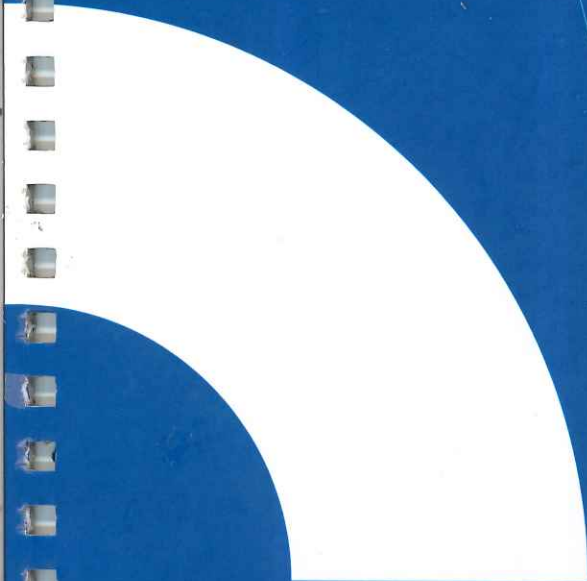


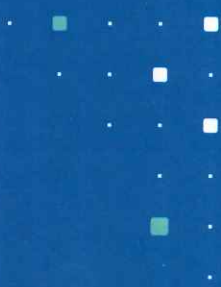


QUESITO

2

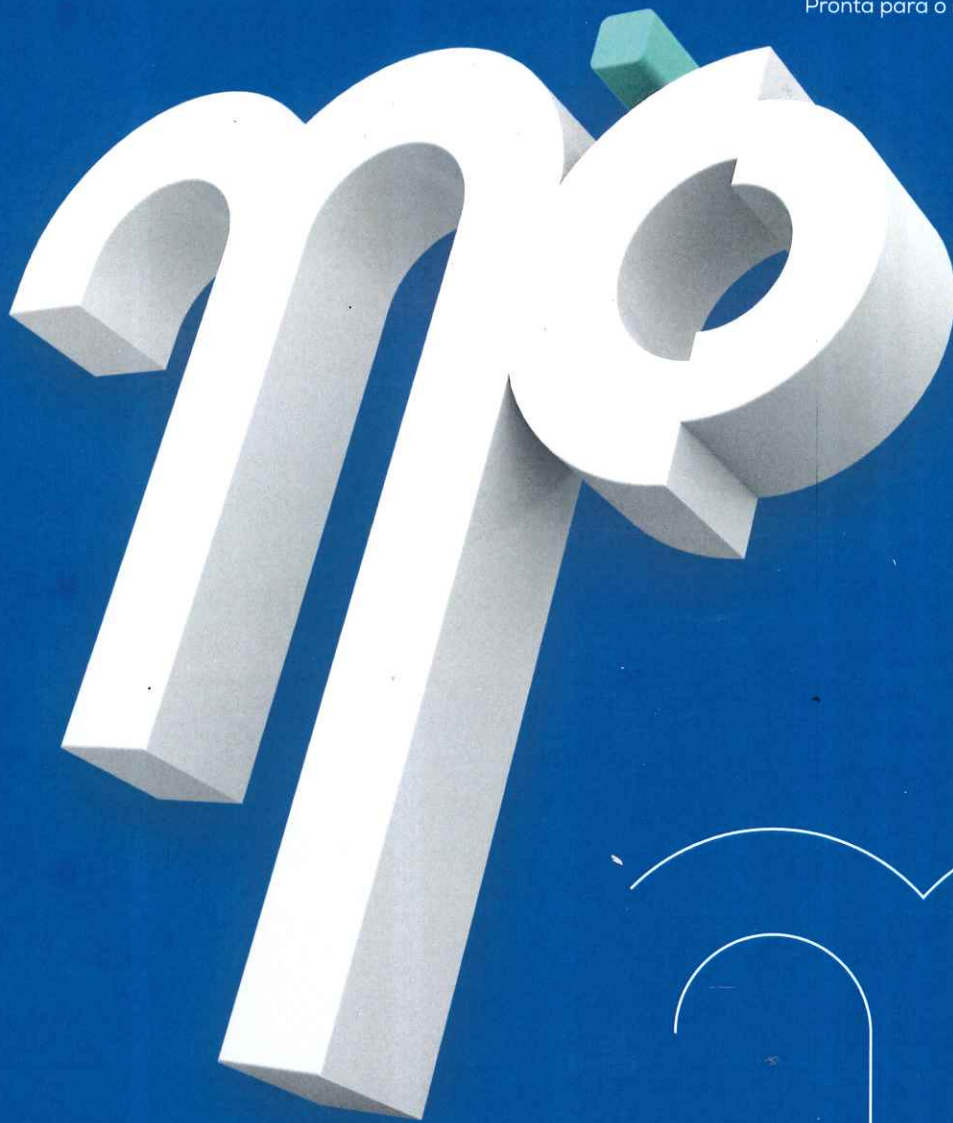


Capacidade
de Atendimento



moringa

Pronta para o novo mundo. Seja ele qual for.



O mundo mudou

As relações mudaram.
Mas se engana quem acha
que isso começou agora.
O mundo muda a todo instante.
Desde sempre.
Desde que o mundo é mundo.

a moringa

Pensar antes de fazer. Saber o que falar, como falar e com quem falar. Parece óbvio, mas, num mundo com a audiência cada vez mais fragmentada, conseguir costurar todos esses pontos num só discurso não é uma tarefa fácil.

No entanto, para uma agência que começou com os dois pés na tecnologia e depois abraçou a comunicação, enxergar os vários movimentos da sociedade e suas mudanças não é um discurso da moda. É aquilo em que acreditamos. É o que somos.

m
a
h

**Great
Place
To
Work®**

Certificado

Jul/2021 - Jul/2022

BRASIL

Somos GPTW pela segunda vez consecutiva. Uma agência de comunicação completa, com 40 pessoas de diversas áreas e formações: Planejamento e Estratégia, Atendimento, Projetos, Criação, UX (User Experience), BI (Business Intelligence), Mídia e Conteúdo.

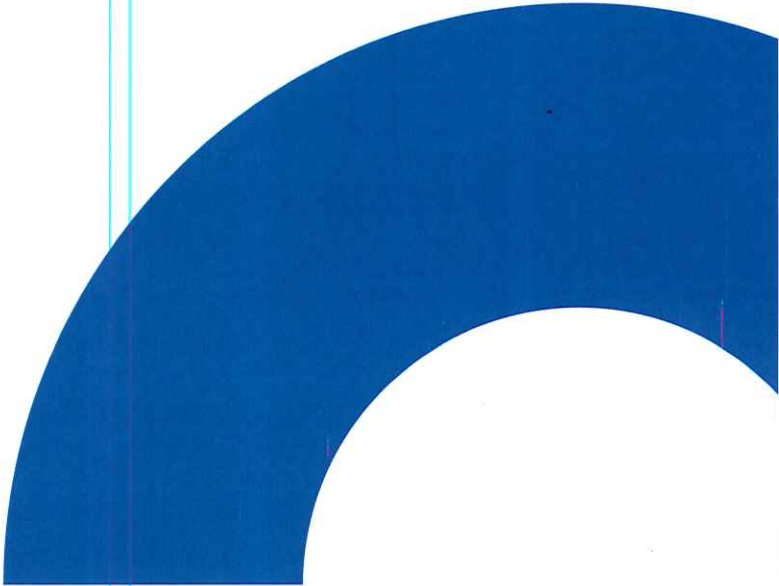
Estamos preparados para o novo mundo. O trabalho remoto sempre fez parte de nossa rotina e é um de nossos grandes diferenciais. Em 2021, completamos um ano de atuação 100% remota, sempre com produtividade elevada e alta qualidade de entrega.

SUBQUESITO I

Clientes



Principais clientes



Nesses 20 anos, a Moringa já atendeu uma ampla cartela de clientes, tais como Correios, Claro, Fundação Sistel de Seguridade Social, Ministério da Saúde, Ministério da Ciência e Tecnologia, Ministério dos Esportes, Ministério da Integração Nacional, Governo do Distrito Federal, Shopping Conjunto Nacional, Shopping Iguatemi, Cateno, Confederação Nacional das Indústrias (CNI), Fundação dos Economistas Federais (Funcfe), Sebrae Nacional, Portal de Compras Públicas, Sicoob Confederação, Conselho Federal de Medicina, Grupo Santa Lúcia, Autotrak, entre vários outros, sempre transformando suas marcas.

Estamos na capital federal do país e somos especialistas em contas públicas e privadas trazendo sempre a inovação tecnológica e as tendências criativas para o negócio dos clientes. Entendemos portanto que as novas mídias, assim como que conteúdo atuais e inteligência de dados são fundamentais para a entrega de campanhas e ações de comunicação eficientes e estratégicas.



SEBRAE NACIONAL

Início do Atendimento: abril de 2013 até a presente data

Abrangência de Atuação: nacional

Sobre o cliente

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada de grande porte, sem fins lucrativos e agente de capacitação e promoção, criada para dar apoio aos pequenos negócios em todo o país.

A sede nacional é responsável pelo direcionamento estratégico do sistema, definindo diretrizes e prioridades de atuação. Em todo o país, mais de cinco mil colaboradores diretos e cerca de oito mil consultores e instrutores credenciados trabalham para transmitir conhecimento para quem tem ou deseja abrir um negócio.

Desde 1972, a instituição trabalha para estimular o empreendedorismo e possibilitar a competitividade e a sustentabilidade dos empreendimentos de micro e pequeno porte.



Sicoob Confederação

Início do Atendimento: novembro de 2017 até dezembro de 2020

Abrangência de Atuação: nacional

Sobre o cliente

O Sicoob é o maior sistema financeiro cooperativo do país, com mais de 4,2 milhões de cooperados e 2,8 mil pontos de atendimento distribuídos por todo o Brasil.

O sistema é composto por cooperativas financeiras e empresas de apoio que, em conjunto, oferecem aos cooperados serviços de conta-corrente, crédito, investimento, cartões, previdência, consórcio, seguros, cobrança bancária, aquisição de meios eletrônicos de pagamento, entre outros, ou seja, a instituição oferece todos os produtos e serviços bancários, mas não é banco. É uma cooperativa financeira em que os clientes são os donos, e por isso os resultados são divididos entre os cooperados.



Portal de Compras Públicas

Início do Atendimento: novembro de 2014 até a presente data

Abrangência de Atuação: nacional

Sobre o cliente

Govtech com foco em compras governamentais, transformou-se num centro de excelência de serviços especializados em compras públicas. A empresa desenvolveu uma plataforma para a internet que permite a realização de procedimentos licitatórios para aquisição de bens e serviços comuns, em conformidade com as legislações vigentes, entre elas a Lei nº 10.520/02, a Lei nº 8.666/93 e suas posteriores alterações, a LC nº 123 e o Decreto nº 10.024/19.



Health Goods

Health Goods

Início do Atendimento: março de 2017 até a presente data

Abrangência de Atuação: nacional

Sobre o cliente

A Health Goods é uma empresa do mercado de saudabilidade que busca servir qualidade de vida por meio de suplementos alimentares inovadores. Os produtos são desenvolvidos em conjunto com profissionais da área de saúde para garantir os melhores benefícios e resultados, e os ingredientes utilizados são nacionais e passam por rigoroso processo de qualidade, prezando pela excelência de cada fórmula. A marca tem como propósito promover o bem-estar do corpo e da mente, ajudando seus consumidores a atingir suas melhores e mais saudáveis versões.



CFM
CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

Conselho Federal de Medicina – CFM

Início do Atendimento: novembro de 2020 até outubro de 2021

Abrangência de Atuação: nacional

Sobre o cliente

O Conselho Federal de Medicina (CFM) é um órgão que possui atribuições constitucionais de fiscalização e normatização da prática médica. Criado em 1951, sua competência inicial reduzia-se ao registro profissional do médico e à aplicação de sanções do Código de Ética Médica. Além de zelar pelo desempenho ético da medicina e pelo bom conceito da profissão, o CFM organiza uma série de atividades e presta alguns serviços aos médicos e à sociedade brasileira.



Secretaria de Saúde



Secretaria de Saúde do Distrito Federal – SES/DF

Início do Atendimento: novembro de 2014 até dezembro de 2019

Abrangência de Atuação: regional

Sobre o cliente

Com cerca de 35 mil servidores, é a segunda maior secretaria do Governo do Distrito Federal. É o órgão do Poder Executivo do DF responsável pela organização e elaboração de planos e políticas públicas voltados para a promoção, prevenção e assistência à saúde.

É função da Secretaria de Saúde do Distrito Federal (SES/DF) dispor de condições para a proteção e recuperação da saúde da população, reduzindo as enfermidades, controlando as doenças endêmicas e parasitárias e melhorando a vigilância à saúde, dando, assim, mais qualidade de vida aos moradores do Distrito Federal.





Uber

Uber do Brasil

Início do Atendimento: novembro de 2016 até março de 2017

Abrangência de Atuação: nacional

Sobre o cliente

A Uber é uma empresa multinacional de tecnologia que está transformando a maneira como pessoas se movimentam em mais de 600 cidades no mundo.

Em junho de 2014, cerca de cinco anos após sua fundação, a empresa foi avaliada em US\$ 18,2 bilhões, contando com investidores como Google e Goldman Sachs. Em 2015, a Uber recebeu uma nova rodada de investimentos, da qual a Microsoft fez parte, o que fez seu valor de mercado subir para US\$ 51 bilhões.

grupo
santa**Grupo Santa Lúcia**

Início do Atendimento: novembro de 2016 até julho de 2020

Abrangência de Atuação: regional

Sobre o cliente

O Grupo Santa Lúcia representa mais de 50% do mercado hospitalar do Distrito Federal e se configura como o quarto maior grupo hospitalar do Brasil.

Em 2010 iniciou o processo de consolidação como holding e, atualmente, é composto por seis instituições que atuam no mercado de saúde suplementar, sendo quatro hospitais e duas clínicas radiológicas.

**AUTOTRAC****Autotrak****Início do Atendimento:** janeiro de 2015 até janeiro de 2020**Abrangência de Atuação:** regional**Sobre o cliente**

A Autotrak Comércio e Telecomunicações S/A é uma empresa especializada em desenvolvimento de equipamentos e softwares e na prestação de serviços de comunicação móvel de dados.

É também a única empresa de seu setor a operar sua própria estação terrena de comunicação de dados (hub), utilizando canais exclusivos e redundantes em satélites geoestacionários, além de backbones dedicados com as principais operadoras de telefonia celular do país.





Shopping Conjunto Nacional

Início do Atendimento: janeiro de 2015 a dezembro de 2018

Abrangência de Atuação: regional

Sobre o cliente

A história de Brasília não pode ser contada sem o Conjunto Nacional, que completou 48 anos.

O projeto do Plano Piloto, tombado pela UNESCO como Patrimônio Histórico e Cultural da Humanidade e desenvolvido pelo arquiteto e urbanista Lucio Costa, previa, no coração da capital do Brasil, além de uma ampla rodoviária, a implantação dos Setores de Diversões Norte (SDN) e Sul (SDS), com seus letreiros luminosos. Idealizada pelo artista plástico Athos Bulcão, a fachada do Conjunto Nacional também é um dos marcos da construção de Brasília. À noite, as luzes desse belo cartão-postal podem ser vistas a quilômetros de distância. Primeiro shopping da capital e segundo do Brasil, o Conjunto Nacional foi construído em três etapas, prontas em 1971, 1974 e 1977. O local é considerado um marco e símbolo cultural da cidade.

O Conjunto Nacional é referência em compras e serviços. São mais de 300 lojas, incluindo conceituadas marcas do mercado varejista e de alimentação, com várias opções de fast-food e restaurantes.

SUBQUESTO II

Profissionais

Quantificação e qualificação dos profissionais

C-LEVEL E DIRETORIA GERAL



Bruno Ladeira

CEO

Pós-graduado em Marketing pela FGV, o CEO da Moringa trabalha no mundo da inovação há mais de 18 anos. Profundo conhecedor do universo da comunicação e tecnologia, lidera uma equipe com mais de 70 pessoas na Moringa. Bruno acumula cursos e participações em eventos dedicados ao mundo online, como WOMMA (Word of Mouth Marketing Association), Design Thinking (Miami Ad School), Web Expo 2.0 (Nova York). Tanto conhecimento já fez a diferença para empresas públicas e privadas no cenário nacional e internacional.



Rianni Bertoldo

DIRETORA-GERAL

Formada em Comunicação Social pelo UniCEUB-DF e com mestrado em Marketing pela University of Stirling, na Escócia, Rianni atua no mercado publicitário há 25 anos. Construiu sua carreira de atendimento em algumas das mais importantes agências do país, como Lowe, Fischer, Artplan e Lew'Lara\TBWA. Sua carreira à frente de contas como Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Sebrae Nacional, Secom, Embratur, Claro e Ponto Frio rendeu crescimento para os clientes e prêmios como ADVB 2017, Effie Awards Brasil e Prêmio Desafio Estadão Cannes.

CRIAÇÃO



Lídia Pessoa

DIRETORA DE CRIAÇÃO

Publicitária formada pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC/RS) e com pós-graduação em Design Estratégico pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Lídia possui 15 anos de experiência em agências dos mercados publicitários do Rio Grande do Sul e de Brasília, atuando como diretora de arte e na criação e desenvolvimento de conceitos e projetos. Hoje, atua como diretora de criação na Moringa. Entre as agências pelas quais passou, estão Isobar, Talk2Estratégias Digitais, Nosotros, NovaSB e Flap – Live Marketing, entre outras. No portfólio, estão clientes como Caixa, Sebrae, CNI, Banco do Brasil, Ministério da Saúde, Secom, Embratur, Datelli, Vivo, Universidade Católica, Correio Braziliense, BRB, Rede La Salle, ParkShopping, Brasília Shopping, Festival de Brasília do Cinema Brasileiro, Shopping Conjunto Nacional, Brasal Incorporações, WWF e Montreal, entre outros.



CRIAÇÃO



Heitor Perpétuo

REDATOR SÊNIOR

É formado em Publicidade e Propaganda pelo UniCEUB e pós-graduado em Comunicação com o Mercado pela ESPM. Atua como redator publicitário há mais de 15 anos, tendo passado por diversas agências no período, entre elas Isobar, Master, Lowe Brasil, DM9DDB e Casanova Full Thinking. Já atendeu contas de grande porte como Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Secom (nos governos Temer e Bolsonaro), Ministério da Saúde, da Justiça, da Cultura, TSE e Clube de Regatas Flamengo (Programa Cidadão Rubro-Neuro), além de ter criado projetos para contas internacionais como Budweiser e Malaria No More. Hoje, atua na Moringa como redator publicitário, focando o digital.



Emanuel Oliveira

DIRETOR DE ARTE

É formado em Publicidade e Propaganda pela Universidade Católica de Brasília. Atua como diretor de arte há mais de 8 anos, tendo passado por agências como Isobar, Lew'Lara, Bertoni Design e Fermento Promo. Já atendeu contas de grande porte como Banco do Brasil, Embratur e Secom.

CRIAÇÃO



Thandy Yung

REDATORA

É formada em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela Universidade Católica de Brasília. Fez a transição de carreira em 2013 e, desde então, trabalha como redatora publicitária. Entre 2018 e 2019, assumiu a coordenação de criação da Agência Terruá, onde fazia a gestão de uma equipe de 6 pessoas. Também em 2019, foi reconhecida como profissional de Live Marketing do ano pelo Prêmio Colunistas Brasília. Em 9 anos de mercado, passou pelas agências Fermento Promo, Flap, Agência Terruá e Moringa Digital. Tem grande expertise em criação de Live Marketing e licitações, experiência adquirida atendendo clientes como Caixa, Banco do Brasil, Apex-Brasil, Embratur, Governo do Maranhão, Conselho Federal de Química (CFQ), Ambev, entre outros.



Monique Pereira

DIRETORA DE ARTE

É formada em Design pela Universidade Federal de Alagoas e cursando MBA em UX Design, Arquitetura da Informação e Usabilidade. Tem 5 anos de mercado e sempre trabalhou com design gráfico. Seu primeiro estágio foi numa empresa de camisetas, onde criava estampas personalizadas para eventos. Depois, trabalhou numa junta comercial de Alagoas com mídias off e online e fez trabalhos em algumas agências locais, como a Dale, Comsaúde e Quantum.

ATENDIMENTO



Rosa Cordeiro

DIRETORA DE ATENDIMENTO

Profissional formada em Marketing com mais de 25 anos de atuação no mercado de comunicação. Ao longo de sua história profissional, esteve à frente de grandes produções audiovisuais e da gestão de importantes contas publicitárias do governo federal, como Caixa Econômica e Banco do Brasil, sempre gerenciando e acompanhando todo o processo de elaboração, execução e entrega de campanhas/ações de comunicação. Passou por grandes agências como Fischer, Giacometti, Lew'LaraTBWA, Artplan e McCann.



Manoela Nodari

GERENTE DE ATENDIMENTO

Graduada na Escola Superior de Propaganda e Marketing, atua no mercado há 11 anos. Durante a maior parte desse período, focou a comunicação digital. Com experiência em marketing político, participou de campanhas para prefeituras e presidências. Trabalhou nas áreas de atendimento e gerência de projetos digitais nas agências Pepper, Propeg, Digital Group, CasaDigital e Lew'LaraTBWA, atendendo clientes como Ministério da Saúde, Ministério das Cidades, Correios, Caixa Seguradora, Caixa Econômica, Unicef, Secretaria de Comunicação da Presidência da República, entre outros.

ATENDIMENTO



Manuela Rocha

GERENTE DE ATENDIMENTO

Graduada em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário de Brasília (UniCEUB), atua há 7 anos no mercado de publicidade. Começou nas áreas de atendimento e projetos na Isobar Brasil, onde ficou por 5 anos. Depois desse período, atuou como executiva de contas para a produtora digital NovaHaus, em São Paulo. Em grande parte de sua carreira, foi perfil híbrido de projetos e atendimento, tendo boa experiência em gestão PMI. Em sua carteira, estão clientes como Sebrae, Secom, Banco do Brasil, Embratur, Bob's, Ministério do Trabalho e Emprego, Cielo e Unicef.



Carolina Jardim

EXECUTIVA DE CONTAS

É graduada em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade de Brasília. Atua no mercado há cerca de 6 anos, concentrando-se, na maior parte desse período, em Live Marketing e Promoção e Produção de Eventos. Atendeu clientes como Embratur, Caixa, Banco do Brasil, Wiz Soluções, Montreal Clube de Hospedagem e Fenae. Na área de Comunicação Digital, atuou como atendimento e coordenadora de projetos em campanhas para Banco do Brasil, Fenae e Wiz Soluções.

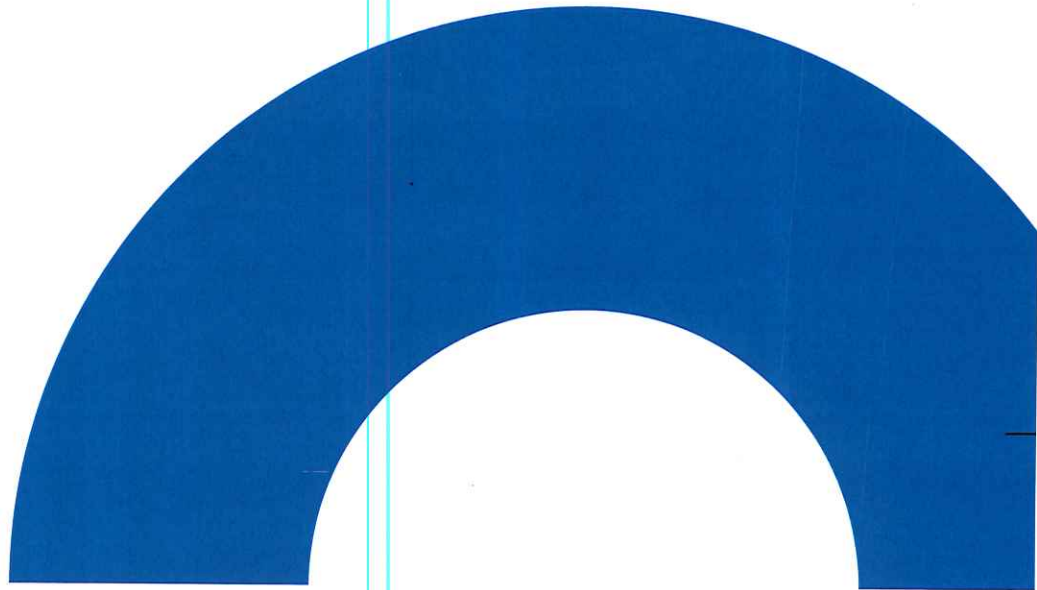
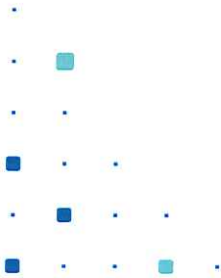
ATENDIMENTO



Ana Cláudia Kesselring

EXECUTIVA DE CONTAS

Com experiência em marketing político, participou de campanhas para presidências. Trabalhou nas agências TV1. COM, IComunicação e Isobar, atendendo clientes como Caixa Econômica Federal, Western Union, Universidade Sebrae, Secretaria de Comunicação da Presidência da República, Banco do Brasil, entre outros.



PROJETOS



Diogo Moreira

DIRETOR DE PROJETOS & PMO

Formado em Computação pela Universidade de Brasília (UnB), tem 15 anos de experiência como gerente de projetos, sendo profissional certificado PMP pelo Project Management Institute desde 2014. Também possui certificações nas metodologias ágeis CSM e CSPO. É especialista em desenvolvimento de sistemas e tem grande experiência em comunicação digital. Já atendeu clientes como Escola Superior do MPU, Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (Mdic), Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict), Banco do Brasil, Secretaria de Comunicação da Presidência da República (Secom/PR), Inep, Apex, ABDI, Sebrae Nacional, Sicoob Confederação, entre outros.



Samantha Brandão

COORDENADORA DE PROJETOS

Graduada no Centro Universitário de Brasília (UniCEUB), atua no mercado há cerca de 17 anos, tendo atuado, na maior parte desse período, na comunicação de entretenimento. Com experiência em marketing digital, participou de campanhas para contas públicas e grandes contas privadas. Trabalhou nas áreas de atendimento e gerência de projetos digitais na agência Digital Group, atendendo clientes como Caixa Seguradora, Caixa Econômica Federal, entre outros.

PROJETOS



Ludmila Mascarenhas

COORDENADORA DE PROJETOS

Graduada na Universidade Anhanguera, atua no mercado há cerca de 9 anos. Com experiência em marketing digital, participou de campanhas para grandes contas públicas e privadas. Trabalhou nas áreas de Atendimento e Gerência de Projetos na Rede Marista de Ensino, Sistema Fibra e Brivia. Atendeu clientes como UBEE, Sesi, Senai, IEL, Fibra e Banco do Brasil.



PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO



Rafael Leão

DIRETOR DE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Formado em Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Católica de Brasília, atua há 8 anos no mercado de comunicação digital. Ao longo desse período, buscou aperfeiçoar seu conhecimento por meio de cursos e programas em diversas instituições reconhecidas nacional e internacionalmente, como Singularity University, Sandbox – Escola de Estratégia, Perestroika, Grupo de Planejamento de SP, Aerolito e ESPM. Trabalha como planejamento estratégico no mercado publicitário de Brasília, tendo passado por agências como Monumenta Comunicação, Flap, Agência Terruá e Dream Factory. Durante sua trajetória, acumulou experiência nas diversas áreas da comunicação, com destaque para as disciplinas de comunicação digital e promocional. Já atendeu clientes como Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Embratur, Adidas, Ambev, TED, entre outros. Atualmente, desenvolve a função de diretor de planejamento estratégico da Moringa, onde cuida principalmente das contas do Sebrae Nacional e Sicoob.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO



Caio Ribeiro

GERENTE DE PLANEJAMENTO

Tem 8 anos de experiência na área de comunicação, incluindo marketing digital e promocional. Atendeu clientes como Caixa Econômica Federal, Fenae, Agência Nacional de Águas, IESB, Montreal Clube de Hospedagem, Concessionária Caltabiano, Sicoob, Petrobras e Banco do Brasil. Atualmente, é gerente de planejamento na Moringa Digital, fornecendo todo o suporte para as equipes de planejamento, experiência do usuário, conteúdo e tecnologia.



Fernanda Melo

ASSISTENTE DE PLANEJAMENTO

Diversos cursos nacionais, como na Miami Ad School e Perestroika, e também internacionais, na London School of Economics (LSE). Atua no mercado publicitário brasileiro desde o início da graduação, tendo passado por agências como Lew'Lara\TBWA, Propeg, Artplan e Look'n Feel. Atendeu clientes como Banco do Brasil, Caixa, Ministério do Turismo, Sebrae Nacional e Laboratório Exame e Madero.



MÍDIA



Milena Lima

DIRETORA DE MÍDIA

Profissional 360 com atuação no digital e no offline. Sua última formação foi uma Master Bac+4, MBA em Marketing e Comunicação Digital obtido na França em 2020. Iniciou na publicidade em 2002, em uma agência local do mercado de Brasília no segmento de varejo, em contas como Volkswagen e Furnas. Em 2009 migrou para uma agência mais focada em contas do governo federal, como Ministério da Saúde, SECOM (secretaria de comunicação da presidência do governo federal), Ministério das Cidades e Correios. No ano de 2016, assumiu a diretoria de mídia da Lew'Lara TBWA, liderando os times das contas do Banco do Brasil e Sebrae Nacional durante aproximadamente 2 anos. Hoje, atua na Moringa liderando um time de mídia e performance para clientes como Sebrae Nacional, Portal de Compras Públicas entre outros.



Marcelo Duarte

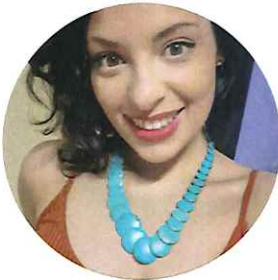
GERENTE DE MÍDIA

Desde 2010 trabalha como gestor de mídia em grandes agências de publicidade. Marcelo se destaca pela sua experiência online e em marketing digital com foco em performance, social media e business intelligence. Tem também experiência prática com ferramentas de gerenciamento de lances (Kenshoo, Double Click, Marin Software)

MÍDIA

e monitoramento e dados de mercado (Google Analytics e AdGooroo).

Durante sua carreira, passou por importantes agências, como NovaSB, TV1 e Grupo DAN, atendendo clientes como Marisa, Electrolux, Ricardo Eletro, Submarino, Accor Hotels, Chilli Beans, Telhanorte, HDI Seguros e Jaguar e Land Rover.



Amanda Ramalho

COORDENADORA DE MÍDIA

Formada em Psicologia, com foco em Psicologia do Consumo e MBA em Economia Comportamental, atua com marketing de performance e web analytics e utiliza, como suas principais ferramentas e plataformas, Facebook Ads, Google Ads, LinkedIn Ads, Google Analytics, HotJar, Google Search Console, Google Tag Manager e Google Data Studio.

INTELIGÊNCIA DE DADOS



Alberto Torres

ANALISTA DE BI

Formado em Análise de Sistemas pela Universidade Católica de Brasília, atua no mercado há mais de 20 anos. Durante esse período, fez parte do grupo Data Control, onde ministrou aulas de informática. No Grupo GW Comunicação, atuou como gerente de TI, atendendo todas as demandas internas e externas da área. Na Pop Info, atuou nas áreas de Atendimento e Desenvolvimento para clientes como Fundação Getúlio Vargas, Esaf, Ministério da Economia, Sindgraf-DF, UNB. Recentemente fez parte do Grupo Sefix, onde atuou como analista, gerenciou a implantação de sistemas, geração de relatórios BI e desenvolvimento web.



Nicole Baracho

ANALISTA DE BI

Jornalista formada pela Universidade Federal do Amazonas e pela Universidade do Porto por meio de mobilidade internacional. É pós-graduada em Tradução e Revisão de Texto em Língua Inglesa e tem experiência profissional em reportagem, planejamento de conteúdo, revisão textual, assessoria de comunicação e ferramentas de gestão de redes. Exerceu a função de analista de monitoramento na IMarketing e é cofundadora de uma iniciativa de educação midiática, a Abaré - Escola de Jornalismo. Atualmente, desempenha a função de Analista de Business Intelligence na Moringa, coletando dados e examinando informações para elaborar relatórios qualitativos de mídias sociais.



Camila Carrano

DIRETORA DE OPERAÇÕES,
REDES SOCIAIS E CONTEÚDO

Formada em Comunicação e Marketing pelo UniCEUB e com MBA em Gestão Estratégica de Negócios pela Unisinos, tem 10 anos de experiência no mercado, com foco em aperfeiçoar a visão sistêmica organizacional de forma empática. Dessa forma, tornou-se facilitadora das melhorias operacionais no que tange à gestão de equipes e aos fluxos de trabalho nas áreas de inteligência de negócios, estratégias digitais e produção de conteúdo. Atendeu uma ampla carta de clientes, como Correios, Sebrae Nacional, Secretaria de Saúde do Distrito Federal, Sicoob Confederação, Ministério da Saúde, entre outros. Entre 2015 e 2017, foi coordenadora da comunicação digital do Governo do Distrito Federal. Também ministra cursos e palestras na área.



Francisco Rezende

ANALISTA DE CONTEÚDO SÊNIOR

Formado em Jornalismo pela Universidade Federal de Goiás (UFG) e mestrando em Arquitetura, Cidade e Território na Universidade de Brasília (UnB), atua no mercado da comunicação há 15 anos. Como jornalista, foi editor-executivo do portal R7, onde também trabalhou como repórter, quando ganhou o Prêmio Paulo Octavio de Jornalismo e o Prêmio Sebrae de Jornalismo, em 2014 e 2013, respectivamente. Também atuou como assessor de comunicação da Procuradoria Federal Especializada junto ao Incra e foi apresentador e editor-chefe do Jornal das Seis, na



Rádio Universitária Goiânia 870 AM. Recentemente coordenou o time de comunicação digital da Secretaria de Saúde do DF, após ter atuado como coordenador sênior de conteúdo digital da Secretaria de Comunicação do Governo do Distrito Federal. Atualmente é analista sênior de conteúdo na Moringa.



Simara Borges

ANALISTA DE CONTEÚDO

Atua no mercado de comunicação há 12 anos. Como jornalista, foi colunista do portal Acontece Brasília por dois anos. Também atuou como produtora de conteúdo interno para a Embrapa/DF. Já atendeu clientes como Pier 21, ADPF, Bodytech e Claro.



Leonardo Rocha

ANALISTA DE CONTEÚDO

Graduado em Publicidade e Propaganda pela Faculdade Boa Viagem, possui mais de 10 anos de experiência no mercado de comunicação. Tem vivência como redator/copywriter em agências de publicidade e integrou equipes de marketing de empresas privadas.

PRODUÇÃO DE RÁDIO, TV, CINEMA, INTERNET E PRODUÇÃO GRÁFICA



Flávia Valadares

PRODUTORA DE RTV, ART BUYER
E PRODUÇÃO GRÁFICA

Formada em Direito pelo UniCEUB e produtora gráfica há 22 anos, passou pelas agências Atual Propaganda, Lowe Lintas e Lew'Lara\TBWA, nesta última como diretora de produção. Sempre trabalhou com grandes profissionais e clientes, como Banco do Brasil, Sebrae, Caixa Econômica Federal, PKS, Embratur, entre outros.



Faianne Landim

PRODUTORA RTV

Graduada em Publicidade e Propaganda no Centro Universitário e Faculdade Projeção. Atua há mais de 7 anos no mercado de Brasília com experiência em produção gráfica, RTVC, influencers, digital, licitações e projetos. Passou por agências como Propeg, Calia Y2, Digital Group e Moringa Digital. Durante a sua carreira atendeu: Caixa Econômica Federal, Caixa Seguradora, Secom, Ministério da Saúde, Ministério das Cidades, Correios, GDF, Coca Cola e Sabin,



Rodrigo Alexandre

DIRETOR DE UX / UI

Designer de sistemas e apps com mais de 10 anos de experiência, iniciou a carreira trabalhando como designer de Marketing Digital para Hello Kitty América Latina, Canal Fox e outros. Conhecedor de todas as etapas do fluxo da jornada do cliente e com experiência internacional, foi head de UX/UI Design Brasil e Latam e trabalhou para empresas como Leroy Merlin, Aeroporto LAP, Samsung, Nissan, Fiat, Volkswagen, Itaú, Banco do Brasil, 99, Vale, Abbott, AES, BNDES, Siemens e outras.



Julio Cesar Paranhos

ANALISTA DE UI

Há mais de 2 anos, Julio atua como UX/UI designer, fazendo diversos trabalhos de forma autônoma para diferentes empresas de Brasília, como Clínica Bellesence, StarLuz, Alupix, entre outras. Atualmente, foca na área de Experiência do Usuário com análise de pesquisas, jornadas, entrevistas, dinâmicas individuais ou de grupos e criação de design systems para uma comunicação eficiente entre UI design e front-end.



ADMINISTRATIVO / FINANCEIRO / CHECKING



Luiz Paulo Parente Filho

DIRETOR ADMINISTRATIVO/FINANCEIRO E COMPLIANCE

Bacharel em Administração de empresas, pós-graduado em Direito Empresarial e Finanças pela FGV e especializado em Compliance e Proteção de Dados, o diretor da Moringa atua com administração, finanças, contratos, compliance e recursos humanos há mais de 20 anos. Atuando na Holding L2 Participações, Luiz traz suas experiências e aplica de forma consolidada a gestão de processos e pessoas, contando com uma equipe multidisciplinar e gerindo a central de serviços para o grupo de empresas de ramos diversos. Seu forte é atuar e gerir todas as frentes de trabalho com presteza e lisura. Essas são competências que valorizamos e que fazem toda diferença para a administração da Moringa e do grupo.



Eduardo Sena

GERENTE FINANCEIRO

Bacharel em Relações Internacionais e graduando em Engenharia de Produção, possui experiências tanto no setor público quanto no setor privado, tendo trabalhado por pelo menos 5 anos com atividades administrativas de controle de recursos, meios de pagamento e rentabilidade e atuando há 2 anos meio com o controle da entrada e saída de recursos financeiros na Holding L2 Participações. Entre as atividades principais, está o fornecimento de apoio a decisões estratégicas financeiras do grupo, oferecendo um panorama geral da sustentabilidade financeira da empresa por meio do controle financeiro, contábil e fiscal das operações rotineiras do grupo.

ADMINISTRATIVO / FINANCEIRO / CHECKING



Izabel Ataíde

ADMINISTRATIVO, CHECKING E FATURAMENTO

Bacharel em Administração de Empresas com 14 anos de experiência na Administração Pública Federal nas áreas normativa, de planejamento, contratos e convênios. Atuando na Holding L2Participações, Izabel contribui na gestão de contratos, no setor administrativo e checking da Moringa há 3 anos, prezando pela eficiência e transparência na gestão empresarial para fazer cumprir as normas legais, políticas e diretrizes estabelecidas para a realização de negócios e atividades da empresa. Sempre atenta aos detalhes, Izabel também auxilia diretamente a diretoria nas questões administrativas que envolvem a documentação jurídica e fiscal do grupo.

SUBQUESITO III

Infraestructura

Instalações, infraestrutura e recursos materiais

// *Somos protagonistas da mudança e, em nosso processo de transformação, grandes ideias se tornam soluções integradas para o negócio dos nossos clientes."*

BRUNO LADEIRA, CEO

Antiga Webadvisor, a Moringa nasceu em 2002 como agência digital e evoluiu para uma agência com foco em resultados de negócios. Nossas raízes são tecnológicas e unimos isso à comunicação para desenvolver experiências inovadoras e gerar impacto positivo no mercado.

INSTALAÇÕES E INFRAESTRUTURA

Contando com dois escritórios físicos, sendo uma sede própria em Brasília, situada num prédio com 4 andares de mais de 1.000 m², e um escritório comercial em São Paulo, na Vila Olímpia, a Moringa se adaptou como poucos ao trabalho remoto. Fomos uma das primeiras agências a adotar o regime de home office. Antes mesmo de qualquer decreto governamental ser publicado, movimentamos toda a nossa operação, e os colaboradores, em menos de uma semana, estavam a pleno vapor no trabalho remoto.

Contudo, estamos preparados para a volta. Nossa sede possui a seguinte estrutura à disposição de nossos colaboradores e clientes:

Mais de 80 estações de trabalho equipadas com computadores com sistemas Windows e MacOS, de acordo com a necessidade;

8 salas de reunião equipadas com TVs, aparelhos de áudio e recursos de videoconferência;

Painel estilo VideoWall localizado em posição estratégica para melhor visualização de toda a agência, utilizado para monitoramento e acompanhamento de informações em tempo real de todos os projetos em andamento;

Data center próprio e contrato de nuvem Azure com alta disponibilidade, portabilidade e escalabilidade para hospedar aplicações próprias e dos clientes, com segurança e robustez para suportar altos volumes de acessos, sobretudo em ocasiões de campanhas publicitárias com forte investimento em mídia.

RECURSOS MATERIAIS

Falando em ferramentas, a Moringa possui o que há de mais moderno no mercado para atuação nas mais diversas frentes.

Criação e gestão

Google GSuite: aplicativos online do Google para produtividade. Dentro da ferramenta estão os apps Gmail, Documentos, Planilhas, Apresentações, Google Drive e Agenda.

Wrike: software de gestão de projetos que permite o controle de todas as operações, desde a chegada do cliente até o faturamento do projeto.

Basecamp: ferramenta de colaboração em projetos baseada em web. Aborda gerenciamento de projetos a partir de um ângulo completamente diferente: o enfoque na comunicação e na colaboração. Trabalha com uma variedade de aplicativos para iPhone, ERPs de terceiros, ferramentas de monitoramento de tempo, software de análise de design gráfico, widgets e muito mais. A conta Basecamp é protegida por senha e está a salvo de olhares indiscretos. Todos os planos incluem a segurança SSL Basecamp (mesmo sistema utilizado por bancos online).

Shutterstock: empresa global de tecnologia que criou o maior mercado de licenciamento de conteúdo para profissionais criativos, com imagens, vídeos e músicas, além de ferramentas que melhoram o processo criativo.

Figma: ferramenta que permite criar e gerenciar protótipos UX Web, desktops e colaboração entre a equipe.

Análise, monitoramento, gestão de mídia e redes sociais

V-tracker: principal ferramenta de monitoramento de canais sociais utilizada pela agência, permite coletar, interpretar e resumir dados que podem ser reunidos por meio de buscas pré-configuradas por contexto, como uma marca ou negócio, ou através de buscas rápidas que auxiliam a desenhar cenários para planejamento, por exemplo.

Fanpage Karma: oferece uma análise de desempenho extensa, com dados de engajamento, melhores horários para postar, dicas de frequência, tipos de melhor performance, influenciadores, entre outros. A ferramenta também exporta dados para planilhas do Excel, facilitando o cruzamento. Além disso, é possível acompanhar marcas concorrentes ou que são referência em determinado segmento, o que permite traçar cenários e quadros comparativos.

M.Labs: ferramenta de gestão de redes sociais em que é possível gerenciar várias mídias sociais na mesma plataforma. Além disso, oferece acesso a vários relatórios e gráficos dos resultados alcançados, que colaboram na tomada de decisões estratégicas.

Etus: ferramenta profissional que permite a gestão de redes sociais, com recursos como o agendamento de publicações, relatórios completos e SAC para Instagram, Facebook e Twitter, contribuindo para que nossos clientes possam ampliar suas presenças digitais e resultados nas redes sociais.

Análise, monitoramento, gestão de mídia e redes sociais

SimilarWeb: uma das principais ferramentas de análise da concorrência, utilizada para estudar sites, aplicativos ou plataformas. É versátil e fornece uma percepção precisa de qualquer site escolhido.

Semrush: uma das mais conceituadas ferramentas de mídia do mercado, conta com várias funcionalidades, como pesquisa de palavras-chave e análise de competidores e do seu posicionamento, o que permite traçar projeções de investimento e atuação de marketing digital.

Hootsuite: faz o acompanhamento de interações em canais proprietários das principais mídias, como Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, WordPress, entre outros. A ferramenta trabalha a partir de times de marketing, e diferentes pessoas podem gerir as contas colaborativamente.

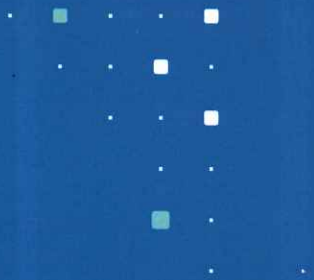
Google Keyword Planner: utilizada para o planejamento de campanhas, permite identificar as palavras-chave mais assertivas para determinado site. Permite estipular, ainda, um lance que posicione a marca melhor diante dos concorrentes no leilão das ferramentas de mídia, reduzindo custos de campanha.

Análise, monitoramento, gestão de mídia e redes sociais

Display Planner: permite planejar campanhas de anúncios da Rede de Display, oferecendo ideias de segmentação junto com estimativas de impressão e o histórico de custos para orientar o plano, sempre de acordo com interesses ou sites predeterminados na rede de parceiros do Google.

Para gestão, planejamento e execução de mídia digital, são utilizados MCCs do Google Ads e Facebook Ads, Google Analytics, Open Site Explorer, Semrush, Google Keyword Tool, Ubersuggest (ferramenta voltada para observar o mercado e as estratégias) e buscador de interesse para Facebook.

SUBQUESTITO IV



Sistemática de Atendimento

Sistemática de atendimento

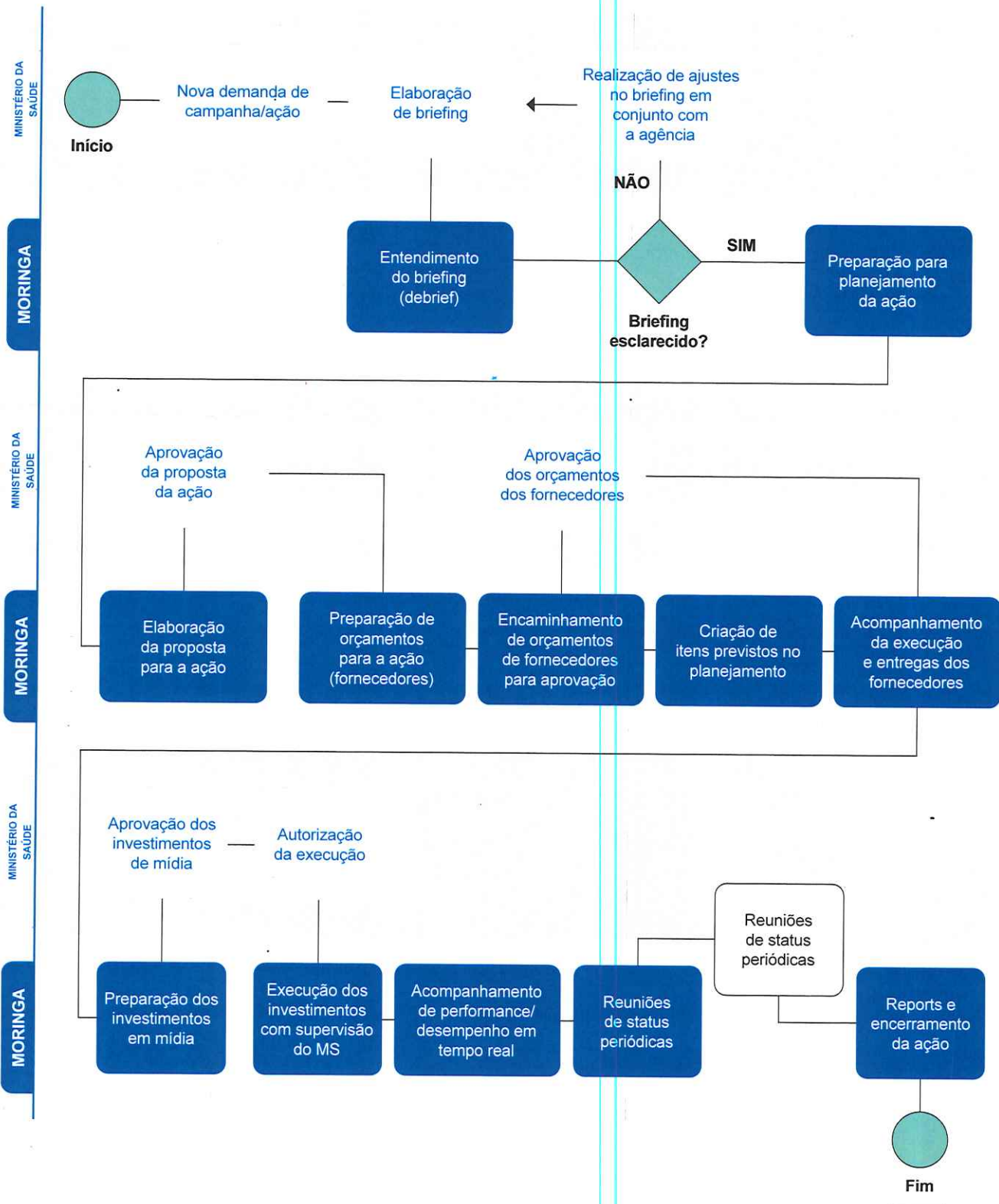
A filosofia de trabalho da Moringa busca sempre o equilíbrio e a igualdade entre os departamentos, fazendo com que as ações de comunicação sejam completamente integradas. O departamento de Atendimento é o que chamamos de hub ou catalisador da missão e dos valores da agência e dos anunciantes, pois nossa política e capacidade de atendimento estão fundamentadas em uma profunda integração com o negócio e com a realidade de cada um dos nossos clientes.

Diante dos desafios colocados no presente edital de concorrência, colocaremos à disposição do Ministério da Saúde uma estrutura multidisciplinar com plena capacidade para atender às diversas demandas propostas. Essa estrutura será composta por líderes dos departamentos de Atendimento, Projetos, Planejamento, Mídia, Criação e Produção – além de outras áreas que serão acionadas sob demanda, como Dados e Monitoramento e Tecnologia e Operações –, supervisionados pela diretora-geral e pelos sócios da agência em suas respectivas áreas de atuação.

Sistemática de atendimento

Entendemos que esse formato garante o maior envolvimento de diversos profissionais na conta, fazendo com que todas as áreas da agência tenham relevante grau de conhecimento, entendimento e compreensão dos problemas, das informações e dos trabalhos que serão propostos pelo Ministério da Saúde.

Para o atendimento da conta, a Moringa dispõe, sem ônus ao Ministério da Saúde, de ferramentas de inteligência, pesquisa e bancos de dados que ajudam na identificação e no desenvolvimento de estratégias e táticas de comunicação, com o objetivo de atingir as diversas necessidades do cliente.



AS OBRIGAÇÕES E CONDIÇÕES RELACIONAIS DO ATENDIMENTO AO MINISTÉRIO DA SAÚDE

Assistir permanentemente o cliente, orientando-o em todas as suas necessidades e ações de marketing e comunicação e levantando ou pesquisando dados de mercado e outros que permitam análise, planejamento e estudo por parte do cliente e da agência.

Ser responsável, junto às demais áreas da agência (Projetos, Planejamento, Criação, Mídia, Produção, Administração etc.), pelas solicitações, informações, necessidades e interesses do cliente.

Acompanhar e supervisionar a tramitação interna (na agência) desses interesses, solicitações, informações e necessidades.

Participar ativamente da elaboração dos trabalhos e na evolução interna dos assuntos de interesse do cliente.

Supervisionar e aprovar a escolha de terceiros (veículos e fornecedores), buscando sempre a melhor relação custo-benefício.

Juntamente com os representantes das demais áreas da agência (e, ocasionalmente, com os terceiros interessados), apresentar ao cliente o trabalho da agência e a seleção e/ou as propostas de veículos e fornecedores, assessorando-o no processo decisório.

Acompanhar e supervisionar as ações internas e externas de marketing e comunicação do cliente, apoiando, sempre que necessário, o pessoal do próprio cliente ou dos fornecedores contratados.

PRAZOS A SEREM CUMPRIDOS EM CONDIÇÕES NORMAIS DE TRABALHO

Criação de campanhas: até dez dias corridos para médio prazo e até 24 horas para casos emergenciais.

Anúncios esporádicos: até três dias corridos para médio prazo e até 24 horas para casos emergenciais.

Anúncios e demais materiais de oportunidade: até 24 horas ou menor prazo para casos emergenciais.

Planos de mídia: nos casos de campanhas, até cinco dias para médio prazo e em até dois dias para casos emergenciais.

Produção de filmes, spots e materiais impressos: a agência se compromete a executar as produções nos prazos de praxe do mercado e, de acordo com a urgência, necessidade e disponibilidade, a reduzir ao máximo esses prazos, a fim de atender às solicitações do cliente.

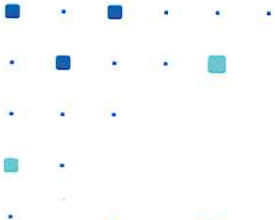
A agência se compromete também a negociar ao máximo com todos os fornecedores de produção de filmes, spots, fotos, gráficos, entre outros e com todos os veículos, a fim de rentabilizar todo e qualquer investimento que venha a ser feito e revertê-lo sempre em benefício do cliente.

Toda a verba será controlada e administrada pela área financeira, em suporte ao departamento de Atendimento da agência, que fará todo o processo do dia a dia junto à área operacional do Ministério da Saúde, para que haja sempre controle dos investimentos e respectivos saldos. Semanalmente, a área financeira da agência atualiza o relatório de investimento e saldo da verba, que pode ser disponibilizado a qualquer momento e quando o cliente julgar necessário. Assim, o controle fica disponível para todos os profissionais envolvidos no dia a dia da conta, sejam eles da agência ou mesmo do cliente.

SUBQUESTO V



Informações de Marketing e Comunicação

A decorative graphic consisting of a grid of dots in various shades of blue and teal, located in the upper left area of the page.

Informações de marketing e comunicação, pesquisas de audiência, auditoria de circulação e controle de mídia

Para atender nossos clientes com informações de marketing e comunicação, além de dados de audiência, pesquisas e circulação, colocamos à disposição as seguintes ferramentas e procedimentos, sem custos adicionais:

Target Group Index (TGI)

Permite, por meio de cruzamentos variáveis, entender o comportamento de um determinado grupo dentro de suas várias características possíveis. É usado para interpretar os hábitos de consumo de meios de comunicação de indivíduos que queremos impactar com as campanhas e pode dizer, por exemplo, se pessoas de determinada classe social ou faixa etária costumam consumir jornais impressos.

BR TG 2019 (2018 1s + 2018 2s) v1.0 - Pessoas				
Copyright TGI LATINA 2019				
Base: Brasília (DF)				
	Elements	Total	AS ABC 18+[1]	AB 25+
Total	Sample	1280	1012	477
	(000)	2334	1864	904
	vert%	100%	100%	100%
	horz%	100%	79,90%	38,70%
	Index	100,00	100,00	100,00
GSP - Folha de São Paulo	Sample	6	6	5
	(000)	11,3	11,3	10,3
	vert%	0,48%	0,61%	1,13%
	horz%	100%	100%	90,90%
	Index	100	125	235
.GRJ - O Globo	Sample	2	2	2
	(000)	2,07	2,07	2,07
	vert%	0,09%	0,11%	0,23%
	horz%	100%	100%	100%
	Index	100	125	258

Target Group Ratings Televisão

Permite aferição de audiências de televisão por emissora, faixa horária e/ou programa. As pesquisas também são utilizadas com um recorte de determinada praça e determinadas características de um grupo de pessoas. Além disso, faz simulação de estratégia tática do plano de mídia de televisão.

Emissoras	Live AS ABCDE 18+ Rat% (ponderada)
Globo	
JORNAL NACIONAL SS	15,04
NOVELA III SS	14,00
NOVO MUNDO APRES ESP	13,95
FUTEBOL QA	13,90
DF TV 2A EDICAO SS	13,84
JORNAL NACIONAL SB	13,70
DF TV 2A EDICAO SB	13,54
NOVELA III SB	12,96
NOVELA II SS	12,38
NOVELA II SB	11,15
BIG BROTHER BRASIL	11,04
PRONUNCIAMENTO	10,89
FANTASTICO	10,82
DF TV 1A EDICAO	10,20
NOVELA I SB	10,16
NOVELA I SS	9,66
JORNAL HOJE	9,46
FLASH PAND CORONAVIRUS VIVO NOT	8,58
GLOBO ESPORTE	8,27
SEGUE O JOGO	8,05

EasyMedia

Faz análise de audiência das emissoras de rádio de todas as praças auditadas nos serviços de AM e FM. Além da audiência absoluta e percentual, utilizamos a referência de afinidade do público-alvo com os veículos. As pesquisas também são utilizadas com um recorte de determinada praça e determinadas características de um grupo de pessoas.

DISTRITO FEDERAL DFE - JAN/2020 A MAR/2020 AS ABCDE 18+ 06 - 19 SEGUNDA A SEXTA			
Emissora	IA%	IA#	AFIN%
DFE - FM - TOTAL FM	11,08	244758,79	105,54
DFE - FM - CLUBE FM / 105 FM	1,52	33602,63	103,81
DFE - FM - *ATIVIDADE FM 107.1	1,26	27929,42	107,25
DFE - FM - *JOVEM PÂN FM	1,09	24089,17	102,62
DFE - FM - CBN	0,83	18334,64	109,83
DFE - FM - ANTENA 1	0,71	15628,5	110,85
DFE - FM - 102.7 RADIO JK FM	0,57	12625,63	93,41
DFE - FM - 104.1 METROPOLES FM	0,55	12077,03	104,71
DFE - AM - TOTAL AM	0,53	11699,77	112,76
DFE - FM - OUTRAS FM	0,48	10638,19	109,39
DFE - FM - BAND NEWS	0,43	9573,48	110,12
DFE - FM - MIX	0,43	9394,27	101,21
DFE - FM - *NOVA ALIANÇA	0,4	8739,48	106,78
DFE - FM - VERDE OLIVA	0,37	8170,52	111,92
DFE - FM - NOVA BRASIL FM	0,34	7459,39	111,93

IVC Brasil

Permite consulta de dados de circulação e tiragem de veículos de mídia impressa em suas versões tradicionais e digitais. Os valores são expostos de acordo com a circulação de cada título.

Comscore

Permite aferição de audiência e acessos aos portais, players de mídia, redes sociais e outros canais online. Também permite segmentar a busca por categoria de canal e por consumo de cada canal por um target específico através de uma combinação de variáveis.

Google Analytics

O Google Analytics é usado para rastrear a atividade de sites, como duração da sessão, páginas por sessão, taxa de rejeição e usuários, junto com as informações sobre a origem do tráfego. Ele pode ser integrado ao Google Ads, com o qual os usuários podem criar e revisar campanhas online rastreando a qualidade da página de destino e as conversões (metas).

Open Site Explorer

É uma ferramenta de link altamente precisa que permite que se verifique o perfil de backlink e a autoridade de domínio de qualquer site.

Semrush:

É uma ferramenta de SEO que faz pesquisa de palavras-chave, rastreia a estratégia de palavras-chave usada pelos concorrentes, executa auditoria de SEO em blogs, procura oportunidades de backlink e mais.

Google Keyword Tool

A ferramenta ajuda os usuários a identificar o que seu público-alvo está procurando no mecanismo de busca. Permite encontrar as palavras-chave mais adequadas para usar nas campanhas publicitárias e usa dados históricos para sugerir automaticamente palavras-chave que estejam intimamente relacionadas a determinado site.

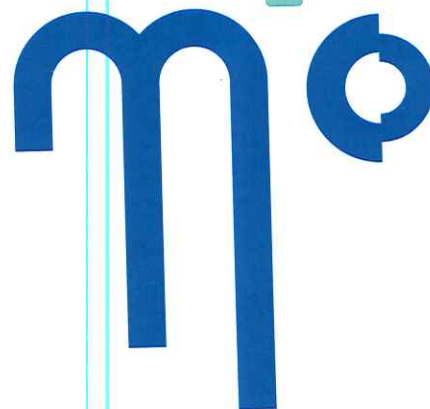
Ubersuggest

É uma ferramenta que permite fazer engenharia reversa de SEO, do marketing de conteúdo e da estratégia de mídias sociais dos seus principais competidores. Permite que sejam obtidas informações sobre as estratégias que estão dando mais certo em outros sites no seu nicho para que as estratégias possam ser aprimoradas.



Conclusão

Os valores em que a Moringa acredita são praticados em cada detalhe da agência. E foi justamente isso que conquistou algumas das marcas mais importantes do Brasil e do mundo. Em 20 anos de vida, a Moringa mudou muito, mas também ajudou cada um desses clientes a mudar para melhor.

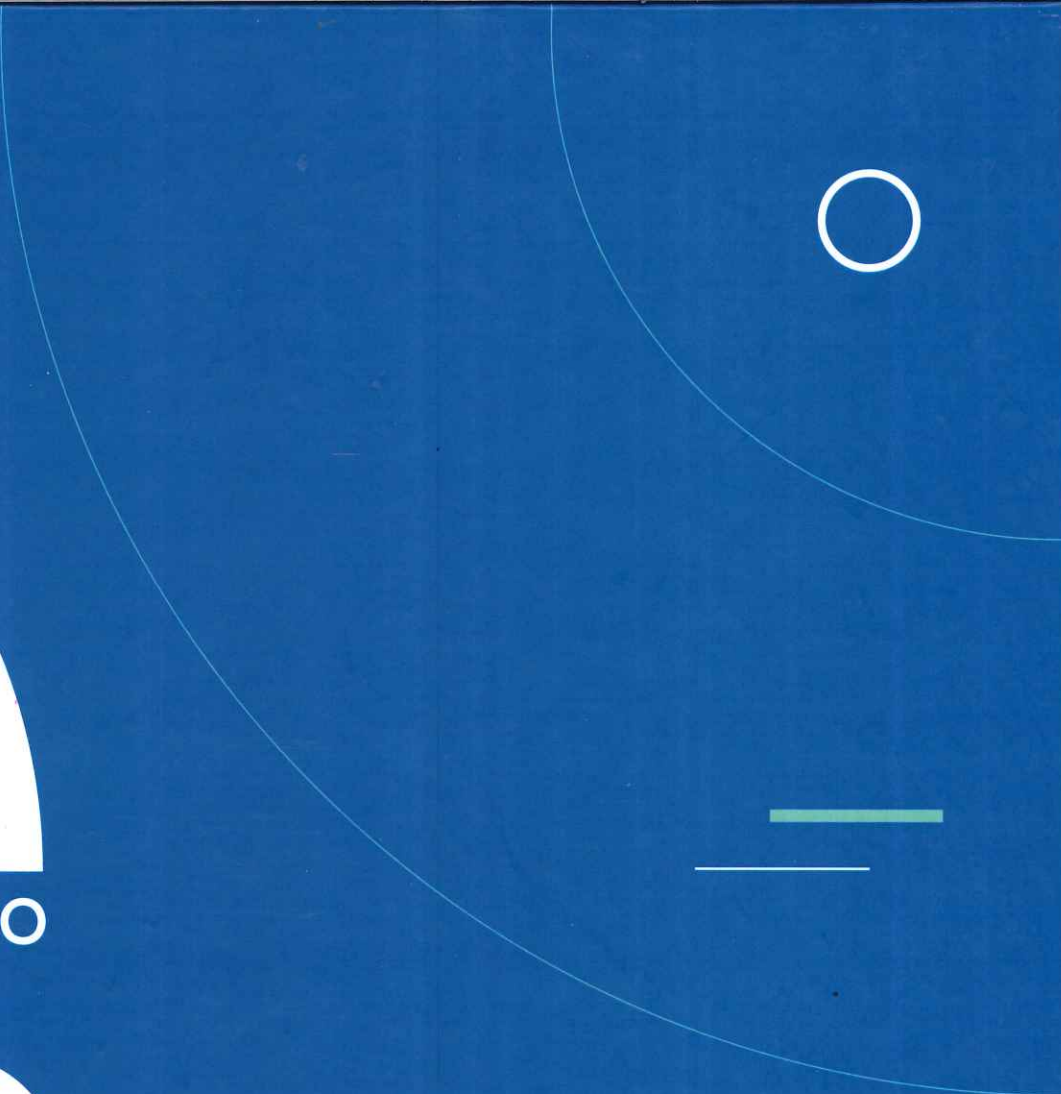


Esta página encerra o caderno da Capacidade de Atendimento da L2W3 Digital Ltda. (Moringa) para a concorrência número 015/2022 do Ministério da Saúde.

Brasília, 31 de março de 2022.

A large, stylized handwritten signature in blue ink, consisting of several sweeping, overlapping strokes.

Luiz Paulo Garcia Parente Filho
Representante Legal
L2W3 Digital Ltda.



QUESITO

3



Repertório



moringa

PEÇA 1: Filme “Somos Feitos de Valores”

Cliente: Sicoob Confederação. **CNPJ:** 04.891.850/0001-88

Data de Produção: setembro e outubro de 2019

Período de Veiculação: 2 meses (novembro e dezembro de 2019)

Onde foi exibido: TV Aberta e fechada – TV Globo

Peça anexa no CD

Problema que se dispôs a resolver:

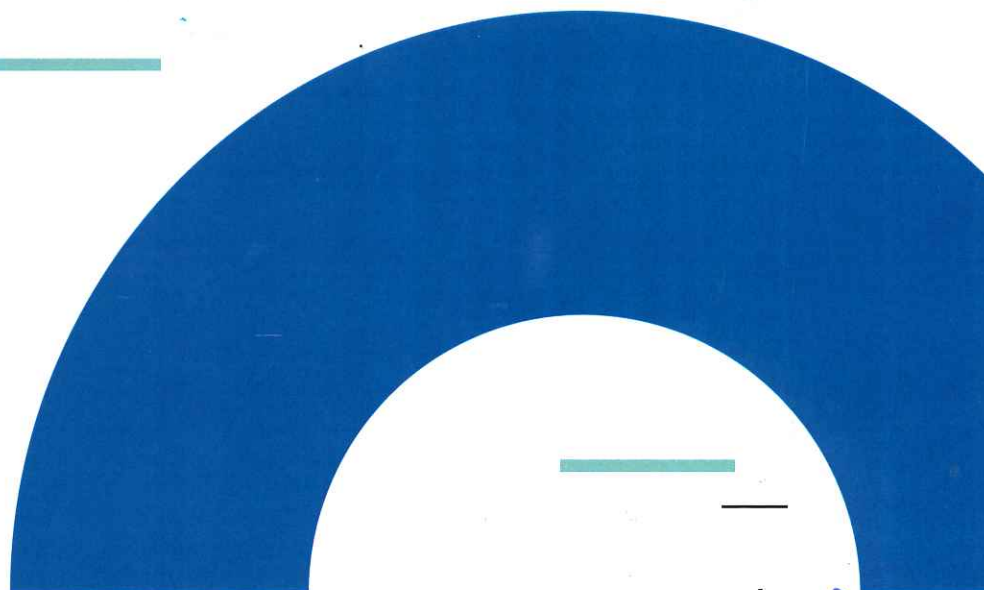
após profunda imersão do planejamento estratégico da Moringa, constatou-se que o Sicoob não é percebido como uma instituição financeira competitiva, sólida e eficiente se comparada aos demais players do segmento. Assim, foi necessário fazer uma ação capaz de mudar a percepção dos não clientes e reforçar a escolha dos clientes Sicoob.

Solução:

criação de uma campanha de posicionamento com alcance nacional, em que os valores e diferenciais do Sicoob fossem explicitados. O filme proposto deixa claros os propósitos da instituição e faz um convite à experimentação.

Resultados:

na TV aberta, foram **38 milhões de pessoas alcançadas**. Já na TV fechada, o vídeo foi visto 7.215.395 vezes por 5.038.347 pessoas diferentes.



PEÇA 1: Filme "Somos Feitos de Valores"



PEÇA 2: Site Peso do Seu Carro – Uber

Cliente: Uber. **CNPJ:** 17.895.646/0001-87

Data de Produção: outubro de 2017

Período de Veiculação: de novembro de 2017 a julho de 2018

Onde foi exibido: internet

Peça anexa no CD

Problema que se dispôs a resolver:

é possível abrir mão do carro próprio para usar soluções de mobilidade como a Uber? Para muitos, ter o carro ainda é sinônimo de sucesso. Esse era o ponto essencial da ação: confrontar as vantagens e desvantagens de se ter um veículo próprio nos tempos atuais.

Solução: por isso, pensamos um caminho informativo, digital, engajador e que tivesse sua mensagem multiplicada pelos próprios usuários. Mais que informação, a campanha da Moringa fez o

consumidor refletir. O site construído se tornou uma ferramenta poderosa para ajudar o consumidor a enxergar qual o real peso do seu carro em seu orçamento e tomar decisões acerca de suas necessidades de mobilidade.

Resultados: o site teve mais de **567 mil simulações finalizadas** (jornada do cálculo do peso do seu carro), **gerando mais de 216 mil promocodes** da ação. Além disso, foram **mais de 5 milhões de impressões** orgânicas com influenciadores.

PEÇA 2: Site Peso do Seu Carro – Uber



REPERTÓRIO



PEÇA 3: OOH Vai no Madero

Cliente: Madero. **CNPJ:** 13.783.221/0001-25

Data de Produção: agosto de 2021

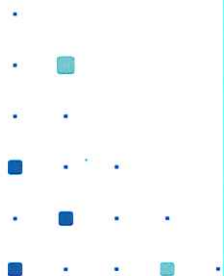
Período de Veiculação: setembro e outubro de 2021

Praça: Distrito Federal

Problema que se dispôs a resolver: o desafio era mostrar aos consumidores que o hambúrguer do Madero é o melhor do mundo e tem sabor de comida de verdade porque usa produtos orgânicos e de fabricação própria.

Solução: nosso objetivo era mostrar que o sabor de verdade está no Madero e despertar, nas pessoas impactadas, a vontade de comer um hambúrguer da rede. Por isso, foram espalhadas 100 faces, entre abrigos de ônibus e mobiliário urbano, em pontos estratégicos de Brasília, próximos aos restaurantes Madero.

Resultados: as peças foram veiculadas por três semanas consecutivas, e o impacto semanal estimado é de mais de 40 milhões de pessoas.



REPERTÓRIO



PEÇA 3: OOH Vai no Madero



PEÇA 4: Anúncio em jornal Portal de Compras Públicas

Cliente: Portal de Compras Públicas. **CNPJ:** 09.397.355/0001-30

Data de Produção: setembro de 2020

Período de Veiculação: setembro de 2020

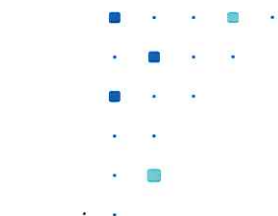
Onde foi exibido: Correio Braziliense

Problema que se dispôs a resolver:

divulgar o Portal de Compras Públicas, um ambiente 100% online criado para facilitar a aquisição de bens e serviços por processos de licitação. O portal tem espaço para crescer e aumentar sua capilaridade, com a inclusão de novos fornecedores, independentemente dos tipos de produtos e faturamentos, para que municípios brasileiros que precisam seguir o rito licitatório possam comprar produtos e serviços de forma ágil e transparente.

Solução: veiculação de um anúncio no principal jornal da capital federal, capaz de explicar a finalidade mercadológica do Portal de Compras Públicas e falar de maneira única com dois públicos: empreendedores e gestores públicos. O meio impresso continua sendo uma importante fonte de informação para os formadores de opinião.

Resultados: aumento de 30% nas visualizações da plataforma e 21,70% de novos cadastros.



REPERTÓRIO

PEÇA 4: Anúncio em jornal Portal de Compras Públicas



PEÇA 5: Site Amamenta DF Secretaria de Saúde do Distrito Federal

Cliente: Secretaria de Saúde do Distrito Federal (SES/DF). **CNPJ:** 00.394.700/0001-08

Data de Produção: maio a agosto de 2016

Período de Veiculação: setembro de 2016 a janeiro de 2017

Onde foi exibido: internet

Peça anexa no CD

Problema que se dispôs a resolver:

os desafios da SES-DF para atender as mães doadoras e as que precisavam de doação e melhorar a comunicação entre os bancos de leite e os bombeiros. Além disso, a peça também tinha como objetivo divulgar uma campanha de doação de leite de grande alcance.

Solução: para reinventar o processo de coleta, desenvolvemos um novo canal de atendimento a fim de facilitar e otimizar a logística para todos os públicos envolvidos. A solução encontrada foi a construção de um aplicativo de

fácil acesso e navegação simples para estreitar a relação entre os profissionais da SES-DF e os bancos de leite, além de proporcionar um melhor atendimento às demandas das mães doadoras e das que precisam de doação.

Resultados: na primeira semana, o alcance foi de **cerca de 100 mil pessoas**, com 13% de taxa de conversão em cadastros e mais de **sete mil atendimentos**. O número de cadastros de doadoras no Portal de Doação de Leite de Brasília dobrou. Mais de **17 mil litros de leite materno** foram coletados em 2017.



PEÇA 5: Site Amamenta DF Secretaria de Saúde do Distrito Federal



PEÇA 6: Filme Manifesto Prêmio Sebrae de Jornalismo

Cliente: Sebrae Nacional. **CNPJ:** 00.330.845/0001-45

Data de Produção: julho de 2020

Período de Veiculação: julho de 2020 até os dias atuais

Onde foi exibido: internet

Peça anexa no CD

Problema que se dispôs a resolver: o Prêmio Sebrae de Jornalismo (PSJ) é um concurso jornalístico instituído pelo Sebrae Nacional para premiar as melhores matérias veiculadas na imprensa brasileira sobre microempreendedores individuais e micro e pequenas empresas. Quando o Sebrae lançou o prêmio, em 2008, o objetivo era inserir os micro e pequenos negócios nas pautas e nas redações brasileiras. E a missão foi realizada com sucesso. Hoje já existem editorias e cadernos especializados em empreendedorismo.

Solução: nosso objetivo era reativar o prêmio nas redes sociais e trazê-lo novamente para o público depois de alguns anos de ausência. O vídeo demonstra, de forma rápida e agradável, a importância do prêmio para o meio e para os clientes do Sebrae.

Resultados: mesmo com um menor prazo de inscrições em comparação às edições anteriores, a 8ª edição do Prêmio Sebrae de Jornalismo superou a meta, com 1.143 trabalhos inscritos.



PEÇA 6: Filme Manifesto Prêmio Sebrae de Jornalismo



PEÇA 7: Spot Vai no Madero

Cliente: Madero. **CNPJ:** 13.783.221/0001-25

Data de Produção: 03 de setembro de 2021

Período de Veiculação: 08 de setembro a 07 de outubro de 2021

Onde foi exibido: Rádios JK FM e Mix FM

Peça anexa no CD

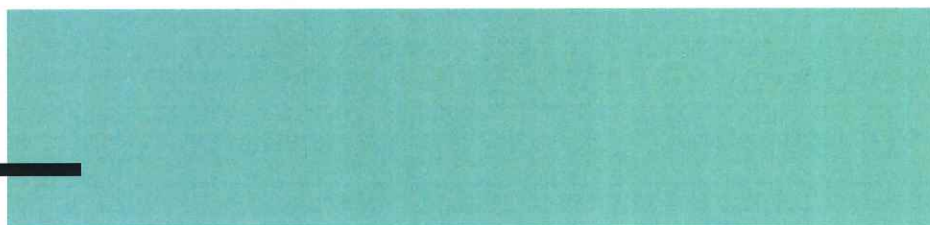
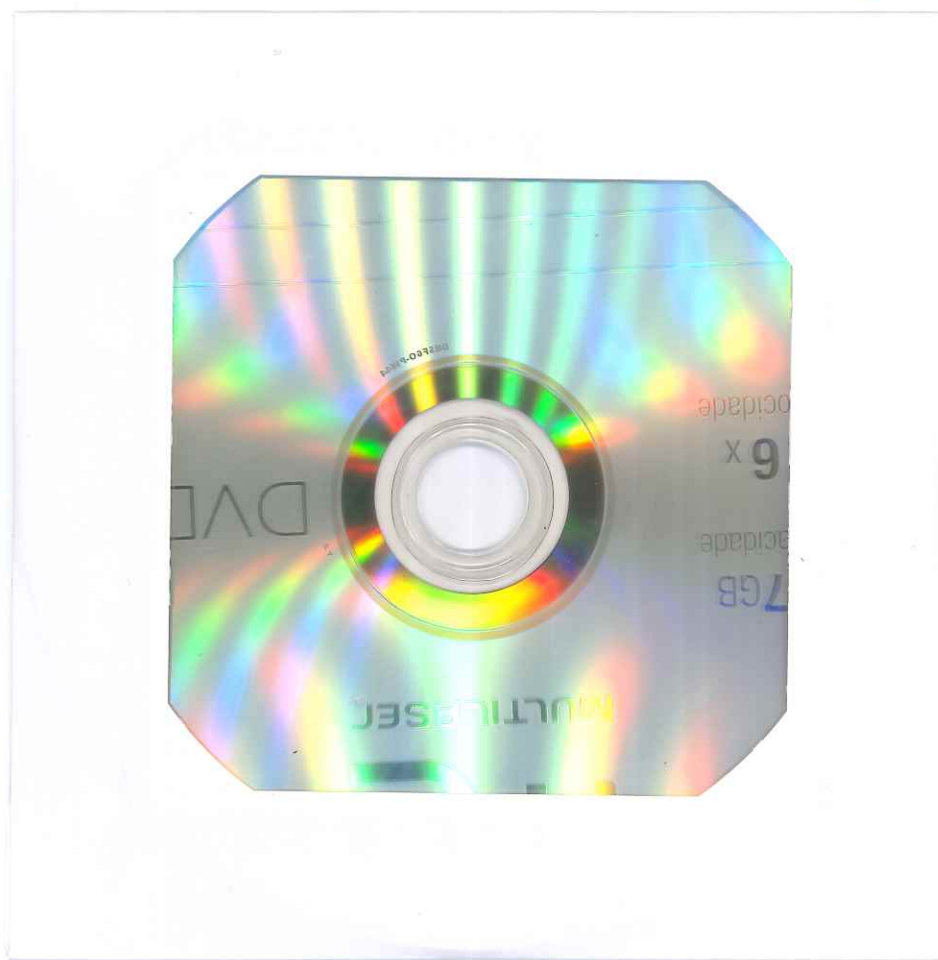
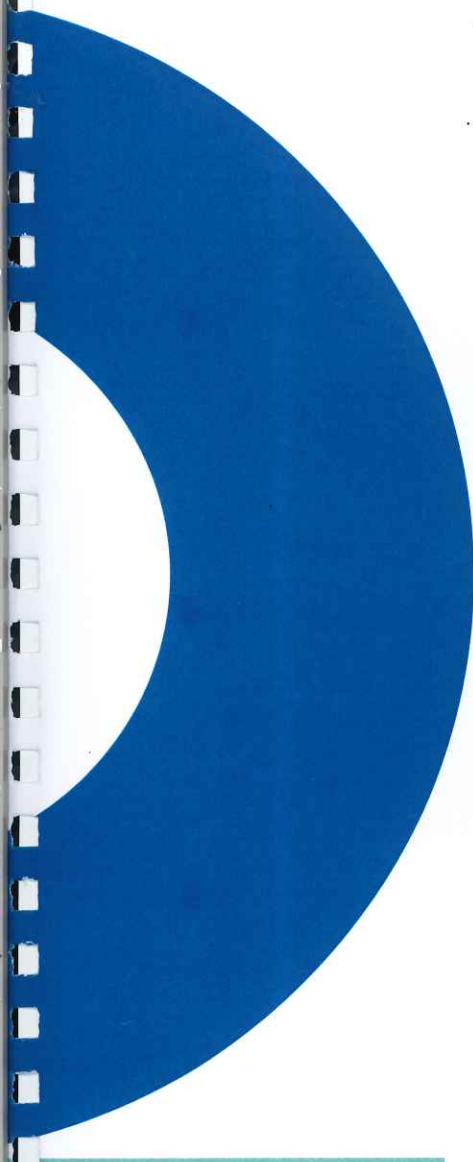
Problema que se dispôs a resolver:

o desafio era falar sobre os diferenciais que fazem do Madero ser considerado um ótimo restaurante pelos consumidores. Para isso, apresentamos argumentos como a boa comida, a qualidade dos ingredientes que compõem os pratos e receitas especiais do chef Junior Durski, como a maionese.

Solução: nosso objetivo era mostrar que sabor de verdade é no Madero, mostrando o pão incomparável, a comida de verdade e despertando nos consumidores a vontade de comer um produto da rede.

Resultados: utilizado em uma campanha com o objetivo de alcance local, o spot foi divulgado em duas rádios da praça Brasília, com o total de 300 inserções e uma audiência de, aproximadamente, mais de 27 mil pessoas por dia.

PEÇA 7: Spot Vai no Madero



PEÇA 8: Site Empreendedorismo Feminino – Sebrae

Cliente: Sebrae Nacional. **CNPJ:** 00.330.845/0001-45

Data de Produção: julho de 2020

Período de Veiculação: julho de 2020 até os dias atuais

Onde foi exibido: internet

Peça anexa no CD

Problema que se dispôs a resolver: mulheres lideram 50% dos novos empreendimentos no Brasil. Embora seja um número significativo, não existia uma comunicação específica para mulheres empreendedoras, nem para informá-las, nem para inspirá-las.

Solução: nosso time mergulhou no cerne da questão e criou um movimento para informar e inspirar, além de educar e assessorar mulheres empreendedoras em todo o país. O site Empreendedorismo Feminino é o ponto central dessa estratégia, pois é um hub de conteúdo e serviços oferecidos a esse público.

Resultados: o tempo de permanência no site é um grande destaque, superando a média de 3 min 41 s, com uma média de 1,51 páginas acessadas por visita. A taxa de conversão do site (acesso aos serviços oferecidos) é superior a 40%.

PEÇA 8: Site Empreendedorismo Feminino – Sebrae



PEÇA 9: Filme “Feitos de Amor” – Sicoob

Cliente: Sicoob Confederação. **CNPJ:** 04.891.850/0001-88

Data de Produção: maio de 2019

Período de Veiculação: 14 dias no mês de junho de 2019

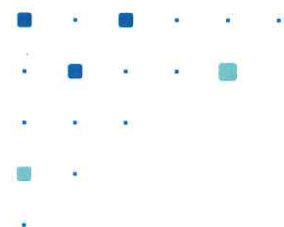
Onde foi exibido: YouTube

Peça anexa no CD

Problema que se dispôs a resolver: como uma instituição financeira pode ser relevante no Dia dos Namorados sem cair em clichês? Fazendo com que os seus embaixadores e apaixonados falem por ela.

Solução: utilizamos o amor que os cooperados têm pelo Sicoob a favor da marca em pleno Dia dos Namorados. A intenção foi fazer as pessoas acreditarem que era uma homenagem comum para a data e só no final revelar que foram declarações feitas por cooperados para o Sicoob. Dessa forma, reforçamos que o Sicoob é uma das instituições financeiras mais queridas do Brasil.

Resultados: 336.427 mil exibições de anúncios, sendo que um em cada cinco usuários assistiu a, pelo menos, 30 segundos do vídeo.



PEÇA 9: Filme “Feitos de Amor” – Sicoob



PEÇA 10: Filme “Em Conta” – Sebrae

Cliente: Sebrae Nacional. **CNPJ:** 00.330.845/0001-45

Data de Produção: junho de 2020

Período de Veiculação: julho de 2020

Onde foi exibido: canais oficiais do Sebrae - Facebook, LinkedIn, Instagram e Twitter

Peça anexa no CD

Problema que se dispôs a resolver: o Sebrae havia lançado um novo produto para auxiliar os donos de pequenos negócios, o EmConta, uma solução digital que ajuda o empreendedor a conhecer, comparar e encontrar as melhores soluções em serviços financeiros. Ele possui 3 serviços: Comparativo de Conta Bancária, Comparativo de Máquina de Cartão de Crédito e Comparativo do Serviço de Contador Online. 2020 foi marcado pelo início da pandemia de covid-19, e por isso, mais do que nunca, o momento era de auxiliar os micro e pequenos empreendedores a enxugar seus custos fixos. Assim, foi pensado um serviço de comparação, com o qual o empreendedor pudesse perceber na hora as diferenças de tarifas e qual se adequava melhor para o seu negócio.

Solução: fizemos um vídeo para as redes sociais com uma explicação breve, porém bastante direta, sobre os benefícios do EmConta. O vídeo foi publicado em todas as redes sociais do Sebrae (Instagram, Facebook, Twitter e LinkedIn) para atingir todos os diversos clientes da marca.

Resultados: foram mais de 24 mil visualizações e 14 mil reações ao vídeo no período de divulgação.

PEÇA 10: Filme “Em Conta” – Sebrae



Esta página encerra o caderno de Repertório da L2W3 Digital Ltda. (Moringa) para a concorrência número 015/2022 do Ministério da Saúde.

Brasília, 31 de março de 2022.

A large, stylized handwritten signature in blue ink is positioned above a horizontal line. The signature is composed of several sweeping, connected strokes.

Luiz Paulo Garcia Parente Filho
Representante Legal
L2W3 Digital Ltda.



QUESITO

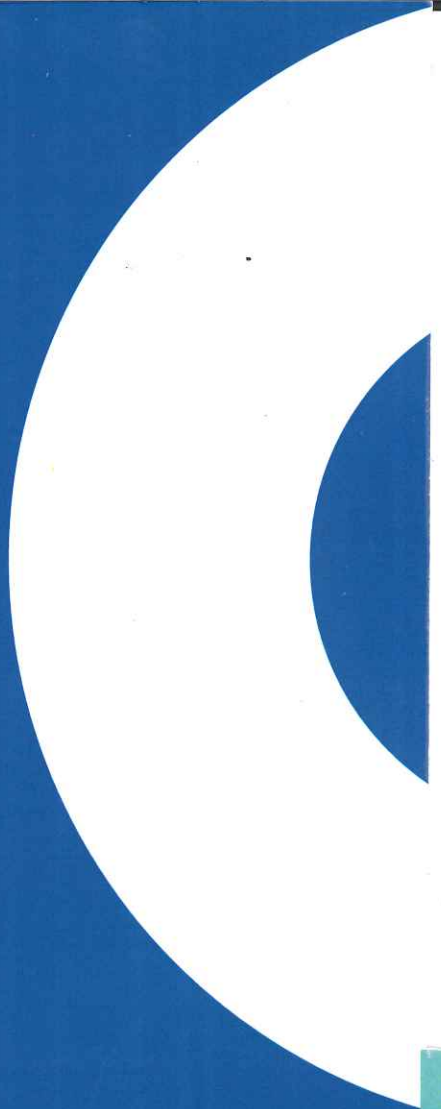
4



Relatos de Soluções
de Problemas
de Comunicação



moringa



RELATO 1

Relato 1

moringa

**MADERO. SABOR DE VERDADE****Cliente:** Madero**CNPJ:** 13.783.221/0001-25**Período de Implementação:** agosto a outubro de 2021**Valor da ação/projeto:** R\$ 423 mil**Público-alvo:** consumidores do Distrito Federal

O Grupo Madero existe desde 2005. É reconhecido pela qualidade da sua comida. Mas, quando o consumidor se delicia com um hamburger do Madero, nem passa pela sua cabeça o enorme processo que existe por trás de uma simples refeição. O Madero tem sistema de preparo único, logística eficiente e conceitos de sustentabilidade que são premiados internacionalmente.

A campanha “Madero. Sabor de verdade”, criada pela Moringa, nasceu com o objetivo de reposicionar a marca primeiramente do Distrito Federal, reforçando seus pontos fortes e especialmente revelando, para os consumidores, todo o processo de qualidade e eficiência que diferencia o Madero das demais redes de restaurantes e fast-food.

Para a criação de uma campanha que trouxesse uma mensagem verdadeira e conectada à realidade da história da marca, foi realizada uma grande pesquisa, que incluiu visita técnica à cozinha central em Ponta Grossa, no Paraná. Do local, saem 97% dos produtos comercializados nos 249 restaurantes Madero de todo o país. Durante a visita, as equipes de Atendimento, Planejamento e Criação da Moringa puderam ver de perto o cuidado com todos os ingredientes, utensílios, higiene e também com os mais de 8 mil funcionários que compõem o Grupo Madero.

Após a imersão, foi possível perceber que o Madero está muito longe de ser uma rede de fast-food, pois entrega comida de verdade, com ingredientes orgânicos e livres de conservantes, receitas assinadas pelo chef Junior Durski e técnica impecável de execução. Dessa forma, o conceito “Madero. Sabor de verdade” surgiu claro como o dia, apresentando-se como o melhor caminho devido à veracidade e à força da frase utilizada.

The logo for 'moringa' is displayed in a blue, lowercase sans-serif font. To the right of the text is a decorative graphic consisting of a grid of small squares, some of which are filled with a teal color.

As peças da campanha foram divididas entre “Pede Madero”, orientando o público a realizar pedidos via aplicativos de entrega, e “Vai no Madero”, convidando as pessoas a visitar um dos 6 restaurantes localizados no Distrito Federal.

A campanha criada e executada foi pautada em 2 pilares estratégicos: veiculação em espaços de mídia localizados próximos às 6 lojas do DF e segmentação de públicos por interesse e afinidade em assuntos como boa comida, qualidade, produtos orgânicos, entre outros. Para a materialização do conceito “sabor de verdade”, foi produzido um vídeo de 30”, com recursos de edição rápida e moderna, que mostra todo o universo que existe por trás de um sanduíche do Madero. A cada mordida, é possível sentir o cuidado com os alimentos e com o processo de preparo até chegar à mesa do consumidor. A cada mordida, é possível saborear uma comida de verdade. O filme foi veiculado no canal Madero Brasil, no YouTube, e teve mais de 86 mil visualizações. Além do filme, a campanha contou com diversas peças criativas especialmente idealizadas para os meios OOH, DOOH, como mobiliário urbano, painéis de LED, totens em shoppings da cidade, telas de elevador em prédios comerciais e telas nas estações do metrô. No meio digital, foram produzidos banners para grandes portais, branded contents exclusivos, vídeos e posts diversos para as redes sociais, sempre oferecendo produtos do Madero para diversos públicos segmentados por interesse e comportamento. Para facilitar e melhorar a experiência do usuário, a landing page vainomadero.com.br foi criada, apresentando o Madero ao público e direcionando as pessoas ao estabelecimento mais próximo.

RESULTADOS

Em 30 dias de veiculação da campanha, tivemos alcance de 2 milhões de brasileiros nas redes sociais, impactados pelo menos uma vez pela campanha. Ainda no digital, foram mais de 8 milhões de impressões no Google, Facebook e Instagram, com taxa de conversão média de 6,36%. No Call to Action "Pede Madero", tivemos o total de 1.800 novos downloads a um custo médio de R\$ 4,70 por app baixado.

REFERENDO

O **Madero**, CNPJ 13.783.221/0001-25, por intermédio deste, referenda o case **Campanha Vai no Madero**, apresentado para atendimento ao quesito **Relatos de Soluções de Comunicação**, registrando que os serviços foram desenvolvidos e implementados pela **L2W3 Digital Ltda (Moringa Digital)**, CNPJ 05.244.232/0001-09, durante a vigência do contrato, bem como atesta, para os devidos fins, a qualidade da prestação dos serviços e a veracidade dos fatos relatados.

Brasília/DF, 14 de março de 2022.

DocuSigned by:

Gabriela Barroso Pereira

PC248593C1FC413...

Gabriela Barroso Pereira

Analista jurídico
gabriela.pereira@restaurantemadero.com.br
(41) 9 9996-6688

DocuSigned by:

Rafael de Oliveira Mello

37B047212F3E419...

Rafael de Oliveira Mello

VP de Operações
rafael.mello@grupomadero.com.br
(41) 9 8839-9750

DocuSigned by:

Murillo Piloto Proença

0FPE34C7CFS4F0...

Murillo Piloto Proença

Diretor de T.I
murillo.proenca@grupomadero.com.br
(41) 9 8718-6847

DocuSigned by:

8C3EF7A9800B432...

Luiz Paulo Parente

Diretor Administrativo-Financeiro
luiz.parente@moringadigital.com.br
(61) 2195-6000

PEÇA 1

moringa

Nome:

Landing page Vai no Madero

Meio/Mídia:

Internet

Problema que se propôs a resolver:

Apresentar o vídeo institucional e mostrar ao público qual é o restaurante Madero mais próximo.



PEÇA 2

Nome:

Vídeo Madero - Sabor de Verdade

Meio/Mídia:

YouTube

Problema que se propôs a resolver:

Posicionamento institucional da marca. O vídeo busca apresentar, de maneira lúdica, toda a cadeia de produção por trás do hamburger do Madero — carro-chefe da empresa.

Dimensões/Formato:

Vídeo 30"



PEÇA 3

Nome:

Painel de LED Conic

Meio/Mídia:

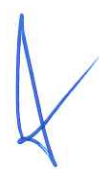
DOOH

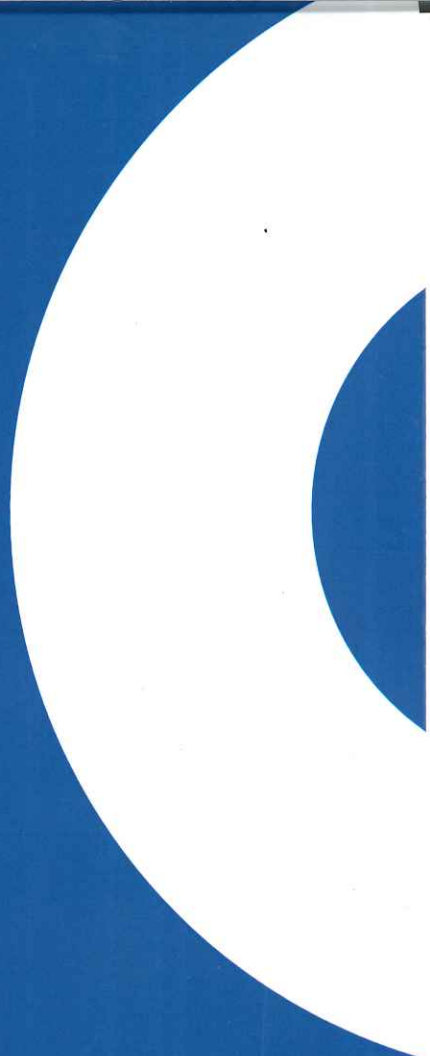
Problema que se propõe a resolver:

Exposição da marca e da campanha em local nobre da capital federal, com grande circulação de potenciais consumidores.

Dimensões/Formato:

Vídeo





Relato 2

RELATO 2



moringa

PORTAL DE COMPRAS PÚBLICAS

Cliente: Ecustomize Consultoria em Software S/A

CNPJ: 09.397.355/0001-30

Período de Implementação e Implantação: janeiro de 2017 até os dias atuais

Valor da ação/projeto: mais de R\$ 4,9 milhões

Público-alvo: gestores de compras públicas e empresas fornecedoras

Frequentemente, as licitações públicas viram notícia em todo o país. Muitas vezes, por motivos pouco nobres. O bom uso do dinheiro público é importante para todos: para os brasileiros, que se beneficiam com uma gestão mais eficiente; para os gestores públicos, que foram eleitos em prol do bem comum; e para os fornecedores, que podem de forma transparente fazer bons negócios com os governos.

Este é o papel do Portal de Compras Públicas: ser uma plataforma para unir os dois pontos da equação, empresas e municípios. O portal foi criado para facilitar processos de licitações, além de permitir mais segurança e transparência para gestores, empresários e população. Nesse contexto, no entanto, ainda havia um problema de percepção do público: o Portal de Compras Públicas nem sempre era associado a um ambiente também para empresas. Assim, foi necessário mostrar que a plataforma é a forma perfeita de unir quem precisa comprar e quem quer vender. E o melhor: tudo feito de maneira rápida, segura e transparente.



The logo for 'moringa' is displayed in a blue, lowercase, sans-serif font. To the right of the text is a decorative graphic consisting of a grid of small squares, some of which are colored in a lighter shade of blue.

Precisávamos atrair empresas para o portal. Isso pediu uma comunicação explicativa tanto para os empresários quanto para os municípios, afinal, os gestores também precisavam saber que cada vez mais empresas estavam dispostas a usar a plataforma.

Criamos, então, uma campanha com o conceito “Participe de licitações em todo o Brasil”, uma forma direta de mostrar o real benefício do Portal de Compras Públicas. Dividimos as peças em dois públicos: gestores e empresários. Para o primeiro, usamos o discurso da segurança, da facilidade e da transparência. Para o segundo, divulgamos as grandes oportunidades de negócio que a plataforma é capaz de oferecer.

Com um conceito único definido, particularizado em duas mensagens distintas e pertinentes aos públicos em questão, partimos para a escolha de meios. Para os gestores, focamos as mídias off-line. Para os empresários, usamos os meios digitais para levar a mensagem. A estratégia foi clara, inteligente e só poderia ter vindo de uma agência que conhece os mundos on e off-line como ninguém.

A campanha foi um sucesso e gerou negócios não só para o nosso cliente, mas também para os clientes do portal. A Moringa pensou antes de fazer, e por isso conseguiu ser assertiva, criativa e eficiente, qualidades que só uma agência que sempre procura o novo é capaz de ter.

RESULTADOS

Graças à visibilidade que tivemos com a campanha, o Portal de Compras Públicas conseguiu mostrar o tamanho do seu impacto social na geração de oportunidades e democratização de compras públicas ao ajudar municípios, entes públicos e iniciativa privada. Prova disso foi seu desempenho dentro do projeto BNDES garagem, em que o portal se classificou entre as 25 startups no Brasil com o maior potencial de impacto social. Além disso o Portal ficou em primeiro lugar no Startout Brasil 2021, sendo considerada a startup com maior potencial de internacionalização entre as demais 600 concorrentes, demonstrando a influência do portal na democratização de compras públicas, não só nacional como em potencial escala internacional. Outro feito importante foi a conquista da Prefeitura de São Paulo como um de seus clientes, pois o portal tem a oportunidade de publicar processos e operar, ajudando ainda mais os MPEs e todo o processo de compras públicas.

O aumento de fornecedores cadastrados foi significativo. Foram mais de 280 mil novas empresas dispostas a aproveitar as oportunidades de negócio. O número de usuários ativos também cresceu, atingindo mais de 15 mil, um claro sinal de que os gestores municipais também foram impactados pela campanha. E mais que isso: foram convertidos em usuários da plataforma.

Foram negociados mais de 1 milhão de itens em pregões com transações no montante de 61 bilhões de reais, gerando uma economia para os municípios de mais de 22 bilhões de reais.

O número de visualizações da página também cresceu significativamente durante a campanha, alcançando incríveis 3,2 milhões de page views exclusivamente na área pública do portal.

moringa

REFERENDO

A **ECUSTOMIZE Consultoria em Software S/A**, CNPJ 09.397.355/0001-30, por intermédio deste, referenda o case **Portal de Compras Públicas** apresentado para atendimento ao quesito **Relatos de Soluções de Comunicação**, registrando que os serviços foram desenvolvidos e implementados pela **L2W3 Digital Ltda (Moringa Digital)**, CNPJ 05.244.232/0001-09, durante a vigência do contrato, bem como atesta, para os devidos fins, a qualidade da prestação dos serviços e a veracidade dos fatos relatados.

Brasília/DF, 14 de março de 2022.

DocuSigned by:

Leonardo Cesar de Carvalho Ladeira

550507217F334FA...

Leonardo Ladeira

Diretor-Presidente

leonardo.ladeira@portaldecompraspublicas.com.br

(61) 9 8179-1704

DocuSigned by:

Luiz Paulo Parente

CC6FE03615C7427...

Luiz Paulo Parente

Diretor Administrativo-Financeiro

luiz.parente@moringadigital.com.br

(61) 2195-6000