro das possibilidades de cada caso.



Concorrência 01/2021 - Prefeitura de Guaira/SP



Conjunto de Informações Via Identificada

Repertório

[Handwritten signatures and initials]



REPERTÓRIO I - EXEMPLOS REDUZIDOS

Cliente: Prefeitura Municipal de Santa Isabel – SP

Campanha: Saúde da Família

Peças: Banners, faixas, cartazes, folders e anúncios publicitários

Trabalho executado: Planejamento, criação e execução da campanha, incluindo acompanhamento de impressão e veiculação

Data de Produção: Abril de 2017

Período de Veiculação: Abril e Maio de 2017

Veículo que a divulgou: Materiais foram distribuídos a toda a população nas unidades de saúde e anúncios veiculados em jornais como O Ouvidor, Bom Dia e Agora News.

Problema que a peça se propôs a resolver: Criar impacto na população com peças que mostravam os problemas da falta de planejamento familiar. A campanha foi baseada em ditados populares que foram adaptados para abordar os temas sugeridos, desta forma buscou-se tornar os assuntos mais fáceis de serem trabalhados junto à população.



Prefeitura Municipal de
SANTA ISABEL

"O paraíso da Grande São Paulo"



Handwritten signatures and initials on the right side of the page.

**NÃO SORRIA,
VOCÊ ESTÁ SENDO
AGREDIDA**



**FAMÍLIA É PARA TODA A VIDA,
PENSE NISSO!**
Uma agressão dentro de casa é crime também

A violência doméstica, em especial contra a mulher, repercute na sua saúde e em sua qualidade de vida e está associada à depressão, ao suicídio, ao abuso de drogas e álcool e vários distúrbios físicos e psicológicos. O silêncio só prejudica a vítima e toda uma família. Faça sua parte, não seja omissa, denuncie!

Secretaria de Saúde de Santa Isabel
Avenida Guilherme Afonso, 532 - Parque São Bonifácio
Tel. (11) 4655-4144

CENTRAL DE ATENDIMENTO À MULHER – LIGUE 160

Procure a Unidade de Saúde
mais próxima de sua casa e
confira a programação. Participe!

ESTRATÉGIA DE SAÚDE DA FAMÍLIA
Programa de Saúde da Família
MUNICÍPIO DE SANTA ISABEL



Handwritten notes and signatures:
A circled 'B' at the top.
A signature that appears to be 'Frederico' written vertically.
A large 'P' written vertically.
A signature that appears to be 'A. P.' written vertically.
A circled 'B' at the bottom.

ONDE COMEM DOIS, TRÊS COMEM MAL



**FAMÍLIA É PARA TODA A VIDA,
PENSE NISSO!**

Planeje cada decisão e procure
sempre ajuda

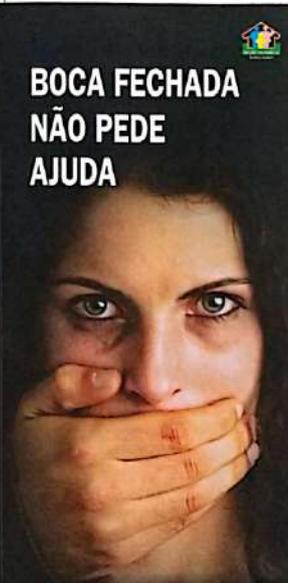
Uma família planejada tem mais condições de se desenvolver melhor. O Planejamento Familiar é um serviço que previne gestos e decisões sobre como evitar uma gravidez precoce utilizando anticoncepcionais e preservativos e ainda orienta sobre as consequências e como lidar com uma gravidez não planejada, entre outras situações.

Secretaria de Saúde de Santa Isabel
Av. Costa Galvão, 332 - Parque São Benedito
Tel: (11) 4056-4444

Procure a Unidade de Saúde
mais próxima de sua casa



Handwritten signatures and initials on the right side of the banner.



**BOCA FECHADA
NÃO PEDE
AJUDA**

**FAMÍLIA É PARA TODA A VIDA,
PENSE NISSO!**
Uma agressão dentro de casa é crime também

Procure a Unidade de Saúde
mais próxima de sua casa e
confira a programação. Participe!

ESTRATÉGIA DE SAÚDE DA FAMÍLIA
Secretaria Municipal de Saúde
Parque São Benedito

FRENTE

**Violência contra
a mulher é crime!
Denuncie!**

Atendimento para casos de agressão
Central de Atendimento à Mulher - Ligue 180

A violência doméstica, em especial contra a mulher
repercutiu na sua saúde e em sua qualidade de vida
e está relacionada a depressão, ao suicídio, ao abuso
de drogas e álcool e vários distúrbios físicos e
psicológicos. O silêncio só prejudica a vítima e toda
uma família. Faça sua parte, não seja omissa, denuncie!

Secretaria Municipal de Saúde
Endereço: Avenida Guilherme Alleni, 332
Parque São Benedito

Tel. (11) 4656-4444

UBS I - Prefeito São Desidério Endereço: Rua Prefeito José Basilio Avaranga, 330 Barro Branco Tel: (11) 4656-4429 / 4656-2266	ESF - Jardim Eldorado Endereço: Av. Dória de Souza Mourão, 509, Fátima Jardim Eldorado Tel: (11) 4657-1863
UBS II - Dr. Francisco Pedreira Endereço: Av. Brasil, 1.205 Santo Cruz Tel: (11) 4656-4428	ESF - Jardim Novo Eden Endereço: Rua das Flores, 754 Bairro de Nova Esperança Tel: (11) 4656-4205
UBS III - Prefeito José Raimundo Lúcio Moura Nery Endereço: Estrada do Morro Negro, km 1 Santo Manoel Negro Tel: (11) 4656-2048 / 4657-7220	ESF - Cachoeira Endereço: Via das Palmeiras, s/n Bairro Cachoeira Tel: (11) 4657-5136
ESF Vila Guilherme Endereço: Rua Jacó, 404 Bairro Vila Guilherme Tel: (11) 4657-1825	ESF - Quilômetro 10 End: Rua do Camarão, s/n Bairro Quilômetro 10 Tel: (11) 4657-1173
ESF Vila Nova Endereço: Rua Mar Casaco, 1 Bairro Vila Nova Tel: (11) 4656-6101	PAC - Pouso Alegre Endereço: Estrada do Pouso Alegre s/n Bairro Pouso Alegre Tel: (11) 4657-2258 / 4657-7555
	PAC - Jaguari Endereço: Estrada do Jaguari Bairro Jaguari Tel: (11) 4657-2274 / 4657-7100

VERSO



Handwritten signature





REPERTÓRIO II- EXEMPLOS REDUZIDOS

Cliente: Câmara Municipal de São Francisco do Sul – SC

Campanha: Criação de identidade visual do Projeto Vereador Mirim e campanha publicitária

Peças: Manual de identidade visual, anúncio de revista e jornais, outdoor e divulgação nas redes sociais

Trabalho executado: Planejamento, criação e execução da campanha, incluindo acompanhamento de impressão e veiculação

Data de produção: Julho de 2018

Período de veiculação: Julho de 2018 a Agosto de 2018

Veículo que a divulgou: Outdoor, Revista Fotonews, Jornal Folha de Babilonga e Jornal Correio Francisquense e os portais www.cacador.net e www.dahora.com.br

Problema que as peças se propuseram a resolver: Estimular o exercício da cidadania



16

ANÚNCIO PÁGINA DUPLA REVISTA

**ESTIMULANDO O
EXERCÍCIO DA
CIDADANIA**



CÂMARA MIRIM
SÃO FRANCISCO DO SUL

Estimular a atividade de cidadania entre os jovens é essencial e por isso o novo espaço de atividades no bairro possui um espaço de mediação para a cidade. Com esse objetivo, a Câmara Municipal de São Francisco do Sul criou há 12 anos a Câmara Mirim. Formada por crianças de 10 a 14 anos, tem como objetivo promover a cidadania e a participação política e social dos jovens no município.



ABC



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO FRANCISCO DO SUL**

Alameda Espanha, 1111 - Fone: (51) 3402-1111 - Site: www.cfm.sfsul.rs.gov.br

ABC



17

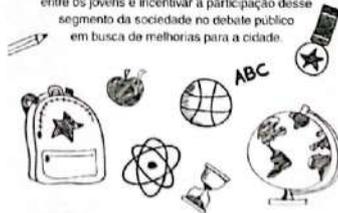
ANÚNCIOS DE JORNAIS

**ESTIMULANDO O
EXERCÍCIO DA
CIDADANIA**



CÂMARA MIRIM
SÃO FRANCISCO DO SUL

O objetivo é estimular o exercício da cidadania entre os jovens e incentivar a participação desse segmento da sociedade no debate público em busca de melhorias para a cidade.



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO FRANCISCO DO SUL**

Após a voz do cidadão faz a diferença!

Av. Itália, 100 - Fone: (51) 3632-1111 - Fax: (51) 3632-1111

www.csf.s.gov.br
[/camarasaofranciscodosul](https://www.facebook.com/camara.saofranciscodosul)

Handwritten notes in blue ink:
A circle with a cross inside.
A signature.
A large 'X' mark.
A large 'A' mark.
A large 'P' mark.
A large 'G' mark.



OUTDOOR

**ESTIMULANDO
O EXERCÍCIO
DA CIDADANIA**



**CÂMARA MUNICIPAL DE
SÃO FRANCISCO DO SUL**

Após a voz do cidadão faz a diferença!!

www.csfsc.gov.br

[/camaraaosfranciscodosul](https://www.facebook.com/camaraaosfranciscodosul)

Alameda Itapiranga, 179 | Centro | CEP 89316-000
Telefone (47) 3471-2700

**Relatório Fotográfico Bi-Semana 36/18
Cliente Camara de Vereadores de SFS**



**Br 280 Próx. Trevo Ferry Bolte
Entrada da Cidade**



**Início Rod. Duque de Caxias Reta
sentido Sandra Regina Ubatuba**



**Rua D. Fernando Trejo P/Praça
Acarai sentido centro**



**Rua Marçílio Dias P/Shopping
São Francisco**

19



REPERTÓRIO III – Exemplos reduzidos

Cliente: **FEBRABAN - Federação Brasileira de Bancos**

Serviço: **Produção e divulgação de informativo digital mensal**

Peças: **Newsletter**

Trabalho executado: **Produção de conteúdo, diagramação, edição de arte e envio de informativo digital mensal**

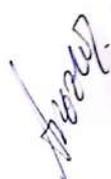
Data de produção: **Fevereiro de 2017 a Março de 2020**

Período de veiculação: **Fevereiro de 2017 até Março de 2020**

Problema que a peça se propôs a resolver: **Divulgação institucional através de catálogos de endereços exclusivos da entidade**

FEBRABAN

Federação Brasileira de Bancos



INFORME FEBRABAN

Feb/2017 Nº 1

Nova Plataforma reforça combate a fraudes

Novo sistema terá capacidade igual a das maiores processadoras de cartões do mundo para garantir maior segurança e comodidade aos consumidores.



Ferramenta para avaliar potenciais impactos ambientais



No primeiro Café com Sustentabilidade de 2017, que se realizará no dia 10 de março, será lançada oficialmente uma ferramenta analítica que permite aos bancos quantificar e avaliar os potenciais impactos de suas carteiras de crédito para torná-los mais resilientes aos riscos ambientais.

[Leia mais](#)

Agenda
13 Summit Global Kelco Common Reporting Standard

21 4º Seminário FEBRABAN Sobre controles internos

FEBRABAN e Deloitte iniciam apuração para Pesquisa de Tecnologia Bancária

A Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária completa 25 edições em 2017 e fará, com a maturidade, uma análise com maior alcance sobre os efeitos da revolução tecnológica no setor. Os temas serão aprofundados, buscando maior detalhamento dos serviços bancários prestados por meio dos canais digitais.

[Leia mais](#)

Destaques na mídia

Valor mostra a tecnologia bancária na ponta dos dedos

CB Correo Brasileiro de Itaja que medidos anunciadas pelo governo seguem a orientação correta

Confira

Na última edição da revista do Club FEBRABAN você verá que os bancos estão investindo em plataformas digitais para renegociar dívidas de clientes.

[Leia mais](#)

INFORME FEBRABAN

www.febraban.org.br

Bancos se comprometem a reduzir pela metade prazo de atendimento ao consumidor

Parte das demandas recebidas pelos consumidores passará a ser resolvida em até 5 dias úteis, em 14 dias, para 80% do atendimento no SAC. Em 70% dos casos, os bancos resolverão as demandas dos consumidores já na primeira ligação.



LEIA MAIS

Veto em MP 752 reforça insegurança jurídica em financiamentos de projetos com potencial impacto ambiental

A insegurança jurídica é a consequência direta do veto governamental ao artigo 35 da Medida Provisória 752, que trata do financiamento a atividades de parceria em infraestrutura. O artigo, vetado no início de junho, estimulava a aplicação das regras de proteção ao meio ambiente nesses empreendimentos ao eliminar ambiguidades da atual legislação. Essa exigência daria maior segurança e reduziria riscos nos financiamentos, por permitir ao financiador demonstrar que, se agir prudentemente no cumprimento do dever legal, não haveria razão para ser chamado a reparar o dano. "A FEBRABAN continuará trabalhando para a melhoria da legislação, fundamental para reduzir a insegurança jurídica e estimular os financiamentos necessários ao desenvolvimento sustentável do País", afirmou Mário Sérgio Vasconcelos, diretor de Relações Institucionais da entidade.

Leia Mais

Destaques na Mídia

- Bom dia Brasil**
Custo - Segurança jurídica
- Jornal Notícias**
Bancos se comprometem a reduzir prazo para atendimento aos consumidores
- Revista Club FEBRABAN**
A Pesquisa FEBRABAN de Tecnologia Bancária e o tema de debate da edição nº 10 da revista
Leia Mais

Club FEBRABAN 2017 bate recorde de público



Um público de mais de 21 mil pessoas esteve presente à 27ª edição do Club FEBRABAN, realizada entre os dias 6 e 8 de junho - alta de quase 18% em relação a 2016. Expositores, palestrantes, visitantes passaram por uma área de 30 mil m² no Transamerica Expo Center, entre os quais 3,74 mil congressistas. Destacou-se no Club 2017, a presença de participantes estrangeiros, aproximadamente (crescimento de 14%) de 38 países diferentes (64% a mais que no ano passado). Um claro interesse nas soluções e discussões sobre a tecnologia para o setor bancário apresentadas no evento.

Leia Mais

Agenda

- JUNHO 28 a 30**
EVENTO DE LUTTA JURÍDICA
Minuta da Lei Anticorrupção
Tema: Prevenção e combate
- JUNHO 27**
LUNARIT
Novo Informe de Crédito
Tema: Fundamentos e aplicação
- DEZEMBRO 13/14**
CONGRESSO
13º Direito Bancário
Tema: Regulação

(Handwritten signatures and initials)

INFORME FEBRABAN

2017/11

Transações de R\$ 50 mil ou mais com dinheiro em espécie seguirão novas regras

A partir de 27 de dezembro, os clientes bancários que precisarem sacar na boca do caixa valor igual ou acima de R\$ 50 mil, em dinheiro vivo, terão que seguir novas regras. A operação terá que ser informada ao banco com 60 minutos de antecedência e, além disso, será preciso fornecer dados adicionais sobre a transação, como os motivos de movimentação financeira. A medida será aplicada apenas para saques em espécie e para valor igual ou acima de R\$ 100 mil.



Setor bancário investe em tecnologia para ser mais "verde"



Se as expressões "setor azul" ou "setor verde" estavam entre as mais populares no vocabulário financeiro, agora é o "verde" que entra para valer em cima e marca ações de alta eficiência, produtos e inovações no setor bancário. Cada cliente e uso de tecnologias capazes de aumentar a contribuição do setor para a sustentabilidade do planeta. O modo como os bancos vêm adotando essas tecnologias é um dos destaques de reportagem na edição 72 da revista CIAB FEBRABAN LEIA MAIS.

FEBRABAN facilita acesso dos clientes bancários à plataforma Consumidor.gov.br



Para facilitar o atendimento à população, a Federação Brasileira de Bancos - FEBRABAN passou a direcionar as demandas de consumidores relacionadas a produtos e serviços bancários, recebidas atualmente nos canais atrelados, Como Ajuda e Fale Conosco, a plataforma de resolução de conflitos Consumidor.gov.br, do governo federal. A iniciativa foi oficializada em um acordo de cooperação assinado na sexta-feira, pela FEBRABAN e a Senacem LEIA MAIS.

Destaques na Mídia

Comunicado sobre sustentabilidade, afirma Febabran
Acesso sobre placas imobiliárias deve pagar R\$ 12,5 a propagação

Revista CIAB FEBRABAN
Big Data é destaque na 72ª edição da revista CIAB FEBRABAN
Leia Mais

Agenda

22 a 23 de Novembro
Curso de curta duração
Estratégia de Marketing para o Setor Bancário
e Financeiro em 2018
São Paulo - SP

Handwritten signatures and initials:
A circular stamp with a logo.
A large signature.
Initials 'A', 'S', and 'G'.



REPERTÓRIO IV - Exemplos reduzidos

Cliente: Sindicato do Moedeiros - RJ

Campanha: Criação de nova identidade visual e desenvolvimento de website

Peças: Manual de Identidade Visual

Trabalho executado: Manual de Identidade Visual e website

Data de produção: Janeiro a abril de 2018

Período de prestação de serviços: Janeiro de 2018 a maio de 2018

Problema que se propôs a resolver: **Apresentar a todos os trabalhadores da Casa da Moeda que o sindicato busca evolução sem abrir mão da tradição e proporcionando maior engajamento de todos os assuntos relacionados a entidade com a publicação do novo site**



**SINDICATO NACIONAL
DOS MOEDEIROS**

Representante dos Empregados da Casa da Moeda do Brasil

24

SITE PUBLICADO

Mac OS X Lion CSS3 by Alessio Atzeni

http://www.sindicatodosmoedeiros.org.br

SINDICATO NACIONAL DOS MOEDEIROS
Entidade de Direito Privado do Estado de Mato Grosso

MENU



Reserva Online
Conheça nossas sedes e faça sua reserva.

ATU-SE
Quer saber como se afiliar? Você pode começar o processo Online veja mais

NOTÍCIAS

PROPOSTA DE MINUTA PARA O ACT 2021/2022 E OFICIALIZADA PELO MINISTRO DO TST
19/04/2021 - 11:00:00

RESULTADO DA ASSEMBLEIA SOBRE A APROVAÇÃO DA MINUTA DO ACORDO DE PROMOÇÃO E PROGRESSÃO 19/20
19/04/2021 - 11:00:00

veja mais >>>

CONTATO

LOCALIZAÇÃO

NEWSLETTER
Cadastro para receber e-mails e receber as novidades do sindicato via e-mail

Nome: _____
E-mail: _____

INSCRIÇÃO



SEDE SOCIAL / SEDE PRINCIPAL
Avenida Antônio Guimarães de Aguiar, 1123
Serra Preta, Rio de Janeiro - RJ

SEDE CAMPESINA
Estrada dos Amigos, 578 - Quinta Mariana,
Parada Mucuri - Capangueiras - RJ

21 3395-0698

www.sindicatodosmoedeiros.org.br



Handwritten notes and signatures:
A large circle with a cross inside.
A signature that appears to be "Ary".
A large handwritten number "7".
A vertical list of handwritten letters: "A", "A", "A".

REPERTÓRIO V - Exemplos reduzidos

Ciente: Yacht Club Santo Amaro

Campanha: Pesquisa de Satisfação

Necessidade apresentada: Qual a melhor forma de interagir com o associado e entender suas necessidades.

Solução apresentada: A aplicação de uma pesquisa para medir a satisfação dos sócios do YCSA foi uma ação estratégica na busca por mais melhorias nos serviços prestados pelo clube. Ao coletar as opiniões, o YCSA abriu um canal de comunicação importante, que pode direcionar as ações da diretoria e ampliar a participação do público interno no que se refere a investimentos de médio e longo prazo.

Peças: Logomarca de campanha, planejamento, editoração gráfica, aplicação, tabulação, aferição dos resultados e recomendação de ações.

Veiculação: Mala-direta, cartaz, hotsite, aplicativo mobile.

Vigência da campanha: 45 dias

início da Campanha: 02/01/2018

Logomarca:



YCSA



PESQUISA
NO RUMO CERTO

26

CARTAZ - A2 - 420X600MM - 4X0 CORES

A sua opinião é muito importante!



Sócio(a), a sua opinião é muito importante para o YCSA.

Por isso, convidamos você a participar da **Pesquisa de Satisfação No Rumo Certo!**

A pesquisa acontecerá em 30/01/2018

PESQUISA NO RUMO CERTO

YCSA YACHT CLUB SANTO AMARO

Mais informações: (11) 5687-8847 / (11) 5687-0836

QR Code

27

Concorrência 01/2021 - Prefeitura de Guaira/SP



Conjunto de Informações Via Identificada

Relatos de Solução de problemas de comunicação:

I. Instituto Acqua

II. Atlantica Portas e Janelas de Alumínio

[Handwritten signatures and initials in blue ink, including a globe icon and several illegible signatures]



Relato de Soluções de Problema I

INSTITUTO ACQUA

[Handwritten signature]

[Handwritten mark]

[Handwritten mark]

[Handwritten initials]

[Handwritten mark]

INSTITUTO ACQUA

O Instituto Acqua contratou a Intermídia 1 em abril de 2013 com o objetivo de resolver problemas de comunicação institucional e de divulgação de ações junto às Prefeituras com as quais o Instituto é conveniado ou tenta prospectar negócio.

O portfólio de apresentação do Instituto Acqua era uma demanda que há anos não conseguíamos resolver com as duas agências que anteriormente nos atendiam. Assim que a Intermídia assumiu os trabalhos, passamos essa necessidade e, em parceria, passamos a elaborar o portfólio, que foi efetivamente produzido em dois meses.

O portfólio passou a ser produzido em maio de 2013 e finalizado em julho. Com 44 páginas, o caderno foi impresso em offset 120 gramas no miolo e com capa em papel Supremo 250 gramas, com verniz e laminação, dando uma qualidade gráfica que condiz com a qualidade dos trabalhos executados pelo Instituto Acqua, importante mensurar isso pois foi um "divisor de águas" aqui na entidade.

O portfólio com todas as suas atualizações ao longo dos anos tem nos ajudado a expor de maneira mais clara que tipo de atendimento o Instituto Acqua realiza e, inclusive, aberto novos contatos, uma vez que enviamos o material para algumas Prefeituras e temos tido retorno de administradores que se interessaram por firmar parcerias com a instituição com base no que viram.

Junto com o portfólio, o trabalho de comunicação junto à Intermídia teve um novo planejamento visual, como novos logotipos, remodelação do informativo mensal e outros materiais de suporte, como uma nova pasta e um folder de linha do tempo, que conta um pouco dos mais de 20 anos de história da instituição. A pasta, em material reciclado, tem o mesmo padrão gráfico adotado no portfólio.

O folder de linha do tempo, também em reciclado, era outra demanda reprimida dentro do Instituto. O trabalho desenvolvido pela Intermídia deu solução à linha do tempo, que conta, ano a ano, quais foram as principais atividades desenvolvidas, com um pequeno resumo de cada ação.

O informativo mensal é distribuído para cerca de 1 mil funcionários do Instituto, mas não tinha a mesma comunicação visual dos demais materiais do Acqua. Com uma nova política, o informativo passou a seguir o mesmo padrão.

(Handwritten marks and signatures)

Um produto diferenciado que surgiu desta parceria Instituto Acqua e Intermídia é um lápis-semente, desenvolvido no mês do Meio Ambiente. O lápis pode ser usado normalmente até que chegue ao final. Quando isso acontece, o lápis pode ser plantado, já que há se mentes em uma das extremidades, e essas sementes fazem germinar flores. Como visibilidade, o lápis proporcionou, por exemplo, que o Acqua fosse o grande destaque da Virada Ambiental realizada em agosto passado, quando o Instituto teve um estande montado no Parque do Ibirapuera – São Paulo.

Com esse trabalho, em vigência há 8 anos, conseguimos abrir novos contatos que já nos renderam, um aumento nas parcerias realizadas, atendendo ainda mais cidades em todo território nacional.

03.254.082/0001-99
Instituto Acqua - Ação, Cidadania,
Qualidade Urbana e Ambiental
Av. Lino Jardim nº 905
Vila Bastos - CEP: 09.041-031
Santo André - SP



SAMIR
Diretor-presidente

Santo André, 04 de junho de 2021

Relato de Soluções de Problema II



[Handwritten signatures and initials]



A qualidade do alumínio
na sua casa.
www.atlantica.com.br/voce

Presenciei avanços significativos na imagem da Atlântica após a Intermídia 1 Agência de Publicidade assumir nosso Departamento de Marketing, em janeiro de 2017. Até então não nos comunicávamos como deveríamos, gerando uma enorme diferença entre o que a Atlântica se tornou e a imagem que transmitia em sua comunicação com o mercado.

Essa participação dos profissionais da Intermídia reforçou nossa comunicação em diversos níveis, gerando maior exposição da marca e garantindo à imagem da empresa uma posição de destaque no mercado de portas e janelas de alumínio.

A princípio, nossa maior demanda envolvia a mudança na identidade visual dos mostruários. A Intermídia efetuou uma análise apurada da concorrência e apresentou soluções eficientes, que estão sendo aplicadas atualmente nos mais de 300 pontos de venda da Atlântica no Brasil. Podemos considerar essa transformação um marco na história de mais de quatro décadas da nossa empresa.

A atuação da Intermídia incluiu ainda o lançamento nacional do Sipac, o sistema de instalação em paredes de concreto, patenteado pela Atlântica e desenvolvido por nossos técnicos. A criação de um hot site específico sobre o tema, um vídeo de apresentação do sistema e a divulgação feita na internet garantiram uma forte repercussão positiva no mercado de esquadrias.

O trabalho envolvendo o Sipac incluiu ainda a participação da Agência como assessoria de imprensa, contribuindo para que a Atlântica aparecesse em revistas segmentadas e atraísse ainda mais a atenção das maiores construtoras do país por nosso pioneirismo nessa área. A inovação trouxe benefícios que só foram obtidos graças a essa importante função de espalhar a novidade entre os nossos públicos.

Atualmente a Intermídia continua prestando esse e outros serviços para a Atlântica, ajudando a consolidar a nossa marca como uma das maiores fabricantes de esquadrias de alumínio do Brasil. Esse posicionamento é reforçado em todas as comunicações produzidas pela agência e reforçam o papel vital que eles assumiram no Departamento de Marketing da

14.900.881/0001-07
EMPRESA INDUSTRIAL E COMÉRCIO
DE ESCADRIAS LTDA
Rua Pedro Ripoli, 2110 - Distrito 04
Ribeirão Pires - CEP: 09410-020
Ribeirão Pires - SP

ENIO FERREIRA
Diretor Administrativo

Ribeirão Pires, 04 de junho de 2020

Handwritten mark

Handwritten mark

Handwritten mark

33

Handwritten mark