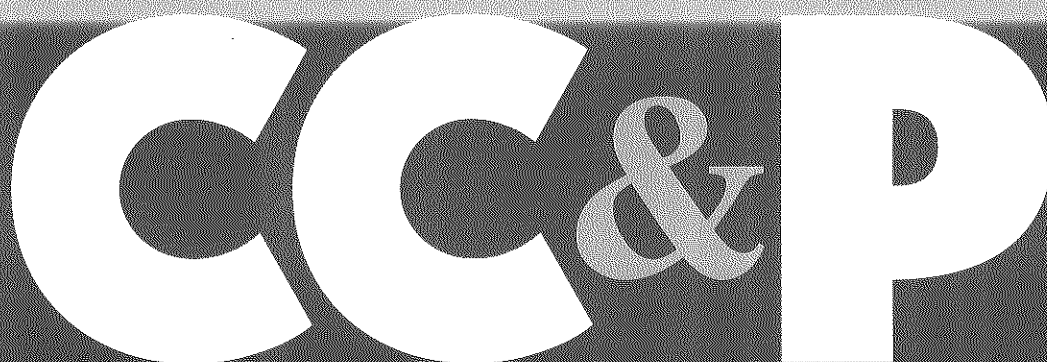




CIA DE COMUNICAÇÃO
& PUBLICIDADE

ccpagencia.com.br

REPERTÓRIO

Repertório

N

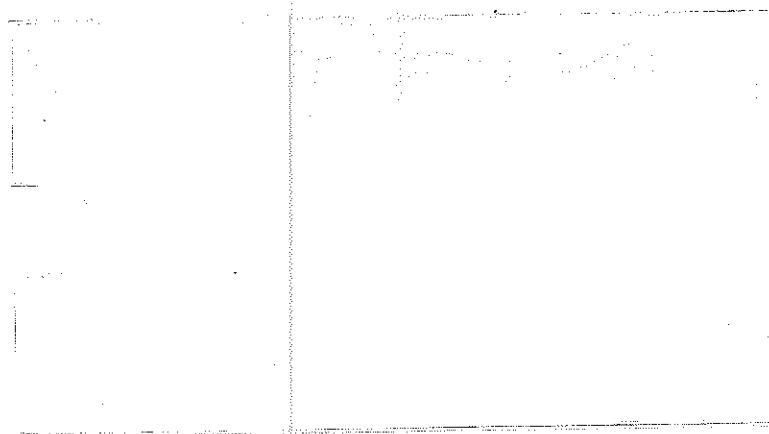
de 3

P

22

Peça 1 – Filme 60”**Meio: Televisão****Ficha Técnica****Agência:** CC&P – Companhia de Comunicação & Publicidade**Cliente:** Metrô-SP – Companhia do Metropolitano de São Paulo**Título:** “Transforma”**Formato:** Filme 60”**Data da produção:** 22 de agosto de 2021**Período de veiculação:** 5 a 22 de setembro 2021**Veículos:** TV Globo, TV Record, SBT, Rede TV e TV Cultura**Problema que a peça se propôs a resolver:**

Durante dois anos, a pandemia do novo coronavírus afastou muitas pessoas do trabalho, dos transportes públicos e do convívio social, deixando na população a sensação de que as obras do Governo do Estado de São Paulo e do Metrô também ficaram paradas durante esse período. Para reverter essa imagem, criamos campanha de prestação de contas mostrando o avanço de diversas linhas, o ritmo acelerado das obras, que seguiram com todos os cuidados de prevenção, e as diversas entregas que foram realizadas.

Peça 1 – Filme 60”

Peça 2 – Filme 30”**Meio: Televisão****Ficha Técnica**

Agencia: CC&P – Companhia de Comunicação e Publicidade Ltda.

Cliente: CFQ – Conselho Federal de Química

Título: “Dia Nacional do Químico”

Formato: filme 30”

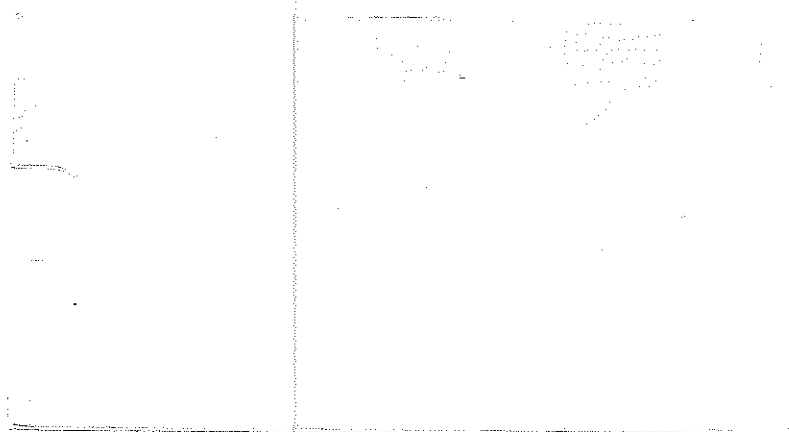
Data da produção: 10 de junho de 2019

Período de veiculação: 14 a 18 de junho de 2019

Veículos: TV Globo, TV Record, SBT, Band, Rede TV, Globo News e GNT

Problema que a peça se propôs a resolver:

O filme procurou mostrar a importância da Química na vida das pessoas e no desenvolvimento do Brasil, pois garante à sociedade o acesso a serviços e produtos de qualidade e seguros. Enfatizou que a Química está presente nos alimentos, na indústria, na construção, na medicina e em muitas situações que jamais imaginamos. Aproveitou o momento para valorizar, reconhecer e homenagear os profissionais da Química pelo seu dia, 18 de junho, e como eles fazem a diferença no dia a dia das pessoas. A veiculação do filme foi na televisão, nas emissoras Globo, Record, SBT, Band, Rede TV, Globo News e GNT, no mercado nacional e no meio internet.

Peça 2 – Filme 30”

Peça 3 – Filme 60”

Meio: Televisão

Ficha Técnica

Agência: CC&P – Companhia de Comunicação & Publicidade

Cliente: ALESP – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo

Título: ALESP – Prestação de Contas

Formato: filme 60”

Data da produção: 18 de fevereiro de 2021

Período de veiculação: 2 a 15 de março e 2021

Veículos: TV Globo, TV Record, SBT, Rede TV e TV Cultura

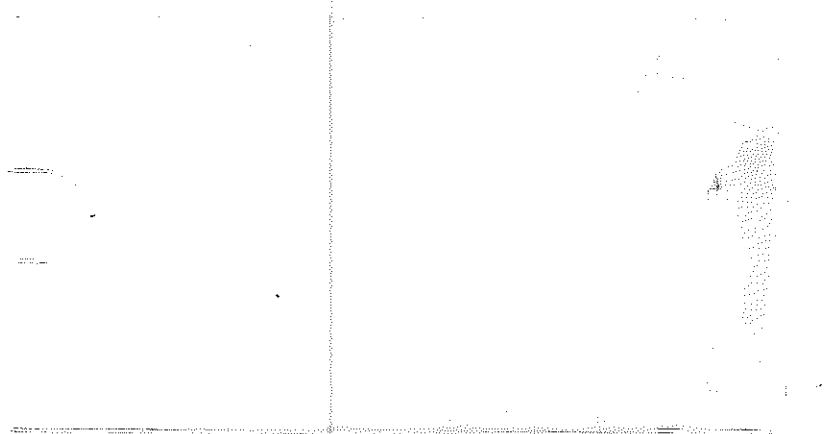
Problema que a peça se propôs a resolver:

Durante a pandemia, a Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo ficou vazia, com os deputados estaduais trabalhando de forma remota, mas nunca se trabalhou tanto por São Paulo como nesse período. Para aproximar os parlamentares da população e explicar melhor o papel da ALESP na vida das pessoas nesse momento tão difícil, criamos campanha na qual utilizamos o prédio da Assembleia para estilizar um PIN de localização e mostrar que o trabalho dos deputados estava presente onde as pessoas menos esperavam, como na doação de cestas básicas, no ensino a distância dos alunos e na contratação de mais profissionais de saúde.

Os resultados foram muito bons. De acordo com pesquisa qualitativa e quantitativa realizada de 5 a 20 de julho de 2021, verificamos aumento no percentual de “conhecer bem, conhecer mais ou menos e conhecer de ouvir falar”: passou de 42% para 77% da população.

A avaliação da entidade como “ótima/boa/regular” foi de 29% para 57%. E, na atribuição da importância ao conjunto de ações desenvolvidas pela ALESP (incluindo as realizadas no enfrentamento à pandemia de Covid-19), o percentual atual foi de 77% “ótimo/bom”.

Peça 3 – Filme 60”



Peça 4 – Vídeo para Internet

Meio: Internet

Ficha Técnica

Agência: CC&P – Companhia de Comunicação & Publicidade

Cliente: Metrô-SP

Título: “Estamos aqui”

Formato: vídeo 48”

Data da produção: 01 de maio de 2020

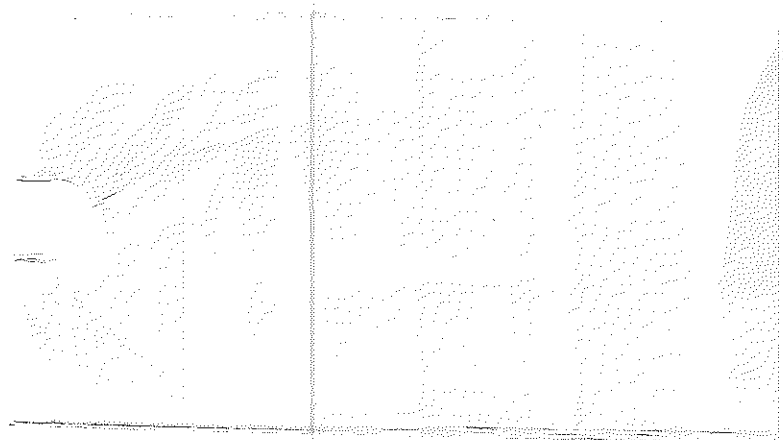
Período de Veiculação: maio a julho de 2020

Veículos: redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter e YouTube) e TV Minuto (Out of Home)

Problema que a peça se propôs a resolver:

Em 2020, o mundo se deparou com uma das maiores epidemias da história: o coronavírus. Milhões de pessoas abandonaram os empregos, as atividades e se trancaram em casa para evitar a contaminação. Porém algumas profissões essenciais arregaçaram as mangas e saíram às ruas para combater a pandemia, entre elas os metroviários, que foram fundamentais para levar diversos outros profissionais essenciais até os seus destinos: trabalhadores da saúde, bombeiros, forças policiais, funcionários de farmácias, supermercados e tantos outros. Para exaltar esses verdadeiros heróis e conscientizar as pessoas a permanecer dentro de suas casas, fizemos este filme de caráter informativo. Vale lembrar que todas as produções de filmagem se encontravam proibidas, sendo permitidas apenas animações, sem uso de atores.

O Metrô de São Paulo se notabilizou como uma das empresas mais responsáveis e atuantes durante a pandemia. Mesmo perdendo milhões em receitas de bilheteria diariamente, preservou toda a sua frota em operação e mais do que isso: manteve toda a população do estado consciente de que naquele momento o melhor a fazer era não usar o transporte público e permanecer dentro de suas casas. Essa comunicação também motivou os metroviários, fazendo com que eles se sentissem verdadeiros heróis num momento tão difícil. E, sem os metroviários, diversas outras atividades essenciais teriam parado. Para a veiculação, foram utilizadas as redes sociais do Metrô, a TV Minuto e os painéis interativos dentro do sistema de transportes de São Paulo.

Peça 4 – Vídeo para Internet

Peça 5 – Filme para TV e Internet**Meios: Televisão e Digital****Ficha Técnica**

Agência: CC&P – Companhia de Comunicação & Publicidade

Cliente: Coren – Conselho Regional de Enfermagem

Título: Semana da Enfermagem Valorização

Formato: Filme 30”

Data da produção: 25 de abril de 2017

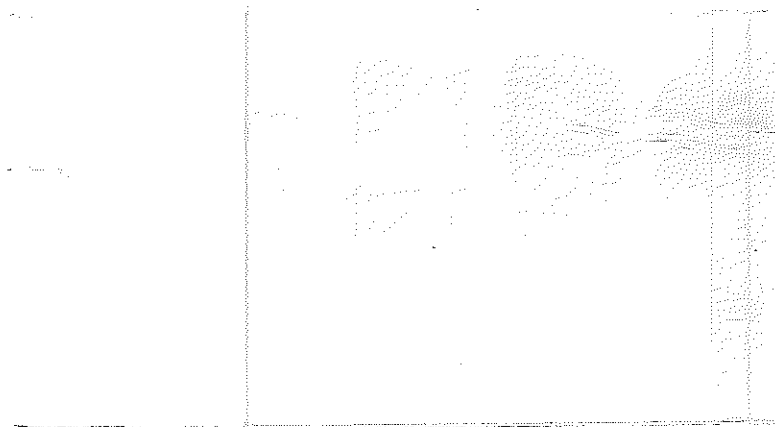
Período de veiculação: 9 a 17 de maio de 2017

Veículo: TV Globo e redes sociais próprias do Coren-SP

Problema que a peça se propôs a resolver:

Para veiculação durante a Semana da Enfermagem, criamos campanha emocional para prestar uma justa homenagem a todos os enfermeiros, técnicos e auxiliares de enfermagem. O filme, na voz da atriz Regina Duarte, falou em primeira pessoa em nome da enfermagem e mostrou que ela está presente em todas as áreas da saúde das pessoas. Mostramos os trabalhos dos profissionais de enfermagem associando suas atividades além do lado humano, assistencialista e vocacional, enfatizando ainda o lado técnico, científico, especialista e indispensável para a saúde humana.

Os resultados foram excelentes. Além de alto índice de compartilhamentos nas redes sociais, mensagens de mais de 20% dos 550 mil associados do Coren SP, obtivemos o aumento de 40% dos seguidores no Facebook e 45% no Instagram.

Peça 5 – Filme para TV e Internet

Peça 6 – Filme para Internet

Meio: Digital

Ficha Técnica

Agência: CC&P – Companhia de Comunicação & Publicidade

Cliente: ALESP – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo

Título: Audiências Públicas

Formato: filme vídeo 50"

Data da produção: 04 de agosto de 2021

Período de veiculação: 11 de agosto a 14 de outubro de 2021

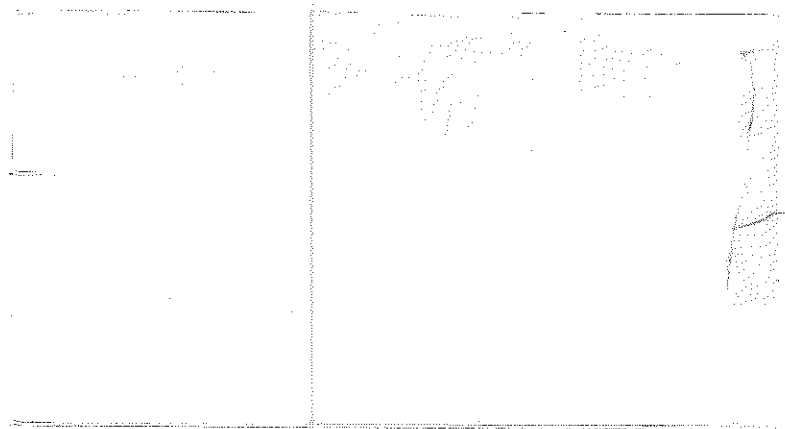
Veículos: Google, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube e redes sociais próprias da ALESP.

Problema que a peça se propôs a resolver:

Muitas pessoas têm a sensação de abandono por parte do poder público alegando que seus representantes vivem distantes dos problemas reais e nem sequer ouvem as sugestões da sociedade.

Para aproximar a Alesp e seus deputados da população, divulgamos campanha de mobilização geral convidando moradores de diversas regiões do estado a participarem das audiências públicas de forma presencial ou digital para falar, sugerir melhorias e as prioridades da sua região. Esta campanha foi feita com filme geral e com filmes específicos para cada uma das regiões administrativas do Estado de São Paulo.

Obtivemos participação importante das pessoas, que, pela primeira vez, poderiam falar das demandas das suas regiões.

Peça 6 – Filme para TV e Internet

Peça 7 – Outdoor**Meio: Mídia Exterior****Ficha Técnica****Agência:** CC&P – Companhia de Comunicação & Publicidade**Cliente:** Universidade CEUMA**Título:** Pós-Graduação Direito**Formato:** 9m x 3m**Data da produção:** 19 de abril de 2018**Período de veiculação:** 23 de abril a 5 de maio 2018**Veículos:** placas de outdoor em São Luís**Problema que a peça se propôs a resolver:**

Criação de campanha publicitária com foco na credibilidade da Pós-Graduação CEUMA, o maior grupo de ensino do Norte, Nordeste e Centro-Oeste, para aumentar o número de matrículas em cursos específicos, como o de Direito. A comunicação adotou como estratégia mostrar a evolução de uma carreira profissional "Antes e Depois" da Universidade CEUMA, trazendo o termo PÓS com o seu duplo sentido: tanto temporal "DEPOIS", como no nome do produto "PÓS-GRADUAÇÃO". A campanha foi veiculada em São Luís do Maranhão, conseguindo excelente visibilidade. Como resultado, obtivemos no período de 1 mês de campanha aumento de 32% em matrículas para os cursos da Pós-Graduação de Direito.

Peça 8 – Anúncio Sequencial para Jornal

Meio: Jornal

Ficha Técnica

Agência: CC&P – Companhia de Comunicação & Publicidade

Cliente: Metrô-SP – Companhia do Metropolitano de São Paulo

Título: “SP Cultura no Metrô”

Formato: anúncio 4 páginas sequenciais 28 x 31,5 cm

Data da produção: 21 de junho de 2018

Período de veiculação: 27 de junho de 2018

Veículos: Jornal MetroNews, Jornal Metro, Jornal Destak e Jornal Estação

Problema que a peça se propôs a resolver:

O anúncio procurou divulgar aos usuários do metrô o projeto “Trazendo Arte e Cultura para as Estações”. Esse projeto mostrou todas as diversidades das ações culturais que estavam à disposição da população por meio de apresentações culturais, tais como dança, teatro, exposição, música e “músicos de rua”, além de um museu subterrâneo com obras de arte do acervo do metrô. A mensagem foi eficiente, pois despertou a curiosidade e estimulou as pessoas a participar e assistir às apresentações, e ainda visitar as obras de arte expostas pelo local. Esta ação deu muito resultado e gerou mídia espontânea nos meios impressos e eletrônicos, contribuindo para o aumento do alcance da campanha.

Peça 9 – Mobiliário Urbano

Ficha Técnica

Agência: CC&P – Companhia de Comunicação & Publicidade

Cliente: Detran-DF – Departamento de Trânsito do Distrito Federal

Título: “Álcool e direção”

Formato: MUB – 1,19m x 1,74m

Data da produção: 10 de fevereiro de 2021

Período de exposição: 17 a 23 de fevereiro de 2021

Veículo: JC Decaux

Problema que a peça se propôs a resolver:

O Detran-DF produz, anualmente, campanhas educativas para conscientizar a população sobre os riscos causados pelo uso de bebidas alcoólicas e de outras drogas na condução de qualquer tipo de veículo. A fim de reduzir os números de acidentes fatais no trânsito causados sob efeito do álcool e direção, especialmente entre o público mais jovem, criamos campanha atemporal chamando a atenção dos motoristas sobre o uso de bebidas alcoólicas e os riscos causados pelos seus danosos efeitos, para veiculação de forma perene, nos períodos de feriados, ocasiões em que as pessoas saem para beber ou viajam o que levam naturalmente ao aumento do consumo e de acidentes fatais. O conceito da campanha “Beber e dirigir merece uma resposta seca: não” embalou uma campanha de linguagem leve, divertida e positiva para promover uma atitude que demanda uma resposta negativa e firme contra o consumo de álcool no trânsito.

O mobiliário urbano, por ser uma mídia de leitura rápida e de fácil assimilação, cumpriu o papel de passar a mensagem para os motoristas enquanto estão na direção. Os painéis foram distribuídos em circuito estratégico de pontos de ônibus de Brasília, fazendo cobertura ampla na capital e nas cidades satélites.

Peça 10 – Anúncio Revista**Meio: Revista****Ficha Técnica****Agência:** CC&P – Companhia de Comunicação & Publicidade**Cliente:** CPTM – Companhia Paulista de Trens Metropolitanos**Título:** “Construir um futuro melhor...”**Formato:** anúncio revista 28 x 31,5 cm**Data da produção:** 21 de junho de 2017**Período de veiculação:** julho e agosto de 2017**Veículo:** Revista Engenharia**Problema que a peça se propôs a resolver:**

O anúncio foi uma homenagem da CPTM aos 150 anos da São Paulo Railway, mas aproveitou a oportunidade para mostrar aos passageiros de 22 cidades do estado de São Paulo todo o investimento em desenvolvimento que a empresa vem realizando, durante 25 anos, nas áreas de engenharia e inovação, tornando-as mais modernas, eficientes e seguras, a fim de manter a maior rede de trens da América Latina. Positivamente, oferecendo também mais conforto e qualidade de vida para as pessoas.

PÁGINA DE ENCERRAMENTO**CONCORRÊNCIA Nº 01/2021****Invólucro nº 03****Proposta Técnica: Repertório**

Brasília, 31 de março de 2022.



Companhia de Comunicação e Publicidade Ltda.

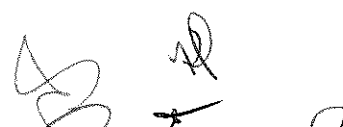
CNPJ: 69.277.291/0001-66

Carolina Fernandes Lazareth

CPF: 274.768.168-89

Vice – Presidente de Estudo e Planejamento

58





CIA DE COMUNICAÇÃO
& PUBLICIDADE

ccpagencia.com.br

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação



**Case – “Neste carnaval, foca na vida, curta como se houvesse amanhã” – Detran-SP.
Fevereiro 2018**

CENÁRIO

Fevereiro – nesta época do ano, todas as atenções se voltam para as festas, para a folia do carnaval e para as viagens. Porém esse mesmo período de diversão é também tempo de alerta, pois, muitas vezes, as festas são marcadas por excessos no consumo de bebida alcoólica, pelo uso do celular na direção e pela imprudência no trânsito, gerando grande número de acidentes com morte no Estado de São Paulo. O Detran-SP, órgão que tem como principal atuação a educação e a conscientização no Estado de São Paulo, servindo de exemplo para todo o País, aproveitou este momento de diversão para reforçar a mensagem de que o mais importante é cair na estrada e na folia sem exageros e poder voltar para casa com segurança no trânsito. Entre dezembro/17 e janeiro/18, ocorreram mais de 500 acidentes com morte no trânsito paulista.

PROBLEMA/DESAFIO

Reduzir o número de acidentes no trânsito do Estado de São Paulo, considerando que as ocorrências, principalmente com mortes, se mantiveram numa média alta nos últimos três anos, durante esses meses de festas, janeiro e fevereiro. O maior número de vítimas fatais está na faixa etária dos 18 aos 39 anos. Era necessário levar a conscientização de que 94% dos acidentes com morte são causados por falha humana, como imprudência e distração. Essas falhas podem, na maior parte das vezes, ser corrigidas com atitudes muito simples, como usar sempre o cinto de segurança, inclusive no banco de trás; nunca, mas nunca mesmo, dirigir depois de beber; respeitar os limites de velocidade; e esquecer o celular enquanto estiver ao volante ou atravessando a rua.

SOLUÇÃO

A campanha educativa “Neste carnaval, foca na vida, curta como se houvesse amanhã” foi criada e veiculada para que todos refletissem sobre esta estatística alarmante: 94% dos acidentes com morte são causados por falha humana (Fonte: Infosiga SP, banco de dados do Movimento Paulista de Segurança no Trânsito). Usamos o personagem mais conhecido dos memes na internet – a foca – para transmitir a mensagem. Como o trânsito exige 100% de atenção, não por acaso a mascote da campanha foi esse animal.



Carolina Lazareth

Vice – Presidente de Estudo e Planejamento

CC&P – Companhia de Comunicação e Publicidade Ltda.



Willian dos Santos Silva

Coordenador de Marketing

Detran-SP – Secretaria de Planejamento e Gestão do Governo do Estado de São Paulo

A simpática foca conseguiu prender os olhares das pessoas na internet, em todo o período, com a grande missão de chamar a atenção para os acidentes e mortes no trânsito. E fez tanto sucesso que se tornou a mascote da segurança no trânsito, tornando-se, assim, protagonista de outras campanhas do Detran-SP, durante o ano de 2018, como a Festa de Barretos, Maio Amarelo e Natal Solidário.

Público-alvo: motoristas, pedestres, motociclistas, foliões, com foco maior no público jovem, considerando a faixa etária dos 15 a 39 anos.

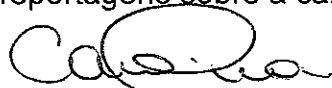
A campanha foi on-line e off-line, contou com mídia nas rádios da capital, do interior e do litoral de São Paulo (jingle), mídia exterior, além de ações e ativações nos blocos de carnaval, no sambódromo do Anhembi e nos pedágios, por meio da distribuição de leques, bolachas de chope, adesivos de lapela e panfletos. As ativações de rua foram todas filmadas e veiculadas, em real time, na mídia digital. Essas ações aconteceram em diversas cidades do estado, contando com imagens da mascote em várias situações no tráfego de ruas e avenidas. Além disso, "homens e mulheres-foca" circularam por vários espaços públicos e privados.

RESULTADOS

De acordo com o Infosiga, em fevereiro de 2018, houve redução de 12% no número de acidentes com morte no trânsito, preservando 39 vidas.

Na internet, de onde saiu a ideia criativa da campanha, mais de 10 milhões de pessoas foram impactadas. No Facebook, rede social mais acessada pelos brasileiros, o alcance ultrapassou o número de 8 milhões de pessoas alcançadas pelas mensagens.

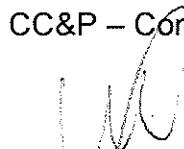
Os vídeos, que contam com aparições da foca em momentos em que os motoristas estão prestes a cometer um deslize no trânsito, foram visualizados quase um milhão de vezes em um mês. Além disso, houve grande adesão da imprensa para o tema, com mais de 300 reportagens sobre a campanha nos jornais, noticiários de TV e internet.



Carolina Lazareth

Vice – Presidente de Estudo e Planejamento

CC&P – Companhia de Comunicação e Publicidade Ltda.



Willian dos Santos Silva

Coordenador de Marketing

Detran-SP – Secretaria de Planejamento e Gestão do Governo do Estado de São Paulo

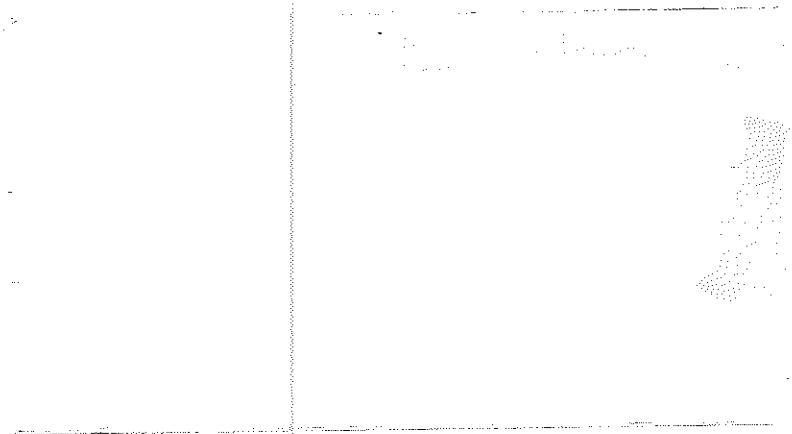
Peça 1: Pannel do Metrô SP**Ficha Técnica****Agência:** CC&P – Companhia de Comunicação e Publicidade**Cliente:** Detran-SP**Título:** “Neste carnaval, foca na vida, curta como se houvesse amanhã”**Formato:** Pannel de Metrô 2,18 x 88 cm**Data da produção:** 23 de janeiro de 2018**Período de veiculação:** 9 a 18 de fevereiro de 2018**Veículo:** Metrô-SP, painéis aplicados nas janelas dos Metrôs.**Problema que a peça se propôs a resolver:**

Na campanha off-line, contamos com a veiculação de painéis no Metrô-SP, trens da CPTM, terminais de ônibus, jingle nas rádios das principais cidades do Estado de São Paulo, além de ativações nos bloquinhos dos carnavais de rua da capital, do interior e do litoral.

Peça 2: Jingle 30”**Ficha Técnica****Agência:** CC&P – Companhia de Comunicação e Publicidade**Cliente:** Detran-SP**Título:** “Neste carnaval, foca na vida, curta como se houvesse amanhã”**Formato:** Jingle 30”**Data da produção:** 23 de janeiro de 2018**Período de veiculação:** 9 a 18 de fevereiro de 2018**Veículos:** Jovem Pan, Alpha, Gazeta FM, 89 FM e Mix FM**Problema que a peça se propôs a resolver:**

Durante o carnaval, as pessoas exageram no álcool e na irresponsabilidade. Com isso, aumenta-se muito o número de acidentes e mortes no trânsito. Para conscientizar os motoristas sobre a importância de respeitar os limites de velocidade e não misturar bebida e direção, criamos para o Detran-SP campanha composta de seis jingles que abordaram os diversos públicos do carnaval: os que viajam para o litoral, os que pegam estrada para o interior e os que andam na cidade para desfilar nas escolas de samba e bloquinhos. A alegria presente nos jingles passou a mensagem para os jovens de forma leve, porém com bastante consciência, alertando-os de que, no trânsito, não tem folia e que é preciso andar sempre com segurança. Diversos blocos carnavalescos de São Paulo se aliaram ao Detran-SP nessa luta e utilizaram os jingles durante suas apresentações no carnaval. Os jingles foram veiculados nas principais emissoras de rádio das cidades do interior, do litoral e da capital do Estado de São Paulo.

Peça 2: Jingle 30"

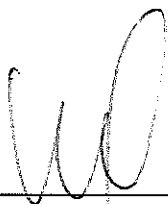


Peça 3: Vídeo das ativações nas ruas para internet

ATESTADO DE AUTENTICIDADE

Eu, Willian dos Santos Silva, Coordenador de Marketing Detran - SP, atesto a autenticidade do Relato de Solução de Problema de Comunicação da campanha Neste Carnaval, foca na vida, curta como se não houvesse amanhã. desenvolvida pela agência Companhia de Comunicação e Publicidade Ltda, em fevereiro de 2018.

Número do Contrato: 191/2013
Nome do Cliente: Detran – SP
Nome do Signatário: Willian dos Santos Silva
Cargo: Coordenador de Marketing
Telefone: 11 – 99741-0103
E-mail: willianpmp@gmail.com



Willian dos Santos Silva
Coordenador de Marketing
Detran - SP

Case – Companhia do Metropolitano de São Paulo – Metrô-SP
“Webserie – Entrelinhas”. Outubro de 2019.

Cenário/problema:

As pessoas conhecem o Metrô como meio de transporte, que as levam de um ponto a outro, mas não imaginam o mundo complexo que é o bastidor da empresa, com as jornadas de manutenção durante as madrugadas, o sistema de operação, a central de vigilância por câmeras, o intenso programa de sustentabilidade, os serviços para pessoas com deficiência, o moderno sistema carrossel de controle de intervalo de trens. Ou seja: mesmo as pessoas que usam o Metrô diariamente conhecem pouco sobre o amplo universo da empresa.

Solução:

Criamos websérie para mostrar ao público o trabalho infinito que existe nos bastidores do maior sistema de transporte metroviário do Brasil, com histórias de personagens reais, tanto de funcionários como de passageiros. O objetivo era apresentar à população a tecnologia que existe por trás desse modal, a capacitação e a experiência dos seus funcionários, além de aproximar o Metrô-SP do seu público, mostrando pessoas que trabalham ou que são passageiras nas diferentes jornadas diárias pela cidade.

A websérie foi composta de seis episódios, com 2'53" de duração cada, e reduções de 60", a seguir:

Manutenção – Oswaldo: funcionário apresenta como é feita a complexa manutenção dos trens e trilhos do Metrô durante todas as madrugadas

Passageira – Livia: histórias divertidas de uma blogueira que afirma passar mais tempo no Metrô do que na própria casa.

CCO – Rugbi: técnico mostra com detalhes como funciona o Centro de Comando Operacional, um espaço com dezenas de monitores e computadores que se assemelha a uma sala de lançamento de foguete.

Tráfego – Nadia e Gilbelita: duas operadoras de trens falam um pouco sobre o sistema inteligente que controla o intervalo entre os trens.

Acessibilidade – Sonia e Marina: passageira deficiente visual e funcionária do Metrô relatam como ocorre o acompanhamento de todas as pessoas com deficiência – desde o embarque até o desembarque.

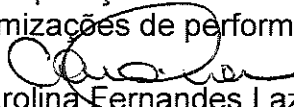
Segurança: agente de segurança mostra como é realizado seu treinamento e como funciona o complexo sistema de monitoramento por câmeras nas estações e nos trens.

A websérie foi veiculada nas redes sociais do Metrô e nos portais globo.com, UOL, R7, Terra, Folha de SP e O Estado de São Paulo, entre outubro e dezembro de 2019, atingindo mais de 15 milhões de pessoas na internet.

Utilizamos também a estratégia de mídia de performance e de mídia programática:

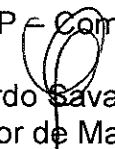
Performance:

Nosso maior objetivo com a campanha do Metrô-SP era informar o maior número de pessoas possíveis sobre como funciona o maior metrô do Brasil e o seu complexo sistema de operação e manutenção. Métricas de engajamento e alcance foram o foco das otimizações de performance.


Carolina Fernandes Lazareth

Vice – Presidente de Estudo e Planejamento

CC&P – Companhia de Comunicação e Publicidade Ltda.


Ricardo Savacini Pandolfi –

Diretor de Marketing Gerente de Comunicação e Marketing

Companhia do Metropolitano de São Paulo - Metrô - SP

As ferramentas de performance desta campanha, além dos dados das plataformas de mídia de performance, foram Sem Rush, Supermetrics e Google Analytics.

Antes de começar o trabalho nas plataformas Google, Facebook, Instagram e Twitter, fizemos análise no Google Analytics. Ao entender os padrões e o que as estatísticas revelavam, conseguimos segmentar as campanhas com a maior probabilidade de resultado, no nosso caso, alcance e engajamento.

As categorias de afinidade do Google Analytics já nos mostravam como segmentar as campanhas para termos mais assertividade na mensagem. Para termos melhor performance, foi importante também segmentar as campanhas por tipos de dispositivo. Por meio da métrica taxa de rejeição e taxa de conversão, descobrimos como segmentar nossas campanhas para obter o máximo de performance. (escolha por segmentos com baixa taxa de rejeição)

Por meio de diversos testes A/B, várias peças gráficas foram analisadas. Ao descobrir o melhor desempenho pela métrica CTR, migramos parte da verba da campanha para os anúncios que tinham melhor resultado.

O entendimento da jornada da conversão é de suma importância para um trabalho focado em performance. O próximo quadro mostra todo o entendimento do caminho reverso à conversão e em quais páginas uma pessoa navegou até realizar a conversão. Quando entendemos os padrões do usuário em termos de navegação, conseguimos ser mais assertivos nos impactos de mídia para que o engajamento ocorra. O cabeçalho do quadro a seguir representa tela do Google Analytics que mostra este caminho.

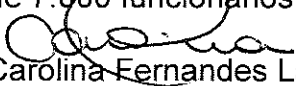
Programática:

O grande desafio deste projeto era fazer com que as pessoas se engajassem com a Websérie “Entrelinhas”. Este engajamento deveria fazer com que elas visualisassem mais de um vídeo. Ao se utilizar o recurso de mídia programática com remarketing, conseguimos construir um funil de conversão. Todos que visualizavam um vídeo eram “taguados” para que, num segundo momento, nossa publicidade os impactasse com outro vídeo da sequência. Usamos a estratégia de bumper ads como topo e meio de funil.

Resultado:

O resultado alcançado foi excelente. A começar pela pesquisa de imagem do Metrô, que teve uma melhora de mais de 21% junto à população. Também houve uma mudança de percepção positiva dos serviços do Governo. Em pesquisa DATAFOLHA de 2019, o Metrô foi eleito pela população como o melhor serviço público e o melhor transporte público do estado. Outro resultado alcançado foi sobretudo uma reversão na pauta da grande mídia, que passou a publicar matérias positivas sobre esse serviço, ajudando a formar a opinião de que administrar e operar um transporte com qualidade e segurança para 4 milhões de passageiros diários exige muita competência e infraestrutura.

Nas redes sociais obtivemos um incremento de mais de 200% nos seguidores no Instagram e no Facebook. Um objetivo secundário, também alcançado, foi a retomada da credibilidade e o propósito da gestão, recuperando assim a autoestima e o orgulho dos mais de 7.000 funcionários da empresa.


Carolina Fernandes Lazareth

Vice – Presidente de Estudo e Planejamento

CC&P – Companhia de Comunicação e Publicidade Ltda.


Ricardo Savacini Pandolfi

Diretor de Marketing Gerente de Comunicação e Marketing

Companhia do Metropolitano de São Paulo - Metrô – SP

Peça 1: Websérie – Manutenção (Oswaldo)

Ficha Técnica

Agência: CC&P – Companhia de Comunicação e Publicidade

Cliente: Metrô - SP

Título: “Entre Linhas – Histórias em Movimento”

Formato: Websérie 2’53”

Data da produção: 20 de setembro de 2019

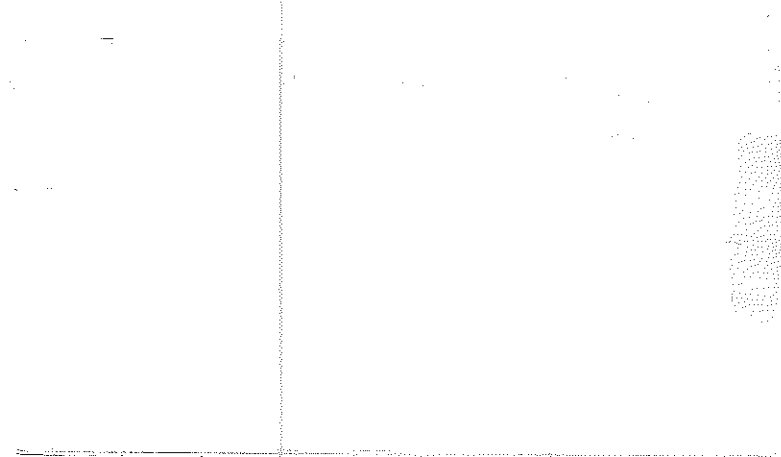
Período de veiculação: a partir de 16 de outubro de 2019

Veículos: redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter) e YouTube

Problema e solução que a peça se propôs a resolver:

As pessoas conhecem o Metrô como meio de transporte, que as levam de um ponto a outro, mas não imaginam o mundo complexo que é o bastidor da empresa, com as jornadas de manutenção durante as madrugadas. Criamos, então, websérie para mostrar ao público o trabalho infinito que existe nos bastidores do maior sistema de transporte metroviário do Brasil, com histórias de personagens reais, tanto de funcionários como de passageiros.

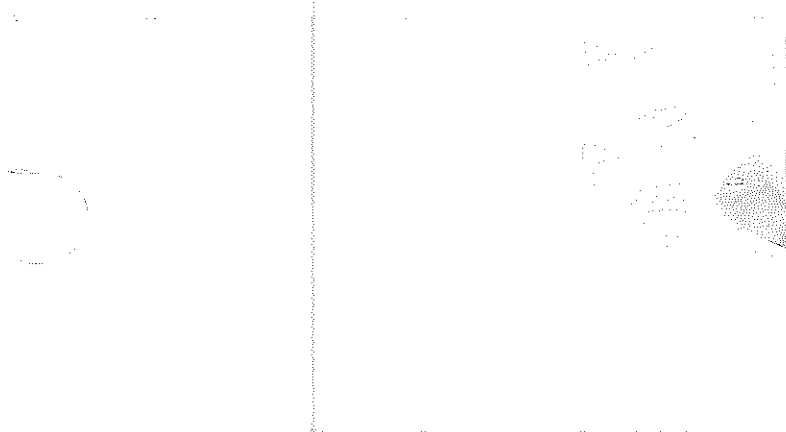
O objetivo era apresentar à população a tecnologia que existe por trás desse modal, a capacitação e a experiência dos seus funcionários, além de aproximar o Metrô-SP do seu público, mostrando pessoas que trabalham ou que são passageiras nas diferentes jornadas diárias pela cidade. A websérie foi composta de 6 episódios, e um deles foi **Manutenção – Oswaldo, com 2’53” e versões de 60” e de 6’**, em que o funcionário apresenta como é feita a complexa manutenção dos trens e trilhos do Metrô durante todas as madrugadas.

Peça 1: Websérie – Manutenção (Oswaldo)

Peça 2: Websérie – Tráfego – Nadia e Gilbenita**Ficha Técnica****Agência:** CC&P – Companhia de Comunicação e Publicidade**Cliente:** Metrô - SP**Título:** “Entre Linhas – Histórias em Movimento”**Formato:** Websérie 1’16”**Data da produção:** 20 de setembro de 2019**Período de veiculação:** a partir de 16 de outubro de 2019**Veículos:** redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter) e YouTube**Problema e solução que a peça se propôs a resolver:**

As pessoas conhecem o Metrô como meio de transporte, que as levam de um ponto a outro, mas não imaginam o mundo complexo que é o bastidor da empresa, o sistema de operação, a central de vigilância por câmeras, o moderno sistema carrossel de controle de intervalo de trens. Criamos websérie para mostrar ao público o trabalho infinito que existe nos bastidores do maior sistema de transporte metroviário do Brasil, com histórias de personagens reais, tanto de funcionários como de passageiros.

O objetivo era apresentar à população a tecnologia que existe por trás desse modal, a capacitação e a experiência dos seus funcionários, além de aproximar o Metrô-SP do seu público, mostrando pessoas que trabalham ou que são passageiras nas diferentes jornadas diárias pela cidade. A websérie foi composta de 6 episódios, sendo um deles o vídeo **Tráfego – Nadia e Gilbenita**, sobre essas duas operadoras de trens que falam um pouco sobre o sistema inteligente que controla o intervalo entre os trens, com 1’16” e versão de 6”.

Peça 2: Websérie – Tráfego – Nadia e Gilbenita

Peça 3: Websérie – Passageiro – Livia

Ficha Técnica

Agência: CC&P – Companhia de Comunicação e Publicidade

Cliente: Metrô - SP

Título: “Entre Linhas – Histórias em Movimento”

Formato: Websérie 6”

Data da produção: 20 de setembro de 2019

Período de veiculação: a partir de 16 de outubro de 2019

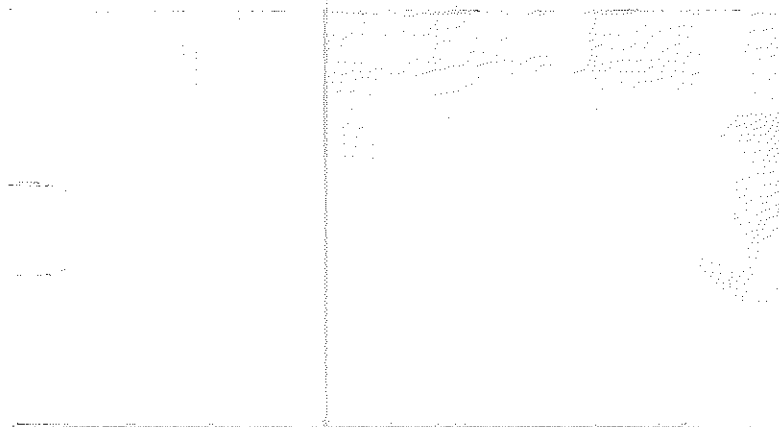
Veículos: redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter) e YouTube

Problema e solução que a peça se propôs a resolver:

As pessoas conhecem o Metrô como meio de transporte, que as levam de um ponto a outro, mas não imaginam o mundo complexo que é o bastidor da empresa, com as jornadas de manutenção durante as madrugadas, o sistema de operação, a central de vigilância por câmeras, o intenso programa de sustentabilidade, os serviços para pessoas com deficiência, o moderno sistema carrossel de controle de intervalo de trens. Criamos websérie para mostrar ao público o trabalho infinito que existe nos bastidores do maior sistema de transporte metroviário do Brasil, com histórias de personagens reais, tanto de funcionários como de passageiros.

O objetivo era apresentar à população a tecnologia que existe por trás desse modal, a capacitação e a experiência dos seus funcionários, além de aproximar o Metrô-SP do seu público, mostrando pessoas que trabalham ou que são passageiras nas diferentes jornadas diárias pela cidade.

Neste caso, criamos o vídeo de 6” da **Passageira – Livia**, com histórias divertidas dessa blogueira que afirma passar mais tempo no Metrô do que na própria casa. Elaboramos bumps de 6” para cada filme da websérie, que foi composta de seis episódios, com 2’53” e reduções de 60”.

Peça 3: Websérie – Passageiro – Livia



ATESTADO DE AUTENTICIDADE

Eu, Ricardo Savacini Pandolfi, RG 3254055, Diretor de Marketing Gerente de Comunicação e Marketing, atesto a autenticidade do Relato de Solução de Problema de Comunicação da campanha Webserie "Entrelinhas" desenvolvida pela agência Companhia de Comunicação e Publicidade Ltda.

Número do Contrato: 4222721301

Nome do Cliente: Companhia do Metropolitano de São Paulo - Metrô - SP

Nome do Signatário: Ricardo Savacini Pandolfi,
Diretor de Marketing Gerente de Comunicação

Telefone: 27 – 99946-0102

E-mail: ricardo.pandolfi@metrosp.com.br

Ricardo Savacini Pandolfi
Diretor de Marketing Gerente de Comunicação
Companhia do Metropolitano de São Paulo - Metrô - SP

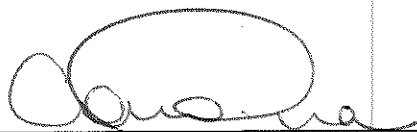
PÁGINA DE ENCERRAMENTO

CONCORRÊNCIA Nº 01/2021

Invólucro nº 03

Proposta Técnica: Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Brasília, 31 de março de 2022.



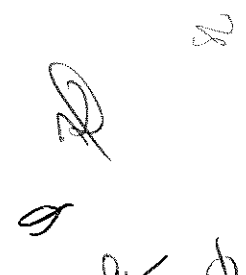
Companhia de Comunicação e Publicidade Ltda.

CNPJ: 69.277.291/0001-66

Carolina Fernandes Lazareth

CPF: 274.768.168-89

Vice – Presidente de Estudo e Planejamento





CIA DE COMUNICAÇÃO
& PUBLICIDADE

ccpagencia.com.br

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

A solid blue square.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

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

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

MINISTÉRIO DA
SAÚDE



PÁTRIA AMADA
BRASIL
GOVERNO FEDERAL

MINISTÉRIO DA SAÚDE

Início de atendimento: janeiro de 2017.

Órgão do Poder Executivo federal responsável pela organização e elaboração de planos e políticas públicas voltados para a promoção, prevenção e assistência à saúde dos brasileiros.

Contrato com verba de R\$ 50 milhões por ano, com mídia nacional e regional, utilizando os meios: televisão, rádio, jornal, mídia exterior, out of home e internet.





GRUPO EDUCACIONAL CEUMA

Início de atendimento: dezembro de 2017.

Grupo de universidades, faculdades e centros universitários no Distrito Federal, Maranhão, Pará e Piauí cuja missão é prover educação de alta qualidade, formando líderes e profissionais capazes de responder às demandas do mundo globalizado e contribuir para o progresso social e ambiental com espírito empreendedor e valores éticos.

Verba de R\$ 10 milhões anuais, com mídia regional em cinco estados brasileiros: Maranhão, Tocantins, Piauí e Pará, utilizando os meios: televisão, rádio, mídia exterior, out of home e internet.





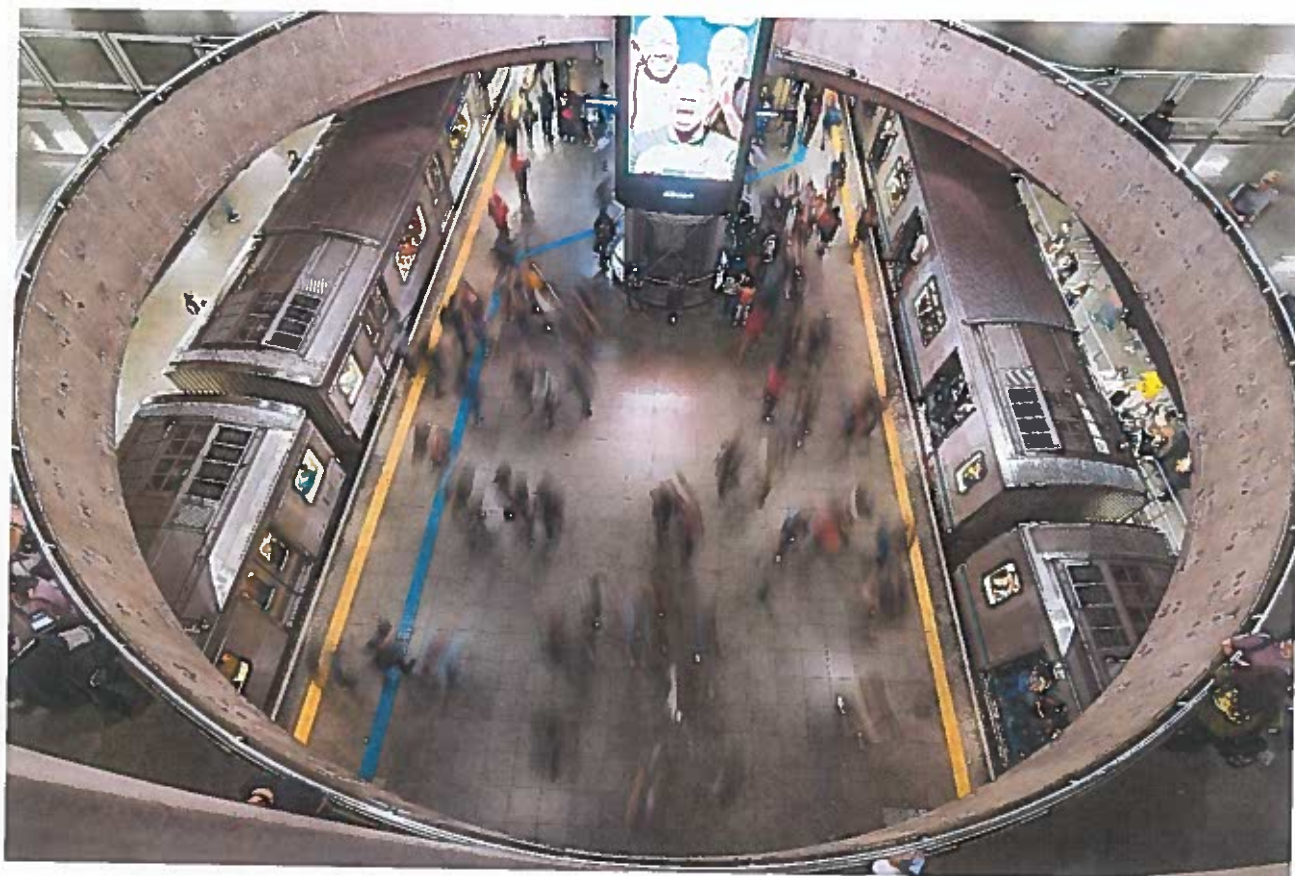
METRÔ – COMPANHIA PAULISTA DE TRENS METROPOLITANOS

Início de atendimento: junho de 2018.

Responsável pelo planejamento, projeto, construção e operação do sistema de transporte metroviário na região metropolitana de São Paulo. É o maior e mais movimentado sistema de transporte metroviário do Brasil.

Diariamente, transporta cerca de 4,5 milhões de passageiros. Em 2010, o Metrô de São Paulo foi considerado o melhor sistema de transporte sobre trilhos da América Latina pelo The Metro Awards.

Verba de R\$ 20 milhões por ano para campanhas institucionais e de serviços, em São Paulo, capital, utilizando os meios: televisão, rádio, mídia exterior, out of home e internet.



**DETRAN-DF****DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO DO DISTRITO FEDERAL (DETRAN-DF)****Início de atendimento: janeiro de 2021.**

Autarquia do Governo do Distrito Federal que gerencia, controla, fiscaliza e executa os serviços relativos ao trânsito na preservação de vidas e na redução das fatalidades no trânsito.

Contrato com verba de R\$ 21 milhões por ano, com mídia regional, utilizando os meios: televisão, rádio, mídia alternativa, mídia exterior, out of home e internet.





ASSEMBLEIA LEGISLATIVA

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

Início de atendimento: fevereiro de 2021.

Órgão de Poder Legislativo do Estado de São Paulo exercido por meio dos deputados estaduais.

A Alesp elabora e aprova leis estaduais para os mais de 43 milhões de paulistas e cuida, com seu órgão auxiliar, o Tribunal de Contas do Estado, da fiscalização dos atos do Poder Executivo. Atualmente é composta por 94 deputados eleitos para um mandato de quatro anos.

Verba de R\$ 30 milhões por ano para campanhas institucionais e de serviços, em São Paulo, capital, utilizando os meios: televisão, rádio, mídia exterior, out of home e internet.



B) A quantificação e qualificação, sob forma de currículo resumido, dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação:

Nome	Cargo
Carolina F. Lazareth	VP de Estudo, Planejamento e Pesquisa
Rene Marcos Bensoussan Castro	Planejamento
Zilmar F. Da Silveira	Diretora Geral
Caio Grafietti	Diretor de Criação
Cillas Alexandre F. do Amaral	Diretor de Criação
Ana Elizabeth Mendonça	Diretora de Arte
André Pessoa	Redator Publicitário Sênior
Fernando M. Freitas	Redator Publicitário Sênior
José Afonso F. Da Silveira	Diretor de Arte Digital
Gabriel Oliveira	Redator Digital
Renato Faria	Supervisor Sênior de Produção
Maria Judite Campos	Produtora Gráfica
Rosimeire Aparecida	Diretora de Mídia Nacional
Gabriella Silva	Diretora de Mídia Brasília – Online e Off-line
Marcella Reis Gonnelli	Supervisora de Mídia
Fabricia Navarro	Coordenadora de Mídia Digital
Glaciane Siqueira	Coordenadora Sênior de Mídia Off-line
Kleber de Oliveira	Coordenador de Mídia
Antonia Selma Ramos	VP de Atendimento
Carla G. da Silva	Diretora de Atendimento
Maria Teresa Parada	Executiva Sênior de Atendimento
José Fernando Mello	Analista de Dados Sênior
Rita Ribeiro	Diretora Financeira
Paula Regina Fujikura	Gerente Financeira
Michele Bittencourt Sant'Ana	Gerente Administrativa
Rafael Cassimiro de Souza	Checking

ESTUDO E PLANEJAMENTO

**VP de Estudo, Planejamento e Pesquisa
Carolina Fernandes Lazareth**

Formação Acadêmica: graduada em Jornalismo, com especialização em Ciências Políticas, pela California State University of Long Beach (CSULB), Califórnia, EUA. Curso de Pesquisas Qualitativas e Quantitativas pelo Departamento de Ciências Políticas da CSULB, ministrado pelo autor americano e professor Richard Haesly.

Experiência Profissional: mais de 13 anos de experiência em comunicação corporativa e planejamento.

Profissional com experiência em planejamento, comunicação e publicidade. Trabalhou nas agências Duda Propaganda, Máquina da Notícia (SP), CDN (SP) e Suporte Comunicação (SP), atendendo clientes institucionais da área de mobilidade, saúde, negócios (LIDE), bebidas (Sagatiba), redes sociais (Facebook), cosmética (Ester Lauder, M.A.C. Cosmetics), universidades (Grupo Ceuma). Elaborou planejamentos da área de bancos e seguros, como BB Seguros. Atualmente, é diretora de Estudos e Planejamento da CC&P, atendendo Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.



Planejamento

Rene Marcos Bensoussan Castro

Formação Acadêmica: graduado em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE.

Experiência Profissional: mais de 28 anos de experiência em agências de publicidade.

Trabalhou com estratégia e comunicação para grandes corporações, como General Motors do Brasil, Carrefour, Allied Domecq, Pernod Ricard, Nestlé, Sanofi Aventis, Queiroz Galvão, OAB, Odebrecht, entre outras.

Já venceu diversos prêmios, entre eles o de Publicitário do Ano, Agência do Ano e Top de Marketing Nacional. Possui experiência com contas públicas, como Governo de Pernambuco, Prefeituras do Ipojuca, Jaboatão e Recife. É especialista em planejamento de marketing e comunicação publicitária, desenvolvimento de negócios e abertura de novos canais de comunicação, além de planejamento, análise e acompanhamento de estratégias de mídia, com avaliação de diversos públicos em vários mercados.

Atualmente, é planejador da CC&P, atendendo, Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.

DIRETORA-GERAL



Diretora-Geral
Zilmar Fernandes da Silveira

Formação Acadêmica: graduada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, pela Unifacs – Bahia.

Experiência Profissional: mais de 33 anos de experiência em comunicação e propaganda institucional, governamental e de produtos.

Profissional com mais de 33 anos de experiência na direção de agência e das áreas de atendimento de contas estatais, governamentais e empresas privadas. Trabalhou com clientes, como Secom, Ministério da Saúde, Banco Central, Brasil Telecom, Prefeitura Municipal de São Paulo, Petrobras, BR Distribuidora, AmBev, Bahiatursa, Secretaria de Turismo da cidade de São Paulo, Banco Excel, Telebras e Governo do Estado da Bahia.

Atualmente, é diretora-geral da CC&P, atendendo, Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.

CRIAÇÃO

**Diretor de Criação**
Caio Grafietti

Formação Acadêmica: graduado em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pela Universidade Anhembi Morumbi.

Experiência Profissional: mais de 25 anos de experiência em propaganda.

Durante todos esses anos, atendeu clientes, como O Estado de S. Paulo, Banco Santander, Unilever, Grupo Pão de Açúcar, Nissan, Adidas, Caixa Econômica Federal, Pedigree, Tim, Hyundai, AACD, Governo de São Paulo, Sabesp, Prefeitura de São Paulo, Mercedes-Benz, Bic, Polenghi, Gafisa, entre outros.

Recebeu alguns dos principais prêmios nacionais e internacionais, como Cannes Lions, New York Festival, Fiap, Clube de Criação de São Paulo, Effie Awards, Colunistas, entre outros. Hoje, é diretor de criação da CC&P, atendendo, Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.



Diretor de Criação
Cillas Alexandre Figueiredo do Amaral

Formação Acadêmica: graduado em Língua Portuguesa e Literatura Brasileira pela UFF – Universidade Federal Fluminense.

Experiência Profissional: mais de 28 anos de experiência no mercado publicitário na área diretor de criação.

Durante esse período, atuou como redator, roteirista, diretor de criação e locutor. Já trabalhou em diversas agências, como GR3 Propaganda, Publicis, Arcos Comunicação, RCOM Propaganda, Matisse Comunicação, entre outras, atendendo importantes clientes nacionais e internacionais, como: SulAmérica Seguros, L'Oréal, Nestlé, Unisix, Banco do Brasil, O Globo, Bob's, Furnas, Aracruz, Ministério da Saúde, entre outros. Atualmente, é diretor de criação da CC&P, atendendo, Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.



Diretora de Arte
Ana Elizabeth Mendonça

Formação Acadêmica: graduada em Comunicação Visual pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE.

Experiência Profissional: mais de 23 anos de profissão.

Já trabalhou em escritório de design e agências de publicidade, como Level Comunicação, Avantti Comunicação e Ampla Comunicação. Atua nas funções de criação de campanha publicitária, identidade visual, sinalização, embalagens, projetos editoriais e projeto gráfico para eventos.

Realizou trabalhos para a General Motors, Odebrecht, Carrefour, Construtora Queiroz Galvão, Construtora Dallas, OAB, Shopping Plaza, Pharmapele, Game Station, Governo de Pernambuco, Prefeituras do Recife, Ipojuca e Jaboatão e Ferreira Costa.

Atualmente, é diretora de arte da CC&P, atendendo, Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.



Redator Publicitário Sênior
André Pessoa

Formação Acadêmica: graduado em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pela Universidade Católica de Salvador – PUC.

Experiência Profissional: mais de 25 anos de experiência no mercado publicitário na área diretor de criação.

Durante esse período, atuou como redator e copywriter. Já trabalhou em diversas agências, como Nova SB, Ogivy, Propeg, Havas Worldwide, Fischer America, Ideia 3 e DM9, atendendo diversos clientes, como Aché Pharmaceuticals, Bristol-Myers Squibb, Takeda Pharmaceuticals, Johnson & Johnson, Reckitt Benckiser, UNICEF, OMS – Organização Mundial da Saúde, Claro, Telefonica, TIM, Vivo, ABInBev, Heineken, Citroën, Concessionárias Ford, Honda Automóveis e Motos, Banco Itaú, Caixa Banco, Loteria da Caixa, Valor Econômico, Panasonic, Philips, Accor Hotels, Latam Airlines, Ministério da Saúde, Apex, BNDES, FEBRABAN, MPU, Metrô-SP, Detran, SABESP, Governo de São Paulo, Prefeitura de São Paulo. atualmente, é redator da CC&P, atendendo, Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.



Redator Publicitário Sênior
Fernando Moutte de Freitas

Formação Acadêmica: graduado em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda e Relações Públicas, pela Faculdade FAAP.

Experiência Profissional: mais de 15 anos de experiência em publicidade como redator criativo.

Desde o ano de 2013, trabalha na CC&P como redator, atendendo clientes, como Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.

Atuou nas agências Grey e Leo Burnett, onde atendeu os clientes BMW, Banco Santander, IBM, Secretaria de Saúde do Estado do Maranhão, Sadia, Procter & Gamble, American Express, Allianz Group, Caminhões Mercedes Benz, MSC Cruzeiros, Uninove, GSK e DHL. Foi roteirista de vídeos na TG Vídeo e Cinema, finalista do Young Creatives London International Awards (2006), segundo colocado no prêmio Jóvenes Creativos do FIAP (2006), ganhador do Leo Burnett GPC 7+ (2013) e Leo Burnett 8 Ball (2014), com trabalhos selecionados pelo Anuário do Clube de Criação de São Paulo e pela Revista da Criação do Jornal Meio&Mensagem.



Diretor de Arte Digital
José Afonso F. da Silveira

Formação Acadêmica: graduado em Publicidade pela Anhembi Morumbi – Laureate International Universities.

Experiência Profissional: mais de 12 anos de experiência em publicidade como diretor de arte off-line e on-line.

Trabalhou na Duda Propaganda e na ExpressApps, criando campanhas para as plataformas off-line e on-line, além de aplicativos.

Atendeu clientes como Odebrecht, Colégio Visconde de Porto Seguro, Cobasi, Olive Garden, Confederação Brasileira de Hipismo, Fiesp, Sesi, Senai. Atualmente, é diretor de arte digital da CC&P, atendendo clientes como, Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.



Redator Digital
Gabriel de Souza Oliveira

Formação Acadêmica: graduado em Design, com habilitação em Publicidade, pelo Centro Universitário Belas Artes.

Experiência Profissional: mais de três anos de experiência na área de comunicação.

Exerceu a função de criação e atendimento na agência digital Express Apps, atendendo Clube Pinheiros, Porto Seguro e Federação Paulista de Hipismo. Atua em design/computação gráfica na CC&P como redator da área digital, desde 2018, atendendo clientes como, Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.

PRODUÇÃO DE RÁDIO, TV, CINEMA E INTERNET



Supervisor Sênior de Produção – profissional de produção impressa, eletrônica, digital e de design/computação gráfica

Renato Daniel de Faria

Formação Acadêmica: graduado em Criação e Produção Gráfica e Digital pela Universidade Paulista (Unip).

Experiência Profissional: mais de 10 anos de experiência trabalhando em produção de agências de publicidade, coordenação e produção para ações de publicidade exercendo funções de produtor gráfico, RTVC e digital. Já trabalhou em agências como: HRIO, HGS, CCA Comunicação, Group Brasil Comunicação, Ogilvy & Mather Brasil Comunicação. Como cliente, na Secretaria de Turismo do Governo do Distrito Federal (GDF), atendeu diversos clientes, como Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Ministério da Saúde, Correios, Ministério do Desenvolvimento Social, Ministério da Educação, Ministério do Turismo, Secretaria de Comunicação da Presidência da República e Governo do Distrito Federal. Atualmente, é supervisor sênior de produção da CC&P, atendendo, Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.

PRODUÇÃO GRÁFICA

**Produtora Gráfica**
Maria Judite Campos

Formação Acadêmica: graduada em História pela Universidade Federal de Pernambuco – UFPE.

Experiência Profissional: mais de 18 anos na profissão como produtora.

Já trabalhou em várias agências de publicidade, como Regional Promo, GrupoNove. Ampla Comunicação, Agência BG9, exercendo a função de produtora para diversas campanhas publicitárias realizando trabalhos para clientes, como Industria Raymundo da Fonte, Ford do Brasil, Grupo Amev, Grupo Bem Santury, Prefeitura do Recife, Governo do Estado de Pernambuco, Shopping RioMar, Shopping Guararapes, Grupo M. Dias Branco. Atualmente, é produtora gráfica da CC&P, atendendo, Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.

MÍDIA


Diretora de Mídia Nacional
Rosimeire Aparecida Pereira
Formação Acadêmica:

Bacharelado em Comunicação Social, pela FIAM, graduação em Advertising, na UCLA, pós-graduação em Propaganda, pela ESPM, e em Marketing, pela ESPM.

Experiência Profissional: mais de 20 anos no mercado publicitário.

Atua na área de comunicação atendendo clientes do setor privado e principalmente do setor público.

Teve toda a carreira profissional focada na área de mídia, em que foi responsável por diversos planejamentos estratégicos de mídia em mercado internacional, nacional e regional, em agências como TAGAWA Publicidade, NBS – RJ, Index Agencia, LAMAC, Young & Rubicam, Giovanni FCB, J. Walter Thompson.

No decorrer desse período, atendeu clientes como: Oi, Danone, Colgate, Kraft, Ericsson, Crysler, Whitehall, Accenture, Computer Associated, Barilla, Salvat Editora, Texaco, Agip do Brasil, Unilever, Diageo, Motorola, Localiza, Bacardi, Warner Bros Motion Pictures, Galaxy Latin America Boehringer Ingelheim, ABRADIF, AT&T, Libbs Farmacêutica, Kroton, Max total alimentos, Vero Internet + TV e Mendelics.

A sua preparação extracurricular foi realizada com cursos no Google, no Midia Master, no Maxímida, Total Branding – Desenvolvimento de Marca, James Webb Young Seminário.

Foi premiada em diversos festivais, como: 2002 – Whitehall Awards – Criatividade em mídia: Melhor Mix de Meios para Clear Blue, 2001 – Prêmio GPR – Criatividade em Mídia: Melhor uso do meio rádio stresstabs, 1999 – 2. Prêmio de Mídia Estadão – Finalista como o melhor plano de mídia para Seda Hidraloe, 1999 – 1. Creative Media Awards Unilever – Best Integral Media Campaign in Latam for Close-Up, 1999 – 2. Creative Media Awards Unilever – Best Integral Media Campaign in Brazil for Close-Up, 1999 – Prêmio GPR – Criatividade em Mídia: Melhor uso do meio rádio para Close-Up, 1998 – JWT Total Branding Awards – Melhor trabalho de total branding no ano de 1997 para Close-Up, 1998- 1. Creative Media Awards Unilever – Best Integral

Media Campaign in Brazil for Shampoo Seda Hidraloe,
1998 – JWT Awards – Melhor profissional de Mídia.

Atualmente, é diretora de mídia da CC&P, atendendo,
Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional
Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do
Estado de São Paulo.



Diretora de Mídia Brasília – On-Line e Off-Line
Gabriella Silva

Formação Acadêmica: graduada em Administração, pela faculdade UPIS de Brasília, pós-graduada (MBA) em Marketing, pela Fundação Getulio Vargas, e possui especialização Business Effectiveness em Mídia Digital, pela Escola Superior de Propaganda e Marketing ESPM.

Experiência Profissional: mais de 20 anos no mercado publicitário.

Já atuou na área de comunicação atendendo clientes do setor privado e principalmente do setor público.

Teve toda a carreira profissional focada na área de mídia, em que foi responsável por diversos planejamentos estratégicos de mídia em mercado nacional e regional, em agências como DNA Propaganda, RC Comunicação, Agnelo Pacheco, Master Publicidade, Link/Bagg Comunicação, Nacional Comunicação, Calia Y2 Propaganda e CC&P. No decorrer desse período, atendeu clientes como: Banco do Brasil, Embratur, Ministério da Saúde, Turismo, Agricultura, Cidades, Esportes, Transportes, Integração Social, Trabalho, Cultura, Cidadania, Governo do Distrito Federal, Detran-DF, Terracap, Câmara Legislativa, Laboratório Sabin e Secretaria de Comunicação da Presidência da República.

Atualmente, é diretora de mídia da CC&P, atendendo, Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.



Supervisora de Mídia
Marcella Reis Gonnelli

Formação Acadêmica: graduada em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pela Universidade Salgo de Oliveira.

Experiência Profissional: mais de 14 anos de experiência no mercado publicitário.

Trabalha com planejamentos, tática, estudos e defesa de mídia off-line e promocional. Trabalhou nas agências: MartPet, Arcos, 03 Ponts, Marta Lima, entre outras. Realizou planejamentos e execuções para a TIM, Ford, Extra (supermercados), Governo de Alagoas e Pernambuco, Prefeituras do Recife, de Olinda, do Jaboatão e Ipojuca, Banco do Nordeste, CELPE, DNER, BGN, Grupo Bompreço, Oi, Shopping Boa Vista e Tacaruna, Grupo Moura Dubeux, SENAI e FIEPE. Atualmente, é supervisora de mídia da CC&P, atendendo, Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.



Coordenadora de Mídia Digital
Fabrícia Navarro

Formação Acadêmica: graduada em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pela Unimar Marília.

Experiência Profissional: atua no mercado publicitário há 25 anos.

Ao longo de sua carreira, já trabalhou como diretora executiva, fazendo a gestão de equipes de atendimento, planejamento, criação, produção e marketing para aproximadamente 60 marcas, como P&G, Gillette, Samsung, Sony, Vivo, Embratel, Claro, Diageo, Disney, Ri Happy, Bloomberg, Ambev, Mondelez, CBF, Asics, Caloi, Grupo Armani, Wickbold, nas agências Leo Burnett, Koch Tavares e Talent.

Atualmente, é Coordenadora de Mídia Digital da CC&P, atendendo Merz, Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.



Coordenadora Sênior de Mídia Off-Line
Glaceane Siqueira

Formação Acadêmica: graduada em Propaganda e Marketing pela Universidade Facitec.

Experiência Profissional: mais de 15 anos no mercado publicitário, na área de comunicação.

Iniciou seu trabalho no segmento da comunicação em 2006, na área de mídia, planejando e executando mídias off-line em agências, como: Lew Lara/TBWA, Bees, Artplan, Link, Calia, Agnelo e Binder. No decorrer desse período, atendeu clientes como: Banco do Brasil, Correios, Ministério da Saúde, Ministério da Integração, Caixa Econômica e Governo do Distrito Federal. Atualmente, é coordenadora de mídia off-line da CC&P, atendendo, Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.



Coordenadora de Mídia Off-Line
Kleber de Oliveira

Formação Acadêmica: graduado em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, pela Faculdade de Boa Viagem.

Experiência Profissional: mais de 20 anos de experiência, sendo responsável pelo planejamento estratégico e tático de mídia. Possui experiência na gestão de mídias on e off. Atendeu diversos clientes, como: Governo do Estado de Pernambuco, Prefeitura de Jaboatão dos Guararapes e Prefeitura do Recife. Atualmente, é coordenador de mídia da CC&P, atendendo Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.

ATENDIMENTO

**VP de Atendimento****Antonia Selma Ramos Rossi**

Formação Acadêmica: graduada em Comunicação Social, pela Universidade Federal da Bahia, e pós-graduada (MBA) em Marketing e Gestão Estratégica, pela Fundação Getulio Vargas.

Experiência Profissional: atua no mercado publicitário de Brasília há mais de 20 anos, sendo 15 anos dedicados como diretora de atendimento.

Trabalhou como diretora de atendimento regional nas agências Propeg (Brasília e Salvador), Duda Propaganda (Brasília e São Paulo).

Atual e D&E Publicidade (Salvador). Foi a primeira diretora da Central de Mídia do Banco do Brasil, em Brasília. Nos últimos dois anos, foi gerente de comunicação do Coren-SP, em São Paulo. Dirigiu o atendimento em agências cujos clientes foram: Caixa Econômica Federal, Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, Shopping Conjunto Nacional, Telebras, Banco Central, Secom/PR, Ministério da Saúde, Ministério do Desenvolvimento Social, Ministério da Integração Nacional, Ministério da Fazenda e Ministério das Cidades. Em Salvador, atendeu Shopping Iguatemi Salvador, Governo do Estado da Bahia, Banco Econômico, Lojas Santana, Alimba, Polo Petroquímico de Camaçari, entre outros. Assumiu, em janeiro de 2017, o cargo de VP de atendimento na CC&P, atendendo, Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.



Diretora de Atendimento
Carla Georgina da Silva

Formação Acadêmica: graduada em Comunicação Social, pela Universidade Federal do Maranhão, e pós-graduada em Comunicação e Reportagem, pela Universidade Estadual do Maranhão.

Experiência Profissional: mais de 15 anos de experiência na área de comunicação.

Trabalhou na área de comunicação na TV Mirante, afiliada da Rede Globo no Maranhão, de 1995 a 2008. Desde 2015, é diretora de atendimento da CC&P, atendendo, Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.



Executiva Sênior de Atendimento
Maria Teresa Parada

Formação Acadêmica: graduada em Publicidade e Propaganda, pelo Centro Universitário do Distrito Federal (UnICEUB), com pós-graduação em Marketing, pela ESPM – Escola Superior de Propaganda e Marketing.

Experiência Profissional: atua no mercado publicitário de Brasília há mais de 25 anos.

Trabalhou exercendo a função de executiva de atendimento nas agências: Ratto Propaganda, DM9DDB e Propeg, além da TV Stúdios de Brasília. Atendeu os clientes: Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos (Correios), Ministério da Saúde, Secretaria de Comunicação da Presidência da República e Governo do Distrito Federal. Atualmente, é executiva de atendimento da CC&P, atendendo, Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.

ANALISTA DE DADOS

**Analista de Dados Sênior**
José Fernando Mello

Formação Acadêmica: Bacharel em Ciência da Computação pela PUC – SP.

Experiência Profissional: Atua no mercado digital há 18 anos.

Trabalha com digital desde 2001, sendo um dos pioneiros no Brasil a obter as certificações do Google AdWords. Possui certificado Google Analytics (GAIQ). Liderou campanhas de Performance para empresas como Yoki, Anador, Levi's, Unilever, Webmotors, Hertz, W51 Informática, Mello Logística, Companhia de Comunicação e Publicidade entre outros.

É membro do comitê de Search da Abradi e Professor na Faculdade Belas Artes, ESPM, FAAP e na Faculdade Impacta Tecnologia. Atualmente, trabalha na CC&P como analista de dados, atendendo Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.

ADMINISTRATIVO



Diretora Financeira
Rita Ribeiro

Formação Acadêmica: graduada em Administração, com habilitação em Marketing, pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e pós-graduada em Gestão de Pessoas pela Faculdade Frassinetti do Recife (FAFIRE).

Experiência Profissional: técnica em contabilidade, com experiência em processamento, baixas de pagamentos, cobrança, contas a pagar e a receber, além de realizar a conciliação das contas, controle de contas e garantia, relacionamento operacional com bancos, controle do fundo fixo e análise/validação de impostos federais e municipais. Garante também o alcance das metas de faturamento, o acompanhamento de contratos públicos, privados e o planejamento orçamentário. Atendeu diversos clientes, como: Governo do Estado de Pernambuco, Prefeitura de Jaboatão dos Guararapes e Prefeitura do Recife. Atualmente, é diretora financeira da CC&P, atendendo Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.



Gerente Financeira
Paula Regina Fujikura

Formação Acadêmica: cursou Administração de Empresas pela Universidade Cidade de São Paulo.

Experiência Profissional: mais de 15 anos de experiência na área financeira.

Foi responsável pela área administrativa e financeira da Kwarup Comunicação Ltda. durante nove anos. Na CC&P desde 2017, na função de gerente financeiro, gerencia a gestão e controle dos contratos de clientes, como Fiesp, Sesi e Senai, Cia. do Metropolitano de São Paulo – Metrô, Brasil Telecom, Secom – Secretaria de Comunicação da Presidência da República, Prefeitura de Jundiaí, Secretaria de Comunicação do Maranhão e Secretaria de Estado da Saúde do Maranhão, Coren-SP, Merz, Eucatex, Foz, Detran-SP, CPTM, Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.



Gerente Administrativa
Michele Bittencourt Sant'Ana

Formação Acadêmica: graduada em Administração de Empresas pelo Centro Universitário FIEO.

Experiência Profissional: mais de 12 anos de experiência na área administrativa.

Foi responsável pela área administrativa e financeira da Pancron Indústrias Gráficas durante cinco anos. Na CC&P desde 2001, na função de gerente administrativa, gerencia a gestão e controle dos contratos de clientes, como Fiesp, Sesi e Senai, Cia. do Metropolitano de São Paulo – Metrô, Brasil Telecom, Secom – Secretaria de Comunicação da Presidência da República, Prefeitura de Jundiaí, Secretaria de Comunicação do Maranhão e Secretaria de Estado da Saúde do Maranhão, Coren-SP, Merz, Eucatex, Foz, Detran-SP, CPTM, Ministério da Saúde, Metrô-SP, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.



Checking
Rafael Cassimiro de Souza

Formação Acadêmica: graduado em Gestão de Recursos Humanos pela Universidade Anhanguera de São Paulo.

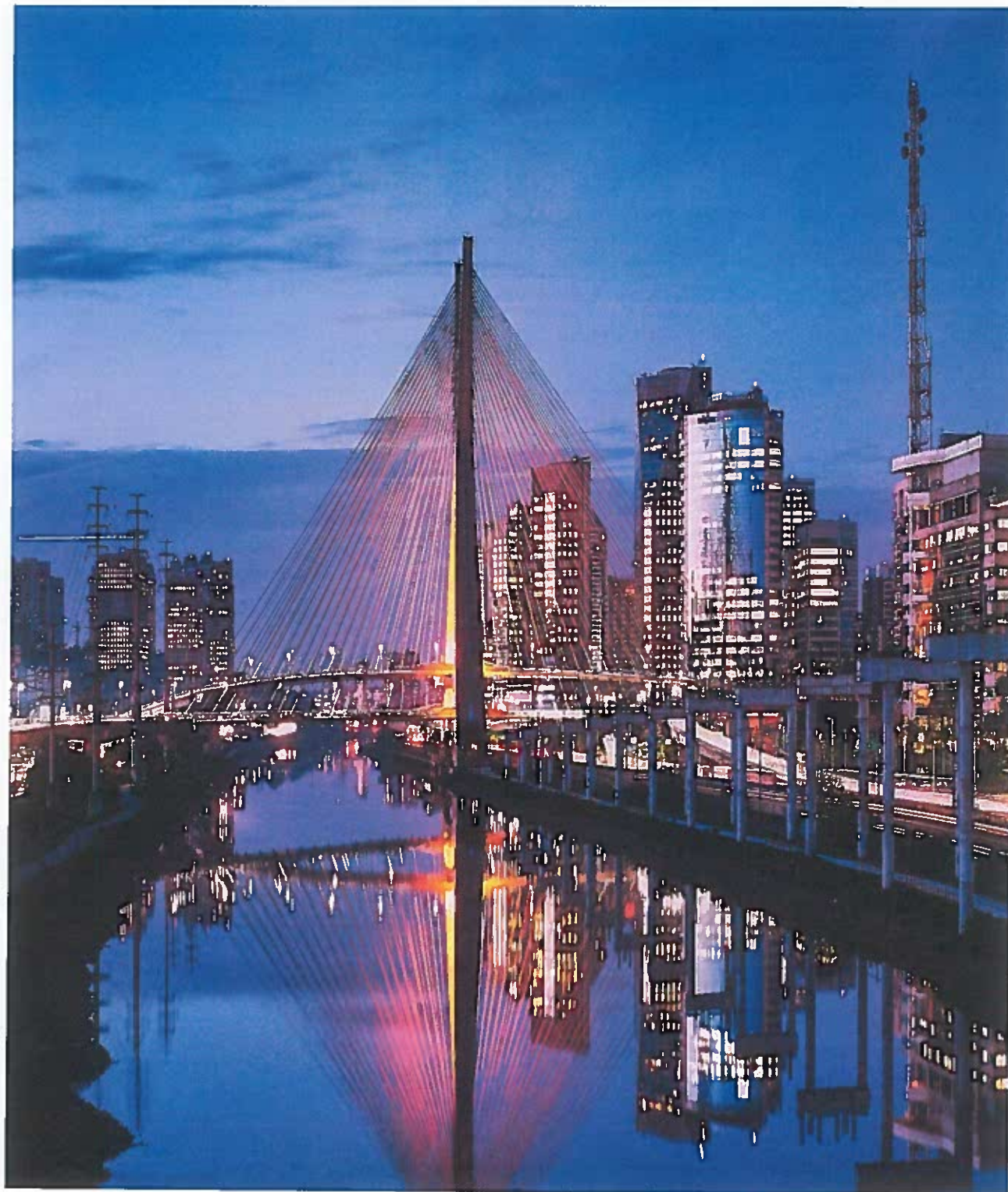
Experiência Profissional: mais de cinco anos de experiência na área de faturamento/checking. Desde 2017, atua na área de conferência de documentos, comprovantes e notas fiscais da Companhia de Comunicação e Publicidade. Durante a sua experiência profissional, atendeu diversos clientes, como: Detran-SP – Departamento Estadual de Transportes de São Paulo, Coren-SP – Conselho Regional de Enfermagem do Estado de São Paulo), Merz, CPTM – Companhia Paulista de Trens Metropolitanos do Estado de São Paulo, Ministério da Saúde, Metrô-SP – Companhia do Metropolitano do Estado São Paulo, Grupo Educacional Ceuma, Detran-DF – Departamento Estadual de Transportes do Distrito Federal, CFQ – Conselho Federal de Química e Alesp – Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo.

C) Infraestrutura e instalações da licitante que estarão à disposição do ministério da saúde para a execução do contrato:

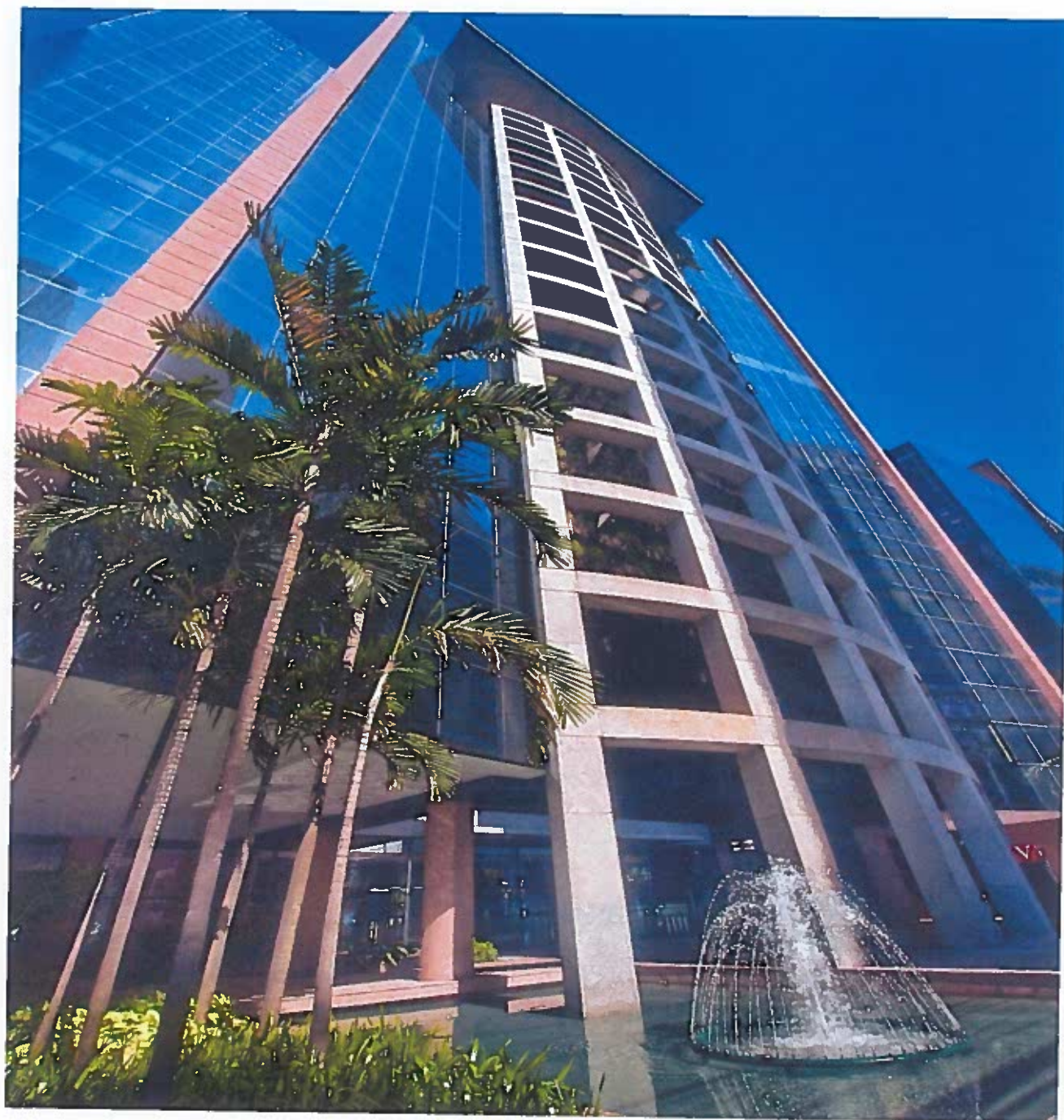
A CC&P – Companhia de Comunicação e Publicidade Ltda. atua, há 20 anos, nos mercados de Brasília e São Paulo, atendendo clientes como Banco Central do Brasil, Ministério da Saúde, Secom-PR, Petrobras, Grupo Pão de Açúcar, Ambev, Brasil Telecom, FMU, com grande expertise em contas institucionais, governamentais e de varejo. Os escritórios possuem infraestrutura completa de pessoal e de tecnologia, o que os mantém integrados, compartilhando dados de mercado e informações de mídia em tempo real, de produção e de planejamento. No Núcleo de Informações, Tendências e Pesquisa de Mídia, são analisados e cadastrados diariamente os dados de audiência, sendo assim distribuídos, o que faz com que os sistemas de planejamento e compra de mídia sejam alimentados, proporcionando maior otimização ao investimento do cliente. No Núcleo de Planejamento, o banco de informações e dados é compartilhado em tempo real, assim como as informações da área digital.

A CC&P possui os mais avançados equipamentos necessários à prestação dos serviços. Descreveremos, abaixo, a localização das filiais e a relação desses equipamentos.

SÃO PAULO – SP



CC&P em SÃO PAULO – SP



Infraestrutura material, operacional e administrativa:

Em São Paulo, tel.: (11) 3049-1111, com toda a infraestrutura operacional, composta pelas áreas de estudo e planejamento, criação on-line e off-line, produção de rádio, TV e cinema, internet, produção gráfica, mídia off-line e on-line, checking, atendimento, departamento jurídico, departamento de controle e processos, compliance, departamento administrativo e financeiro e recursos humanos. Está equipada com modernos computadores, possibilitando o gerenciamento centralizado e padronizado de todos os processos e etapas de trabalho. Estão disponíveis para a execução do contrato os seguintes equipamentos:



Estações de trabalho

- 45 PC – Lenovo Think Centre – Intel® Core™ i5- – 4GB – HD 500 GB
- Windows 8.1/Antivírus Symantec/Office 2013 Standard
- 5 Mac Pro 3.0GHz 8-Core Intel Xeon E5 – 16 GB Ram – 2TB HD – El Capitan 10.11/Adobe CC/Office 2013
- 4 Power Mac Pro Quad – 12 G de Ram – Leopard V 10.5.8/Adobe CS 4/Office 2013
- 4 iMac 27" i5 – 16 G de Ram HD 1TB – El Capitan 10.11/Adobe CC/Office 2013
- 5 iMac 24" Core i5quad 3.2 Ghz – 16G de Ram HD 1 TB – El Capitan 10.11/Adobe CC/Office 2011.
- 4 Mac Pro Two Dual Core Xeon 2.63 Ghz – 16 G Ram – HD 6 TB – El Capitan 10.11/Adobe CC/Office 2011/Final Cut Studio Pro
- Mac Book Pro 13" i5 2.5 Ghz – 8 GB Ram – HD 250 GB – El Capitan 10.11/Office 2011
- Mac Book Pro 13" i5 2.5 Ghz – 8 GB Ram – HD 250 GB – El Capitan 10.11/Office 2011

- Mac Book Pro 13' Core 2 Dual 2.5 Ghz – 4GB Ram – HD 250 GB – El Capitan 10.11/Office 2013
- 9 Lenovo – Core i5-4300 – 4GB Ram – 500 G



Impressoras

- 2 Impressoras Coloridas Canon C1 Colorpass Z800 – Network
- 2 Canon IR 2200N (multifuncionais) – Network
- 2 Canon ADV 2030 Coloridas – Network



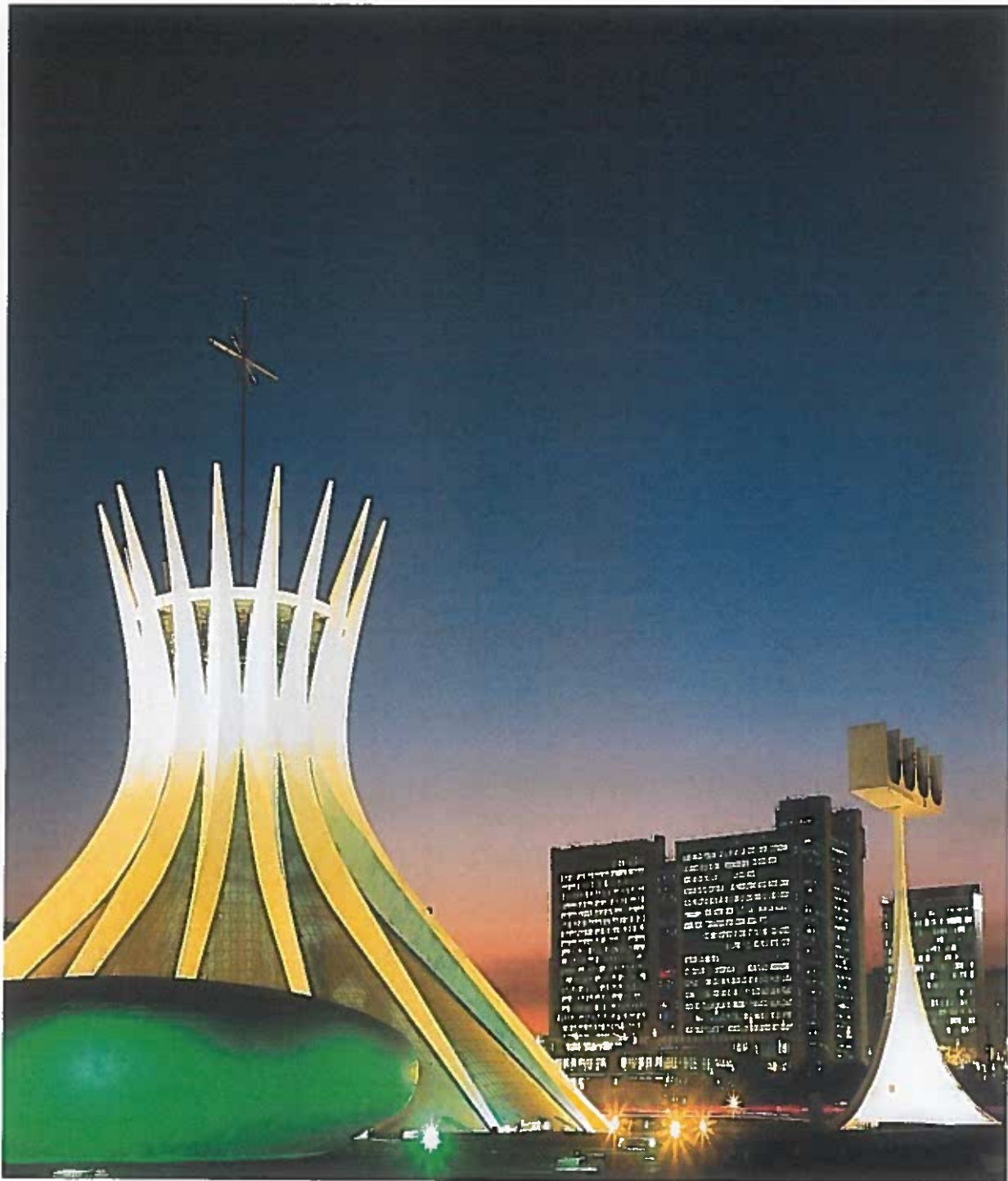
Ambientes de rede

- . 3 Switch Avaya P333T com Stack Module 10/100/1000
- . 2 Switch 3Com Base Line 2429 Gerenciável 24 Port 10/100/1000
- . 1 Switch 3Com HP V1910 Layer 3 – 24 Port – 10/100/1000
- . 1 Switch 3Com HP Base Line V1905 Layer 2 – 24-Poe Port – 10/100/1000
- . 3 Cisco Access Point Wireless N (300Mbps)
- . Pontos estruturados Categoria 6 Avaya Certificado
- . 1 Link dedicado 50M com Internet Fibra
- . 1 Link dedicado 10M com Internet (NeoVia) Redundância
- . 1 Link VPN 4M SP/Rio/Maranhão/Recife
- . 1 Dell Power Edge 710 com 6 Discos SAS 600 GB em Raid 5 – Servidor de Arquivos/Domain Controller Windows 2008 Server/Software de Backup Symantec Backup Exec.2010 – Antivírus Symantec End Point Protection 12.1
- . 1 HP Dell PowerEdge 410 com 3 Discos 600 GB Raid 5 e 24 GB Ram/Exchange Server 2010 – Antivírus Symantec End Point/Client Backup Exec for Exchange.
- . 1 HP Dell PowerEdge 410 com 2 Discos 600 GB Raid 1 e 12 GB Ram/SQL Server 2008 – Antivírus Symantec End Point
- . 1 HP Proliant DL 380 com Discos Raid 5 Scsi Servidor de Arquivos/Domain Controller Secundário Windows 2008 Server/Console Symantec End Point
- . 1 Firewall Forti Net 80C – Dual 10/100/1000 – Forti Care Plus
- . 1 Unidade de Backup Robótica – Tape Library Dell Power Vault 2000 24 Slot
- . 1 Router Cisco 1720 com entrada de VoIP (2 canais)
- . 1 Router Cisco 1600
- . 4 Nobreak APC 3Kva
- . Clientes usando correio corporativo Exchange Server 2013
- . Sistema de gestão usando Microsoft SQL Server

Telefonia

- . Entroncamento E1 com 30 linhas digitais e 100 ramais DDR
- . PABX Hybrido – Alcatel

BRASÍLIA – DF



CC&P EM BRASÍLIA – DF

**Infraestrutura material, operacional e administrativa:**

Em Brasília, tel.: (61) 3771.2830, com total infraestrutura operacional para estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV e cinema, internet, produção gráfica, mídia/checking, atendimento, departamento de controle, processos, departamento jurídico e compliance, departamentos administrativo, financeiro e de recursos humanos. O escritório é equipado com modernos computadores, interligados à filial de São Paulo, possibilitando, quando necessário, trabalho nas duas praças. Além de completa infraestrutura material, operacional e administrativa, estão disponíveis para a execução do contrato os seguintes itens:



Estações de trabalho

- . 30 PC Lenovo Think Centre – Intel® Core™ i5 – 4GB – HD 500 GB – Windows 8.1/Antivírus Symantec/Office 2013 Standard
- . 6 Mac Pro 3.0GHz 8-Core Intel Xeon E5 – 16 GB Ram – 2TB HD – El Capitan 10.11/Adobe CC/Office 2011
- . 5 iMacs 27' i5 – 16 G de Ram HD 1TB – El Capitan 10.11/Adobe CC/Office 2016
- . 3 iMac 24' Core i5quad 3.2Ghz – 16G de Ram HD 1 TB – El Capitan 10.11/Adobe CC/Office 2016

- 4 Mac Pro Two Dual Core Xeon 2.63 Ghz – 16 G Ram – HD 6 TB – El Capitan 10.11/Adobe CC/Office 2011/Final Cut Studio Pro



Impressoras

- 1 Impressora colorida multifuncional Xerox Workcenter 7125 – Network
- 1 Impressora colorida Brother MFC 9010 CN (multifuncional) – Network



Ambientes de rede

- 1 Switch 3Com HP V1910 Layer 3 – 24 Port – 10/100/1000
- 1 Switch 3Com HP Base Line V1905 Layer 2 – 24-Poe Port – 10/100/1000
- 1 Cisco Access Point Wireless N (300Mbps) Ubiquiti Unifi AP LR

- . Pontos estruturados Categoria 6 Avaya Certificado
- . 1 Link dedicado 10M com Internet Fibra Algar
- . 1 Link dedicado 10M com Internet (NeoVia) Redundância
- . 1 Link VPN 4M BSB/SP
- . 1 Dell PowerEdge 710 com 6 Discos SAS 600 GB em Raid 5 – Servidor de Arquivos/Domain Controller Windows 2008 Server/Software de Backup Symantec Backup Exec2010 – Antivírus Symantec Endpoint Protection 12.1
- . 1 HP Dell PowerEdge 410 com 3 Discos 600 GB Raid 5 e 24 GB Ram/Exchange Server 2010/Antivírus Symantec End Point/Client Backup Exec for Exchange
- . 1 Nobreak APC 3Kva
- . Clientes usando correio corporativo Exchange Server 2013
- . Sistema de gestão usando Microsoft SQL Server.

Telefonia

- . Entroncamento E1 com 30 linhas digitais e 100 ramais DDR
- . Sistema de Comunicação Inteligente SL1000 da NEC

D) Sistemática operacional de atendimento na execução de contrato:

A EMPRESA

A **CC&P – Companhia de Comunicação e Publicidade Ltda.** é uma empresa com mais de 24 anos de experiência e de reconhecimento profissional no mercado. Sempre atuou dentro dos valores éticos, agindo com total transparência e lisura nos compromissos assumidos e na qualidade dos serviços apresentados, garantindo a satisfação dos seus clientes. Durante todo esse período, atendeu diversas contas, tais como: Banco Central do Brasil, Ministério da Saúde, Detran-SP, Metrô-SP, CPTM-SP, Secretaria de Comunicação da Presidência da República, Petrobras, Secretaria da Saúde do Estado do Maranhão, Secretaria de Turismo do Estado do Maranhão, Grupo Educacional Ceuma – universidades em quatro estados do Brasil. Essa experiência garantiu à agência know-how para uma visão estratégica e de conhecimento na comunicação institucional, política, especialmente no que diz respeito às questões sociais e a produtos, cujos temas são extremamente sensíveis à população e, se não comunicados corretamente, afetam a credibilidade do cliente e a manutenção de sua importância em cada instituição.

Para manter a excelência na prestação de serviços, a agência mantém na sua estrutura técnica equipe sênior, formada por profissionais capacitados e de reconhecida experiência. É esse material humano – maior capital que a empresa possui – que a CC&P colocará à disposição do Ministério da Saúde para a prestação de serviços com grande qualidade técnica.

Visão de comunicação

O discurso, entrevista, eventos, atitudes e ações on-line e off-line são manifestações diferentes de comunicação que transmitem informações à sociedade e ajudam a formar percepções sobre uma empresa, órgão, instituição pública ou privada. Mais do que isso, integram a imagem da empresa e contribuem para que as ações sugeridas tenham amplo alcance. Outros fatores também colaboram para uma comunicação bem-sucedida: a visão estratégica da instituição, o conhecimento sobre as suas ferramentas e os seus canais de comunicação, além dos objetivos e metas a serem cumpridas nos resultados e prazos propostos. Essa visão é essencial para garantir a promoção da empresa e o desenvolvimento da cidadania.

Na estrutura da **CC&P**, estará ainda à disposição do Ministério da Saúde um planejamento com uso sistemático de pesquisas, quantitativas, qualitativas, diagnósticos dos problemas e identificação das oportunidades, diferenciando-se das demais agências de publicidade e propaganda. Essas informações são essenciais para identificar e dar mais clareza na hora de comunicar; o que comunicar; como comunicar; quando comunicar; para quem; por quê; em quê; e com qual linguagem.

Hoje a comunicação com conteúdo é aquela que dialoga, desperta o interesse e provoca a tomada de decisão do cidadão. No entanto, recomendamos também a comunicação na qual prevaleça a criatividade e estratégia, a forma e o conteúdo equilibrados e a serviço da imagem e da reputação do cliente.

Para que esse equilíbrio tenha bom resultado, a **CC&P** dispõe de área digital que trabalha com profissionais inseridos estrategicamente na estrutura da empresa, obtendo, com isso, a disseminação da inteligência sobre novas mídias digitais e produzindo soluções integradas e inovadoras. O trabalho das estratégias, do planejamento de mídia on-line, do

desenvolvimento de projetos de conteúdo, das ações em redes sociais e plataformas móveis e dos links patrocinados tem obtido excelentes resultados para os clientes.

Sistemática de Atendimento e Planejamento

A CC&P garante atendimento eficiente e ágil. Buscamos estar atentos e sempre antecipar as oportunidades que sejam relevantes. Estudamos constantemente o mercado dentro do contexto socioeconômico, sociocultural e político do País.

O dia a dia operacional da conta estará a cargo de um atendimento exclusivo e full time à disposição do Ministério da Saúde, que trabalhará de forma personalizada, parceira, permanente, dinâmica e ágil.

Esses profissionais de atendimento estarão em contato diário com o cliente e conhecerá todos os detalhes da conta – enfim, serão os “especialistas” do Ministério da Saúde dentro da CC&P. A equipe de planejamento, a criação, a mídia on-line e off-line e o coordenador digital estarão disponíveis não somente nas reuniões de briefing, como também nas apresentações e no dia a dia da conta. Com isso, aprofundamos as atividades desenvolvidas e possibilitamos maior proatividade, não limitando o trabalho apenas ao que for demandado pelo cliente.

A equipe de Atendimento será coordenada pela Diretoria de Atendimento, e qualquer profissional da agência, independentemente da sede onde trabalha, estará à disposição do nosso cliente.

O primeiro momento de atendimento ao Ministério da Saúde, será o desenvolvimento de plano de ação a curto, médio e longo prazo. Cliente e agência, juntos, vão traçar os principais objetivos da comunicação. Esse plano de ação guiará a agência durante a execução do contrato e será revisado, alinhando os resultados, e atualizado semanalmente de forma a garantir dinamismo e perfeita aderência às necessidades do cliente, o que possibilitará ação permanente proativa do Atendimento.

Montaremos Grupo Exclusivo de Atendimento ao Ministério da Saúde, conforme detalhamento a seguir:

Grupo Exclusivo de Atendimento ao Ministério da Saúde

A CC&P adotará modelo de atendimento exclusivo e específico para o Ministério da Saúde, com profissionais especializados que ficarão responsáveis pelas informações e pesquisas sobre hábitos de consumo dos meios e veículos dos públicos-alvo objetivados pelo cliente; pesquisa de investimentos publicitários do mercado; serviços de clipping da área de marketing, com coletânea de informações, campanhas e peças nacionais e internacionais sobre temas correlatos; matérias sobre tendências e inovações em comunicação e marketing; assessoria jurídica e de controle operacional e burocrático de todas as ações executadas pela agência. Todo o trabalho obedecerá às exigências estabelecidas pelo Ministério da Saúde como forma de manter olhar estratégico com profundo conhecimento sobre o funcionamento do cliente e suas políticas públicas, sociais e mercadológicas.

O planejamento e pesquisa da CC&P é uma das áreas mais alinhadas às novas metodologias do planejamento criativo, utilizando técnicas como briefing criativo, workshops de inovação, mapas de insights, brand key, mapas competitivos, pesquisas

quantitativas, qualitativas e estudos etnográficos. A equipe de planejadores da agência acumula expertise nas áreas de comportamento, branding, digital, psicologia de consumo e pesquisador de tendências, exercendo, assim, função importantíssima para o cliente.

Para o melhor desenvolvimento e alinhamento dos trabalhos a serem executados, agência e cliente trabalharão em sintonia em todas as etapas do processo de comunicação, desde o briefing, diagnóstico, definição da estratégia, até a liberação e implementação das ações e, posteriormente, na avaliação e recomendações dos melhores resultados. A equipe de Atendimento funcionará em regime exclusivo e full time.

1. Equipe de trabalho em período integral para o Ministério da Saúde

- 1 (um) VP de Estudo e Planejamento
- 1 (um) planejamento
- 1 (um) Diretor Geral
- 2 (dois) Diretores de Criação
- 1 (um) Diretor de Arte
- 2 (dois) Redatores sênior
- 1 (um) Diretor de Arte Digital
- 1 (um) Redator Área Digital
- 1 (um) Supervisor de Produção de RTVC e Digital
- 1 (um) Produtor gráfico
- 2 (dois) Diretores de Mídia On-Line e Off-line
- 1 (um) Supervisor de Mídia
- 2 (dois) Coordenadores de Mídia Off-line
- 1 (um) Coordenador de Mídia Digital
- 1 (um) VP de Atendimento
- 1 (um) Diretor de Atendimento
- 1 (um) Executivo Sênior de Atendimento
- 1 (um) Analista de Dados Sênior
- 1 (um) Diretor Financeiro
- 1 (um) Gerente Financeiro
- 1 (um) Gerente Administrativo
- 1 (um) Checking

A partir do momento que iniciar o atendimento à conta, todas as etapas serão esquematizadas da seguinte forma:

Briefing do cliente

As demandas de trabalhos, da peça mais simples até uma campanha mais complexa, serão atendidas de acordo com as orientações do Ministério da Saúde. Elas serão passadas, preferencialmente, em formato digital, podendo ainda ser presencial, diretamente aos atendimentos, profissionais responsáveis pela interface entre a agência e o cliente. Quando necessária, a reunião de briefing contará com a presença do diretor de criação, que acionará os demais colaboradores da agência para participar do processo e, em seguida, desenvolver as demandas de acordo com o briefing do cliente. Na reunião de briefing, serão definidas as necessidades de prazos de entrega das peças ou campanhas.

Criação e apresentação da peça ou campanha

Como parte do atendimento às demandas, a Criação desenvolverá sempre uma ou mais peças/campanhas que atendam ao briefing, para que o cliente tenha opções de linhas criativas.

As linhas criativas serão apresentadas com base no briefing e no planejamento estratégico apresentado pela agência, tendo como referência o cenário e a defesa dos conceitos, seguidas de peças criativas e originais. Tudo com abordagens claras e mensagens simples para atingir o público-alvo objetivado.

Plano de Mídia On-Line/Off-Line

Para divulgar a mensagem, será elaborado plano de mídia em consonância com o planejamento estratégico da campanha e/ou peça, considerando as pesquisas de mídia existentes no mercado e as recomendações técnicas do briefing. O plano de mídia contemplará os meios e os veículos selecionados de acordo com a pesquisa e o target objetivado para a campanha/peça. Levará ainda em consideração a participação do share de audiências de cada meio/veículo e o investimento destinado pelo cliente para a campanha, prevalecendo a racionalidade na otimização e na aplicação dos recursos. Quando da solicitação do cliente, o plano de mídia será apresentado juntamente com as linhas criativas.

Aprovação de custos de produção e mídia

Após a aprovação da campanha/peça, a agência apresentará os custos detalhados e negociados de produção, obedecendo sempre às regras determinadas pelo cliente e ao critério de três orçamentos. Já os de mídia também serão apresentados já com as negociações estabelecidas com os veículos sobre as tabelas vigentes à época da veiculação.

Produção da campanha

Uma vez aprovados oficialmente, os roteiros ou leiautes e os orçamentos serão encaminhados, imediatamente, para a produção.

Aprovação final de cada peça produzida

Os materiais produzidos serão apresentados ao cliente para aprovação final antes de serem liberados para a impressão gráfica ou veiculação na mídia. No caso de peças impressas, serão apresentadas as provas gráficas e off-line dos materiais eletrônicos e de internet.

Acompanhamento e avaliação

Durante a veiculação da campanha, a agência fará o acompanhamento diário do plano de mídia que estará sendo executado e o clipping das notícias publicadas na mídia sobre a campanha. Os fatos relevantes serão analisados e informados ao cliente. Após o término de cada campanha, a agência apresentará relatório com a avaliação final: objetivos x resultados alcançados.

Os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia:

A CC&P garante, em condições normais de trabalho, entregar os trabalhos nos prazos estabelecidos abaixo, a partir do briefing do cliente.

Criação de campanha completa, com orçamentos e mídia	4 dias
Criação de campanha sem mídia	48 horas
Criação de peças avulsas	24 horas
Peças de oportunidade	24 horas
Elaboração de plano de mídia	De 1 a 3 dias
Produção de campanhas	De 3 a 7 dias

NOTA: em situações emergenciais, todos os prazos se ajustarão às necessidades do cliente. A equipe que atenderá o Ministério da Saúde estará disponível 24 horas para a execução de trabalhos, inclusive em feriados e fins de semana.

Registro de reuniões, visitas, telefonemas e pauta (status) de acompanhamento dos trabalhos.

Após as reuniões, visitas e telefonemas, será enviado ao cliente relatório, em formato digital, registrando os pontos relevantes, bem como as atribuições de cada parte (agência, cliente, fornecedor), incluindo o cronograma e o acompanhamento dos trabalhos em todas as etapas de execução.

Confidencialidade

No entendimento de que prezamos pela melhor prestação de serviços, garantimos o mais alto nível de segurança e confidencialidade nas relações de trabalho, pautadas nas seguintes premissas:

Sigilo total e garantido das informações trocadas entre as partes.

Constante aprimoramento da estrutura de tecnologia da informação, utilizando sempre os mais modernos e atualizados equipamentos e sistemas.

Sistemática de back-up, oferecendo segurança absoluta de armazenamento e resgate de todo o material criado e produzido.

Ética e transparência no relacionamento com veículos, fornecedores e parceiros.

Atendimento emergencial

Entendemos que as demandas emergenciais existem e exigem equipe preparada e disponível para atendê-las com qualidade e agilidade, nos horários e dias necessários. A agência tem profissionais prontos para atender a qualquer hora do dia ou da noite, em dias úteis, feriados e fins de semana.

Pós-venda

Após a veiculação de cada campanha, será entregue ao cliente relatório de pós-venda com a análise e os resultados alcançados para os meios auditados pelos institutos de pesquisa.

Gestão de Controle de Processos e Compliance

A CC&P implementou, como peça-chave, o Programa de Compliance, mas está desenvolvendo também o Programa de Integridade, que vem sendo aplicado como forma de avaliar a sua funcionalidade por meio de quatro pilares:

1. Comprometimento e apoio – a vivência de uma cultura ética, de respeito às leis e às determinações do Programa de Integridade, desde a alta direção, com a atuação dos profissionais que ocupam o topo da hierarquia da empresa.

2. Instância responsável – o programa contará com equipe de profissionais que ficará responsável por esta gestão, com total autonomia e independência para realizar as atividades, tendo acesso a todos os campos da empresa, inclusive à direção.

3. Análise de perfil e riscos – mediante o entendimento e conhecimento dos processos e estrutura organizacional, a empresa avaliará se está sendo aplicado o código de ética, com os valores e princípios da empresa, e o código de conduta, com regras a serem seguidas pelos funcionários. Concomitantemente, implantará políticas e procedimentos de prevenção de irregularidades.

4. Estratégias de monitoramento contínuo – mediante a garantia de aplicação do programa pelos colaboradores e fornecedores.

O Programa de Integridade leva em consideração as disposições dos órgãos reguladores das agências de publicidade, bem como os regulamentos internos da empresa. Os Programas de Compliance e de Integridade, calçados nos quatro pilares referidos, buscam um atendimento que vai além de normas e políticas, incluindo os processos de gestão da empresa, interpretando as normas legais e convencionais que regem suas atividades com eficiente controle interno e sempre atentos aos possíveis riscos operacionais. A assessoria jurídica da CC&P conta com profissionais especializados no segmento publicitário, nos controles internos e nas análises de riscos, como parte integrante da agência, sempre em conformidade com as melhores práticas de governança corporativa.

O atendimento às políticas de compliance e o acompanhamento rígido do Programa de Integridade são a melhor forma de assegurar direitos e deveres das partes que atuam no mercado publicitário brasileiro.

Planilhão de investimentos

É uma ferramenta de controle financeiro que sugerimos implantar. Ela permite ao cliente o acompanhamento on-line do andamento de todos os jobs e os investimentos aplicados em mídia e produção, por campanha. A planilha é alimentada, diariamente, por mais de 30 itens. Esta ferramenta de gestão será colocada à disposição do cliente para que ele possa acompanhar e administrar o status das ações e saldo do contrato.

O “Planilhão”, além de ser uma ferramenta operacional, gera diversos relatórios gerenciais de acompanhamento e controle dos investimentos (em valores absolutos ou percentuais). São eles:

1. Investimentos por período (ano, semestre, trimestre, mês).
2. Investimentos por campanha ou título.
3. Investimentos por área (mídia, produção etc.).
4. Investimentos por meio (TV, rádio, internet, revista etc.).
5. Investimentos por veículo.
6. Status do investimento (quais etapas do processo burocrático já foram executadas).

E) Relação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do Ministério da Saúde, sem ônus adicionais, na vigência do contrato:

IBOPE – SNAPSHOT

Aplicação web que permite rápido e simples entendimento 360° de marcas, consumidores e veículos em um ambiente seguro de pesquisa, de forma flexível e atrativa. Todos os targets que você precisa podem ser identificados e visualizados em comparação aos dados demográficos, consumo de marcas, comportamentos, opiniões e exposição à mídia. Isso significa que você pode usar os dados do Target Group Index – referência no mercado publicitário – para todos os seus clientes, obtendo os insights corretos para as suas análises. Possibilita a customização de até 14 categorias. Cobertura: 11 regiões metropolitanas + interiores de São Paulo, Sul e Sudeste.

IBOPE – TGI

Estudo single source voltado para análise e compreensão dos hábitos e atitudes dos consumidores, desde o consumo de produtos, serviços e mídia, estilo de vida e características sociodemográficas. Cobertura: 11 regiões metropolitanas + interiores de São Paulo, Sul e Sudeste. Representa mais de 87 milhões de pessoas, com 23.808 entrevistas.

IBOPE – INSTAR ANALYTICS

Oferece análises detalhadas e profundas do meio TV, permitindo o pleno entendimento do comportamento de audiência para as 15 praças regulares. Possibilita ainda análise de audiência com quebra minuto a minuto, entregas diárias ou semanais, dá acesso a todas as variáveis disponíveis: audiência, alcance, share, total ligado, perfil, GRP, afinidade, fidelidade, tempo médio, alcance acumulado, número de casos etc., e viabiliza a livre criação de targets.

IBOPE – PLANVIEWS RÁDIO

Software para planejamento de campanhas publicitárias para o meio rádio. Permite aprofundar as análises de programação e comportamento dos ouvintes nos principais mercados. Variáveis: analisar quantas pessoas serão impactadas por um conjunto de inserções publicitárias (alcance) e o número de vezes que cada uma ouviu essa inserção (frequência). Oferece também audiência, share, afinidade e participação. Painel Fusão: transforma a base trimestral de entrevistas da pesquisa de audiência em um painel contínuo de indivíduos com sete dias de colaboração. A partir da classificação das variáveis demográficas e comportamentais, os indivíduos podem ser comparados uns aos outros, permitindo processo de fusão. Cobertura: 13 mercados regulares.

IBOPE – EASYMEDIA

Oferece dados sobre o desempenho das emissoras de rádio AM e FM oficiais e seus streamings – emissoras web, possibilitando a análise de ouvintes da seguinte forma: quantos são; quando e onde ouvem; quais horários locais, equipamentos e por quanto tempo. Além disso, permite conhecer o perfil demográfico (sexo, idade, nível econômico, região de moradia, acesso à internet, se está ou não ocupado e escolaridade) dos ouvintes de rádio. Variáveis: audiência, afinidade, exclusividade, superposição, participação, tempo médio de audiência, alcance, share, custo por ponto e custo por mil. Amostra: são realizadas mais de 486 mil entrevistas anuais com distribuição aproximada da amostra móvel. Cobertura: 13 mercados regulares.

IBOPE – MONITOR EVOLUTION

Ferramenta completa para análise de investimento publicitário. Trata-se de produto dinâmico que viabiliza o acompanhamento da estratégia e tática de anunciantes e veículos concorrentes. Possibilita o monitoramento da cobertura de veículos de comunicação dos principais mercados do País e, por meio de seus estudos, é possível conhecer o mercado de atuação, sazonalidade, acompanhar o movimento da concorrência, valorizar o espaço publicitário e embasar todo o planejamento de mídia.

COMSCORE

Mercados: nacional e internacional.

Empresa de medição multiplataforma que mede com precisão audiências, marcas e comportamento do consumidor onde quer que esteja no ambiente on-line. Fornece dados independentes, insights e a experiência exigida pelo ecossistema de mídia para planejar, realizar transações e crescer em um mundo dinâmico.

STILINGUE – AVALIAÇÕES

Software que captura de forma 100% integrada conversas, opiniões e publicações por mais de 18 canais, classificando automaticamente o que diz respeito à sua marca, influenciadores e pessoas. Com ele, aprofundaremos tendências, padrões, oportunidades e insights baseados em evidências.

DINAMIZE

Plataforma de marketing digital que vai além de envios de e-mail. Facilita a criação de ações para atrair leads, efetuar agendamentos e fidelizar o público.

GOOGLE ANALYTICS

Ferramenta que entende o comportamento de navegação do internauta dentro do website. Fornece tempo de navegação, origem do tráfego, tempo de carregamento, mapa de calor, interesses, afinidades, entre outras métricas.

CONTROLE DA CONCORRÊNCIA

Com esta ferramenta, são realizadas avaliações estratégicas e táticas das campanhas publicitárias, comportamento de anunciantes, marcas, programas de TV, horário da programação, além da possibilidade de baixar qualquer comercial ou merchandising do dia anterior.

Meio: TV aberta.

Mercado: nacional.

CHECKING AUDITORIA DE MÍDIA

Para checar e comprovar a veiculação das campanhas, a agência disponibilizará os controles de mídia, tais como: Crowley, para rádio; Fiskanew, para mídia exterior; e EasyCheking, para TV aberta e TV fechada. No caso de mídia impressa, ocorre por meio da página do jornal no qual o anúncio foi veiculado ou edição da revista em que o anúncio foi inserido.

IVC

Audita a circulação e tiragem dos principais jornais e revistas (refere-se à mídia impressa).

PÁGINA DE ENCERRAMENTO**CONCORRÊNCIA Nº 01/2021****Invólucro nº 03****Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento**

Brasília, 31 de março de 2022.



Companhia de Comunicação e Publicidade Ltda.
CNPJ: 69.277.291/0001-66
Carolina Fernandes Lazareth
CPF: 274.768.168-89
Vice – Presidente de Estudo e Planejamento



**NESSE
CARNAVAL
FOCA
NA VIDA**

**CURTA COMO
SE HOUVESSE
AMANHÃ**



**SE FOR BEBER,
VAI DE METRÔ**

**#FocaNaVida
#SigaSeguro**



**MOVIMENTO
PAULISTA DE
SEGURANÇA
NO TRÂNSITO**



**GOVERNO DO ESTADO
SÃO PAULO**

Secretaria de Planejamento
e Gestão

SUA
CARREIRA
EM DIREITO
ANTES E

PÓS

UNIVERSIDADE CEUMA

ceuma.br
4020.7525

A UNIVERSIDADE PARTICULAR
MAIS BEM AVALIADA PELO
MEC DO NORTE, NORDESTE
E CENTRO OESTE



CEUMA
GRUPO EDUCACIONAL



CONSTRUIR
UM FUTURO MELHOR
PARA SÃO PAULO.
ESSA É A NOSSA
MAIOR OBRA.

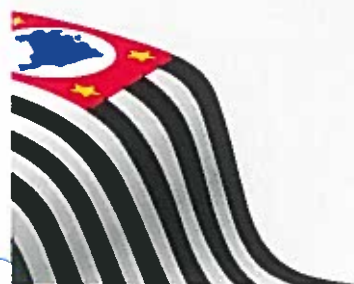
ANOS



CPTM



- Modernização de 260,8 km de trilhos.
- 52 estações com acessibilidade.
- 121 novos trens em operação e mais 49 serão entregues até o fim de 2018.
- Obras de implantação da linha 13-Jade, 12,2 km de trilhos ligando São Paulo ao Aeroporto de Guarulhos.
- 33 das 92 estações são novas ou foram completamente reformadas.



detran.df.gov.br

BEBER E DIRIGIR

**MERECE
UMA
RESPOSTA
SECA:**

NÃO



**DETRAN-DF.
COM VOCÊ NA
DIREÇÃO CERTA.**



DETRAN-DF



PROGRAMAÇÃO COMPLETA. UMA NOVA ATRAÇÃO EM CADA ESTAÇÃO.

↕ SÃO JUDAS

28/6	17h - IDK Free Step - Dança / Música Eletrônica - CATAVENTO
4/7	17h - Fabiano Rodrigues (Sertanejo) CATAVENTO

↕ LUZ

28/6	11h - SP Cia. de Dança - Pivô
29/6	17h - Power Mix Crew - Dança de Rua - CATAVENTO
5/7	12h - Banda Caminho Suave (Reggae) - CATAVENTO

↕ ANA ROSA

28/6	16h - Caminho Suave (Reggae) CATAVENTO
6/7	10h - Classic Rockers Quartet CATAVENTO

↕ PARAÍSO

28/6	15h - Suellen Luz - Um Passeio pela Música Brasileira (Pop) CATAVENTO
5/7	10h - Quinteto Jazz

↕ BRÁS

28/6	17h - Nélcio Henrique e Alan (Sertanejo Pop) - CATAVENTO
6/7	12h - Taira (MPB/Pop) CATAVENTO

↕ MAL. DEODORO

28/6	12h - Quarteto de Cordas da Academia da OSESP (23'x2)
5/7	17h - Quarteto Brasileiro de Cordas CATAVENTO

↕ SÉ

28/6	9h - Dança Comigo - Caco Mattos CATAVENTO - 10h - Jazz / Big Band
4/7	12h - Conjunto de Metais (Conservatório Tatui)

↕ TATUAPÉ

28/6	12h - Jazz Sinfônica / Câmara
29/6	15h - Banda Sinfônica - CATAVENTO
4/7	10h - Trio Beijo de Moça CATAVENTO

↕ REPÚBLICA

28/6	12h - Cover de Dança Valnitta Cover da Anitta - CATAVENTO
29/6	12h - Quarteto de Metais da Academia da OSESP (15'x 2)
6/7	16h - Duo Paschoal - CATAVENTO



FÁBRICA DE CULTURA

Programa de formação cultural que ensina instrumentos de corda, sopro, percussão, canto, coral e musicalização gratuitamente para crianças e jovens em suas 10 unidades espalhadas pela capital.

PROJETO GURI

Apresentação de alunos do projeto, que oferece cursos gratuitos de teoria musical, coral, instrumentos de cordas, madeira, sopros e percussão para as crianças entre 6 e 18 anos que tiram boas notas na escola.



JAZZ SINFÔNICA

Mistura de orquestra com big band, apresenta uma leitura erudita para os grandes clássicos do jazz e da música popular brasileira.

ACADEMIA OSESP

Foco na educação teórica, instrumental e artística para músicos de orquestra. Os alunos são acompanhados de perto por músicos da OSESP e têm a possibilidade de participar do dia a dia de uma grande orquestra.

CONSERVATÓRIO DE TATUI

Referência no ensino musical gratuito, com cursos de formação em diversas áreas para crianças, jovens e adultos. O conservatório conta com orquestra, bandas, big bands e grupos de música de câmara.

ACADEMIA DE ÓPERA DO THEATRO SÃO PEDRO

Permite o desenvolvimento de jovens cantores por meio de espetáculos encenados com orquestra e música de câmara, capacitando nossos jovens para serem intérpretes de óperas e musicais.



GRUPOS DA EMESP

A Escola de Música do Estado de São Paulo

BANDA SINFÔNICA JOVEM DO ESTADO

Repertório tradicional de bandas sinfônicas com arranjos de peças eruditas, composições populares e concertos temáticos.

ORQUESTRA JOVEM DO ESTADO

Tem como principal objetivo contribuir com o aprimoramento técnico e artístico dos estudantes de música, preparando-os para a vida profissional.

CORAL JOVEM DO ESTADO

Projeto pedagógico que vai muito além do canto. Da união das vozes desses 44 estudantes-bolsistas nasce um repertório eclético que combina o canto lírico clássico com as músicas mais tradicionais e populares.

ORQUESTRA JOVEM TOM JOBIM

Resgata obras tradicionais de grandes compositores brasileiros, com especial dedicação ao trabalho de Tom Jobim.



GUIA SP CULTURA NO METRÔ

LEVANDO CULTURA, TRANSPORTANDO EMOÇÕES

A PARTIR DE 28 DE JUNHO

**PROGRAMAÇÃO
COMPLETA** | Págs. 2 e 3
Confira as estações onde vão rolar
todos os shows desta 1ª edição

**CURIOSIDADES SOBRE
AS ESTAÇÕES** | Pág. 4
Saiba mais sobre as estações do Metrô

MÚSICA | DANÇA | TEATRO | POESIA

CURIOSIDADES SOBRE AS ESTAÇÕES

LUZ

É uma das mais importantes estações ferroviárias da cidade de São Paulo. Foi desenhada por Charles Henry Driver, arquiteto britânico conhecido por projetos em estações ferroviárias. Tal edificação foi mantida até o início do século XX, quando fora demolida para a complementação da gare da terceira Estação da Luz. Ela abriga ainda o Museu da Língua Portuguesa, instituição cultural ligada à Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo, que está sendo totalmente reformada.

SÃO JUDAS

Situa-se próxima da Igreja de São Judas, e daí veio seu nome. É comum ver feiras e religiosos nesta estação, que foi inaugurada em 14/2/1974. Fica pertinho do Aeroporto de Congonhas e dispõe de elevador preferencial para pessoas com deficiência e mobilidade reduzida.

PARAÍSO

Na estação, estabeleceram-se duas tipologias arquitetônicas em que o volume de acesso e as plataformas se articulam espacial e visualmente, tendo sido concebidos diferentes desenhos de teto e escanamentos entre os mezaninos, bem como trabalho de iluminação. Tem, em seus arredores, o Centro Cultural São Paulo e a Catedral N. S. do Paraíso.

ANA ROSA

Iniciou operação em 12 de setembro de 1992. A estação é subterrânea e integrada com um terminal de ônibus urbano e um estacionamento. Possui três acessos e é rotineira por mezanino de distribuição e plataforma central para cada linha, com estruturas em concreto aparente. Com a construção da nova estação adjacente a primeira da Linha 1, seus ambientes receberam entradas de ventilação e iluminação natural, proporcionando maior amplitude e conforto aos espaços.

BRÁS

A Estação Integrada do Brás, conhecida originalmente como Estação Roosevelt ou Estação do Norte, integra os trens da CPTM (Companhia Paulista de Trens Metropolitanos) e do Metrô de São Paulo. Ela está em operação desde 1967. Além de contar com acesso adaptado para pessoas com deficiência, possui plataformas laterais e central. Um ponto de destaque é a estrutura, toda em concreto aparente e cobertura metálica.

MAL. DEODORO

Estação subterrânea com mezanino de distribuição e plataformas laterais sobrepostas, estrutura em concreto aparente e aberturas para iluminação natural. Possui acesso para pessoas portadoras de deficiência física. A estação foi construída com vias sobrepostas (uma em cima da outra, em andares distintos).

TATUAPÉ

A Estação Tatuapé da Linha 3 Vermelha adotou uma pulcra bastante adequada para as intervenções urbanas. A implantação dessa linha resultou no prolongamento da Av. Tadmil Leite do Tatuapé até Itaquera, na canalização dos corredores de vias de infraestrutura e na implantação de creches, escolas e centro de atendimento comunitário.

SÉ

A Estação Sé é a mais central e movimentada da cidade. Construída abaixo do marco zero, na Praça da Sé, ela integra as linhas azul e vermelha do metrô. Para sua construção, foi necessário que três edifícios fossem implantados. A estação possui 28 escadas fixas, 38 rolantes e 2 elevadores.

REPÚBLICA

Foi inaugurada em 24 de abril de 1982 e possui estrutura de concreto aparente. É uma estação subterrânea. Está situada sob a Praça da República, junto a qual estão localizados dois acessos, com outros dois em suas proximidades. Possui dois níveis de distribuição e plataformas central e laterais.




METRÔ

Secretaria dos Transportes
Metropolitanos

Secretaria da Cultura


**GOVERNO DO ESTADO
DE SÃO PAULO**