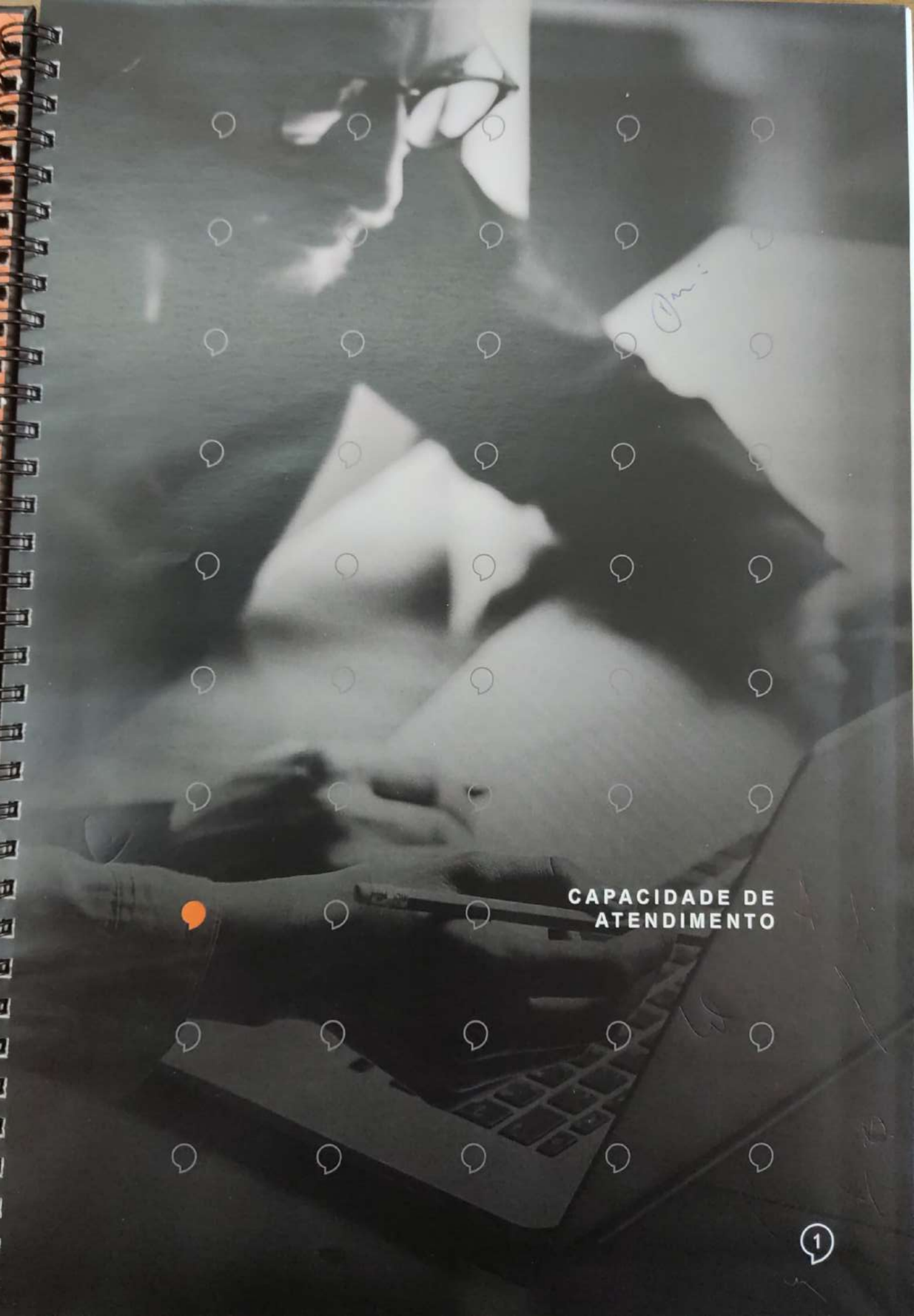
INVÓLUCRO Nº 3
PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO E RELATO DE SOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA - 07.895.771/0001-33
CONCORRÊNCIA: 001/2021/SECC

engenho de ideias

engenho de ideias


CAPACIDADE DE
ATENDIMENTO

ÍNDICE

Clientes *3*

Equipe *10*

Instalações, infraestrutura e recursos materiais *35*

Sistemática de atendimento *40*

Informações de marketing e comunicação *48*

CLIENTES
ATENDIDOS

CLIENTES

Desde seus primeiros anos de atuação, em meados de 2003, a Engenho de Ideias atendeu marcas de portes e segmentos variados, desenvolvendo uma relação estreita com clientes de diversas áreas.

A partir de 2008, passou a atender órgãos públicos e construir uma expertise que hoje a torna referência no mercado publicitário do Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

Atualmente, a agência atua prioritariamente com clientes do setor público, o que traduz o seu posicionamento: "De público a gente entende".

Em quase 20 anos de atuação, já teve como clientes indústrias, comércios varejistas, institutos, hospitais, serviços de água e saneamento, sindicatos, associações, entidades do Sistema S, conselhos de classe, Câmaras de Vereadores e Prefeituras, totalizando, apenas na esfera pública, 38 entidades atendidas.

CLIENTES ATENDIDOS NO RIO GRANDE DO SUL

Prefeitura Municipal de Venâncio Aires
Município com a 2ª maior produção de tabaco do Brasil.
Setor de atuação: Prefeitura.
Cliente desde julho de 2014.

Conselho Regional de Psicologia
Representa mais de 24 mil psicólogos.
Setor de atuação: Conselho profissional.
Cliente entre agosto de 2014 e agosto de 2019 e desde janeiro de 2020.

Conselho Regional de Farmácia
Há 60 anos defendendo a saúde gaúcha.
Setor de atuação: Conselho profissional.
Cliente desde maio de 2017.

Prefeitura Municipal de Garibaldi
Capital do Espumante e uma das maiores cidades da Serra Gaúcha.
Setor de atuação: Prefeitura.
Cliente desde setembro de 2018.

Câmara Municipal de Caxias do Sul
Poder Legislativo da maior cidade da serra gaúcha e segunda mais populosa do estado.
Setor de atuação: Câmara de Vereadores.
Cliente desde setembro de 2018.

Prefeitura Municipal de São Leopoldo
Cidade berço da colonização alemã no Brasil.
Setor de atuação: Prefeitura.
Cliente desde novembro de 2018.

SEMAE de São Leopoldo
Há 50 anos patrimônio da cidade.
Setor de atuação: Serviço Municipal de Águas e Saneamento Básico.
Cliente desde novembro de 2018.

Prefeitura Municipal de Lajeado
Capital do Vale do Taquari.
Setor de atuação: Prefeitura.
Cliente desde maio de 2019.

Câmara de Vereadores de Lajeado
A casa do povo de uma das cidades mais importantes do interior gaúcho.
Setor de atuação: Câmara de Vereadores.
Cliente desde maio de 2019.

Prefeitura Municipal de Bento Gonçalves
Capital Brasileira da Uva e do Vinho.
Setor de atuação: Prefeitura.
Cliente desde março de 2020.

Ministério Público Federal
Procuradoria da República
Órgão que atua em defesa da sociedade.
Setor de atuação: Direito público.
Cliente desde janeiro de 2021.

Associação Sul Brasileira das Indústrias de Produtos Suinos – ASBIPS
Está envolvida com a produção de 4,4 milhões de toneladas de produtos.
Setor de atuação: Entidade representativa.
Cliente desde novembro de 2021.

Serviço Social da Indústria - SESI
Espaço onde o conhecimento é valorizado.
Setor de atuação: Desenvolvimento profissional e social.
Cliente desde novembro de 2021.

Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI
Referência nacional no apoio à tecnologia e inovação em empresas industriais.
Setor de atuação: Desenvolvimento profissional e social.
Cliente desde novembro de 2021.

CLIENTES ATENDIDOS EM SANTA CATARINA

Instituto Federal de Santa Catarina - IFSC
Conta com 22 câmpus e milhares de alunos.
Setor de atuação: Educação.
Cliente entre abril de 2014 e abril de 2019 e desde novembro de 2020.

SEMASA de Itajaí
Serviço que promove o maior programa de saneamento do Vale do Itajaí.
Setor de atuação: Serviço Municipal de Águas e Saneamento Básico.
Cliente desde dezembro de 2017.

Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo - SESCOOP/SC
Metade da população catarinense é envolvida pelo cooperativismo.
Setor de atuação: Desenvolvimento profissional e social.
Cliente desde julho de 2018.

Prefeitura Municipal de Joinville Secretarias de Educação e de Agricultura e Meio Ambiente
Maior cidade de Santa Catarina.
Setor de atuação: Prefeitura.
Cliente desde julho de 2020.

Governo do Estado de Santa Catarina Fundação Catarinense de Esporte – Fesporte
Entidade que promove eventos esportivos e revelou importantes nomes do esporte.
Setor de atuação: Desporto e Lazer.
Cliente desde maio de 2021.

CÂMARA DE VEREADORES DE JOINVILLE

Câmara de Vereadores de Joinville
Poder Legislativo da cidade mais populosa de Santa Catarina.
Setor de atuação: Câmara de Vereadores.
Cliente desde fevereiro de 2022.

EQUIPE

PROFISSIONAIS

Para a execução do contrato, a Engenho de Ideias disponibilizará ao Governo do Estado do Paraná uma estrutura completa, composta por 23 profissionais com competências e habilidades necessárias para garantir uma entrega sempre plena e de qualidade.

Essa equipe tem formações multidisciplinares e atua sempre buscando soluções criativas, objetivas e que produzam resultados tangíveis para os clientes. Além disso, os profissionais compreendem a responsabilidade de atender órgãos públicos, conduzindo o trabalho com total respeito às verbas públicas, algo intrínseco ao DNA da Engenho de Ideias.

Para o completo atendimento às demandas, esses profissionais estão organizados em grandes áreas, que compreendem Relacionamento, Operação e Apoio.

THIAGO DALMAS AFFONSO

Diretor de Operações

- **Atribuições**
  Responsável pela direção de operações da agência, compreendendo os departamentos de Criação, Mídia, Produção e Presença Digital.

- **Formação**
  Graduação em Publicidade e Propaganda pela PUCRS (2004).

- **Experiência profissional**
  Com 21 anos de experiência, iniciou sua jornada como Diretor de Arte na PUCRS, desenvolvendo campanhas internas e estruturando o portal da universidade. Teve passagem pelo Detran-RS, onde desenvolveu campanhas internas e externas, assim como pela Vero Comunicação, criando para a Fundação Getúlio Vargas e Decision FGV. Atualmente, como Sócio-Diretor da Engenho de Ideias, atua com sólida experiência no desenvolvimento de campanhas publicitárias e de posicionamento para diversos clientes públicos nos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina. Possui expertise em produções fotográficas e de filmes publicitários, além de domínio avançado em processos licitatórios e rotinas operacionais de clientes públicos. Utilizando essa experiência, realiza um trabalho com o objetivo de posicionar a Engenho entre as principais empresas de publicidade e propaganda especializadas em clientes públicos no Brasil. Entre os principais clientes atendidos em sua trajetória, destacam-se hospitais, prefeituras, conselhos profissionais e câmaras de vereadores.

LUIZ RICARDO FELIX JAQUES

Diretor de Relacionamento

- **Atribuições**
  Responsável pela direção da área de relacionamento com os clientes e com o mercado, compreendendo todos os processos de atendimento e administrativos-financeiros. Participa e dirige o planejamento e as pautas estratégicas de todos os clientes da agência.

- **Formação**
  Graduação em Administração de Empresas pela PUCRS (2001). Cursou pós-graduação em Gestão Empresarial também pela PUCRS (2002).

- **Experiência profissional**
  Com 23 anos de experiência, iniciou sua trajetória na PUCRS, na Agência Experimental de Publicidade, dando suporte ao campo de estágio e no atendimento aos clientes internos da Universidade. Atua há 13 anos nos desafios da comunicação pública, posicionando a Engenho de Ideias como uma agência especializada em clientes públicos. Possui larga experiência em campanhas publicitárias e ações de comunicação institucionais para clientes do setor público. Com grande conhecimento das rotinas de clientes públicos, dos processos licitatórios e da legislação relacionada à prestação de serviços de publicidade para a administração pública, vem consolidando um reconhecimento e uma reputação de especialização, no atendimento a esse setor.

FELIPE LUÃ JACOBY ROCKENBACH

Gestor de Relacionamento

- **Atribuições**
  Atua como Gestor de Relacionamentos com clientes e mercado, o que envolve gerenciamento de projetos, análise de dados, concepção estratégica e gestão da equipe de atendimento.

- **Formação**
  Publicidade e Propaganda pela Uniritter/ RS (em andamento), Certificação em GoogleAnalytics e Marketing Research, além de aperfeiçoamento em áreas como estratégias de Social Media, compliance, comunicação pública, antropologia do consumo, coolhunting e cultura de rede. Também tem cursos de metodologias ágeis para gestão de projetos, Scrum Framework e PMBOK.

- **Experiência profissional**
  Com 8 anos de experiência, trabalhou como Assistente de Relações no setor de marketing da Calçados Bibi, executando aproximação entre a empresa e os clientes, e como Gestor de Contas na agência Jazz Comunicação, onde atendia clientes de diversos portes e segmentos. Planejou e coordenou a estratégia de comunicação do 2ª Frestas - Trienal de Artes de São Paulo (2017), evento internacional promovido pelo SESC/SP em Sorocaba/SP, e integrou o 2º Congresso de Comunicação Pública – Executivo e Legislativo (2019), promovido pelo IGAM/RS. Entre eventos e formações, participou do Black Sheep Project (2018), Evento Share e do 1º Tech Art Festival. Também desenvolveu projetos especiais no varejo e serviços para Hugo Beauty e Mostra Noivas. Está na Engenho desde 2016.

MAURÍCIO ZANELA

Atendimento

- **Atribuições**
  É responsável pela gestão e revisão de processos internos e pela gestão interna das pautas e fluxo de trabalho, sendo o elo entre os demais departamentos. Também atua diretamente no atendimento aos clientes da agência.

- **Formação**
  Graduação em Publicidade e Propaganda pela PUCRS (2003).

- **Experiência profissional**
  Com 17 anos de experiência, iniciou a carreira trabalhando na agência Experimental de Publicidade e Propaganda da PUCRS. Na área de Criação, trabalhou na Gold Comunicação e na própria Engenho de Ideias. Posteriormente, no ano de 2005, mudou-se para Balneário Camboriú/SC, onde trabalhou em eventos de moda, como o Balneário Fashion Show. Mais tarde, fundou a MacLaud Comunicação, passando a atuar tanto na área de Criação quanto na de Atendimento. De volta à Engenho de Ideias, passou a representar a agência no Litoral Norte de Santa Catarina e no Vale do Itajaí. Ao longo de sua jornada profissional atendeu clientes, como as construtoras Silva Packer, Orla, CLN, J. Knabben e N. Nitz, Prefeitura de Balneário Camboriú, IFSC, SEMASA de Itajaí, Prefeitura de Joinville e o SESCOOP/SC. Nesse período, adquiriu largo conhecimento sobre o funcionamento e as necessidades comunicacionais de órgãos públicos. Faz parte da equipe Engenho de Ideias desde 2017.

VIVIANA SILVA DE CARVALHO

Atendimento Digital

- **Atribuições**
  Gestão e monitoramento de pauta e de todas as demandas, bem como elaboração de briefings e apoio no atendimento aos clientes, com foco no digital.

- **Formação**
  Graduação em Marketing pela Fadergs, Porto Alegre/RS (2019).

- **Experiência profissional**
  Com 9 anos de experiência, iniciou como Assistente de Marketing na Infoar, atuando diretamente com e-commerce, criação e administração de site e atendimento aos clientes. Depois trabalhou na Trevisan Concept, como responsável pelo marketing, atendimento, peças gráficas, administração do site e redes sociais, criação de estampas, fotografias, envio para fornecedores, aprovação de produtos, participação em grandes feiras e projetos de estandes. Também trabalhou no Senac/RS como Atendimento Publicitário e intermediava todas as necessidades das escolas do estado. Ali, tinha como função coordenar o desenvolvimento de peças gráficas, materiais para redes sociais, eventos, faturamentos e grandes campanhas. Atendeu clientes como Infoar (E-continental e Web-continental), Trevisan Concept, Sistema Fecomércio - Senac e Sesc/RS. Faz parte da equipe Engenho de Ideias desde fevereiro de 2021 atendendo clientes como as Prefeituras de Venâncio Aires e Bento Gonçalves, as Câmaras de Vereadores de Caxias do Sul e de Lajeado, o Semae de São Leopoldo e o SESCOOP/SC.

LAÍSSA DE OLIVEIRA

Assistente de Atendimento

- **Atribuições**
  Gestão de pauta, acompanhamento do desempenho de equipe e auxílio na comunicação interna, além de envolvimento com as demandas dos clientes.

- **Formação**
  Graduação em Publicidade e Propaganda pela Uniritter (em conclusão) e cursos de qualificação na área de Comunicação, como Marketing de Conteúdo, Inbound Marketing e Copywriting.

- **Experiência profissional**
  Com 4 anos de experiência, iniciou sua jornada na comunicação no núcleo de Marketing da empresa WebGlobal atuando como Assistente e Analista de Marketing, organizando pautas, revisão de materiais e sendo responsável pelo endomarketing e apoio com o comercial no gerenciamento de leads. Já na Cia Zaffari, trabalhou como Assistente de Marketing pela AIRAZ Empreendimentos, cuidando da parte de conteúdo no Relacionamento com o Lojista da rede Bourbon Shopping, Moinhos Shopping e Porto Alegre CenterLar. Na Engenho de Ideias, apoia o atendimento a clientes como as Prefeituras de Venâncio Aires e Garibaldi, o Conselho Regional de Psicologia, a Prefeitura de Bento Gonçalves e o Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC), entre outros. Faz parte da equipe Engenho de Ideias desde fevereiro de 2021.

LUCAS MARQUES MUCCINI

Estudo e Planejamento

- **Atribuições**
  Pesquisa, análise, estudo, estratégia e planejamento de comunicação para os clientes. Atua diretamente no desenvolvimento de planos, relatórios e na preservação do propósito e conexão dos clientes com seus públicos, tendo envolvimento direto com o gerenciamento, análise e mensuração de dados.

- **Formação**
  Graduação em Publicidade e Propaganda pela ESPM SUL. Certificações em Google Fundamentos, Pesquisa do Google Adwords, Google Shopping, Google Adwords Celular, Google Analytics, Google Video, Google Display e Google Doubleclick Programmatic. Cursos em Decoding - Perestroika (Transformando dados em comportamento), Formando estrategistas – ESPM e Planejamento Campanha, análises e estratégia – Share.

- **Experiência profissional**
  Com 7 anos de experiência na área, exercendo o planejamento há 5 anos e muitas vezes também a função de mídia. Atuou na Agência Global e também integrou o time Red Bull BR, na BU SUL, como Assistente de Marketing, onde desenvolveu trabalhos analíticos com a criação de relatórios, planilhas, estratégias de comunicação para a marca, além de criar ações de mídia on-line e off-line. Como últimos trabalhos se destacam planejamentos para clientes como Philip Morris, Nestlé, UOL e PUCRS, além da criação de estratégias para mídias sociais. Faz parte da Engenho desde outubro de 2021.

SILVIO PILAU JUNIOR

Gestor de Operações

- **Atribuições**
  Atua na gestão de toda a área de Operação da agência. Trabalhou como Redator durante toda a carreira, também desenvolve conceitos para campanhas institucionais e roteiros.

- **Formação**
  Publicidade e Propaganda pela PUCRS (2005), curso de Teoria e Linguagem Cinematográfica, certificação em Marketing Digital pela Rock Content (2016) e curso Produção de Conteúdos Memoráveis pelo Viver de Blog (2016).

- **Experiência profissional**
  Com 18 anos de experiência, já atuou como redator por diversas agências de Porto Alegre. Durante sua trajetória, criou para diversos segmentos e clientes e conquistou prêmios, como bronze no Prêmio ABEMD 2010, com o case "Eu Indico Cyrela", bronze no 5º Fórum Mundial da Comunicação Social, com a campanha "Brinquedos", para o Instituto VER, e também foi eleito destaque do concurso Revelação Literária do Palco Habitasul na Feira do Livro, na categoria Contos. Também atua como crítico de cinema no portal Cineplayers, e já foi membro da ACCIRS – Associação dos Críticos de Cinema do Rio Grande do Sul. Como escritor, já participou de duas coletâneas de contos e publicou seu primeiro livro em 2016. É especialista em criar para o setor público e faz parte da equipe Engenho de Ideias desde novembro de 2017.

VANESSA ZORZANELLO CARDOSO

Diretora de Arte

- **Atribuições**
  Desenvolvimento de artes gráficas com conhecimentos e habilidades avançados em manipulação de imagens, animação de projetos audiovisuais, ilustração, diagramação, criação de campanhas e branding.

- **Formação**
  Formada no curso de Character Design pela escola ISC – Innovation Creative Space (2017) e no curso de Design Gráfico pela Universidade Feevale (em andamento).

- **Experiência profissional**
  Com 7 anos de experiência na área, começou sua trajetória como Arte-finalista, assumindo posteriormente o cargo de Diretora de Arte, função que desempenha até hoje. Trabalhou na Usina Comunicação Inteligente, de Gramado, na Abajur Propaganda e Inovação e na Visual Comunicação e Design. Criou e desenvolveu campanhas publicitárias para diversos segmentos de clientes, como Saúde no Copo e Bomber Speakers, materiais de endomarketing para o Hospital Mãe de Deus e peças para mídias on-line e off-line para o Natal Luz e Prefeitura de Gramado. Faz parte da equipe Engenho de Ideias desde abril de 2019, onde aprendeu as peculiaridades da comunicação voltada ao setor público.

CARLOS ALMI DA ROCHA FILHO

Diretor de Arte Digital

- **Atribuições**
  Desenvolvimento de identidade visual e artes gráficas com foco em mídias sociais e digitais.

- **Formação**
  Graduação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Ceará, Fortaleza/CE (2017).

- **Experiência profissional**
  Com 6 anos de experiência na área, iniciou sua trajetória como Diretor de Arte na Rastro Agência Jr, agência experimental da UFC. Depois, atuou como estagiário de Direção de Arte e Assistente de Produção para a coluna social Galeria, por Márcia Travessoni. Mais tarde, trabalhou na Advance Comunicação, como Diretor de Arte Júnior no setor de Mídias Sociais. Durante a graduação, foi bolsista do Programa de Educação Tutorial dos Cursos de Comunicação Social da UFC (PETCom - UFC), do Grupo de Pesquisa e Análise dos Discursos e das Práticas Publicitárias. Criou para clientes de diversos segmentos, como Farmácias Pague Menos, Abrafarma, Angola Cables, Guaraná Jesus, Magazine Liliani, Colégio e Faculdade Ari de Sá, Clínica Sim, Plano de Saúde São Camilo, Aplix Capital Group, Sapataria Nova, Comfort e Tijuca Alimentos.
  Ao longo da sua jornada profissional, conquistou o Prêmio de melhor Campanha Publicitária, no Expocom Nacional 2017, no 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Universidade Positivo – Curitiba/PR – 2017. Na Engenho desde fevereiro de 2021.

ANA JÚLIA PEREIRA CUNHA

Diretora de Arte

- **Atribuições**
  Desenvolvimento de identidade visual e artes gráficas com foco em mídias sociais e digitais.

- **Formação**
  Graduação em Publicidade e Propaganda pela Uni7 – Centro Universitário 7 de Setembro (2018), em Fortaleza/CE.

- **Experiência profissional**
  com 3 anos de experiência, iniciou a carreira com criação de ilustrações para estamparia, com sua própria marca de estampas personalizadas. Em seguida, foi estagiária de Direção de Arte e fotógrafa no setor de mídias sociais na empresa Nativity Produtos Naturais. Em 2018, ingressou na agência Advance, de Fortaleza, como Diretora de Arte para mídias digitais. Passou 3 anos na empresa, desenvolvendo artes e campanhas para empresas de segmentos e tamanhos variados, adquirindo grande habilidade em criações voltadas ao ambiente on-line. Na Advance, trabalhou para clientes como Farmácias Pague Menos, Shopping RioMar Fortaleza, Comfort, Sapataria Nova, Helbor, Angola Cables, Aplix e Toyota. Em paralelo ao trabalho na Advance, também atuou como freelancer na criação de peças para aplicativos, marcas de óleos essenciais e cursos de inglês, sempre com foco no digital. Faz parte da equipe Engenho de Ideias desde maio de 2021.

KAREN MELLO COLPES

Diretora de Arte

- **Atribuições**
  Desenvolvimento de artes gráficas com conhecimentos e habilidades avançadas em diagramação, manipulação de imagens, criação de campanhas e branding.

- **Formação**
  Mestre em Engenharia Mecânica pela UFRGS (2014) e especialista em Artes Visuais pelo SENAC RN (2011), é bacharela em Design pela UFCG – PB (2007). Participou de cursos como CoolHunting: Tendências de Comportamento e Consumo pelo Istituto Europeo di Design (2016), Design para um Mundo Complexo (2015) e Branding: Construção e Gerenciamento de Marcas (2015).

- **Experiência profissional**
  Atua há 14 anos na área e possui experiência em projeto de produto, design gráfico e fotografia. Já trabalhou no Setor de Comunicação e Marketing do Senac RN, no qual era responsável pela criação e gestão de todo o material gráfico de suas 11 unidades no estado. Passou também pelo e-commerce das Lojas Lebes, onde atuou na criação e aprovação de layout de páginas para web, além de participar do planejamento de marketing digital da loja virtual da empresa. Em 2017, lançou-se no mercado freelancer, trabalhando em várias agências gaúchas e em empresas do varejo, como Lojas Quero-Quero, Grupo Dimed (Panvel) e Grupo Lins Ferrão. Está na Engenho desde dezembro de 2021.

EMERSON PUHL SANTIN

Redator

- **Atribuições**
  Desenvolvimento de conceitos criativos, concepções estratégicas e textos para peças de mídia on-line e off-line, além de roteiros, jingles e spots.
  Também é revisor ortográfico e o líder de todos os trabalhos de conteúdo da agência.

- **Formação**
  Graduação em Publicidade e Propaganda pela UFRGS (2016) e Graduação em História da Arte pela UFRGS (em andamento). Para qualificar seu currículo, fez Design Gráfico e intercâmbio universitário em Portugal, fazendo disciplinas do curso de "Arte Multimédia" na Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa (2014), além de estudos de técnicas ligadas à fotografia e à escrita criativa.

- **Experiência profissional**
  Com 9 anos de experiência, iniciou sua trajetória como Redator Jr. na Propaganda Futebol Clube, em 2013, e logo em seguida começou a atuar como redator na Engenho de Ideias. Durante sua jornada, já criou para clientes de diversos segmentos, como Daísul, Restaurante Mão Santa, Força Sindical, Faculdades Monteiro Lobato e Nova Santa. Na Engenho de Ideias desde 2014, possui larga experiência em criar para clientes públicos, entendendo as necessidades de linguagem e o tom que deve ser adotado na comunicação para o setor.

CÍNTIA ROSANGELA A. DOS SANTOS

Redatora

- **Atribuições**
  Criação de campanhas publicitárias, desenvolvimento de conceitos criativos e de textos para peças de mídia on-line e off-line, além de roteiros, jingles e spots.

- **Formação**
  Graduação em Publicidade e Propaganda pela UNISINOS (2001). Cursos de qualificação, como Oficina de Roteiro para Cinema, Workshop Planejamento Estratégico, Fórum de Internet Corporativa (FIC) e Oficinas de Criação Literária Charles Kiefer, Luiz Antonio de Assis Brasil e Lélia Almeida.

- **Experiência profissional**
  Possui 20 anos de experiência em agências de publicidade e empresas de comunicação de Porto Alegre e região. Entre a longa lista de clientes para os quais criou, estão marcas de diferentes portes e segmentos, como UNISINOS, Refap SA., Trensurb, Firezzi Calçados, RBS TV, Bettanin, Tramontina, Lyon Peugeot e Citroën, Sindilat e Yara Fertilizantes. Recebeu duas vezes o Prêmio ANJ de Criação Publicitária (Região Sul). Também foi finalista do Prêmio Abril de Publicidade (Região Sul) e vencedora no concurso de poesias Lila Ripoll (2008). Possui publicações literárias em antologias, como "101 e 103 que contam" (2004 e 2006), "Brevíssimos" (2005) e "Histórias de Trabalho" (2006). Está na Engenho desde novembro de 2020.

ANDERSON RICARDO MARTINS

Arte-Finalista

- **Atribuições**
  Preparação e fechamento de arquivos para os meios impresso ou digital, além de ser o responsável pelo tratamento e manipulação de imagens das peças de campanhas.

- **Formação**
  Técnico em Informática com foco em Design Gráfico pelo Colégio Luterano Arthur Konrath (2004).

- **Experiência profissional**
  Com 16 anos de experiência, começou seu trabalho na Kromak Produções Fotográficas, onde se especializou em tratamento de imagens e ganhou vasta experiência com impressão e fechamento de arquivos para catálogos. Já no StudioME, focado em tratamento de imagens, trabalhou com anúncios e campanhas publicitárias. Como profissional independente, trabalhou por 8 anos diretamente com clientes, produtoras e fotógrafos de várias regiões do país. Em sua jornada, desenvolveu trabalhos para clientes de diversos segmentos, como Coca-Cola, Marisol, Lilica & Tigor, Teka, Brandili, Vrasalon, Tramontina, Brinox, Safira Joias, Shopping Total, Canoas Shopping, Lojas Renner, Youcom, Lojas Gang, Beagle, Espírito Santo, Hering, Dakota, Reebok, Morena Rosa, Zero Hora, Jornal do Almoço, Rossi, Café do Mercado, EPTC, Posto Sim, Nutrifrango, Hospital Moinhos de Vento, Colégio Anchieta, Uniritter, Univates, FSG, FAPA e SENAI. Está na Engenho de Ideias de abril de 2021.

CAMILA DA ROSA TRAVI

Produtora RTVC, Gráfica, de Internet e Comunicação Digital

- **Atribuições**
  Responsável por tudo o que envolva produção de peças e materiais e pela contratação de fornecedores terceirizados. Produção executiva, cotações, orçamentos, acompanhamentos de jobs e cronogramas de entrega de produção estão entre as suas atividades.

- **Formação**
  Graduação em Publicidade e Propaganda pela PUCRS. Possui cursos profissionalizantes em Adobe Illustrator, Photoshop e fotografia.

- **Experiência profissional**
  Com 10 anos de experiência em comunicação, já atuou como Produtora Gráfica e Eletrônica em algumas das maiores agências de publicidade de Porto Alegre, como Escala, Competence e Centro. Trabalhou também na agência Bonaparte, onde foi Gerente do projeto "Inside the Star", que consistia na implementação de um tour para o Grupo Heineken. Ainda foi Gerente de Projetos no estúdio de animação e ilustração Alopra, atendendo grandes clientes nacionais e internacionais. Entre os clientes atendidos ao longo da sua trajetória, estão empresas e órgãos como Banrisul, Gaston, Paquetá, Senac, Gang, Heineken, Hospital Moinhos de Vento, Prefeitura de Pelotas, Prefeitura de Canoas e Prefeitura de Porto Alegre. Está na Engenho de Ideias desde maio de 2021.

ANGELA MARIA SILVESTRE TSURUTA

Mídia

- **Atribuições**
  Planejamento estratégico de mídia on-line e off-line, com foco na rentabilidade aos negócios. Também é responsável por análise de pesquisas, comportamento do consumidor e pelo desenvolvimento de estratégias de marketing.

- **Formação**
  Graduação em Administração pela Universidade Estadual de Londrina e pós-graduação em Planejamento e Gerenciamento Estratégico, Comunicação e Marketing pela PUCPR. Cursos de atualização em Marketing Digital, como Google Ads e Partners.

- **Experiência profissional**
  Iniciou a carreira em 1999 na A3 Propaganda, em Londrina-PR, fixando-se como assistente de Mídia. Em 2005, passou a atuar na Exclam Comunicação como gerente de mídia. Em 2010, passou a atuar como Coordenadora de Marketing no Catuaí Shopping de Londrina, desenvolvendo e acompanhando campanhas. Depois, entre 2011 e 2020, foi Coordenadora de Mídia na Produto Propaganda, onde executava planejamento estratégico de mídia. Fez parte da equipe que implementou o varejo digital da General Motors no interior paulista e que montou o projeto de marketing digital, Google Shopping e E-commerce para a Rede Lojas Cybelar. Está na Engenho de Ideias desde abril de 2021.

PAULA MARTINS VARGAS

Mídia

- **Atribuições**
  Planejamento estratégico de mídias on-line e off-line. Análise e pesquisa de mercado e público.

- **Formação**
  Graduação em Publicidade e Propaganda, pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS (2001). Participação de cursos de atualização em Endomarketing, Gestão e Planejamento de Eventos, Grandes Investimentos Pessoais e Finanças & Negócios. Também possui cursos de Gestão de Mídias, Criação de Conteúdo e Social Media e Transformação Digital.

- **Experiência profissional**
  Possui mais de 20 anos de experiência tanto em agências quanto em veículos. Iniciou na área de Mídia como assistente na agência Anschau Propaganda, atendendo as prefeituras de São Leopoldo, São Vendelino e Morro Reuter. Nesse período, adquiriu grande experiência no desenvolvimento de planos de mídia para o setor público, o que se tornou um diferencial em sua carreira. Posteriormente, trabalhou na agência Meta Comunicação, de Novo Hamburgo/RS, onde ficou por 15 anos. Desempenhou inicialmente o papel de Mídia, mas depois assumiu a coordenação do setor. Na Meta, atendeu clientes como Unimed Vale do Sinos, Borrachas Tipler, Poá Alimentos, Comfortflex (Ramarim) e Grupo Editorial Sinos. Em 2021, passou a atuar no Núcleo 360 do Grupo Sinos, como coordenadora. Está na Engenho desde dezembro de 2021.

FABRÍCIA OLIVEIRA GRIFFANTE

Assistente de Mídia

- **Atribuições**
  Contato com veículos, emissão de pedidos de inserção, comprovação de veiculações (checking), elaboração de planos e apoio geral nas demandas relacionadas ao setor de Mídia da agência.

- **Formação**
  Graduanda em Marketing pela Unisinos. Tem formação em Consultoria e Coaching de Imagem pela escola francesa Ecole Supérieure de Relooking e graduação incompleta em Administração de Empresas pela Unilasalle, além de cursos de curta duração, como Estudo de Mercado pela FGV e Marketing Digital pela ENP.

- **Experiência profissional**
  Com mais de 10 anos de experiência na área comercial, já atuou em empresas do ramo de serviços bancários e financeiros, trabalhando dentro das agências do Santander. Nessas empresas, desempenhou atividades com foco em relacionamento com clientes, vendas de produtos financeiros e bancários e atendimento a clientes e funcionários de empresas com folha de pagamento no banco. Em 2019, iniciou uma transição de carreira, saindo da área financeira e empreendendo no ramo da moda, onde criou sua própria marca e teve início o seu contato com marketing estratégico, estudando o perfil de seus clientes, marketing digital e produção de conteúdo para suas redes sociais. Em 2021, decidiu aprofundar ainda mais seus conhecimentos na área e iniciou sua graduação em Marketing. Está na Engenho desde agosto de 2021.

LUÍSA RECHE

Assistente de Mídia

- **Atribuições**
  Auxílio no contato com veículos, checking de mídia e elaboração de planos junto aos outros profissionais do setor de Mídia da agência.

- **Formação**
  Cursando Administração com linha e formação em Marketing pela PUCRS.

- **Experiência profissional**
  Dispõe de ampla vontade e facilidade em aprender, sempre se empenhando em ampliar o conhecimento para além das suas capacidades pessoais e profissionais. Sempre se dedicou a aprender, fazendo mais de 100 horas em cursos on-line de aprendizado. Estudou por dois anos a língua espanhola, possui a certificação pela Cambridge University, nos exames KET, PET E FCE de língua inglesa, e a certificação em alemão no exame de proficiência Goethe-Zertifikat. Está na Engenho desde janeiro de 2022.

DENIS RIBEIRO LEITE

Analista Administrativo-Financeiro

- **Atribuições**
  Como Analista Administrativo-Financeiro, é responsável pela gestão de pessoas, controladoria, finanças e serviços de apoio. Atua de forma estratégica na gestão contábil da agência, através da sua experiência nas rotinas de faturamento e regulamentação tributária. Monitora e controla a execução dos contratos regidos pela Lei n° 12232/2010.

- **Formação**
  Graduação em Administração de Empresas pelo Centro Universitário Leonardo da Vinci e Gestão Empresarial pela Unieuropa Business School (em andamento).

- **Experiência profissional**
  Com 20 anos de experiência, trabalhou na Caixa Econômica Federal, no Conselho de Enfermagem do RS e no Sindicato Médico do RS, exercendo as funções de comprador, gerente de materiais, assistente de controladoria e analista financeiro, esta exercida há 18 anos. Em sua trajetória profissional, prestou consultoria em atendimento junto aos Conselhos Regionais de Enfermagem de São Paulo e de Minas Gerais, através dos serviços prestados ao COFEN, auxiliando na criação e na implantação do manual de padronização de atendimento ao cliente. Possui profundo conhecimento dos processos e rotinas financeiras dos órgãos públicos, além de larga experiência com as exigências contratuais e de faturamento. Faz parte da equipe Engenho de Ideias desde outubro de 2018.

DANIELA GONÇALVES DOS SANTOS

Assistente Administrativo-Financeiro

- **Atribuições**
  Responsável operacional nas atividades administrativas e financeiras, faturamento, controle e emissão de notas fiscais, conciliações, lançamentos bancários, compras de suprimentos e rotinas de recursos humanos. Atua também no desenvolvimento de processos junto ao Gestor Administrativo.

- **Formação**
  Graduação em Gestão Financeira pela Ftec IBGEN (2019) e MBA em Gestão Empresarial pela Unieuropa Business School (conclusão em dezembro de 2022).

- **Experiência profissional**
  Com 5 anos de experiência, iniciou sua jornada trabalhando na Joint Assessoria e Logística Internacional, como Auxiliar Administrativo-Financeira e Faturamento. Depois, estagiou na Cadiz Construções, na área administrativa. Também trabalhou na Profill Engenharia e Ambiente, onde realizou atividades como elaboração de contratos de prestações de serviços, conciliação de recebíveis, lançamentos no sistema interno, faturamento e suporte ao contas a pagar. Participou também do programa Portas Abertas, auxiliando alunos com dificuldades em Matemática. Na Engenho de Ideias desde agosto de 2018, desenvolveu profundo conhecimento dos processos e rotinas financeiras dos órgãos públicos.

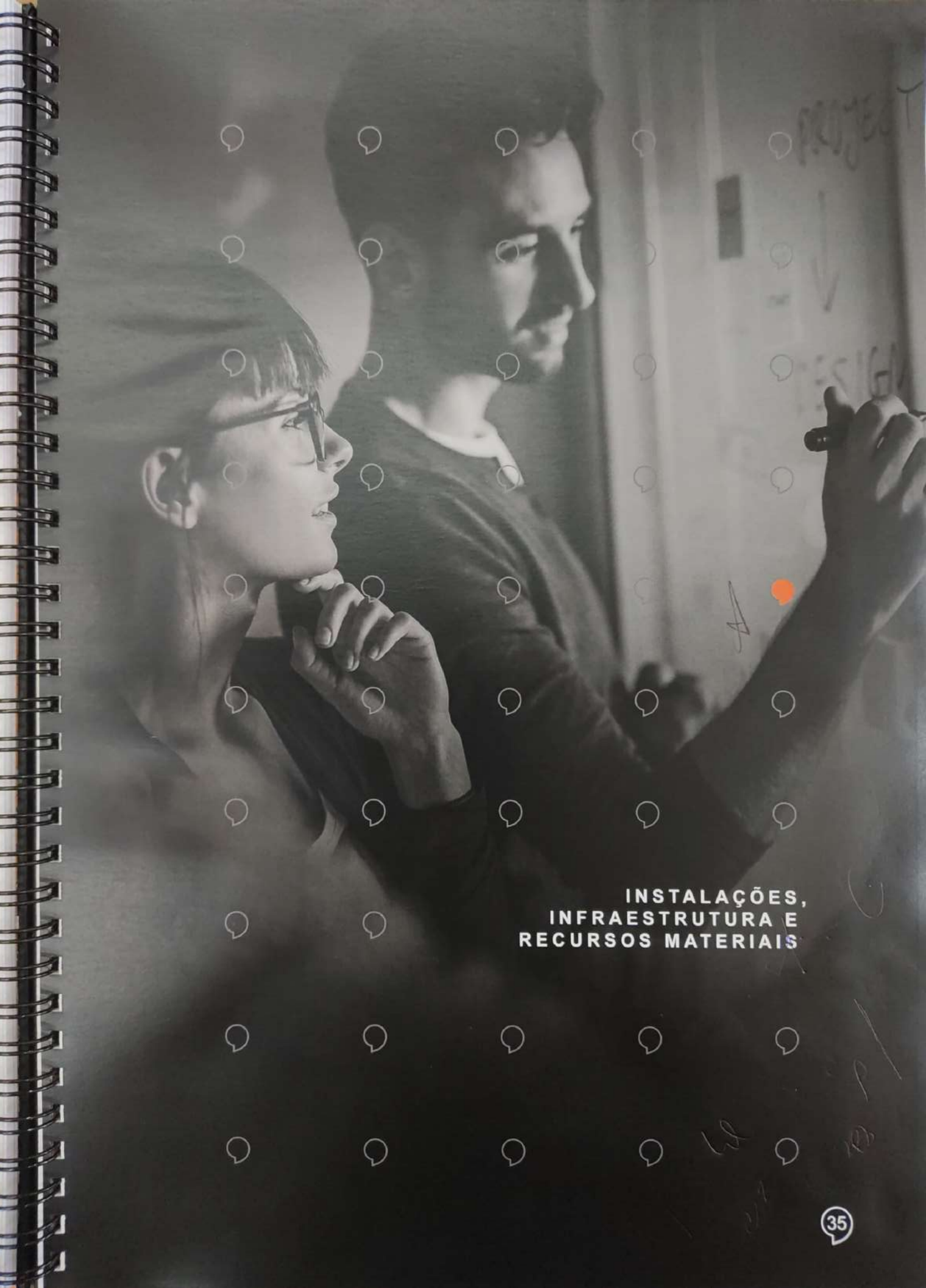
JOCIELE PRATES FONTOURA

Auxiliar Administrativo-Financeiro

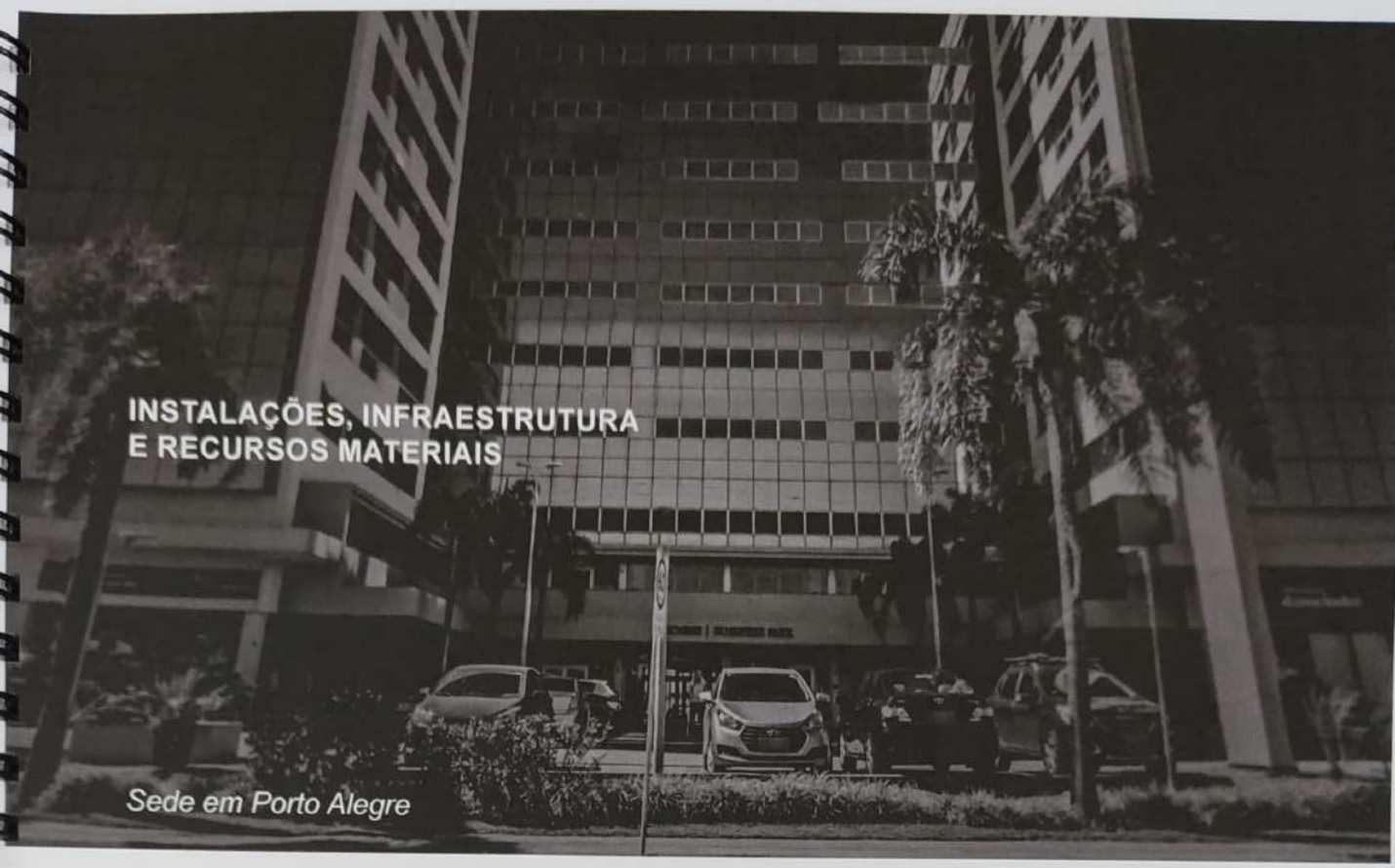
- **Atribuições**
  Acompanha e emite relatórios, responsável pelos lançamentos e organização dos documentos relacionados ao faturamento, confere protocolos e pedidos de inserções, mantém o controle do recebimento e entrega de documentos dos veículos e clientes.

- **Formação**
  Técnico em Administração na EMEB Dr. Liberato Salzano Vieira da Cunha.

- **Experiência profissional**
  Trabalhou na S. B. Cruz & Cia Ltda. exercendo as funções de atendimento ao cliente e funções do setor fiscal tributário e societário, tendo as principais atividades: gestão de Notas Fiscais, controle do recebimento e escrita fiscal, conferência da documentação fiscal, atualização constante, apuração de tributos, auxílio na classificação fiscal de novos produtos, cumprimento das obrigações tributárias acessórias, manutenção de documentos societários dos clientes, como abertura, alteração e encerramento de empresas. Além de elaboração de pesquisas de situação cadastral em órgãos públicos, regularização da situação tributária e obter certidões junto aos órgãos expedidores. Trabalha na Engenho de Ideias desde novembro de 2021.



INSTALAÇÕES, INFRAESTRUTURA E RECURSOS MATERIAIS



INSTALAÇÕES, INFRAESTRUTURA E RECURSOS MATERIAIS

Sede em Porto Alegre

A Engenho de Ideias tem sua sede localizada na Avenida Ipiranga, 7464, em Porto Alegre/RS, e possui um amplo espaço dentro do Edifício Rossi Business Park, um prédio comercial de salas e conjuntos corporativos com toda a infraestrutura de salas de reunião, auditório, espaço relax e segurança para frequentadores e visitantes.

Conta com duas filiais com estrutura completa para atendimento. Uma em Balneário Camboriú/SC, que tem como objetivo atender às demandas dos clientes da região Vale do Itajaí e Grande Florianópolis, e outra em Caxias do Sul, para atendimento dos clientes da Serra Gaúcha.

Devido ao foco no atendimento de contas públicas, a Engenho de Ideias mantém a qualificação adequada e constante da equipe a respeito dos aspectos legais e normativos, destacando a lei para licitação e contratação pela administração pública – Lei 12.232/10 –, a Lei Eleitoral e a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Além disso, a agência possui um Termo de Confidencialidade e Sigilo junto a todos os profissionais fixos ou temporários, o que fornece mais segurança e evita o compartilhamento de dados e informações a respeito dos clientes e dos trabalhos desenvolvidos.

Rede lógica e estrutura de segurança

Sempre em sincronia com a evolução tecnológica, a agência dispõe de 26 estações de trabalho de alta performance nas plataformas Windows e macOS e dos principais programas de edição gráfica, tratamento e manipulação de imagens, editoração e gestão web ligados em uma rede lógica, segura e prática, equipada com diversas ferramentas como firewall, servidor, antivírus, antispyware, antispam, filtragem de conteúdo e detecção de intrusão que asseguram aos colaboradores o acesso remoto aos arquivos utilizados em suas tarefas diárias.

Possui uma central de servidores, com sistema de criptografia e espelhamento contínuo em rede, o Google Drive G Suite,

que armazena os arquivos em nuvens, ou seja, caso falte energia, problemas de internet, todos os dados podem ser acessados de forma rápida e precisa de qualquer computador, em qualquer lugar do mundo.

Sistema de comunicação

A Engenho conta com uma central telefônica com linhas Voip, o que permite uma telefonia automatizada, com vários números configurados em todos os dispositivos. A comunicação via e-mail é toda através dos servidores Google e a agência tem ainda a sua comunicação interna através do sistema Hangout e WhatsApp, além das plataformas Meeting (Google) e Zoom para as videoconferências.

Impressão, produção e apresentação

Conta com os seguintes equipamentos para impressão, produção e apresentação:

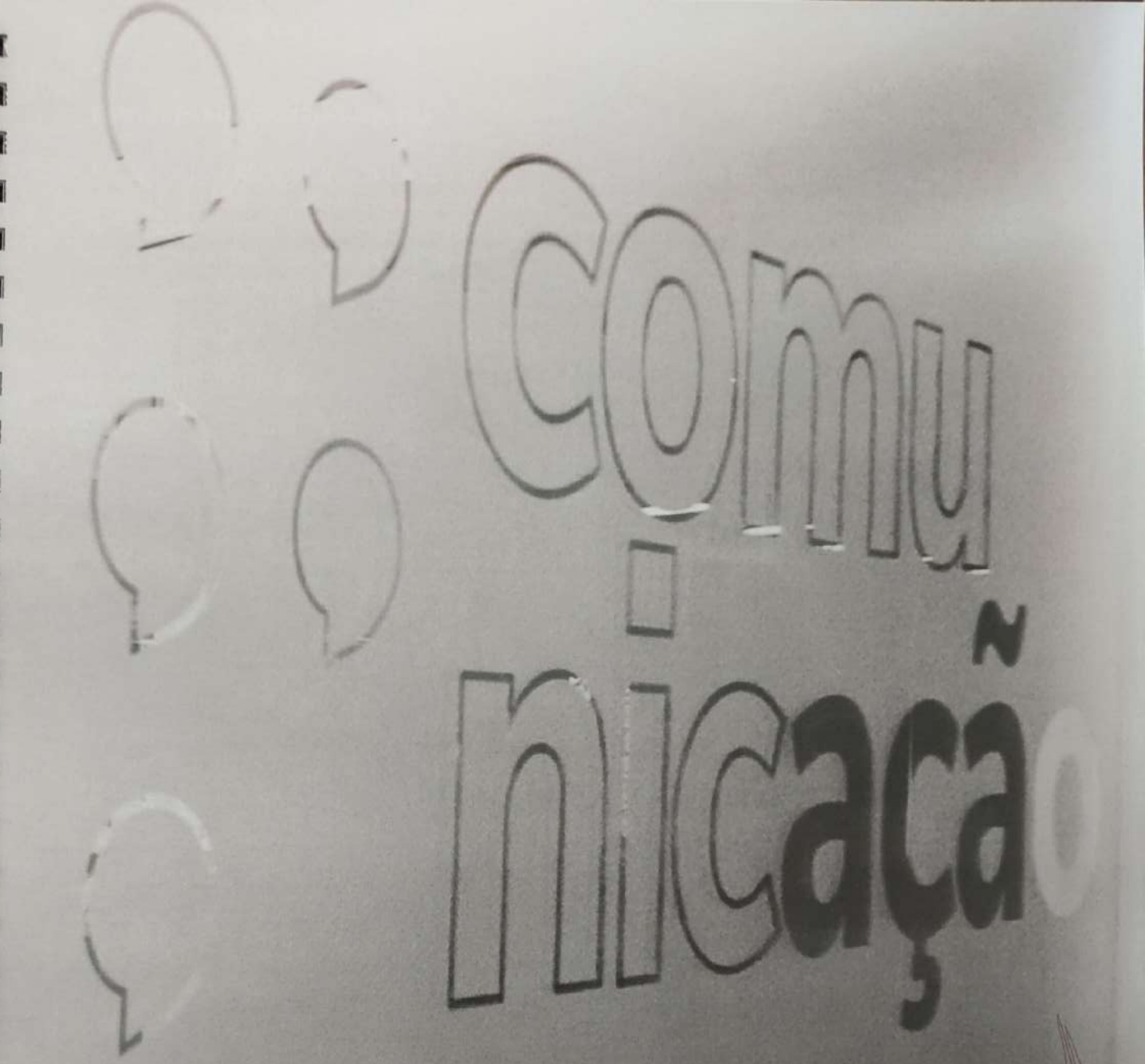
- Impressora multifuncional colorida Epson WFC869R
- Impressora a laser P&B
- Equipamento fotográfico Nikon com conjunto de lentes 50 a 300mm, flashes fixos e remotos e acessórios
- Câmeras GoPro Hero 5 e Hero 6
- 1 televisão LG 50 polegadas

Suporte

A agência opera com o apoio de uma empresa e de profissionais de TI para necessidades ligadas a equipamentos e à rede lógica.

Conta ainda com o suporte externo de empresas de coletas/entregas sempre à disposição para atender as demandas da agência.

Para a realização de serviços especializados, como produções fotográficas, ilustrações, produções de áudio e vídeo, programação web, entre outros, a Engenho de Ideias conta com uma rede de fornecedores plenamente capacitados e qualificados e que operam através das melhores práticas do mercado. A cotação dos serviços é direcionada a determinadas empresas através da análise das especificações e da complexidade de cada demanda, buscando sempre a melhor relação custo-benefício para o cliente. Preferencialmente, as contratações são realizadas junto a fornecedores que atuam na região do cliente.



Investimento em estrutura e trabalho remoto

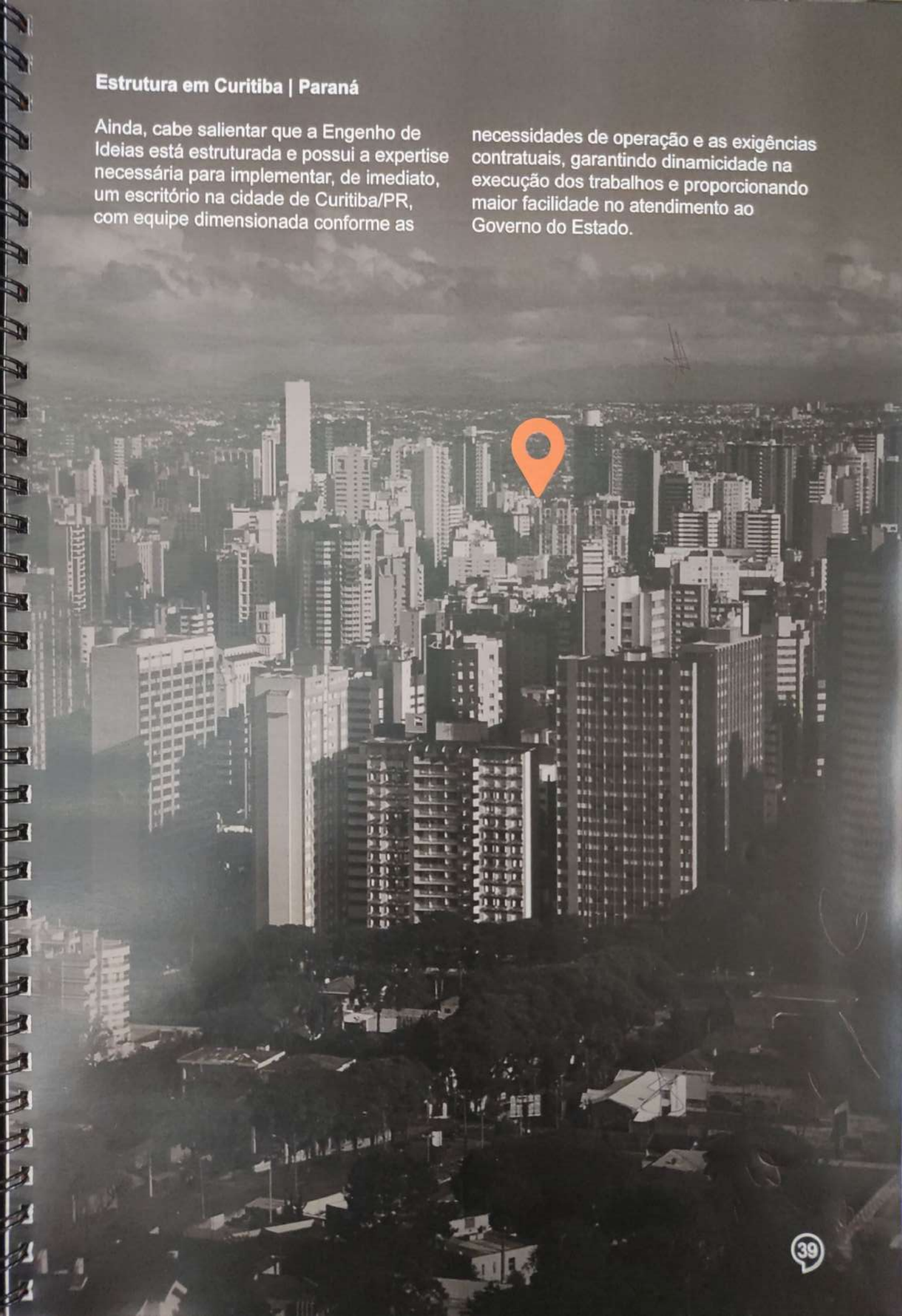
Como parte de um projeto de expansão, a agência possui espaço para, imediatamente, alocar novos profissionais para apoiar o atendimento aos novos clientes da agência.

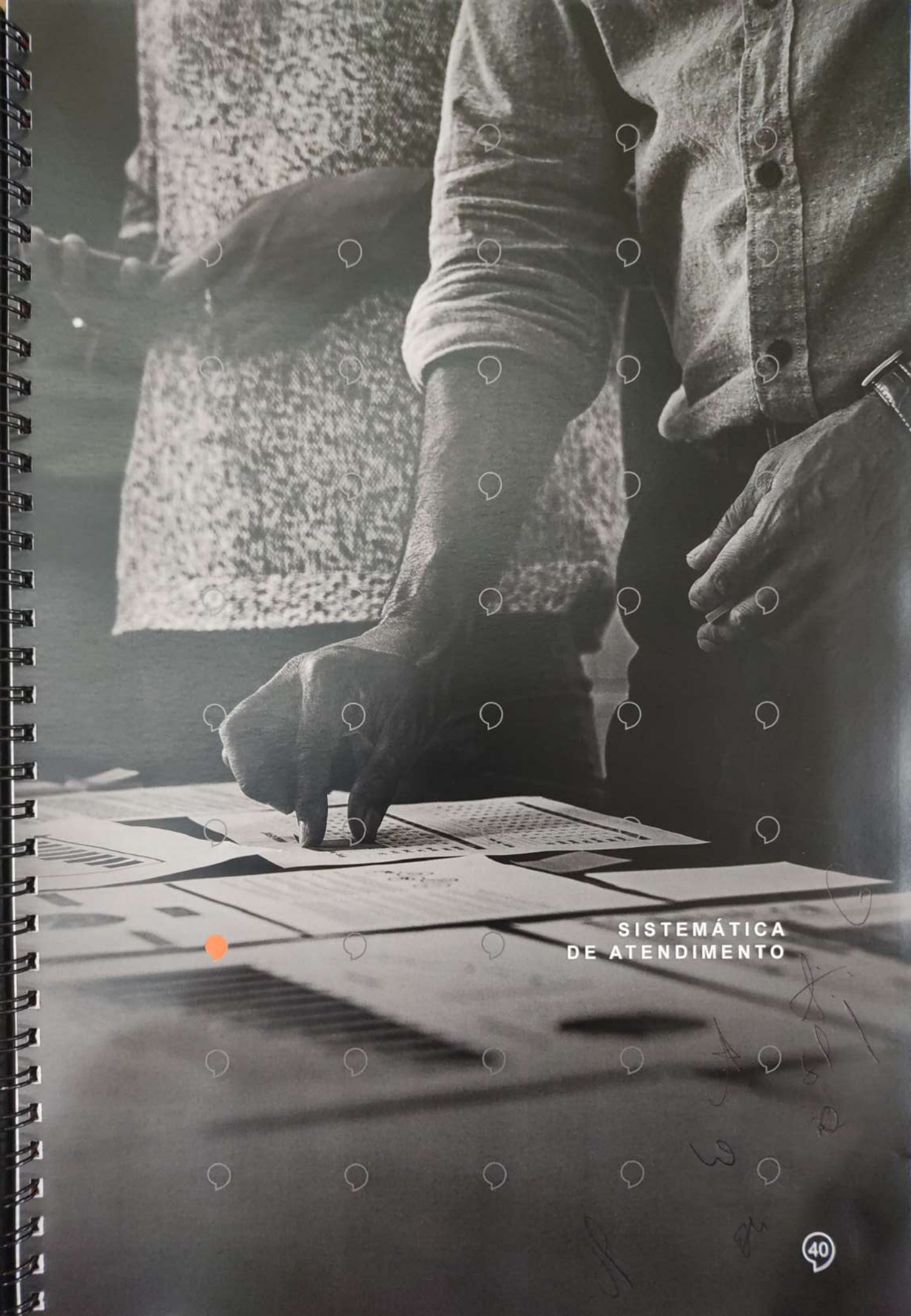
Essa capacidade de ampliação se fortaleceu pois a Engenho de Ideias adota o formato híbrido de trabalho, o que tornou as entregas mais ágeis e resolutivas através da flexibilização na interação entre os colaboradores. Esse formato também permitiu a agência ampliar horizontes profissionais, qualificando sua equipe, que pode realizar suas tarefas na sede da empresa, na sua residência ou em qualquer outro lugar.

No modelo remoto, a Engenho de Ideias disponibiliza aos seus profissionais todo o suporte e infraestrutura para que as equipes tenham a tecnologia ideal para trabalhar com eficiência em lugares diferentes, mantendo o mesmo padrão de qualidade dos serviços prestados.

Estrutura em Curitiba | Paraná

Ainda, cabe salientar que a Engenho de Ideias está estruturada e possui a expertise necessária para implementar, de imediato, um escritório na cidade de Curitiba/PR, com equipe dimensionada conforme as necessidades de operação e as exigências contratuais, garantindo dinamicidade na execução dos trabalhos e proporcionando maior facilidade no atendimento ao Governo do Estado.





SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

A Engenho de Ideias possui a estrutura, a experiência e o conhecimento necessários para o pleno atendimento e o gerenciamento da verba das contas de clientes públicos.

Para isso, semanalmente são realizadas reuniões estratégicas e operacionais onde se debate a situação de cada cliente, a análise de mercado e o levantamento de possíveis oportunidades.

Nesse processo, o Planejamento é agente vital e integral, pois realiza todo o estudo através de análises de dados recolhidos por ferramentas como *Google Analytics*, monitores de publicidade e pesquisas. Os dados são cruzados pelo *Business Intelligence* para a criação de uma concepção mais estratégica do contexto mercadológico do cliente, trazendo soluções mais adequadas e certeiras.

Tudo isso é compartilhado em uma sistemática horizontal e sem hierarquia entre todos os setores, a qual apresentaremos a seguir.

Gestão por processos

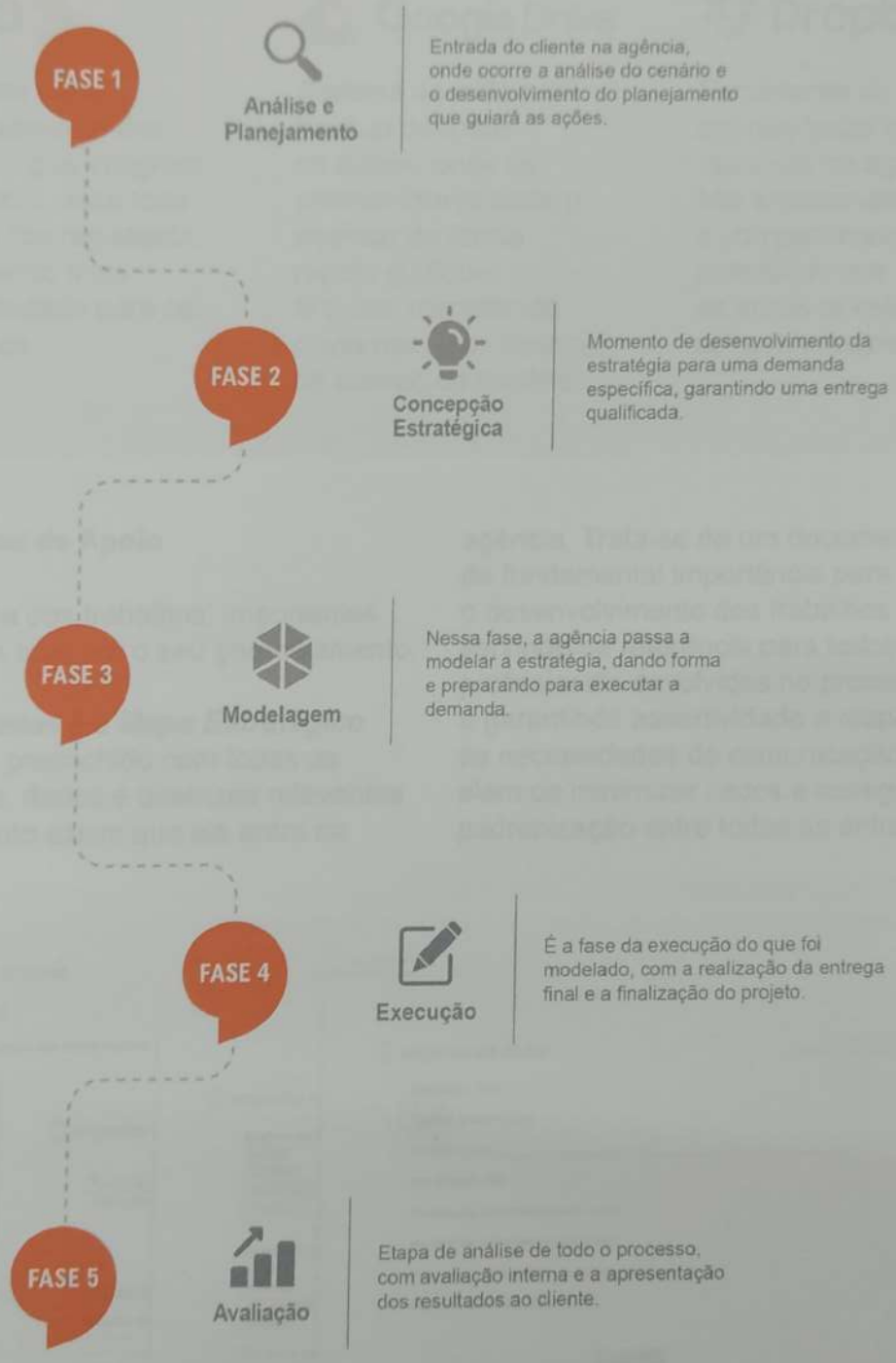
Devido ao seu crescimento contínuo e a fim de garantir uma maior fluidez e assertividade aos trabalhos, a Engenho de Ideias implementou uma metodologia baseada na gestão por processos, um método mais ágil e efetivo de atuação.

Nesse modelo, os colaboradores possuem uma visão sistêmica de todo o negócio, com entendimento de todas as etapas, o que se traduz na melhora das relações pessoais e no ritmo do desenvolvimento do trabalho.

Em outras palavras, a agência trabalha com o objetivo de ser uma empresa em que a informação é clara para todos, e as decisões são tomadas via equipe, não via indivíduo. O produto disso é uma empresa organizada, produtiva e continuamente preparada para evoluir e crescer.

Fases do processo

Na Engenho de Ideias, aplicamos a gestão por processos em todas as demandas. Isso significa que cada trabalho passa por cinco fases:



Sistema de gestão

Para a realização dessas fases e otimização da gestão da agência, todas as operações são apoiadas por softwares e sistemas de armazenamento em nuvem, essenciais para a realização do trabalho híbrido.

siga

Software para gerenciamento dos serviços que integram a agência, onde todo o fluxo fica registrado, oferecendo mais produtividade para os trabalhos.

Google Drive

Sistema de rede para backup de todos os dados, onde os colaboradores podem acessar de forma rápida qualquer arquivo, respeitando, obviamente, as políticas de acesso do usuário.

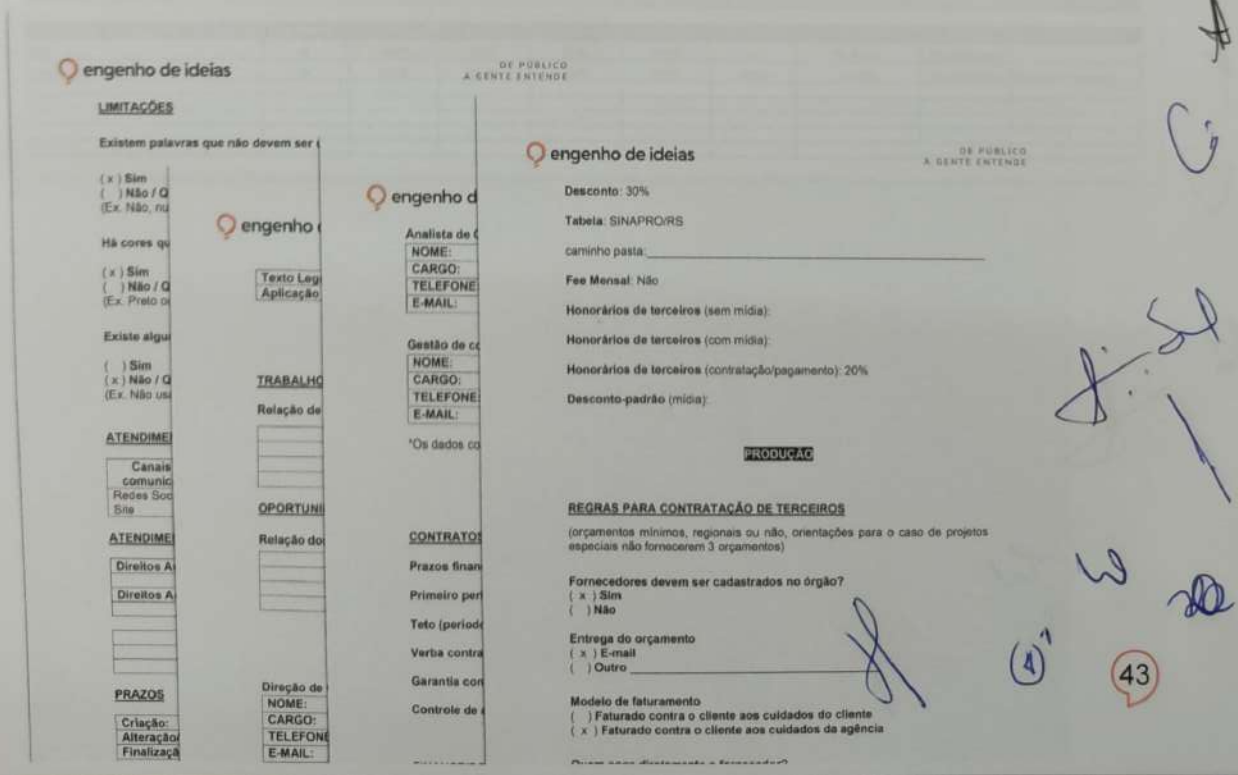
Dropbox

Ferramenta de backup em que todas os materiais da agência são armazenados e compartilhados, permitindo que todos os arquivos estejam sempre acessíveis.

Ferramentas de Apoio

Para a rotina dos trabalhos, importantes ferramentas auxiliam o seu gerenciamento.

A primeira delas é o ***Mapa Estratégico do Cliente***, preenchido com todas as informações, dados e diretrizes relevantes sobre o cliente assim que ele entra na agência. Trata-se de um documento de fundamental importância para o desenvolvimento dos trabalhos, servindo de referência para todos os profissionais envolvidos no processo e garantindo assertividade e respeito às necessidades de comunicação, além de minimizar riscos e assegurar a padronização entre todas as entregas.


engenho de ideias

DE PÚBLICO A GENTE ENTENDE

LIMITAÇÕES

Existem palavras que não devem ser

(x) Sim
( ) Não / Q
(Ex. Não, nu

Há cores qu

(x) Sim
( ) Não / Q
(Ex. Preto o

Existe algu

( ) Sim
(x) Não / Q
(Ex. Não us

ATENDIME

Canais comunic
Redes Soc
Site

ATENDIME

Direitos A
Direitos A

PRAZOS

Criação:
Alteração
Finalizaçã

engenho

Texto Leg
Aplicação

TRABALHO

Relação de

OPORTUNI

Relação do

Direção de
NOME:
CARGO:
TELEFONE
E-MAIL:

engenho d

Analista de
NOME:
CARGO:
TELEFONE:
E-MAIL:

Gestão de c
NOME:
CARGO:
TELEFONE:
E-MAIL:

*Os dados co

CONTRATOS

Prazos finan
Primeiro per
Teto (period
Verba contra
Garantia cor
Controle de

engenho de ideias

DE PÚBLICO A GENTE ENTENDE

Desconto: 30%

Tabela: SINAPRO/RS

caminho pasta:_____

Fee Mensal: Não

Honorários de terceiros (sem mídia):

Honorários de terceiros (com mídia):

Honorários de terceiros (contratação/pagamento): 20%

Desconto-padrão (mídia):

PRODUÇÃO

REGRAS PARA CONTRATAÇÃO DE TERCEIROS

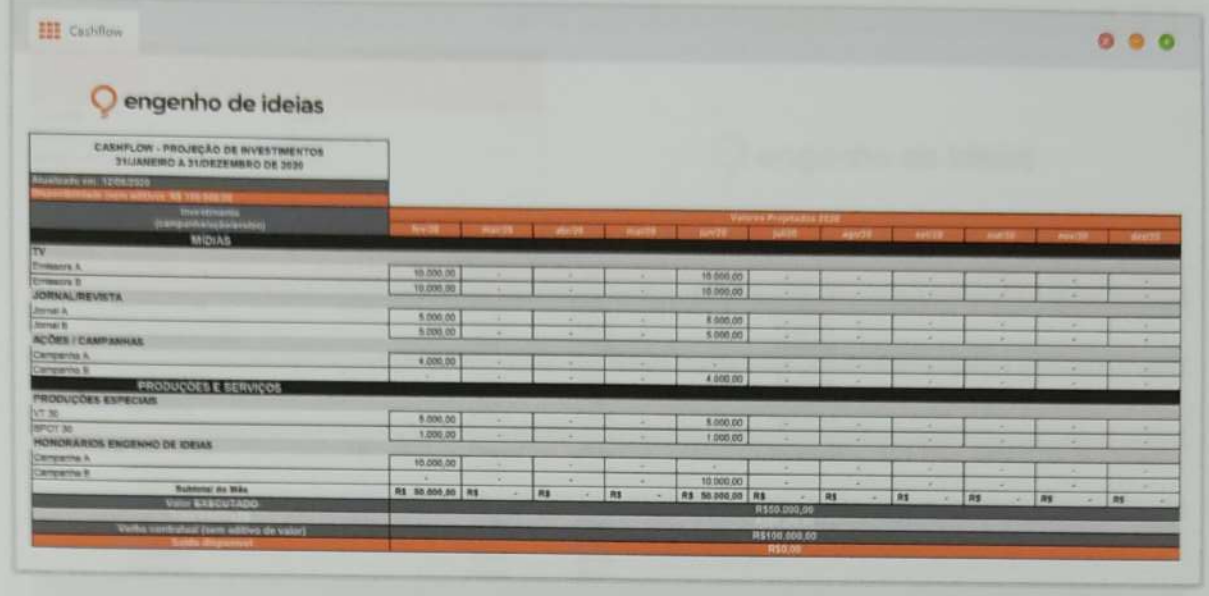
(orçamentos mínimos, regionais ou não, orientações para o caso de projetos especiais não fornecerem 3 orçamentos)

Fornecedores devem ser cadastrados no órgão?
(x) Sim
( ) Não

Entrega do orçamento
(x) E-mail
( ) Outro _____

Modelo de faturamento
( ) Faturado contra o cliente aos cuidados do cliente
(x) Faturado contra o cliente aos cuidados da agência

Também temos o ***Cashflow***, ferramenta para acompanhar as operações e contratações e, principalmente, monitorar e reavaliar constantemente a capacidade de aproveitamento e geração de oportunidades dentro dos limites financeiros disponibilizados pelo cliente.


Cashflow

engenho de ideias

CASHFLOW - PROJEÇÃO DE INVESTIMENTOS
31/JANEIRO A 31/DEZEMBRO DE 2020

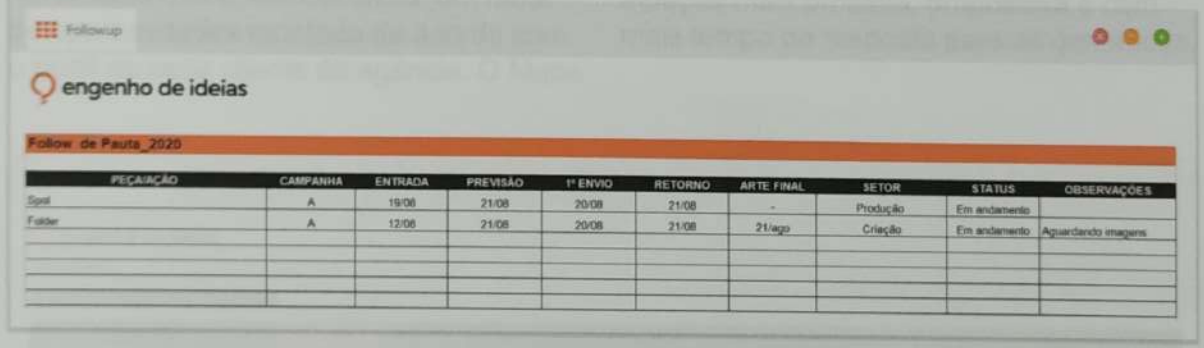
Atualizado em: 12/06/2020

Disponibilizado (sem aditivo): R$ 100.000,00

Investimento (campanha/atividade)	Valores Projetados 2020										
	fev/20	mar/20	abr/20	mai/20	jun/20	jul/20	ago/20	set/20	out/20	nov/20	dez/20
MÍDIAS											
TV											
Emissora A	10.000,00	-	-	-	10.000,00	-	-	-	-	-	-
Emissora B	10.000,00	-	-	-	10.000,00	-	-	-	-	-	-
JORNAL/REVISTA											
Jornal A	5.000,00	-	-	-	5.000,00	-	-	-	-	-	-
Jornal B	5.000,00	-	-	-	5.000,00	-	-	-	-	-	-
AÇÕES / CAMPANHAS											
Campanha A	4.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Campanha B	-	-	-	-	4.000,00	-	-	-	-	-	-
PRODUÇÕES E SERVIÇOS											
PRODUÇÕES ESPECIAIS											
VT 30	5.000,00	-	-	-	5.000,00	-	-	-	-	-	-
SPOT 30	1.000,00	-	-	-	1.000,00	-	-	-	-	-	-
HONORÁRIOS ENGENHO DE IDEIAS											
Campanha A	10.000,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Campanha B	-	-	-	-	10.000,00	-	-	-	-	-	-
Subtotal do Mês	R$ 50.000,00	R$ -	R$ -	R$ -	R$ 50.000,00	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
Valor EXECUTADO	R$50.000,00										
Verba contratual (sem aditivo de valor)	R$100.000,00										
Saldo disponível	R$0,00										

Semanalmente, realizamos o envio de ***Follow up***, uma ferramenta que informa o status atual dos trabalhos em andamento, os seus responsáveis e os prazos.

A ferramenta é atualizada diariamente e permite o amplo monitoramento e controle das operações.


Followup

engenho de ideias

Follow de Pauta_2020

PEÇA/AÇÃO	CAMPANHA	ENTRADA	PREVISÃO	1º ENVIO	RETORNO	ARTE FINAL	SETOR	STATUS	OBSERVAÇÕES
Spot	A	19/08	21/08	20/08	21/08	-	Produção	Em andamento	
Folder	A	12/08	21/08	20/08	21/08	21/ago	Criação	Em andamento	Aguardando imagens

O ***Cronograma*** nos permite mapear no tempo o conjunto de tarefas que dependem umas das outras, mostrando quando serão desenvolvidas e garantindo que os prazos sejam cumpridos.

Cronograma

Cronograma de Projeto	
Cliente	Cliente A
Projeto	Campanha A
Responsável no cliente	Andrea
Entrada na agência	12/8
Aprovação Conceito	19/8
Check-point	20/8
Entrega	21/8

engenho de ideias

Tarefa	Responsável	Início	Fim	Dias úteis	Status	12/08	13/08	14/08	15/08
Planejamento									
Contra-briefing	Juliana	12/ago	13/ago		Finalizado				
Aprovação Contra-briefing		13/ago	13/ago		Finalizado				
Desenvolvimento Projeto		13/ago	17/ago		Finalizado				
Criação									
Entrada Briefing	Pedro	17/ago	17/ago		Finalizado				
Desenvolvimento		18/ago	19/ago		Em andamento				
Aprovação		20/ago	20/ago		Aguardando				
Mídia									
Aprovação Plano	Mari	17/ago	19/ago		Aguardando				
Lançamento		24/ago	24/ago						
Análise									
Produção									
Aprovação Orçamentos	Lucas	17/ago	19/ago		Aguardando				
Entrega		21/ago	21/ago						
Instalação		24/ago	24/ago						
Veiculação		24/ago	28/ago						
Desdobramentos									
Tratamento Imagens	Rômulo	18/ago	18/ago		Finalizado				
Peças Impressas		19/ago	20/ago		Em andamento				
Peças Digitais		19/ago	20/ago		Em andamento				
Peças Eletrônicas		19/ago	20/ago		Em andamento				

Por último, a Engenho de Ideias também trabalha com um ***Mapa do Cliente***, uma ferramenta que é, em essência, um radar de oportunidades montado de acordo com o perfil de cada cliente da agência. O Mapa permite enxergar os clientes com uma visão estratégica semestral, o que possibilita uma atuação mais proativa, propositiva e com mais tempo de resposta para as demandas.

Mapa do Cliente

engenho de ideias

MAPA DE CLIENTE

PREFEITURAS

CLIENTE	PAUTAS	PRODUÇÃO	MÍDIA	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	DES
CLIENTE A	Campanha A	x	x		x				x							
	Campanha B	x	x								x					
	Ação Especial	x			x		x		x							
CLIENTE B	Campanha A	x	x	x												
	Campanha B	x	x				x									
	Campanha C	x	x								x					
	Ação Especial	x			x			x	x							
CLIENTE C	Campanha A	x	x							x						
	Ação Especial		x													

Para o atendimento ao Governo do Paraná, a agência colocará à disposição o Gestor de Relacionamento, Felipe Rockenbach, prestando diariamente todo o suporte interno e externo da agência. Junto com ele estará uma equipe de profissionais para trabalhar no gerenciamento e no acompanhamento de todas as etapas da execução dos serviços demandados pelo contratante, ou sugeridos pela agência.

O Diretor de Operações, Thiago Dalmas, e o Diretor de Relacionamento, Ricardo Jaques, participarão de reuniões e de todas as decisões estratégicas relacionadas ao cliente, garantindo total alinhamento entre as necessidades de comunicação e as entregas.

Obrigações do setor de Atendimento na execução do contrato:

• Realização de uma reunião inaugural para alinhamento dos processos e para apresentação das equipes do cliente e da agência.

• A partir do encontro, o setor preenche o Mapa Estratégico do Cliente com todas as informações para o andamento dos trabalhos.

• Com o Mapa preenchido, acontece a reunião operacional envolvendo o cliente e a agência, estabelecendo processos, prazos e o planejamento das ações de comunicação.

• Após essa etapa, o Atendimento estrutura um follow up para acompanhamento dos trabalhos e o conhecimento de prazos pela agência e pelo cliente.

• Na sequência, o Atendimento organiza as entradas e saídas das demandas, envolvendo o Planejamento para o apoio estratégico dos trabalhos.

• Depois, o Atendimento levanta as informações para montagem do briefing, passando para o Planejamento configurar um Contrabriefing. Todas as informações são validadas com o cliente antes de abrir um Pedido Interno de Trabalho (PIT) e direcioná-lo às áreas competentes.

• Um cronograma é estabelecido para planejamento, criação, aprovação, produção e/ou veiculação do material. Durante todo o processo, o Atendimento mantém relatórios sobre os prazos, planos e produções.

• Quando necessário, o Atendimento sinaliza a necessidade de monitoramento dos resultados e das ações realizadas, sendo o responsável pelo registro das interações entre cliente, fornecedores e veículos.

• O Atendimento é quem garante com o cliente a aprovação dos trabalhos e dos valores para a produção e veiculação. Os orçamentos de produção serão providenciados de forma aberta e com no mínimo três fornecedores.

• Cabe ao atendimento fazer o acompanhamento dos checking de mídia e repassar ao cliente todas as informações sobre o andamento dos materiais.

• Como portador de toda informação do cliente, o Atendimento está apto a conduzir de forma responsável o orçamento, mantendo o cashflow atualizado, acompanhando a execução das ações e campanhas e mantendo o envio de novas ideias e plataformas inovadores para o cliente sempre que possível.

A comunicação entre a agência e o cliente ocorrerá através de ligações telefônicas, e-mails, WhatsApp e ferramentas de videoconferência (ex.: Skype, Zoom, Google Hangouts e Google Meet).

A agência realiza visitações periódicas ao cliente e em situações cuja demanda de trabalho necessita, estando disponível para reuniões quando o cliente considerar oportuno e/ou necessário, sendo estas presenciais ou virtuais.

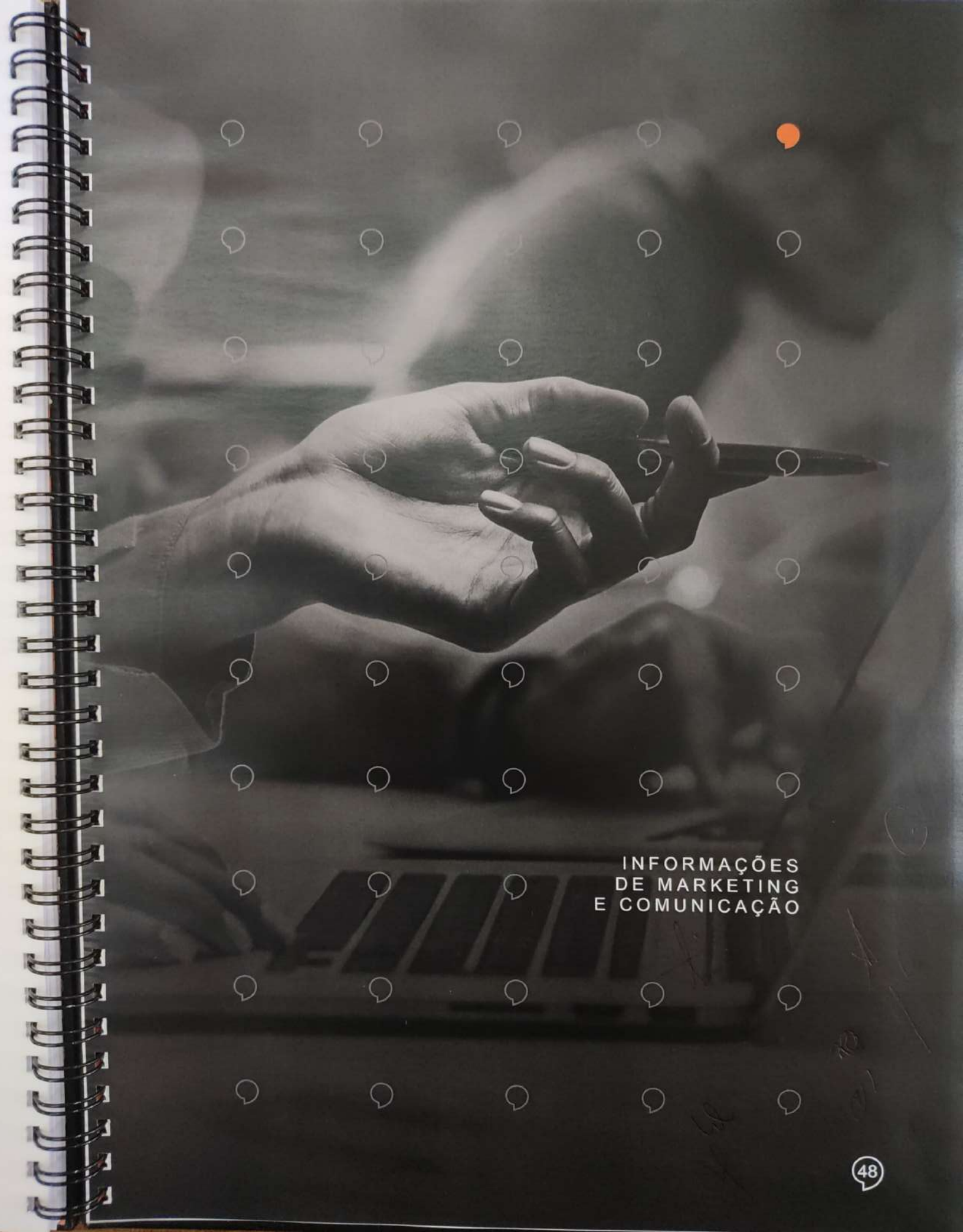
Respondendo ao chamado de atendimento imediatamente, a Engenho de Ideias está organizada e capacitada para trabalhar, quando necessário, com curtos e urgentes prazos para criação, produção e veiculação de mídia. Para evitar isso, sugere que as reuniões de pauta ocorram com uma periodicidade semanal entre as equipes da agência e os representantes do cliente.

PRAZOS	
Criação de peças de oportunidade:	até 1 dia útil
Criação de peças avulsas:	até 2 dias úteis
Criação de campanhas:	até 4 dias úteis
Alteração de peças:	até 1 dia útil
Orçamentos de produção:	até 2 dias úteis
Entrega de planilha de veiculação de peças avulsas:	até 2 dias úteis
Elaboração de plano de mídia de campanha:	até 3 dias úteis
Relatórios de investimentos (por meio, veículo, campanha e/ou período):	até 24 horas
Melhorias e incrementos em layouts:	até 24 horas

Estratégia para continuidade dos serviços de Atendimento, no caso de substituição do profissional responsável

O mix de ferramentas utilizadas e o modelo de trabalho da agência asseguram a manutenção e estabilidade dos serviços de atendimento no caso de mudança do profissional responsável. Isso porque, por se tratar de uma empresa orientada à gestão por processos horizontais, nenhum projeto está aos cuidados de um único profissional, sendo seguida uma rotina interna de reuniões e planejamento dos trabalhos com todas as áreas envolvidas, na qual são compartilhadas as informações, as particularidades e as necessidades do cliente. Além disso, o fluxo de informações e trabalhos ocorrido entre a agência e cliente, por intermédio dos profissionais de Atendimento, é supervisionado pelo Diretor de Relacionamento, através das reuniões de pauta, das ferramentas operacionais e do monitoramento do planejamento de comunicação em execução.

Junto ao banco de talentos da agência, essa organização permite uma substituição rápida e que evita qualquer prejuízo para a plena continuidade dos serviços, no caso da ocorrência de substituição do profissional responsável.



INFORMAÇÕES
DE MARKETING
E COMUNICAÇÃO

INFORMAÇÕES DE MARKETING E COMUNICAÇÃO, PESQUISAS DE AUDIÊNCIA, AUDITORIA DE CIRCULAÇÃO E CONTROLE DE MÍDIA

A Engenho de Ideias tem em sua rotina a busca e o acesso a muitas fontes de dados demográficos, de mercado, de tendências comportamentais e de consumo, de marketing e de atualidades em geral, os quais são transformados em informações objetivas e úteis aos planos de comunicação.

A agência disponibilizará o acesso regularmente ao Governo do Paraná, sem ônus adicional, durante a execução do contrato, as diversas informações e ferramentas que podem ser exploradas para medir o desempenho das ações e campanhas, fornecendo dados estratégicos para o cliente. Entre elas:

FERRAMENTAS PARA EXTRAÇÃO DE DADOS

KANTAR IBOPE MEDIA

KANTAR IBOPE *Media* – Rádio

Tabelas com informações atuais de audiência de rádio, podendo ser divididas por sexo, classe social, idade, grau de instrução, ocupação e zona da cidade. Também possibilita análises por audiência, participação *(share)*, dias e horários.

DINAMIZE

Automação de Marketing e E-mail Marketing

Gestão de toda a jornada dos clientes através de uma comunicação personalizada. Organiza a base e otimiza campanhas efetivas de e-mail marketing.

KANTAR IBOPE *Media* – *CrossChecking*

Terceirização do serviço de checking para agências, com processo de análise e envio de relatórios com as comprovações de veiculações.

IBGE
Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

O Instituto fornece informações com as quais conseguimos fazer análises demográfica, econômica, de escolaridade e de faixa etária de qualquer região do Brasil.

Pesquisas do IAB: *Interactive Advertising Bureau*

Dados de crescimento do mercado e consumo de mídia oferecidos pelo Instituto.

Instituto Verificador de Comunicação IVC

Metrifica dados detalhados sobre comunicação, incluindo tráfego web, circulação de títulos, eventos, inventários e audiências.

E-Life Group

Disponibiliza informações e pesquisa de hábitos de consumo de mídia digital no Brasil.

cetic.br

Fornece pesquisas sobre a disponibilidade e o uso da internet no Brasil.

Google Acadêmico

Mecanismo de pesquisa que organiza e lista textos completos ou metadados da literatura acadêmica em uma extensa variedade de formatos de publicação.

Google Planejador de Palavras-Chave

Mecanismo que auxilia encontrar palavras-chave para campanhas de pesquisa, além de entender os contextos que elas usadas e como são escritas.

Crazyegg

Ferramenta que permite mensurar o que as pessoas estão fazendo em um website. Como mostrar onde elas estão ou não clicando, ou onde o cursor da pessoa descansou, passou ou clicou.

Seekr

Ferramenta para monitoramento das concorrentes nas redes sociais e comparação de desempenho. Permite o atendimento em tempo real e o agendamento de posts.

Buzz Monitor

Ferramenta para gerenciamento da presença nas redes sociais para estratégias em social media.

TRATAMENTO DE DADOS

Google Analytics

Ferramenta para analisar taxas de exibição de um website, como localização geográfica do visitante, forma com a qual chegou ao conteúdo e períodos.

Google Trends

Ferramenta que permite a consulta e identificação do interesse do público, indicando o volume de buscas por determinada palavra-chave dentro do Google, identificando termos relevantes para o desenvolvimento de estratégias.

Google Tag Manager

A tecnologia do Google coleta dados precisos e detalhados dos domínios para campanhas mais fortes e decisões mais inteligentes. Confirma se cada tag está funcionando.

Power BI

Serviço que permite a visualização dos dados e compartilhamento dos insights com todos os envolvidos nos projetos. É recomendado para conectar centenas de fontes de dados e dar vida aos dashboards e relatórios.

Google Optimize

Ferramenta que ajuda a aumentar as taxas de conversão de visitantes e a satisfação geral dos visitantes, testando continuamente diferentes combinações de conteúdo do site.

Google Data Studio

Ferramenta que transforma dados em relatórios e painéis informativos, fáceis de ler e de compartilhar.

Google Forms

Formulários on-line para o desenvolvimento de pesquisas de múltipla escolha. Ideal para feedbacks, organizar inscrições para eventos, convites ou pedir avaliações.

ANÚNCIOS NA NETWORK

Google Ads

Ferramenta para a definição de público, utilização de verba (clique ou impressão), tipo de mídia, praça, entre outros.

Google DV360

Plataforma que unifica várias soluções do Google para programática, onde é possível o planejamento e a criação de uma campanha de ponta a ponta, passando por todas as etapas do funil de compra.

DoubleClick

Ferramenta de mídia programática para gerenciamento da compra de mídia.

Yahoo Ads Gemini

Combinação de sites que permite alinhamento da marca com conteúdos que se conectam diretamente aos usuários.

Bing Ads

Serviço que fornece publicidade de pagamento por clique nos motores de busca Bing e Yahoo!.

Gerenciador de anúncios Meta Business

Ferramenta completa para criar anúncios, gerenciar quando e onde eles serão veiculados e acompanhar o desempenho das campanhas nas redes sociais.

YouTube

Analytics

Ferramenta de métricas que entrega dados sobre o desempenho da mídia, como engajamento, visualizações, taxa de cliques e custo por visualização.

facebook

Analytics

Ferramenta para mensuração das métricas de alcance, engajamento, compartilhamentos, custo por visualização ou cliques e reações provocadas pelas publicações e anúncios.

Facebook Insights

Serviço para oferecer métricas sobre o conteúdo publicado, proporcionando a compreensão e a análise das tendências, consumo e geração de conteúdo, para a melhora do desempenho e performance.

Instagram

Instagram Empresas

Ferramenta que serve para obter métricas sobre o desempenho, com informações sobre seguidores e como eles interagem com as publicações e histórias.

LinkedIn

Ads

Plataforma voltada para interagir com potenciais parceiros e público-alvo e posicionar a marca como autoridade em um segmento, estreitando o relacionamento com clientes e parceiros.

PESQUISA E ANÁLISE DE MÍDIA

Pesquisa Brasileira de Mídia

O maior levantamento sobre os hábitos de consumo de informação dos brasileiros. Essa publicação é desenvolvida pela SECOM/PR (Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República).

Mídia Dados

Publicação produzida pelo Grupo de Mídia de São Paulo, que contempla informações de mercado e demografia e dos principais meios de comunicação (mídia eletrônica, impressa, exterior e digital), abrangendo todo o Brasil.

A Engenho de Ideias disponibilizará também as informações de dados geográficos, de perfil social, econômico e de consumo de leitores, circulação e audiência, levantados pelos veículos de comunicação, além das informações conjunturais regionais, nacionais e internacionais de interesse, obtidas em periódicos diversos e em jornais assinados pela agência, assim como nos meios eletrônicos e digitais.

Concluindo, o Governo do Estado do Paraná terá acesso a dados e ferramentas relativos à circulação e controle de mídia on-line e off-line, os quais são relevantes por oportunizarem a mensuração efetiva dos resultados de cada ação, permitindo calcular o alcance, o impacto das peças e analisar o que está funcionando e o que precisa ser melhorado.

Porto Alegre, 30 de março de 2022.

07.895.771/0001-33
ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA
Av. Ipiranga, 7464, sala 1005
Jardim Botânico CEP 91530-000
PORTO ALEGRE - RS

ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA.
CNPJ 07.895.771/0001-33
Luiz Ricardo Felix Jaques
Sócio-Administrativo

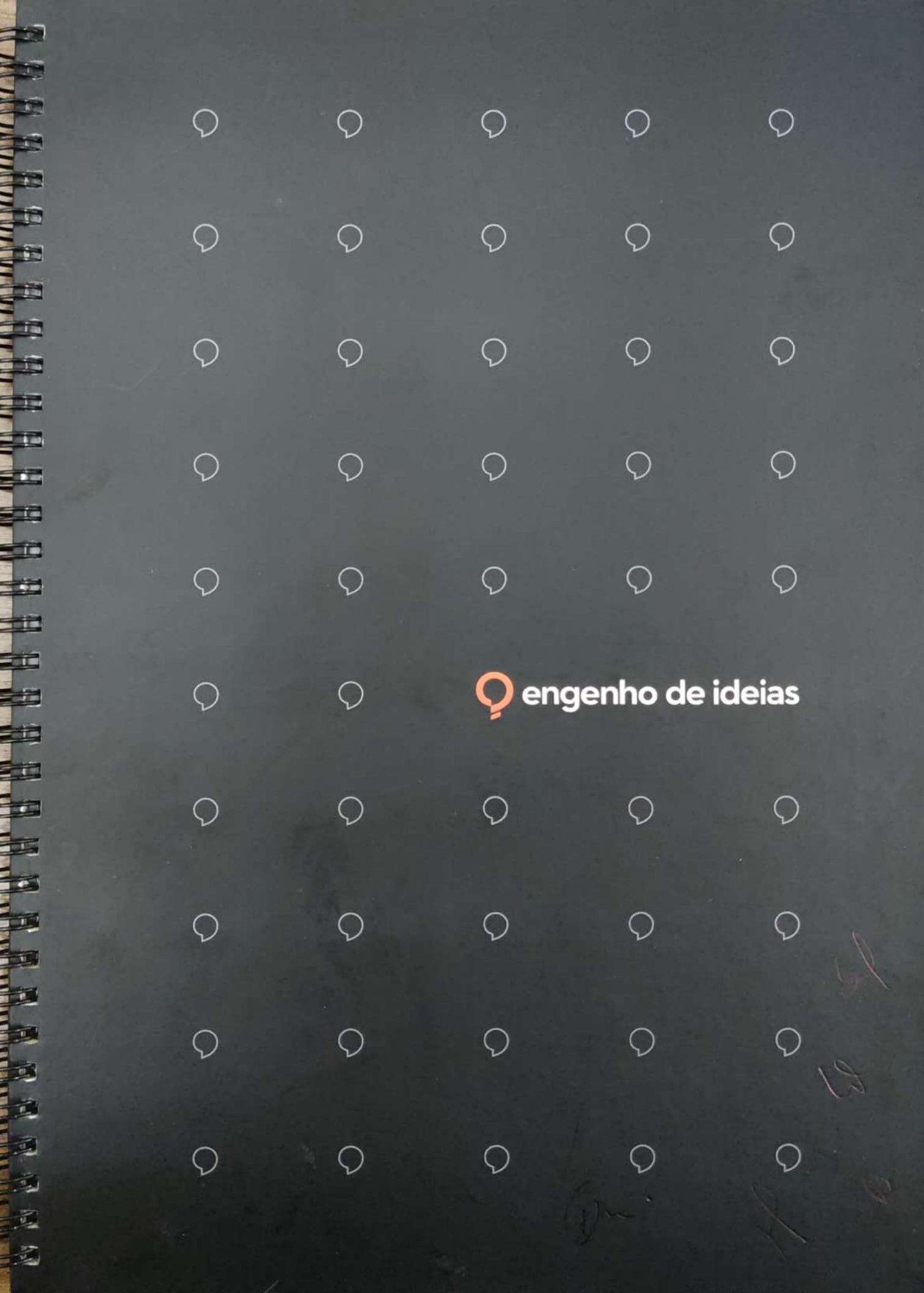
DE PÚBLICO A GENTE ENTENDE

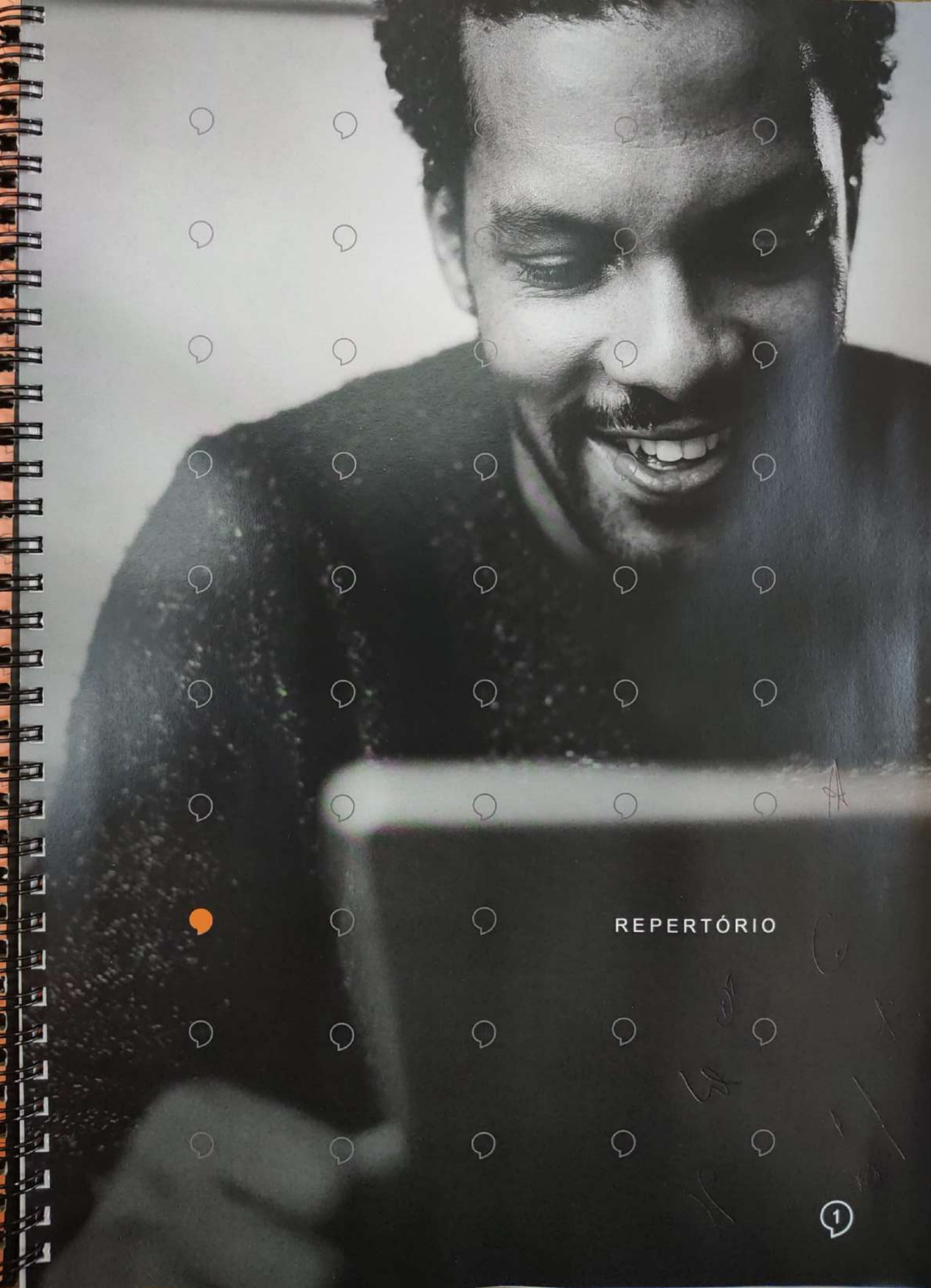
51 3273.3100
engenhodeideias.com.br

Sede - **Porto Alegre / RS**
Av. Ipiranga, 7464 / 1005
Jardim Botânico / 91530 000

Caxias do Sul / RS
Avenida Itália, 482 / 501
São Pelegrino / 95010 040

Balneário Camboriú / SC
Rua 1822, 330 / 02
Centro / 88330 484


engenho de ideias


REPERTÓRIO

engenho de ideias

PREFEITURA DE JOINVILLE | FILME 30"

Cliente: Prefeitura Municipal de Joinville/SC
Peça: Filme 30"
Título: Controle da dengue
Data de produção: abril/2021
Período de veiculação: abril/2021
Veículos que divulgaram: NSCTV, SBT, TVBV, NDTV, Record News e TV da Cidade

Problema que a peça se propôs a resolver:
Em 2021, entramos no segundo ano da pandemia de Covid-19 com diversas mudanças no comportamento e nos hábitos da população, que passou a ter um zelo especial com o seu próprio cuidado. Em meio a esse cenário de maior atenção com a saúde e o surgimento de sintomas que pudessem indicar a contaminação com o coronavírus, a sociedade deixou de dar atenção a outras ameaças que comumente estão ao nosso redor, como a dengue.

Conhecida de todos, a dengue foi esquecida pela sociedade e a Prefeitura de Joinville viu a necessidade de falar com a população joinvilense sobre esse assunto, buscando evitar uma sobrecarga ainda maior do sistema de saúde do município.

A proposta deveria falar de forma direta com os moradores, destacando que a dengue é uma doença grave, assim como a Covid-19, e valorizando a importância das ações para o combate à proliferação do mosquito transmissor. Ao mesmo tempo, o material precisava falar sobre o trabalho atuante da Administração Municipal junto à população, a chamando para fazer a sua parte não deixando água parada em casa.

A solução criativa foi buscada junto ao imaginário das pessoas naquele momento da pandemia, onde que a manifestação de qualquer sintoma despertava o receio de estarem contaminados pela Covid-19, esquecendo o fato de que muitos sintomas são semelhantes com a dengue.

A partir disso, criamos um filme em tom sério e de alerta, com uma narrativa que envolveu um depoimento de alguém que teve um familiar doente, relatando como foi passar por esse momento difícil. A proposta buscava levar o público a associar a fala com os sintomas do coronavírus, revelando depois que na verdade era dengue que tinha causado tudo aquilo e impactando de maneira criativa e surpreendente o problema de comunicação da Prefeitura.

Filme 30'' disponível no pen drive em anexo.

Dimensões originais: 30"

engenho de ideias

PREFEITURA DE LAGES | ANÚNCIO PÁGINA JORNAL

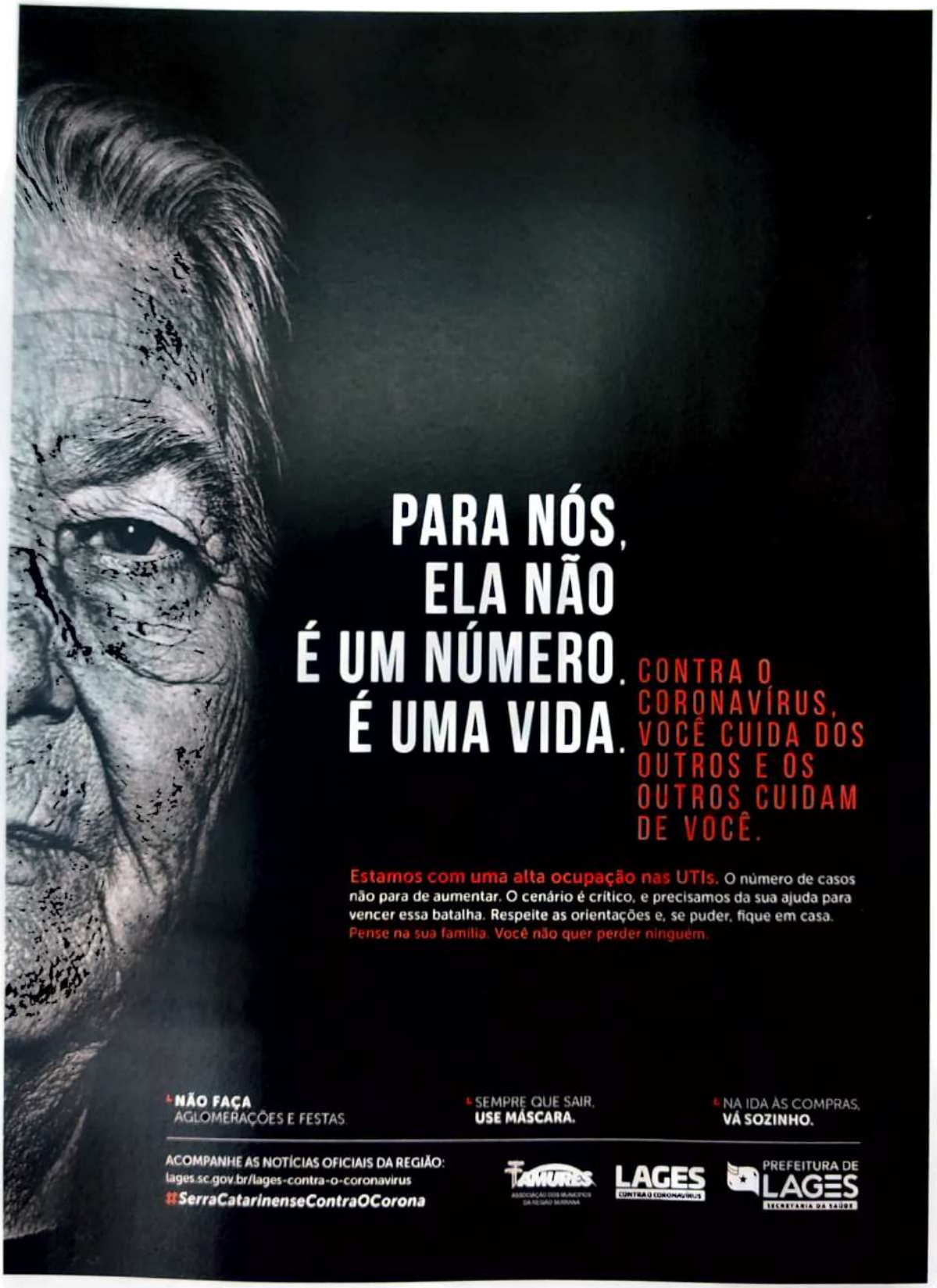
Cliente: Prefeitura Municipal de Lages/SC
Peça: Anúncio página jornal
Título: Para nós, ela não é um número. É uma vida.
Data de produção: julho/2020
Período de veiculação: julho/2020
Veículo que divulgou: Jornal O Momento

Problema que a peça se propôs a resolver:
O momento em que vivemos está sendo desafiador não apenas para as pessoas, mas também para os órgãos públicos. O novo coronavírus exige atitudes constantes e presentes por parte das autoridades, que precisam estar sempre direcionando o público de maneira correta em uma realidade na qual se prolifera a desinformação e vigora um certo descrédito frente às instituições.

Lages, assim como boa parte dos municípios do Brasil, também se viu afetada pela pandemia da Covid-19. A cidade conseguiu, por algum tempo, se orgulhar do número reduzido de casos, mas não demorou para o coronavírus chegar à cidade – e com força. Foi um período de incertezas, quando um posicionamento enfático e rápido da Prefeitura se fez essencial para orientar os cidadãos.

Assim, desenvolvemos uma campanha com o objetivo de fazer as pessoas compreenderem a gravidade da situação. Não bastava apenas apresentar informações e números, pois é isso é o que mais se vê nessa época – chegando, inclusive, ao ponto de não darmos mais a esses números a dimensão que eles possuem, muitas vezes esquecendo que se tratam de vidas.

O anúncio aqui apresentado, vencedor do troféu Pena de Ouro na categoria "Campanha de agência" no 22º Prêmio Adjori/SC de Jornalismo, buscava resgatar o entendimento de que, por trás de todos os números, estamos falando de pessoas. Junto a uma estética tensa, ressaltando a urgência do tema, e uma foto com expressão dramática de uma senhora, o título dizia o seguinte: "Para nós, ela não é um número. É uma vida". Um texto de apoio destacava a situação grave de Lages, enquanto tópicos traziam orientações para a população e uma frase no rodapé convidava os cidadãos a visitarem o site com informações oficiais. Tratava-se de uma peça impactante, que serviu para alertar os lageanos sobre a importância de tratar o coronavírus de maneira séria e de tomar as atitudes corretas para a prevenção do contágio.



Dimensões originais: 26 x 34 cm (5)

engenho de ideias

SESCOOP/SC | ANÚNCIO PÁGINA JORNAL

Cliente: Serviço Nacional de Aprendizagem do Cooperativismo - Sescoop/SC
Peça: Anúncio página jornal
Título: Onde tem vida, tem cooperativismo
Data de produção: abril/2020
Período de veiculação: junho e novembro/2020
Veículos que divulgaram: Diário Catarinense, Jorna de Santa Catarina, O Correio do Povo, O Município, O Celeiro, Diário do Iguaçu, Diário Sul Brasil, O Jornal, Jornal Tribuna, Jornal Metas, Notícias do Dia e Revista das Cooperativas

Problema que a peça se propôs a resolver:
Tendo como função principal promover o cooperativismo no estado de Santa Catarina, o Sescoop/SC realiza anualmente uma campanha para promover os valores dessa forma de organização junto à comunidade catarinense.

Essa presença constante na comunicação de Santa Catarina amplia ainda mais a aproximação da sociedade com o cooperativismo. Entretanto, o Sescoop/SC compreendeu que mesmo tendo metade dos catarinenses envolvidos direta ou indiretamente com o cooperativismo, muitos não conseguiam perceber as vantagens desse modelo de desenvolvimento e a presença dele na vida de todos.

Então, em 2020, o objetivo era criar uma campanha diferente dos anos anteriores, com foco na contextualização do cooperativismo e nos retornos que ele fornece para toda a sociedade.

A solução encontrada foi falar sobre como o cooperativismo está presente e faz parte da vida de todos. Uma construção de narrativa que acabou guiando exatamente a proposta criada no conceito "Onde tem vida, tem cooperativismo" e representada através de ícones que indicam localização. A campanha buscava mostrar que, em qualquer lugar, há muitos serviços e produtos ligados ao modelo e que muitas pessoas não percebem essa presença, sendo beneficiados com bem-estar e desenvolvimento econômico diretamente.

O anúncio aqui exemplificado mostra um dos desdobramentos da campanha, traduzindo o conceito em uma proposta visual ampla de um ambiente comum para população. Ela mostra um pequeno comércio e aponta para diversos produtos espalhados pela cena, trazendo alguns ramos de atuação do modelo e ressaltando para todos que onde há vida, o cooperativismo está presente.

engenho de ideias

Dimensões originais: 21 x 27,5 cm (7)

engenho de ideias

PREFEITURA DE SÃO LEOPOLDO | CARTAZ

Cliente: Prefeitura Municipal de São Leopoldo/RS
Peça: Cartaz
Título: Dengue 2019
Data de produção: abril/2019
Período de veiculação: abril/2019
Locais de exposição: Unidades de saúde, escolas de educação infantil e em todos os pontos de atendimento ao público da Prefeitura, suas Secretarias e Fundações

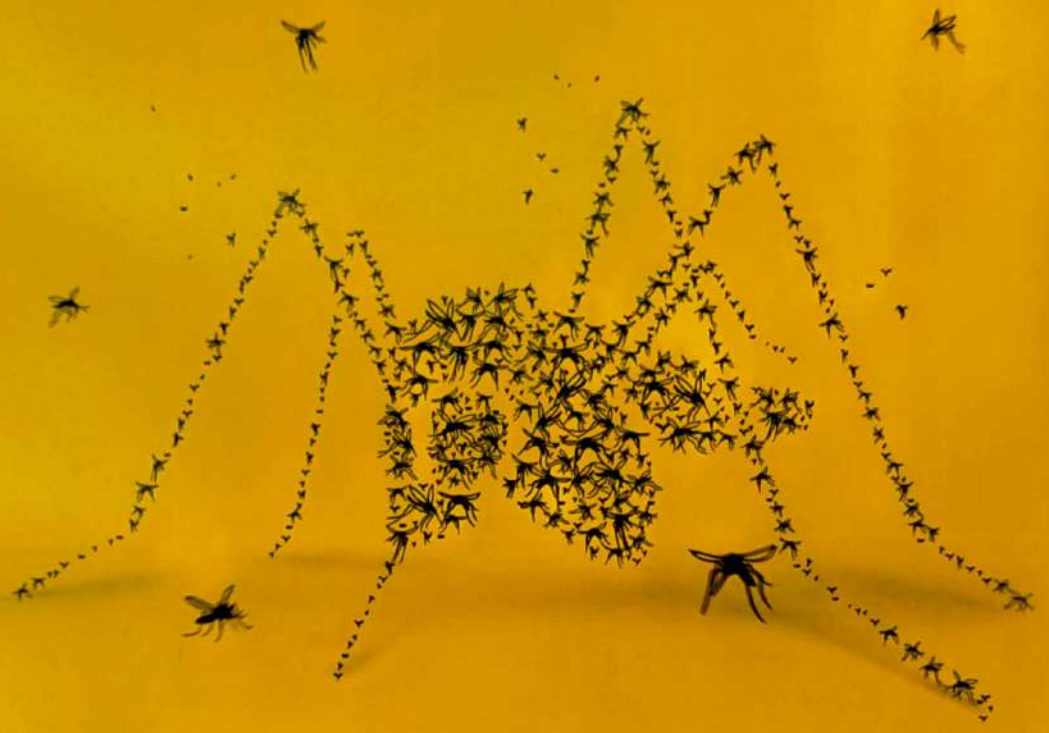
Problema que a peça se propôs a resolver:
Em abril de 2019, São Leopoldo teve o primeiro caso de dengue autóctone, ou seja, contraída dentro do próprio município. Embora o caso tenha sido considerado leve, a Administração Municipal começou a trabalhar rapidamente no assunto, evitando piorar esse cenário.

Poucos dias depois, o poder público abriu um processo para a contratação emergencial de novos agentes de saúde para fiscalizarem as residências do município e realizarem ações educativas dentro das escolas.

A fim de fortalecer esse trabalho preventivo, a Prefeitura Municipal de São Leopoldo solicitou a criação de uma campanha que informasse a população sobre os perigos da dengue e mostrasse as formas de prevenção do mosquito.

A proposta deveria falar de forma direta com os moradores, por isso optamos por seguir uma linha de criação visual limpa e focada na mensagem. Essa solução foi trabalhada com a frase "O mosquito da dengue é pequeno. O perigo, enorme.", que respondia diretamente ao conteúdo do layout da campanha - um mosquito grande construído pela união de diversos outros mosquitos.

Para fortalecer a mensagem, dicas sobre o que fazer para combater a dengue eram apresentadas seguindo essa linha visual minimalista, porém impactante. Juntas, essas construções da mensagem proporcionavam um forte impacto junto ao público, solucionando de maneira impactante e criativa o problema de comunicação da Prefeitura e contribuindo para evitar um cenário alarmante da dengue em São Leopoldo.



O MOSQUITO DA DENGUE É PEQUENO. O PERIGO, ENORME.

Além da dengue, o mosquito também transmite zica e chikungunya. Ele está mais perto do que você imagina, e o melhor método de combatê-lo é eliminando os criadouros. Então siga as dicas abaixo e faça a sua parte.

- Deixe a caixa d'água bem tapada
- Guarde pneus velhos em locais secos
- Coloque areia nos vasos de plantas
- Deixe garrafas viradas para baixo

PEQUENAS ATITUDES FAZEM MUITA DIFERENÇA NO COMBATE À DENGUE. CONTAMOS COM VOCÊ.

SÃO LEOPOLDO
GOVERNO DE AÇÃO

Dimensões originais: 42 x 59,4 cm (9)

engenho de ideias

PREFEITURA DE LAJEADO | JINGLE 2'28"

Cliente: Prefeitura Municipal de Lajeado/RS
Peça: Jingle 2'28"
Título: Natal no coração
Data de produção: novembro/2020
Período de veiculação: 20/novembro a 23/dezembro/2020
Local de exposição: Aldeia do Papai Noel

Problema que a peça se propôs a resolver:
O ano de 2020 chegou com a promessa de um Feliz Ano Novo, mas com sinais de que alguma coisa não estava certa. Em março, o Brasil mudou drasticamente, quando cidades inteiras fecharam as portas, reinventaram o "normal" e precisaram lidar com o imponderável: uma pandemia mortal circulando livremente. O novo coronavírus já era uma realidade e aquele "ano novo" que seria feliz se tornou uma luta coletiva pela vida até o presente. Apesar de todo o cuidado, muitas vidas foram interrompidas na cidade. Um trauma para diversas famílias que pode ficar muito mais latente na época do Natal, onde o clima de nostalgia ganha força.

Em Lajeado, todos os anos o "Natal no Coração" é comemorado com ruas iluminadas, uma grande agenda de atrações culturais, com um Papai Noel de sorriso largo e casa aberta para entregar um abraço para fomentar a magia da época. Porém, em 2020, celebrar tudo isso poderia não ser uma boa ideia, mas ao mesmo tempo, parecia ser uma saída para resgatar bons sentimentos que estavam adormecidos em uma população que passou muitas dificuldades durante o ano.

Pensando nisso e respeitando as normas sanitárias, a cidade se iluminou e se preparou para trazer o Natal para as ruas e os corações de seus moradores. Mas faltava algo para celebrar esse momento e unir as pessoas em torno da data. E qual a melhor forma de falar sobre um assunto tão sensível do que com música? Um jingle emotivo, que marque o Natal da cidade e leve alegria para os moradores, mostrando a atmosfera positiva que acompanha as festas natalinas.

O desafio era criar uma música que falasse sobre esse ano desafiador, mas que também pudesse ser usada no Natal no Coração dos próximos anos, ficando como uma marca na memória de todos. A solução foi pensar em uma melodia que cresce de acordo com a mensagem e em uma letra apegada à empatia, que promove a esperança, a certeza de que tudo vai passar e que Lajeado está pronta para celebrar a alegria e a união.

Jingle 2'28" disponível no
pen drive em anexo.

engenho de ideias

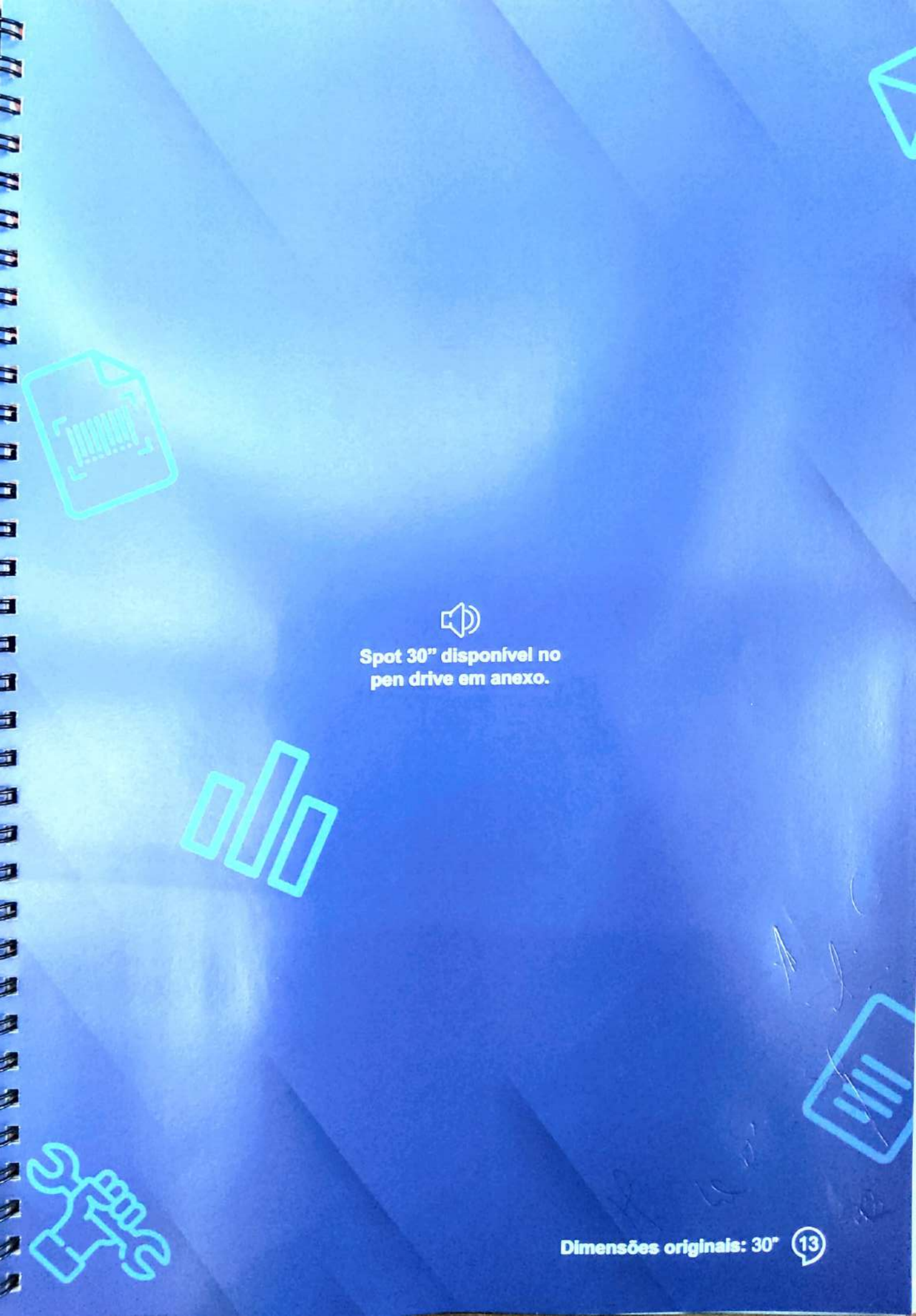
SEMAE DE SÃO LEOPOLDO | SPOT 30"

Cliente: Serviço Municipal de Água e Esgotos de São Leopoldo/RS
Peça: Spot 30"
Título: Semae Digital
Data de produção: maio/2021
Período de veiculação: junho e julho/2021
Veículos que divulgaram: Nova Progresso, Visão do Vale, Feitoria FM, ABC 900 AM, União FM e Rádio Sucesso 88,7 FM

Problema que a peça se propôs a resolver:
O mundo já não se limita ao ambiente físico em diversos aspectos da vida. Não é diferente no Serviço Municipal de Água e Esgoto de São Leopoldo/RS. Se adaptando aos novos tempos, o órgão lançou o aplicativo Semae Digital pensando em facilitar a vida das pessoas que podem, na palma da mão, realizar diversas operações ou solicitar serviços, como emissão de 2ª via da fatura, cadastro para recebimento da fatura por e-mail, consultas sobre consumo e emissão de certidões. Tudo sem a necessidade do cidadão e da cidadã se deslocarem até a agência do Semae. Tudo pelo celular. Com toda a segurança da preservação de dados e o conforto do atendimento digital.

Entre as diversas peças criadas para divulgar o programa, o spot seria aquela que traria as informações de forma didática, oferecendo a credibilidade que esse tipo de comunicação exige, especialmente quando se trata de serviço público e da segurança de dados, além da capilaridade e massificação da mensagem.

A solução criativa foi pensada de modo a promover uma conexão das pessoas com a mensagem, oferecendo informação sobre o aplicativo por meio de uma conversa em tom informal e simples entre duas pessoas, como uma conversa de vizinhos, gerando engajamento e reconhecimento do atendimento digital.


Spot 30" disponível no
pen drive em anexo.
Dimensões originais: 30"
13

engenho de ideias

PREFEITURA DE VENÂNCIO AIRES | FILME 60"

Cliente: Prefeitura Municipal de Venâncio Aires/RS
Peça: Filme 60"
Título: 130 anos de Venâncio
Data de produção: abril/2021
Período de veiculação: maio/2021
Veículos que divulgaram: Portal GaúchaZH, Facebook e Instagram da Prefeitura de Venâncio Aires.

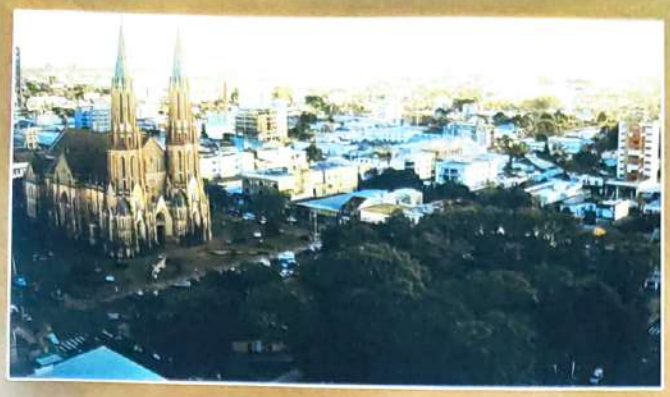
Problema que a peça se propôs a resolver:
Durante 2020, a pandemia de coronavírus afastou a possibilidade de grandes comemorações em praticamente todo o mundo. Em 2021, as esperanças se renovaram. Porém, não foi isso que aconteceu.

Venâncio Aires, uma cidade do interior do Rio Grande do Sul, foi muito atingida no início da pandemia, tendo indicadores preocupantes por um longo tempo. A marca de tudo isso ficou presente no imaginário da sociedade. O que é muito compreensível, visto que tivemos que aprender com perdas em todos os setores da sociedade.

Nesse cenário o mês de maio de 2021 se aproximava, e com ele vinha uma data especial: Venâncio Aires iria completar 130 anos de emancipação. Não havia motivos para comemorar, mas a Prefeitura não queria deixar passar essa data tão importante em branco.

E como um aniversário é um processo de início de ciclo, a Prefeitura queria conversar com a população e passar uma imagem de renovação e de esperança, falando que quando tudo passar, Venâncio já estará preparada para voltar a crescer.

Pensando nisso, construímos uma mensagem que valorizava a cidade e também seus moradores. A frase "A gente tem muito a oferecer" embalou uma campanha que transformava personalidades da cidade, como o responsável pela Escola do Chimarrão, uma senhora produtora de pães e cuca, uma comunicadora e um jovem que trabalha com tecnologia em inspiração. Essas pessoas dos mais diferentes núcleos posaram para estampar as peças e participaram da gravação de um filme comemorativo dos 130 anos de Venâncio Aires. No filme, mostramos o processo de gravação do jingle criado para a campanha, que deveria marcar a data e envolver a população com uma melodia alegre, inspiradora, empática e que mostrasse que a Venâncio tem muito a oferecer.



Filme 60" disponível no pen drive em anexo.

Dimensões originais: 60"

engenho de ideias

CREMERS | FILME 60"

Cliente: Conselho Regional de Medicina do RS - CREMERS
Peça: Filme 60"
Título: Em defesa da excelência médica
Data de produção: agosto/2019
Período de veiculação: agosto a outubro/2019
Veículos que divulgaram: Band TV, RBS TV, SBT TV, Record TV, GNT e GloboNews

Problema que a peça se propôs a resolver:
Todos os dias, os médicos e a população enfrentam a falta de medicamentos, de leitos e de exames, em hospitais superlotados e com infraestrutura precária. São problemas crônicos que deixam as pessoas desassistidas e os médicos com as mãos amarradas. Diante desse cenário caótico, não demoram a surgir soluções milagrosas – e falaciosas. É o caso, por exemplo, da ideia de que a simples contratação de mais médicos resolveria os problemas. Isso não é verdade. Ainda assim, seguem sendo abertos novos cursos de Medicina, muitos deles com objetivos unicamente mercantilistas, que não oferecem as condições básicas para uma formação de qualidade. O resultado é o surgimento de um grande número de profissionais despreparados, o que acaba por ser danoso tanto para a própria classe quanto para a sociedade.

O CREMERS – Conselho Regional de Medicina do Estado do Rio Grande do Sul precisava se posicionar diante dessa situação – e de maneira enfática. Assim, foi solicitada à agência a criação de uma campanha que deixasse claro à população que o problema da saúde não está na quantidade de profissionais, mas na falta de investimentos em itens que deveriam ser básicos para a prática eficaz da Medicina. O que a campanha precisava fazer era mostrar que abrir novas faculdades ou novas vagas nos cursos já existentes não vai ajudar a melhorar a saúde das pessoas.

Em um processo que envolveu todos os departamentos da agência, foi desenvolvida uma campanha completa, transmídia, cuja principal peça era esta que apresentamos aqui: o filme de 60 segundos. Ele apresentava o conceito macro da campanha, "Quantidade não é sinônimo de qualidade", que resumia com plenitude a ideia de que aumentar o número de médicos não é a solução ideal para o problema da saúde. Para traduzir essa mensagem, foi criado um filme visualmente forte, impactante, que mostrava uma atriz representando uma médica no corredor lotado de um hospital em situação visivelmente precária. Durante essa caminhada pelo cenário (criado para a produção), a atriz falava, de forma veemente, sobre a falta de condições básicas para a prática da Medicina, reforçando a gravidade da situação. Ousado em termos estéticos, com planos de vários segundos, e relevante no que concerne à mensagem, o filme resultou em uma peça contundente, que, ao final, levava o espectador a refletir sobre aquilo que assistiu e sobre todo o cenário da saúde. Uma peça ao mesmo tempo informativa e incisiva, que esclarecia ao público, através de dados, que o número de médicos atuais é mais do que suficiente, destacando as debilidades do sistema de saúde e as mazelas vividas diariamente por médicos e por pacientes.

Quantidade
não é sinônimo
de qualidade.

LEIA A POSIÇÃO OFICIAL DO CREMERS:
[WWW.PORMAISSAUDE.COM.BR]

Filme 60" disponível no pen drive em anexo.

Dimensões originais: 60"

engenho de ideias

SEMAE DE SÃO LEOPOLDO | ANÚNCIO PÁGINA DUPLA

Cliente: Serviço Municipal de Água e Esgotos de São Leopoldo/RS
Peça: Anúncio página dupla
Título: Semae 50 anos
Data de produção: novembro/2021
Período de veiculação: novembro/2021
Veículo que divulgou: Jornal VS

Problema que a peça se propôs a resolver:
O Semae - Serviço Municipal de Água e Esgotos, completa 50 anos de contribuição e trabalho para a comunidade de São Leopoldo. Durante esse tempo, a autarquia criou laços com a cidade e seus habitantes ao oferecer sempre o melhor com inovação e tecnologia, proporcionando maior qualidade de vida para todos. Por tudo que faz e representa tornou-se evidente a necessidade de marcar a passagem do cinquentenário compartilhando esse momento de comemoração com quem mais importa: a população.

Para essa celebração envolver a todos, criamos uma campanha publicitária institucional em comemoração aos 50 anos com o objetivo de celebrar o passado, o presente e o futuro da autarquia junto aos leopoldenses, mostrando a eficiência, a transparência e valor ao desenvolver suas atividades. Para deixar clara toda a importância do Semae, a campanha exalta a realização do serviço público de qualidade e o grande valor que tem para a comunidade.

O anúncio aqui apresentado representa a história, celebra o momento e projeta um caminho rumo a um futuro de trabalho em busca da excelência. Esteticamente, a peça se mostra bastante contemporânea e com um olhar distanciado, capaz de ver o todo, diferentes fases, a evolução e o caminho percorrido. Ao mesmo tempo deixa claro, visualmente, que o Semae e a comunidade andam juntos ao apresentar uma pessoa, representando os leopoldenses, seguindo em frente com a linha do tempo, enquanto a história acontece.

Acompanhando essa imagem que ilustra os feitos ocorridos de 1971 a 2021, o momento atual e a humanização com o personagem, temos um título que resume o cerne da festividade e da exaltação "Nossa água, nosso bem. Patrimônio da cidade e seu também." Uma única frase é capaz de destacar e valorizar o serviço e o que ele representa para a saúde, desenvolvimento e reconhecimento da capacidade da cidade em oportunizar qualidade de vida e orgulhar toda a sua gente. A assinatura "Nosso total orgulho de um bem que é seu também" reforça a narrativa proposta de inclusão na comemoração e, sobretudo, fortalece o vínculo, a sensação de pertencimento e o sentido de continuar preservando e exaltando esse patrimônio público de toda a comunidade.

NOSSA ÁGUA, NOSSO BEM.

PATRIMÔNIO DA CIDADE E SEU TAMBÉM.

O Semae comemora 50 anos prestando um serviço público de qualidade à toda a comunidade. Patrimônio da cidade, desde 1971, leva saúde à população com inovação, tecnologia, eficiência, transparência e dedicação. Nosso total orgulho de um bem que é seu também.

50 ANOS SEMAE

SÃO LEOPOLDO
CONSTRUINDO UMA CIDADE MELHOR

Dimensões originais: 52 x 35 cm

engenho de ideias

PREFEITURA DE JOINVILLE | FILME 30"

Cliente: Prefeitura Municipal de Joinville/SC
Peça: Filme 30"
Título: Volta às aulas
Data de produção: fevereiro/2021
Período de veiculação: fevereiro/2021
Veículos que divulgaram: NSCTV – Joinville, SBT, TVBV (Band), Record News (SC), ND TV (Joinville), TV da Cidade – Joinville e TV Brasil Esperança

Problema que a peça se propôs a resolver:
O ano de 2020 foi atípico e desafiador para todo mundo, mas principalmente para os órgãos públicos. Combater a pandemia do coronavírus e fazer o gerenciamento eficiente de várias áreas exigiu a tomada de decisões difíceis.

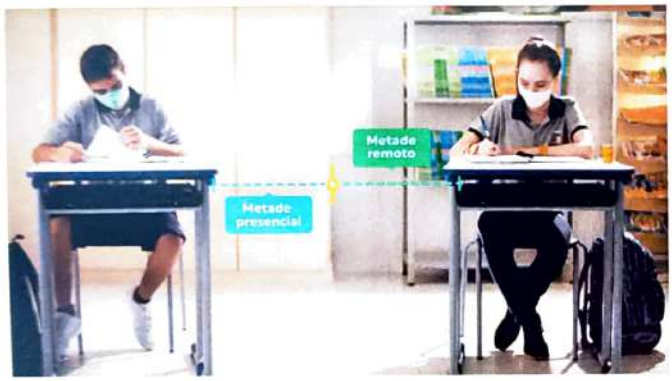
Entre as ações desenvolvidas nos municípios, o cancelamento das aulas presenciais foi uma medida com grande peso para a sociedade e, consequentemente, para as Gestões, visto que muitas pessoas ficaram impossibilitadas de trabalhar para cuidar dos filhos. Com a proximidade do fim do ano, os números da pandemia em Joinville e em todo o país haviam diminuído. O cenário que era assustador passou a ser um pouco mais otimista ao permitir a retomada de vários serviços, que tinham sido suspensos durante o ano.

Entre eles, o retorno das aulas ganhou força e a Prefeitura de Joinville começou a tomar medidas para proporcionar isso a toda a rede pública de ensino do município. Tudo começou com a elaboração do "Protocolo Seguro de Volta às Aulas" e a organização de um cronograma construído juntamente com as diretorias das escolas.

Após o cenário organizado e o Protocolo divulgado, a Prefeitura precisava falar com pais e alunos sobre a importância do retorno das aulas presenciais com cuidado e preservação da saúde de todos.

A mensagem da campanha precisava ressaltar as medidas tomadas para garantir os protocolos de segurança nas salas de aula. Para responder a tudo isso, desenvolvemos o conceito "A educação ainda mais presente" para guiar a comunicação e falar com o público através de um discurso sério, motivacional e plenamente adequado à situação atípica do momento. A mensagem foi aplicada em diversas peças e em um filme para divulgação na televisão e compartilhado em canais digitais. O material foi desenvolvido para exaltar a educação e se alinhava à situação de retomada e esperança, que toda a comunidade estava vivendo. A dinamicidade da edição do filme abordava a mudança na atmosfera das aulas on-line para o presencial e criava uma boa expectativa do que estava por vir.

Tratava-se de um filme com uma linguagem informativa, de fácil entendimento e bem de acordo com a realidade, que falava diretamente com os pais dos alunos, para que pudessem sentir segurança ao enviar seus filhos novamente à escola.



Filme 30" disponível no pen drive em anexo.

Dimensões originais: 30"

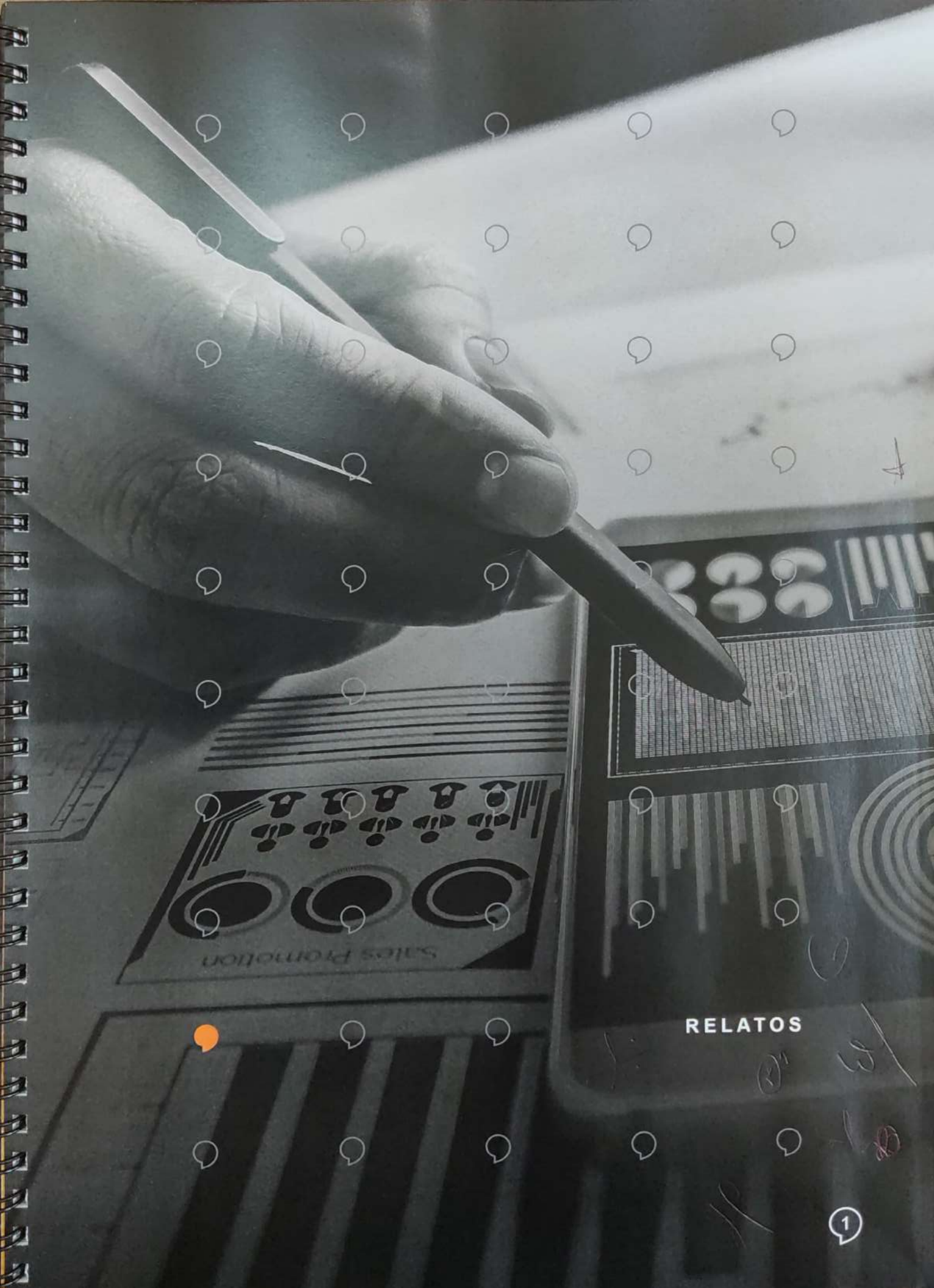
engenho de ideias

Porto Alegre, 30 de março de 2022.

07.895.771/0001-33
ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA
Av. Ipiranga, 7464, sala 1005
Jardim Botânico CEP 91530-000
PORTO ALEGRE - RS

ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA.
CNPJ 07.895.771/0001-33
Luiz Ricardo Felix Jaques
Sócio-Administrador

engenho de ideias


RELATOS
1

engenho de ideias

Cliente: SIPS - Sindicato das Indústrias de Produtos Suínos
Título da campanha: Fomento ao consumo da carne suína
Data de produção: novembro e dezembro/2021
Período de veiculação: dezembro/2021 a março/2022
Exibição: Estado do Rio Grande do Sul

Resumo do problema que a campanha se propôs a resolver

O SIPS - Sindicato das Indústrias de Produtos Suínos do Estado do Rio Grande do Sul é a entidade representativa das agroindústrias que atuam na integração, abate e processamento de carne suína, uma cadeia produtiva que envolve desde criadores e abatedores até fornecedores e prestadores de serviço, alcançando centenas de empresas e indústrias.

Nos últimos anos, a situação econômica vivida no Brasil tem se encontrado bastante debilitada, com recessão em diversas áreas, cenário que piorou ainda mais com a pandemia de coronavírus. Os reflexos disso no cotidiano das famílias foi forte, impactando diretamente na maneira como as pessoas consumiam diferentes itens do seu dia a dia, como a carne, que passou a ser menos frequente na mesa devido ao seu alto valor.

É nesse cenário de dificuldade que a carne suína se apresenta como uma excelente opção. Historicamente de menor preço, a carne suína é uma alternativa saudável, acessível e deliciosa para as famílias, mesmo que não tenha o mesmo "status" da carne bovina ou até mesmo do frango.

Diante dessa conjuntura, o SIPS percebeu a oportunidade para impulsionar o consumo de carne suína e fortalecer as vendas em todo o Rio Grande do Sul. Ainda persiste um desconhecimento do consumidor a respeito das qualidades e propriedades da carne suína, bem como um preconceito cultural antigo e fora da realidade atual associando os animais a sujeira e doenças. Além disso, a maioria das pessoas associa a proteína suína aos produtos embutidos e não como uma opção de carne à mesa.

A campanha tinha o objetivo de dar início a uma mudança nesse cenário, mostrando a carne suína como uma excelente opção e fazendo as pessoas se conscientizarem sobre seus benefícios e todos os aspectos positivos relacionados à sua compra e consumo.

Solução encontrada

A solução proposta foi a criação de uma campanha de conscientização para falar sobre as qualidades da carne suína e fomentar o consumo junto à população do Rio Grande do Sul.

A mensagem dessa comunicação precisava destacar as qualidades da carne, como a de ser rica em proteínas, seu sabor e maciez característicos, além de ser fonte de vitaminas e minerais. Essencialmente, a campanha deveria mostrar ao público que o consumo de carne suína é uma opção atrativa economicamente, que passa por um rígido controle de qualidade na produção e que traz diversos benefícios à saúde – sem jamais menosprezar as demais carnes.

Para alcançar o maior número de pessoas, foi criado um conceito capaz de falar com diferentes públicos através de uma única frase empática, simples e direta. "Carne suína: é boa, é pra você" foi a linha de comunicação adotada para afirmar sobre os benefícios da carne suína e a sua versatilidade. Esse conceito resumiu os objetivos da campanha, sendo aplicado em um selo, como se estivesse certificando a mensagem.

Com a definição do conceito, a estratégia foi desenvolvida no sentido de alcançar diretamente perfis pré-determinados que representavam diferentes públicos consumidores

engenho de ideias

da carne suína. Esses públicos foram encontrados através de um estudo sobre os hábitos da população, o que nos levou a criar cinco personagens para estampar toda a proposta e transmitir as amplas possibilidades de preparo e os benefícios da proteína.
Através de ilustrações, uma família de personagens foi desenvolvida para fazer toda a representação visual da campanha, dando vida aos diferentes públicos e possibilitando a criação de uma ligação afetiva das pessoas com a mensagem. Nos desdobramentos, cada peça trazia um protagonista interagindo com uma ação diretamente ligada ao cotidiano e ao consumo da carne suína por ele. Um personagem destacava o aspecto da saúde, outro ressaltava a versatilidade do produto, um terceiro reforçava a economia e assim por diante. Esse apelo visual, criado com um tom de descontração e alegria para mostrar os atributos positivos da carne suína, foi ampliado com a escolha de meios e formatos adequados para a divulgação da mensagem. A solução foi desenvolver uma comunicação integrada nos ambientes off-line – com material para rádio, mídia exterior e TV, como no patrocínio do programa El Topador, do SBT, no qual o apresentador ensinava como preparar a carne suína – e on-line, com o desenvolvimento de um site com todas as informações e receitas para a população consultar. Ainda no digital, foram realizadas diversas ações com influenciadores ligados à gastronomia e conhecidos pela população gaúcha, como Diogo Carvalho, Gugu Streit, Lela Zaniol e Adriano Domingues, o que potencializou o impacto da campanha. Além disso, a solução também chegou a ações de não-mídia nos PDVs, com a entrega de fôlderes explicando sobre os benefícios da carne suína para quem trabalha com ela e ainda adesivos com o selo e call to action da campanha para aplicação em balcões e freezers de carnes.

Resultados
Nos primeiros 30 dias de veiculação, a campanha já mostrou a sua força e os resultados apareceram. O site www.carnesuina.com.br teve 30.644 acessos únicos no período, um número muito expressivo que também se refletiu em outros dados, como as 589.500 mil impressões entre rede display, rede pesquisa e Spotify, os 13 milhões de impactos em TV com o programa especial El Topador, os 4,2 milhões de ouvintes em rádio e os quase 3 milhões de impactos em mídia exterior, além das 643 mil contas no Instagram alcançadas e as 74 mil interações de engajamento que vieram das ações realizadas com os influenciadores. Como se pode observar pelos números apresentados, a campanha chamou a atenção e despertou interesse, marcando um novo olhar do público em relação à carne suína.

Eu, Rogério Kerber, referendo e atesto a veracidade deste case.

Rogério Kerber | Diretor Executivo
SIPS - Sindicato das Indústrias de Produtos Suínos
Contrato s/nº datado de 01/11/2021

Thiago Dalmas Affonso
Sócio-Gerente (responsável pela elaboração do referendo)
Engenho de Ideias Comunicação Ltda.

92.941.566/0001-36
SINDICATO DA INDÚSTRIA DE PRODUTOS SUÍNOS NO E. R.S.
Pç. Osvaldo Cruz, 15 - Conj. 814 - 8º A.
Centro - CEP 90038-900
Porto Alegre - RS

engenho de ideias

Peça 1: Anúncio página jornal

Problema que a peça se propôs a resolver:
Se a campanha pretendia falar sobre as diversas qualidades da carne suína, a peça aqui exemplificada tinha o objetivo específico de comunicar a população gaúcha o papel dela no cuidado com a saúde. Isso foi feito através de um dos desdobramentos da campanha, mostrando a ilustração de uma senhora idosa praticando exercícios e informações sobre como a carne suína é saudável e importante para quem busca saúde.

CARNE SUÍNA
PRA QUEM QUER SAÚDE.

A carne suína é perfeita para quem quer manter uma alimentação saudável sem abrir mão do sabor. Importante aliada do controle da pressão arterial e da manutenção da massa magra, é uma carne que se encaixa em qualquer refeição com um ótimo custo-benefício.

Na hora de escolher o que comer, lembre-se que há uma carne saudável, nutritiva e barata para o seu cardápio. Lembre-se da carne suína.

Conheça todos os tipos de corte e receitas deliciosas em carnesuina.com.br

É BOA CARNE SUÍNA É PRA VOCÊ

sips

Dimensões originais: 26,1 x 35 cm

engenho de ideias

Peça 2: Mega Painel Freeway

Problema que a peça se propôs a resolver:
O objetivo da peça aqui apresentada era incentivar o consumo da carne suína por um público que se desloca para o litoral gaúcho, o qual tem como hábito comum fazer churrasco. E para isso, desenvolvemos um painel com uma mensagem direta, mostrando um corte suíno para transmitir a mensagem e gerar o desejo na população em um espaço com alta frequência de pessoas durante o verão.

Dimensões originais: 20 x 6 m

engenho de ideias

Peça 3: Hotsite

Problema que a peça se propôs a resolver:
A peça aqui exemplificada tinha o desafio de reunir muitas informações sobre a carne suína com uma linguagem acessível e de fácil entendimento. O hotsite pretendia fazer isso fornecendo subsídios para o público entender que a carne é acessível, nutritiva e que pode ser preparada de diversas maneiras. Tudo isso foi abordado através das ilustrações criadas para a campanha, onde que cada uma delas se ligava a uma qualidade e mostrava que para todo o tipo de público, a carne suína é uma ótima escolha.

CARNE SUÍNA
CARNE SUÍNA
NUTRIÇÃO
BENEFÍCIOS
RECEITAS
CARNE SUÍNA
PRA QUEM É VERSÁTIL
Vários cortes para dar mais sabor à sua mesa. Clique e confira.
LOMBO
FILÉ MIGNON
SUÃ
COPA-LOMBO
CARRÉ
ALCATRA
PELE
PICANHA
COSTELA
PAPADA
PALETA
PANCETTA
PERNIL
JOELHO
JOELHO
PÉ
Promoção
O Sindicato das Indústrias de Produtos Suínos do Estado do Rio Grande do Sul é a entidade representativa que congrega as agroindústrias que atuam na integração, abate e processamento de carne suína.
A cadeia produtiva da suinocultura envolve centenas de empresas além das próprias indústrias, desde criadores, abatedores até fornecedores e prestadores de serviço.
Vários cortes para dar mais sabor à sua mesa. Clique e confira.
Promoção
O Sindicato das Indústrias de Produtos Suínos do Estado do Rio Grande do Sul é a entidade representativa que congrega as agroindústrias que atuam na integração, abate e processamento de carne suína.

CARNE SUÍNA
NUTRIÇÃO
BENEFÍCIOS
RECEITAS
A MODA AGORA É
COMER BEM
Carne suína não tem mais colesterol que a maioria das outras carnes.
Seu teor fica, em média e conforme as peças, de 62 a 78 mg em cada 100 g, o que a coloca no mesmo patamar que o frango.

engenho de ideias

Peça 4: Spot

Problema que a peça se propôs a resolver:
A peça aqui apresentada buscava trazer uma das qualidades da carne suína para o público, mostrando que ela é uma opção leve e saudável para desmistificar uma percepção antiga a respeito da proteína. A partir disso, criamos um diálogo em um restaurante, onde o garçom indicava para a cliente a melhor escolha para o seu pedido. No fim, o spot endereçava ao site para quem queria saber mais sobre o assunto.

Spot 30” disponível no
pen drive em anexo.

Dimensões originais: 30”

Peça 5: Filme

Problema que a peça se propôs a resolver:
Conscientizar a população sobre as qualidades da carne suína e fomentar o consumo junto à população do Rio Grande do Sul era o objetivo da campanha do SIPS. O filme criado tinha esse propósito e usou da estética da campanha para levar a mensagem a todos os gaúchos. Ele trazia pratos com a carne suína e os desdobramentos criados que mostravam ilustrações de personagens carismáticos para dar vida a diferentes públicos, mostrando que para cada um deles, a carne suína é indicada. No fim, a peça trazia o selo conceito e o hotsite com mais informações sobre a proteína.

É BOA
CARNE SUÍNA
É PRA VOCÊ

É BOA
CARNE SUÍNA
É PRA VOCÊ

Saiba mais em carnesuina.com.br

sips Sindicato das Indústrias de Produtos Suínos do RS

Filme 30" disponível no pen drive em anexo.

Dimensões originais: 30"

engenho de ideias

Cliente: Ministério Público Federal / Procuradoria da República no Rio Grande do Sul
Título da campanha: Fórum Gaúcho de Combate aos Impactos dos Agrotóxicos - FGCIA
Data de produção: setembro a outubro/2021
Período de veiculação: outubro a dezembro/2021
Exibição: Estado do Rio Grande do Sul

Resumo do problema que a campanha se propôs a resolver:
Uma das funções constitucionais do Ministério Público Federal, presente em 18 cidades do RS e na capital gaúcha, é dialogar sobre os interesses coletivos, como o impacto dos agrotóxicos na vida das pessoas, a proteção do meio ambiente e a saúde da população. Por isso, em 2013, o MPF, juntamente com outras instituições, criou o Fórum Gaúcho de Combate aos Impactos dos Agrotóxicos (FGCIA), congregando sociedade civil, Ministério Público, órgãos públicos, universidades, conselhos, para dialogar e buscar soluções a respeito de questões humanas e ambientais referentes ao tema, além de permitir a troca de informações e a divulgação de materiais. O Fórum, hoje, é um canal para a propagação de informações sobre os impactos dos agrotóxicos e sobre novas perspectivas e alternativas, tais como a agroecologia. O Fórum desempenha um papel relevante para a sociedade, com planejamento, conteúdo e credibilidade ao seu favor. No entanto, grande parte da população ainda desconhece o Fórum e os impactos dos agrotóxicos na saúde e no meio ambiente. Esse era o grande problema a ser solucionado pela campanha do FGCIA e do MPF: romper a barreira do desconhecimento da população em relação aos impactos dos agrotóxicos e à agroecologia.

Solução encontrada:
A solução encontrada foi a criação e veiculação de uma campanha institucional capaz de sensibilizar e informar um grande número de pessoas em todo o estado do Rio Grande do Sul. O principal objetivo era levar conhecimento sobre os riscos associados ao uso de agrotóxicos, principalmente para a população rural, bem como promover a agroecologia e fortalecer o FGCIA.
Por se tratar de uma comunicação ampla, desenvolvemos uma campanha com abrangência estadual e total integração entre os meios on-line e off-line. Priorizamos rádios do interior para falar com a população do campo, e da capital com spots em linguagem específica para cada perfil de público. Além disso, tivemos TV aberta nas principais emissoras do estado, mídia exterior (ônibus e trem) e entrega de materiais de não mídia (sacolas ecológicas, adesivos, folders) para ações de ativação em eventos (Feira do Livro, feiras agroecológicas de Porto Alegre, entre outros). No digital, a campanha teve presença em redes sociais, portais segmentados, rede display programática, rede pesquisa e YouTube. Todas as peças tinham como foco direcionar o público para um site onde estavam as informações pertinentes aos impactos dos agrotóxicos e a agroecologia.
Para impactar e despertar a atenção dos gaúchos, trabalhamos dentro da ideia de que as pessoas utilizam os agrotóxicos e as suas substâncias nocivas muitas vezes sem saber de todos os danos que elas causam. Assim, colocamos o nome de "Agrotóxico" em produtos que costumamos utilizar no dia a dia, passando a ideia de que esse tipo de substância está presente na vida de todos de forma quase invisível, concluindo que essa situação não deveria ser tratada de modo tão corriqueiro. A mensagem das peças ainda ganhava o apoio da chamada "Algumas substâncias não deveriam fazer parte das suas refeições".
Essa foi a forma encontrada para ilustrar a ideia à população. Uma solução visualmente

Esse documento foi assinado por Thiago Dalmas Affonso. Para validar o documento e suas assinaturas acesse https://app.ideiasigner.com.br/validate/58QX7-63UE5-8H4EB-FZMKU

impactante, capaz de fazer as pessoas despertarem a consciência para o tema. Em outras palavras, primeiro a campanha buscava chamar a atenção e o interesse das pessoas para a gravidade do assunto e o quanto os agrotóxicos estão inseridos na vida de todos. Em seguida, após a abordagem sobre os perigos desses aditivos, era apresentada, como alternativa, a agroecologia.

Portanto, ao invés de simplesmente trazer informações sobre a agroecologia, correndo o risco de não ter a mensagem principal assimilada pelo público, optamos por inicialmente impactar as pessoas, expondo os perigos dos agrotóxicos, para somente em seguida transmitir o restante do conteúdo, garantindo melhores resultados e absorção da mensagem. Toda a campanha estava unida sob um mesmo conceito, que ainda ganhou a forma de selo: "Agro sem tóxico". Assim, realizamos uma comunicação contundente, objetiva e necessária, cuja eficácia se comprovará a seguir.

Resultados:

Os 60 dias de veiculação da campanha obtiveram bons resultados, com estimativa de mais de 15 milhões de impactos em TV, rádio e mídia externa. O site criado especialmente para promover o Fórum no período teve 8.859 visitantes únicos, com média de 147 visitantes/dia – deste volume, 24% dos acessos foram na seção "campanha publicitária", mostrando o interesse do público ao conteúdo disponibilizado. Quanto às entregas de mídia digital, obtivemos mais de 1,6 milhão de impressões das peças de banners display, distribuídos em diversos canais e nas plataformas de redes sociais, sempre em segmentação de público com inteligência de servidores de mídia programática. Reforçando a comunicação, também tivemos entrega através da estratégia de anúncios para a pesquisa do Google, onde alcançamos resultados de mais de 4,6 milhões de impressões. Também tivemos o filme, que, dentro da estratégia de Youtube, foi assistido mais de 54 mil vezes, resultando em 2.606 cliques ao site. Ao todo, a estratégia de mídia digital obteve mais de 6,4 milhões de impactos totais entre todas as peças e ferramentas trabalhadas. A principal consequência da campanha foi o alerta à população sobre os impactos dos agrotóxicos para as pessoas e para o meio ambiente, e a divulgação da agroecologia, trazendo mais conhecimento sobre o assunto, com diversas mídias espontâneas e um feedback positivo para o MPF. Diferentes públicos foram impactados pela campanha e, sem dúvida, levaram a mensagem do "Agro sem Tóxico" para outras pessoas, expandindo o conhecimento e a conscientização obtidos.

Divulgação autorizada, nos termos do Ofício nº 1151/2022/PR/RS (PR-RS-00018329/2022).

Assinado eletronicamente por:
Thiago Dalmas Affonso
CPF: 001.327.450-38
Data: 28/03/2022 15:05:00 -03:00

Harold Hoppe | Procurador-Chefe Substituto da PR/RS
Procuradoria da República no Rio Grande do Sul (PR/RS)
Ministério Público Federal
Número do contrato: 01/2021

Thiago Dalmas Affonso Sócio-Gerente
(responsável pela elaboração do referendo)
Engenho de Ideias Comunicação Ltda.

Esse documento foi assinado por Thiago Dalmas Affonso. Para validar o documento e suas assinaturas acesse https://app.ideiasigner.com.br/validate/58QX7-63UE5-8H4EB-FZMKU

MINISTÉRIO PÚBLICO FEDERAL
PROCURADORIA DA REPÚBLICA - RIO GRANDE DO SUL
GABINETE DO PROCURADOR-CHEFE

Ofício nº 1151/2022/PR/RS

Porto Alegre, *data da assinatura digital*.

Ao Senhor
THIAGO DALMAS AFFONSO
Sócio-Gerente Engenho de Ideias Comunicação Ltda.
(encaminhado via felipe@engenhodeideias.com.br)

Assunto: autoriza a divulgação do documento em anexo.

Prezado Senhor,

Cumprimentando-o, autorizo a divulgação do documento em anexo, nos termos do item 24.9 do Edital de Tomada de Preços nº 01/2020, desta PR/RS.

> "24.9 A CONTRATADA só poderá divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta Tomada de Preços, que envolvam o nome da PR/RS, do FDD ou ainda do FGCIA, se houver expressa autorização destes."

Cordialmente,

HAROLD HOPPE
PROCURADOR-CHEFE SUBSTITUTO DA PR/RS

Assinado com login e senha por HAROLD HOPPE, em 28/03/2022 15:43. Para verificar a autenticidade acesse http://www.transparencia.mpf.mp.br/validacaodocumento. Chave 72E7B2F8.09A991E1.8295B33A.40C5613A

17

MANIFESTO DE ASSINATURAS

Código de validação: 58QX7-63UE5-8H4EB-FZMKU

Esse documento foi assinado pelos seguintes signatários nas datas indicadas (Fuso horário de Brasília):

✔ Thiago Dalmas Affonso (CPF 001.327.450-38) em 28/03/2022 15:05 - Assinado eletronicamente

Endereço IP	Geolocalização
177.19.178.39	Não disponível

Autenticação thiago@engenhodeideias.com.br

Email verificado

LIdCK3x627+jTrEX0p2VEF1hkf1oB7k3W/WAGnuWD6U= SHA-256

Para verificar as assinaturas, acesse o link direto de validação deste documento:

https://app.ideiasigner.com.br/validate/58QX7-63UE5-8H4EB-FZMKU

Ou acesse a consulta de documentos assinados disponível no link abaixo e informe o código de validação:

https://app.ideiasigner.com.br/validate

engenho de ideias

Peça 1: Filme

Problema que a peça se propôs a resolver:
Frente a esse cenário de despertar a atenção das pessoas para a gravidade dos agrotóxicos e alertar a população sobre o frequente uso desses aditivos no dia a dia de todos, o MPF precisava ter uma comunicação direta e de fácil assimilação. O filme criado para a campanha utilizava o tom de surpresa para passar a mensagem pretendida. Ele foi desenvolvido mostrando produtos alimentícios e uma locução relatando sobre algo que é muito comum à mesa da população, buscado gerar uma associação com a comida. No fim, revelava que a mensagem estava se dirigindo aos agrotóxicos e apresentava a agroecologia, uma alternativa mais saudável para a produção e o consumo de alimentos.

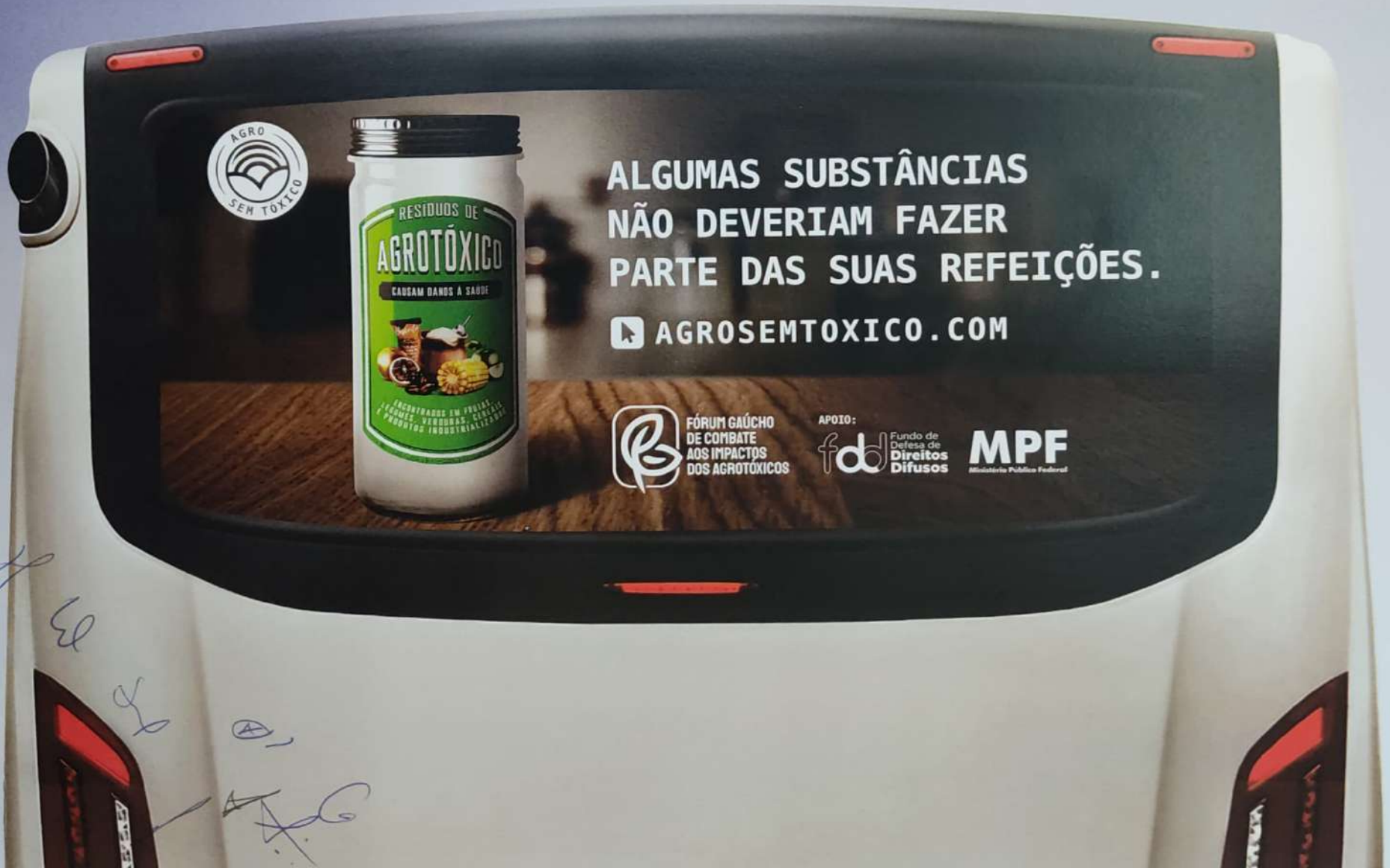
AGRO
SEM TOXICO

Filme 30" disponível no pen drive em anexo.

Dimensões originais: 30"

Peça 2: Busdoor

Problema que a peça se propôs a resolver:
A peça aqui exemplificada pretendia ser um canal direto de contato com a população sobre os perigos dos agrotóxicos para a saúde de todos. Através de uma mensagem rápida e surpreendente, com a apresentação de um produto comum à população, a peça buscava transmitir a mensagem que algumas substâncias não deveriam fazer parte do nosso dia a dia, buscando levar o público para o hotsite criado para a campanha e o informando sobre os benefícios da agroecologia.



Dimensões originais: 190 x 85 cm

Peça 3: Painel trem

Problema que a peça se propôs a resolver:
A peça tinha o objetivo de apresentar a mensagem e ser um canal de contado com a população em um espaço onde circulam milhares de pessoas diariamente. Por essa razão, o painel aqui apresentado tinha um produto e a mensagem a respeito dos agrotóxicos, mostrando seus perigos e revelando que a agroecologia é uma alternativa para evitar o uso desses aditivos. Além disso, o painel também trazia informações sobre o site criado para a campanha, instigando o público a acessar e conhecer mais sobre o Fórum Gaúcho de Combate aos Impactos dos Agrotóxicos.

Dimensões originais: 3 x 2 m

24

engenho de ideias

Peça 4: Hotsite

Problema que a peça se propôs a resolver:
Dentro dos objetivos da campanha de informar a população sobre os perigos dos agrotóxicos e sobre os benefícios da agroecologia, muitas informações estavam disponíveis para serem compartilhadas pelo MPF. A peça aqui apresentada buscava reunir todas elas e ser uma fonte segura e de fácil acesso sobre os assuntos. O hotsite criado também estaria presente em todos os materiais como um caminho, chamando os públicos a acessarem e encontrarem ali tudo que precisavam saber.

Hotsite 1/2 26

Hotsite 2/2 27

Peça 5: Spot

Problema que a peça se propôs a resolver:
O spot de 30" tinha a necessidade de comunicar ao público a mensagem em um tom de surpresa, fortalecendo a finalidade da campanha de falar sobre os perigos do uso de agrotóxicos. A partir disso, os objetivos foram traduzidos em uma peça que trazia um diálogo à mesa, falando sobre os ingredientes de uma janta saborosa. A virada da comunicação estava na presença de agrotóxico como parte da receita e na explicação sobre produtos que estão na nossa alimentação e que a gente não sabe. No fim, o spot indicava a agroecologia para superar isso e o hotsite criado para a campanha.

Spot 30" disponível no
pen drive em anexo.

Dimensões originais: 30" 29

engenho de ideias

Porto Alegre, 30 de março de 2022.

07.895.771/0001-33
ENGENHO DE IDEIAS
COMUNICAÇÃO LTDA
Av. Ipiranga, 7464, sala 1005
Jardim Botânico CEP 91530-000
PORTO ALEGRE - RS

ENGENHO DE IDEIAS COMUNICAÇÃO LTDA.
CNPJ 07.895.771/0001-33
Luiz Ricardo Felix Jaques
Sócio-Administrador

DE PÚBLICO A GENTE ENTENDE

51 3273.3100
engenhodeideias.com.br

Sede - **Porto Alegre / RS**
Av. Ipiranga, 7464 / 1005
Jardim Botânico / 91530 000

Caxias do Sul / RS
Avenida Itália, 482 / 501
São Pelegrino / 95010 040

Balneário Camboriú / SC
Rua 1822, 330 / 02
Centro / 88330 484