

## Capacidade de Atendimento

### 4.3.1

#### 4.3.1.1 Currículos com a Qualificação e Quantificação dos Profissionais

Os profissionais abaixo serão colocados à disposição deste contrato:

#### GESTÃO - 1

##### **THIAGO FILOMENO**

Formação: Administração e Marketing.

Tempo de função: 12 anos

Tempo de Experiência Profissional: 24 anos

Área de atuação no HUB Criação: Direção geral, Estudo e Planejamento.

Formado em Web Design pelo SENAC em Florianópolis, com conhecimento nos programas Fireworks, Dreamweaver e Flash. Bacharel em Administração com ênfase em Marketing, pela faculdade Estácio de Sá de Santa Catarina.

Está há 22 anos na HUB Criação. Iniciou no ano de 2000, trabalhando como Web-Designer; em seguida, passou a atuar como arte-finalista, onde ficou até o início do ano de 2005. Em fevereiro de 2005, iniciou no departamento comercial como atendimento, tendo sido, em 2007, promovido a diretor comercial, responsável pelos clientes ativos. Em 2008, tornou-se sócio proprietário no HUB Criação, onde atua desde então como CEO.

Tipo de vínculo com a licitante: Sócio-proprietário

#### FINANCEIRO - 2

##### **ALEXANDRE GOLINI**

Formação: Tecnologia em Automação em Serviços Executivos; MBA em Administração Estratégica em Negócios e Bacharel em Ciências Econômicas.

Tempo de função: 25 anos

Tempo de Experiência Profissional: 27 anos

Área de atuação no HUB Criação: Financeiro

Em 1995, começou a trabalhar na TV O Estado Florianópolis, hoje Ric Record, onde atuou nas funções de conciliação bancária, faturamento e supervisor financeiro. Em abril de 2008 ingressou na empresa Nextel Telecomunicações, onde operou na função de analista de crédito, tendo participação direta junto ao departamento comercial, lidando com conflitos e colaborando para soluções dos mesmos. Em 2014, iniciou no HUB Criação, trabalhando na área financeira, diretamente com contas a pagar, elaboração de fluxo de caixa e controle de entradas de recursos.

Tipo de vínculo com a licitante: CLT



## **GUILHERME NAZARENO DOMINGOS**

Formação: Bacharel em Administração

Tempo de função: 20 anos

Tempo de Experiência Profissional: 27 anos

Área de atuação no HUB Criação: Administrativo-Financeiro

Formado em Administração pela Faculdade Decisão, está há 22 anos no HUB, onde já passou por vários setores, inclusive produção gráfica. Possui vários cursos na área de informática, além de estágios em produção eletrônica na produtora TPS, de Florianópolis, e em duas gráficas catarinenses, onde aprofundou seus conhecimentos na produção gráfica convencional e outros meios como: serigrafia, impressão digital, etc. Exerce suas funções no setor administrativo do HUB, respondendo pelo faturamento e cobrança.

Tipo de vínculo com a licitante: CLT

## **ATENDIMENTO/ PRODUÇÃO - 1**

### **JACIDES LAUREANO**

Formação: Tecnologia em Processos Gerenciais

Tempo de função: 6 anos

Tempo de Experiência Profissional: 21 anos

Área de atuação no HUB Criação: Atendimento e Produção gráfica e eletrônica.

Possui diversos cursos, entre eles Photoshop, Corel Draw e design gráfico. Em 2003, iniciou estágio na Prefeitura de Florianópolis, no Núcleo de Transportes, onde atuou na função de atendimento ao cliente. Em 2005, começou como assistente de produção na agência BZZ Multicomunicação. Iniciou suas atividades no HUB Criação em 2006, no Departamento de Produção. Hoje, além de produtor, é responsável pelo atendimento das principais contas do HUB.

Tipo de vínculo com a licitante: CLT

## **GESTÃO/ DIREÇÃO DE CRIAÇÃO/ PLANEJAMENTO - 1**

### **JADE GANDRA DUTRA MARTINS**

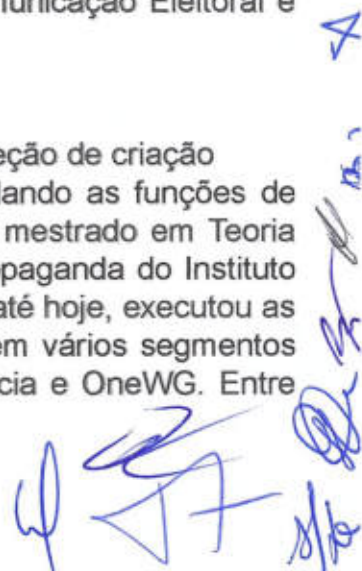
Formação: Graduação em Comunicação Social, Mestrado, Doutorado e Pós-Doutorado em Teoria Literária, todos pela UFSC. Atualmente cursa MBA em Comunicação Eleitoral e Marketing Político na Estácio de Sá.

Tempo de função: 20 anos

Tempo de experiência profissional: 20 anos

Área de atuação no HUB Criação: Redação, planejamento, gestão e direção de criação

Em 2003 ingressou em sua primeira agência de propaganda, acumulando as funções de atendimento, redação e coordenação de tráfego. Em paralelo, iniciou mestrado em Teoria Literária. Em 2004, começou a lecionar no curso de Publicidade e Propaganda do Instituto de Ensino Superior (IES), onde permaneceu por quatro anos. De 2008 até hoje, executou as funções de atendimento, planejamento e redação, especializando-se em vários segmentos do mercado, como varejo e moda, em agências como Gás Multiagência e OneWG. Entre





2010 a 2016 foi diretora de redação, com responsabilidade direta sobre todos os trabalhos da agência, e adquiriu experiência em gestão de pessoas. De 2018 a 2019 atuou como diretora de criação na F/FWD. No âmbito do ensino, foi também professora da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) de 2011 a 2013. Atualmente é responsável pela redação do HUB Criação.

Tipo de vínculo com a licitante: Pessoa Jurídica

## DIREÇÃO DE CRIAÇÃO/ DIREÇÃO DE ARTE - 1

### **RICARDO RODRIGUES**

Formação: Formado em Comunicação Social pela PUC-RS

Tempo de função: 10 anos

Tempo de Experiência Profissional: 39 anos

Área de atuação no HUB Criação: Diretor de Criação

Começou sua carreira em Porto Alegre, em 1998 mudou-se para Florianópolis, iniciando seu trabalho pela Prime DBBS e passou por agências como Polo, Mercado, BZZ, Marcca, Inca e Propague. Atendeu clientes como Malwee, Listel, Embratur internacional, Novartis, SEBRAE-SC, Caixa Econômica Federal, Atum Pescador, Marisol, Governo do Estado de Santa Catarina, Diário Catarinense, General Motors, Guga Kuerten, Shopping Itaguaçu, Rede SC, Beagle, Grupo RBS, Honda Amauri, Schaefer Yachts, etc. Conquistou diversas premiações como o Festival Internacional de Publicidade e Turismo, Festival de Publicidade de Gramado, Prêmio Catarina, SAPESC, Anuário do clube de criação de SC, Profissionais do ano Rede Globo entre outros, sendo "diretor de arte do ano" no prêmio Colunistas.

Tipo de vínculo com a licitante: Pessoa Jurídica

## INOVAÇÃO DIGITAL - 1

### **PAULA ENDE BICCA**

Formação: Graduação em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pela Faculdade Estácio de Sá

Tempo de função: 7 meses

Tempo de experiência profissional: 16 anos

Área de atuação no HUB Criação: Redação e Coordenação de Inovação Digital

Em 2008, ingressou em sua primeira agência de propaganda, acumulando as funções de atendimento, redação, roteirista e produção. De 2010 até hoje, executou as funções de redação, roteirista, concept developer e em alguns momentos produção, especializando-se em vários segmentos do mercado, como varejo e moda, em agências como Gás Multiagência, Propague, BZZ Comunicação e OneWG. Além de agências publicitárias, também atuou como roteirista e, posteriormente, Coordenadora de Campanhas e Ativação e Coordenadora de Audiovisual na empresa de tecnologia RD Station, onde trabalhou de 2019 a 2024. Atualmente é responsável pela redação e Coordenação Digital do HUB Criação.

Tipo de vínculo com a licitante: Pessoa Jurídica

## COORDENAÇÃO/ ATENDIMENTO - 1

### **JULIANA TONERA BRAGA**

Formação: Direito e Marketing Digital

Tempo de função: 2 anos e 3 meses

Tempo de experiência profissional: 7 anos

Área de atuação no HUB Criação: Coordenação e Atendimento

Começou a carreira profissional na área jurídica, trabalhando em escritórios de advocacia, no Ministério Público e no Tribunal de Justiça. Também atuou na Alesc, em contato direto com políticos e gestores públicos. Kursou Marketing Digital e Design Gráfico e começou a atuar na área gerenciando redes sociais e sites de comércios locais. Entrou no Hub Criação em 2021 como social media, gerenciando todas as redes sociais, prestando atendimento aos clientes e executando as estratégias do digital. Em 2022 passou a atuar como coordenadora e atendimento, coordenando 4 campanhas políticas proporcionais em 2022, 4 licitações e a pauta e prazos dos clientes fixos do Hub.

Tipo de vínculo com a licitante: Pessoa Jurídica

## MÍDIA - 1

### **RAFAELA MICHELS DE SOUZA**

Formação: Graduação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda e Pós-Graduação em Marketing para Gestão Empresarial.

Tempo de função: 2 anos e 4 meses

Tempo de experiência profissional: 24 anos

Área de atuação no HUB Criação: Executivo de Mídia

Sua carreira profissional iniciou quando ainda cursava graduação em comunicação social trabalhando no grupo Barriga Verde, passando então pelas áreas comerciais e operacionais de TV e Rádio. Iniciou sua trajetória em agência de publicidade no ano de 2003, com passagem pelas áreas de mídia, atendimento e coordenação, sendo seu foco principal a área de mídia, onde trabalhou em grandes agências, com clientes de atuação local e nacional. Realizou atividades como: gerenciamento do departamento de mídia, planejamento estratégico de comunicação e mídia, desenvolvimento de projetos especiais com base multiplataforma, controle, análise e administração do budget, acompanhamento da evolução dos meios de comunicação e veículos, compra e execução de mídia, análise de custos, evolução de audiência, desempenho da concorrência, análises de mercado x investimento, relatórios de pós-vendas e investimento x vendas.

Tipo de vínculo com a licitante: Pessoa Jurídica

## DADOS - 1

### **NICHOLAS BRUHNS BASTOS**

Formação: cientista social, acadêmico de mestrado na área da ciência política

Tempo de função: 1 ano e 6 meses





Tempo de experiência profissional: 10 anos

Área de atuação no HUB: análise e engenharia de dados

Profissional data-driven com experiência em ambiente acadêmico e empresarial. Trabalhou com pesquisa social e política, pesquisa de mercado e opinião, análise e engenharia de dados, benchmarking, consumer insights. Consultoria em pesquisa social para aprovação de projetos junto ao poder público. Consultoria em fluxo de dados para rotinas comerciais e rotinas de escritório. Entusiasta dos dados para desenho de estratégias de desenvolvimento de políticas públicas e estratégias de negócios.

Tipo de vínculo com a licitante: Pessoa Jurídica

DIGITAL - 3

### **EMILLY DOS REIS RODRIGUES**

Formação: Marketing

Tempo de função: 1 anos e 5 meses

Tempo de Experiência Profissional: 11 anos

Área de atuação no HUB Criação: Social media

Atuou em duas das maiores editoras do país, fazendo revisão de e-books e em seguida assumiu a parte digital da editora, passou por algumas agências de publicidade sendo estrategista de mídias sociais, realizando o planejamento, gravação de conteúdos para as redes sociais e atendimento ao cliente. Trabalhou também em um estúdio de tatuagem considerado o melhor do país, novamente assumindo o digital, realizando estratégias para redes sociais, captação de leads, e-commerce e eventos internos.

Tipo de vínculo com a licitante: Pessoa Jurídica

### **PAULO JARA AGRA**

Formação: Publicidade e Propaganda na Universidade Católica Dom Bosco, Campo Grande-MS; UX/UI Designer, pela EBAC, em formação.

Tempo de função: 3 anos

Tempo de Experiência Profissional: 7 anos

Área de atuação no HUB Criação: Gestão de Tráfego e Performance.

Começou a atuar na publicidade em 2018, no Senai de Campo Grande (MS), onde exerceu as funções de estagiário; de 2018 a 2021, trabalhou no site O Segredo, onde começou como estagiário e foi promovido, exercendo as funções de social media, analista de mídia social, analista de dados e gestor de tráfego. Desde 2021 trabalha com gestão de tráfego no HUB Criação.

Tipo de vínculo com a licitante: Pessoa Jurídica

### **VITÓRIA HELENA TIEDJE**

Formação: Acadêmica de Jornalismo na FURB, 3ª fase

Tempo de Experiência na Função : 2 anos

Tempo de Experiência Profissional: 4 anos

Área de atuação no HUB Criação: Social Media.

Iniciou como Jovem Aprendiz na Engecel em 2021, desempenhando funções relacionadas à comunicação; em 2022 e 2023, fez estágio na Câmara Municipal de Blumenau, integrando a equipe do gabinete de um dos vereadores e auxiliando nas redes sociais. Trabalhou na criação de conteúdo em campanha eleitoral.

Tipo de vínculo com a licitante: Pessoa Jurídica

### DIREÇÃO DE ARTE - 3

#### **FABIANO RODRIGO DE SOUSA**

Formação: Cursando Design Gráfico, na Unicesumar

Tempo de função: 12 anos

Tempo de Experiência Profissional: 29 anos

Área de atuação no HUB Criação: Direção de Arte e Arte Final

Possui larga experiência com programas gráficos e editores de imagens e vídeos para computador (Windows, Linux) e macOS. Fotógrafo há mais de 26 anos, com passagem pela empresa Foto Studio de 1995 a 1998. No HUB Criação, gerenciou o departamento de criação como diretor de arte e criação, acumulando a coordenação do HUB, ligando as áreas de criação, mídia, produção e atendimento. Atualmente, exerce a função de diretor de arte.

Tipo de vínculo com a licitante: CLT

#### **RENZZO ESCOBAR PARRA BRANCO**

Formação: Cursando Publicidade e Propaganda.

Tempo de função: 2 anos e 7 meses

Tempo de Experiência Profissional: 8 anos

Área de atuação no HUB Criação: Direção de Arte

Iniciou sua carreira há 6 anos como estagiário de publicidade na TV Interativa (BAND MS - 2017) em Campo Grande, MS. Após dois anos, começou a estagiar na agência ZNIT como Diretor de Arte Jr (2019). No mesmo ano atuou como Assistente de Arte/Diretor de Arte Jr na agência Flow Marketing (2019-2020). Já em 2020, entrou no estúdio de tatuagem Friendship Tattoo Parlour (2020-2021) atuando na parte de atendimento ao cliente e na criação e desenvolvimento da rede social da empresa. Entrou na empresa +Pet (2021) como Designer Gráfico e, em 2022, mudou-se para Florianópolis, SC ingressando na equipe do HUB Criação como Diretor de Arte.

Tipo de vínculo com a licitante: Pessoa Jurídica

#### **RONAN LUCAS GOMES**

Formação: Publicidade e Propaganda

Tempo de função: 1 ano e 6 meses

Tempo de Experiência Profissional: 14 anos

Área de atuação no HUB Criação: Design / Direção de arte web / Edição de vídeo / Motion Design

Direção de Arte e Designer desde 2010. Trabalhou com: Senador Álvaro Dias (2019-2023), agências DeBRITO Propaganda (2013-2019), Lupa Criativa(2013), Articum Comunicação

*Handwritten signature*

*Handwritten signatures and initials*



(2012), Casa 16 (2011-2012), Prospecting (2010). Atendeu clientes como: Ministério da Integração Nacional, Ministério do Planejamento, Ministério da Ciência e Tecnologia, Ministério da Justiça, Câmara Legislativa do Distrito Federal, Confea, Cofen, Bancorbrás, Grupo Jorlan, Beiramar Imóveis, ABRACE, Grupo Comunidade, BRB Financeira, Centro Educacional Católica, Hemocentro, Atacadão Dia-a-Dia, FGV, campanha Ibaneis Rocha OAB-DF (2012), entre outros. Durante a atuação na DeBrito Propaganda foi contemplado com os prêmios: Colunistas/DF 2014 - Bronze na categoria Evento Promocional; Colunistas/DF 2015 - Ouro na categoria Inovação; Colunistas/DF 2017 - Prata na categoria Brand Concept. Também foi jurado técnico nos prêmios Jaime Câmara (Goiás e Tocantins) nos anos de 2017 e 2018.

Tipo de vínculo com a licitante: Pessoa Jurídica

## AUDIOVISUAL - 2

### **GUILHERME NOGUEIRA DA ROSA**

Formação: Publicidade e Propaganda – UNINTER; Colorista – Chromatophore; DOP – Neil Oseman Academy; Motion Graphics – Yogo Academy.

Tempo de função: 1 anos e 6 meses

Tempo de Experiência Profissional: 9 anos

Área de atuação no HUB Criação: Fotógrafo, editor de vídeo e cinegrafista.

Iniciou sua carreira há 8 anos como fotógrafo amador. Em 2017 atuou como fotógrafo na Guilherme Calazans Fotografia. Em 2018 iniciou sua carreira como videomaker, unindo freelances e atuando como editor e cinegrafista na CONECTA Produtora, responsável pelo programa Autonews TV (SBT-MS) e TV Dr. Laser (comunicação interna da Dr. Laser). Em 2019 atuou como cinegrafista e produtor no programa AGROMOTOR BRASIL na cobertura da EIMA International (Bologna - Itália) e produzindo conteúdo para artistas como Israel Novaes, Felipe Araújo e MC Livinho (São Paulo – SP). Em 2020 atuou como editor e motion graphics freelancer na campanha Dr. Gabriel para a prefeitura de Corumbá - MS pela Primeiro Plano Filmes, e ingressou na empresa em 2021. Atuou na Primeiro Plano Filmes como editor, motion graphics e cinegrafista, com diversos projetos premiados dentro e fora do Brasil, incluindo filmes publicitários e reality shows. Em 2021 encerrou seu ciclo para firmar parceria com o diretor de cinema Roberto Leite (Zion Filmes), atuando como editor, colorista, diretor de cena e diretor de fotografia em campanhas políticas e filmes publicitários. Atualmente atua como cinegrafista e editor de vídeos no HUB Criação.

Tipo de vínculo com a licitante: Pessoa Jurídica

### **MATHEUS LOUREIRO MACIEL**

Formação: Publicidade e Propaganda - 6º período

Tempo de função: 6 meses

Tempo de Experiência Profissional: 5 anos

Área de atuação no HUB Criação: Audiovisual

Breve síntese do currículo: Em 2020, atuou como assistente de estúdio e cinegrafista, na produtora PGI Play, em campanha política majoritária de Campo Grande - MS. Em 2021, passou a atuar como editor de imagens e filmmaker. Em 2022, participou da montagem e finalização do documentário "A margem é o centro", que recebeu incentivo da lei Paulo



Gustavo. Ainda em 2022, atuou como editor de imagens na agência Digi&Tal em campanha política para o Senado Federal. Atuou de forma autônoma como editor de imagens, para agência localizada em Munique, Alemanha, em campanhas de moda e beleza. Em 2024, desde o mês de abril, atua como filmmaker e editor de imagens na agência de publicidade Hub Criação, recentemente tendo participado numa campanha política de proporção estadual. Tipo de vínculo com a licitante: Pessoa Jurídica

## REDAÇÃO/ ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO - 1

### **DORVA REZENDE**

Formação: Jornalismo, com mestrado em Literatura pela UFSC.

Tempo de função: 1 ano e 9 meses

Tempo de Experiência Profissional: 38 anos

Área de atuação no HUB Criação: Redação/ Assessoria de Comunicação

Começou a atuar no jornalismo em 1986, no jornal NH, de Novo Hamburgo (RS), onde exerceu as funções de repórter, subeditor e editor; de 1990 a 2010, já em Santa Catarina, trabalhou no jornal Diário Catarinense, onde começou como repórter de geral e esportes, passando depois a subeditor de Política, editor de Variedades e de Cultura, e editor de Política; foi assessor de imprensa da Câmara de Vereadores de Florianópolis (2011); editor-chefe na Talk Estratégias Digitais (2012); coordenador de Comunicação da Fecomércio-SC (2013 a 2015); editor da revista Subtrópicos da Editora da UFSC (2013 a 2016); assessor de imprensa na Larissa Linhares Comunicação (2016 a 2018); diretor de Comunicação da Prefeitura de São Francisco do Sul (2019-2020); e assessor de Comunicação da Defensoria Pública de Santa Catarina (2020-2022). Hoje trabalha como redator no HUB Criação.

Tipo de vínculo com a licitante: Pessoa Jurídica

## ADMINISTRATIVO - 1

### **LARISSA DOS SANTOS VIANA**

Formação: Cursando Biomedicina - 4º semestre

Tempo de função: 6 meses

Tempo de Experiência Profissional: 6 anos

Área de atuação no HUB Criação: Secretária executiva

Iniciou como jovem aprendiz na área administrativa, realizando o curso de administração através do senai e atuando na empresa Sullab Diagnósticos, após, trabalhou durante 2 anos no almoxarifado da empresa Nacional Gás, realizando o controle de entrada e saída de EPI's e controle de inventário, compras e pagamentos de fretes. Em 2021 iniciou no escritório Anildo Advogados como auxiliar administrativa, realizando somas de aposentadoria. Em abril de 2024 passou a fazer parte da equipe do Hub criação como secretária executiva.

Tipo de vínculo com a licitante: CLT



#### 4.3.1.1.2 Sistemática de Atendimento

Para o HUB Criação, a relação entre cliente e agência depende do entrosamento e de uma relação pautada no respeito e na acessibilidade. Antes de começar um trabalho digital, o atendimento do HUB realiza uma reunião para alinhamento das necessidades do cliente e preparação de um detalhado briefing.

Após o briefing, é realizada uma reunião de brainstorm com todos os colaboradores para colher ideias que servirão de subsídio para a elaboração do Plano de Comunicação. Esse documento contempla o Desafio de Comunicação, a Sustentação Central que delinea o perfil do Cliente e seus atributos, a Ideia-Força com o conceito a ser desenvolvido, as Personas identificadas com o Público-Alvo a ser atingido e os Eixos e Formatos de Conteúdo demonstrando como serão trabalhadas as redes sociais e a identidade visual do cliente. O prazo para elaboração e entrega do Plano de Comunicação é de 15 dias. Após a aprovação é dado início ao trabalho.

Com base no Plano de Comunicação, a social media elabora o planejamento mensal de conteúdo e calendário editorial para aprovação prévia do cliente. Assim que aprovado segue para a redação, direção de arte, filmmaker e editor de vídeo. O envio das peças prontas para aprovação pelo cliente é semanal, 05 dias antes da publicação, por meio de um documento contendo o formato, a data, o layout das peças, copy e espaço para comentários e observações do cliente. O prazo para aprovação é de um dia, de modo a permitir os ajustes necessários e agendamento em tempo hábil. Depois disso, é feito o Plano de Segmentação para a postagem, de acordo com o planejamento estratégico da campanha e objetivos do cliente. Também é feita a revisão periódica do Plano de Segmentação mediante análise dos resultados, monitoramento da concorrência e pesquisas eleitorais.

O processo de atendimento publicitário offline se inicia com uma reunião para identificação das necessidades do cliente, para entender suas metas e objetivos, bem como para fazer uma análise preliminar da marca, mercado-alvo e concorrência. Com base nas informações coletadas, é criada uma proposta de serviços de publicidade offline, incluindo detalhes sobre estratégias, canais de comunicação e orçamento estimado. Apresentada e aprovada a proposta é fechado o contrato, a equipe de criação e estratégia se reúne para elaborar o plano detalhado de campanha offline, definindo metas mensuráveis e indicadores-chave de desempenho (KPIs). Depois vem a fase de execução, com a criação de conteúdos como anúncios impressos, spots de rádio, comerciais de TV, eventos promocionais, etc. Ao final da campanha, é feita uma avaliação dos resultados e a coleta do feedback do cliente visando a melhoria dos processos.

Apesar da responsabilidade direta do atendimento ser do executivo de contas, os contatos junto à Câmara de Vereadores de Blumenau poderão ser efetuados por qualquer profissional da equipe. Uma vez por semana o atendimento da agência faz uma visita presencial ao cliente para recebimento de feedback e ajustes na condução do trabalho. O HUB também tem por regra de atendimento efetuar contatos diários para verificação de alguma necessidade de comunicação que porventura possa ter surgido repentinamente.

Vale ressaltar que nenhuma proposição, requisitada pelo Cliente ou oferecida pelo HUB, será

executada sem que o Cliente tenha, previamente, aprovado todos os conceitos, peças e custos envolvidos. Garantimos total liberdade ao Cliente para que determine as melhores propostas de custo e de comunicação a serem utilizadas, respeitando o novo modelo de subcontratação determinado pelo CENP, conforme § 1º do art. 2º da Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

Por fim, quanto aos prazos de atendimento, destacamos que, em condições normais de operação, após o briefing que procura seguir os mesmos parâmetros do digital, os prazos para a criação de campanha não são superiores a 02 (dois) dias corridos, e, para a elaboração de planos de mídia, temos condições de atender às solicitações da Câmara de Vereadores de Blumenau em prazo não superior a 12 (doze) horas.

Handwritten marks: a large '7', an infinity symbol '∞', and a stylized 'B'.

Handwritten marks: a large 'X', a signature, and other scribbles.



### 4.3.1.1.3 Relação dos clientes atuais da agência

Por ordem cronológica, indicando o ramo de atividade e a data do início do atendimento:

CLIENTES	RAMO DE ATIVIDADE	DATA DO INÍCIO DO ATENDIMENTO
Prefeitura de Blumenau	Administração pública municipal	Novembro de 2013
Fundação Promotora de Exposições de Blumenau (PROEB)	Eventos e Turismo	Maio de 2019
Grupo ND	Veículo de comunicação	Maio de 2022
Educas	Educação financeira	Outubro de 2022
Sebrae	Apoio e desenvolvimento de pequenas e médias empresas	Junho de 2023
CNI - Confederação Nacional da Indústria	Representação da indústria e defesa dos interesses industriais	Junho de 2023
Governo do Rio de Janeiro	Administração pública estadual	Junho de 2023
Calvin Klein	Moda e vestuário	Agosto de 2023

*Handwritten signature*

*Handwritten signatures and initials*

### 4.3.2 Repertório

VT 30"



PEN DRIVE com o vídeo disponível na contracapa do caderno e acesso rápido pelo QR-CODE



#### Ficha técnica

Criação: Hub Criação

Título: A Oktoberfest espera você

Dimensões: VT 30"

Data de veiculação: 21/09/2019 até 18/10/2019

Problema de comunicação que se propõe a resolver: Visando atrair público para a Oktoberfest de 2019, a peça em vídeo mostra cenas de edições anteriores, abrindo com o público curtindo um dos shows da festa. Na sequência, aparecem imagens do desfile comemorativo, do Fritz e da Frida, de um copo de chopp, a rainha e as princesas da Oktober e a lista das atrações, destacando o fato de ser uma festa alemã, com a sua tradição, cultura e a gastronomia, aliada à diversão tipicamente brasileira. Por último, uma chamada para a compra de ingressos pelo site oficial.

Veículo que exibiu a peça: NSC, NDTV, RECORD NEWS, SBT, TV GALEGA.

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*  
*Handwritten signature*  
*Handwritten signature*



**Anúncio Revista 1 Página**



**Ficha técnica**

Criação: Hub Criação

Título: Oktoberfest 2019

Dimensões: 25x34cm

Data de veiculação: Agosto, Setembro e Outubro de 2019

Problema de comunicação que se propõe a resolver: O anúncio de página inteira veiculado em revistas de circulação direcionada ao público-alvo da Oktoberfest traz informações sobre a data da festa em 2019 e o QR Code que leva ao site para a compra de ingressos. Destacando as atrações da Oktoberfest, o anúncio reforça o fato de se tratar de uma festa alemã com a diversão tipicamente brasileira e de ser um espetáculo único que encanta milhares de pessoas todos os anos.

Veículo que exibiu a peça: Revista Ubafe, Revista Latam, Revista Blumenau É

*Handwritten signatures and initials in blue ink.*

*Handwritten signatures and initials in blue ink.*

## Mega Banner Shopping



*Handwritten signature*

*Handwritten signature*

*Handwritten initials 'BW'*

*Large handwritten signature*

### Ficha técnica

Criação: Hub Criação

Título: Banner Oktoberfest 2019

Dimensões: 3 x 20mt

Data de veiculação: Outubro de 2019

Problema de comunicação que se propõe a resolver: O banner gigante, com 20 metros de altura, colocado no vão central do Beiramar Shopping, em Florianópolis, visa chamar a atenção de um dos principais públicos a serem atraídos para a Oktoberfest 2019 em Blumenau, as pessoas que moram na capital catarinense, a cerca de 160km de distância. Resumidamente, a bela arte do banner informa a data da festa, quem realiza, quem patrocina e os endereços oficiais nas redes sociais, bem como o endereço eletrônico onde é possível adquirir os ingressos.

Veículo que exibiu a peça: Beiramar Shopping

*Handwritten signature*



## Backlight



### Ficha técnica

Criação: Hub Criação

Título: Backlight Oktoberfest 2019

Dimensões: 5,95x1,95mt

Data de veiculação: Outubro de 2019

Problema de comunicação que se propõe a resolver: O anúncio iluminado disposto internamente, em um dos andares do Beiramar Shopping, em Florianópolis, também visa chamar a atenção de um dos principais públicos a serem atraídos para a Oktoberfest 2019 em Blumenau, as pessoas que moram na capital catarinense, a cerca de 160km de distância. Disposta de forma horizontal, a arte do anúncio informa a data da festa, quem realiza, quem patrocina e os endereços oficiais nas redes sociais, bem como o endereço eletrônico onde é possível adquirir os ingressos.

Veículo que exibiu a peça: Shopping Beiramar

Folder



**Ficha técnica**

Criação: Hub Criação

Título: Folder Oktoberfest 2019

Dimensões: 40x20cm aberto

Data de veiculação: Outubro de 2019

Problema de comunicação que se propõe a resolver: Impresso nos dois lados de uma folha tamanho 40x20cm com três dobras, para ser distribuído à população e aos turistas, o folder da Oktoberfest 2019 contém todas as informações sobre a festa, como o cartaz oficial, a localização do Parque Vila Germânica, os horários dos desfiles, o endereço do site e o QR Code para a compra de ingressos e do cartão para consumo no interior dentro da festa, além de uma descrição da cidade e de suas atrações.

Veículo que exibiu a peça: Distribuição Cliente



## Banner Web



### Ficha técnica

Criação: Hub Criação

Título: Banner Web Oktoberfest 2019

Dimensões: 970x150px

Data de veiculação: Outubro de 2019

Problema de comunicação que se propõe a resolver: Banner veiculado em portais locais de comunicação trazia informações sobre a Oktoberfest de 2019, em Blumenau, como a data de realização, local, a cervejaria oficial da festa e a logo da Secretaria de Turismo e Lazer da Prefeitura Municipal. A peça convidava o usuário a clicar no banner para ser direcionado para a compra de ingressos para a Oktoberfest 2019.

Veículo que exibiu a peça: NSC, NDTV, Informe Blumenau, Alexandre José

Spot 30'



PEN DRIVE com o áudio disponível na contracapa do caderno e acesso rápido pelo QR-CODE



**Ficha técnica**

Criação: Hub Criação

Título: Spot 30"Oktoberfest 2019

Dimensões: 30'

Data de veiculação: Outubro de 2019

Problema de comunicação que se propõe a resolver: O spot de rádio veiculado nas principais emissoras de Blumenau e de Florianópolis (para atrair também o público da capital) destacava, ao som de uma banda típica alemã, as atrações da Oktoberfest 2019 que iam muito além do chope e da culinária germânica, convidando as pessoas a entrarem no site da festa para comprarem antecipadamente os seus ingressos.

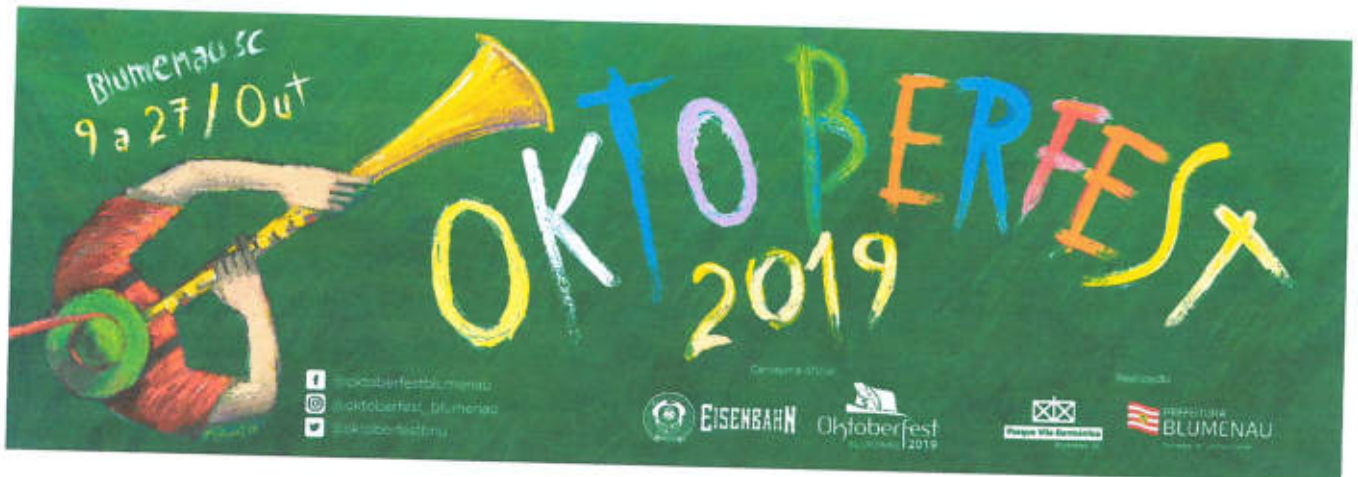
Veículo que exibiu a peça: Rádio Atlântida, CBN Florianópolis, Massa FM Blumenau, Menina FM, Jovem Pan, 90 FM, Clube AM.

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*  
*Handwritten signature*  
*Handwritten signature*



**Outdoor**



**Ficha técnica**

Criação: Hub Criação

Título: Outdoor Oktoberfest 2019

Dimensões: 9x3mt

Data de veiculação: Outubro de 2019

Problema de comunicação que se propõe a resolver: Distribuídos em diversos pontos da cidade e nos principais municípios e rodovias de Santa Catarina, os outdoors da Oktoberfest 2019 destacavam as informações sobre festa em Blumenau, como a data de realização, local, a cervejaria oficial e a logo da Secretaria de Turismo e Lazer da Prefeitura Municipal, bem como traziam os endereços das redes sociais da Oktoberfest.

Veículo que exibiu a peça: HB Mídia Exterior, Inove Mídia Exterior

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*  
*[Handwritten signature]*  
*[Handwritten signature]*

## Card Feed - Dark Post Campanha



### Copy:

A Oktoberfest está quaaaaaaaase chegando! Venha brindar o melhor da tradição e aproveite para conhecer as maravilhas de Blumenau. Em família, entre amigos ou com as crianças, a cidade está repleta de atrações que vão encantar você. Vem com a gente!

Garanta já seu ingresso!

[Oktoberfest.superingresso.com.br](http://Oktoberfest.superingresso.com.br)

#blumenau #oktoberfestblumenau2019 #esquentaoktober

### Ficha técnica

Criação: Hub Criação

Título: Darkpost Oktoberfest 2019

Dimensões: 1080x1080px

Data de veiculação: Setembro/Outubro de 2019

Problema de comunicação que se propõe a resolver: Na semana que antecedeu a Oktoberfest 2019, como uma contagem regressiva até o dia da festa, foram veiculados cards com informações que destacavam, no copy, as atrações da festa, como as 72 bandas, os 4 shows internacionais, 7 cervejarias, + de 30 tipos de chope artesanal, + de 200 pratos típicos, licores exclusivos, stands de jogos germânicos, desfiles pela cidade, entre outras. E estimulavam as pessoas a garantirem seus ingressos clicando no link disponibilizado.

Veículo que exibiu a peça: Facebook e Instagram

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*  
*[Handwritten signature]*  
*[Handwritten signature]*



#### 4.3.2.1.2 Resultado aferido pelo monitoramento e desempenho e canais e ferramentas utilizados

Relatório de Resultados: Campanha Oktoberfest 2019

A campanha digital para a Oktoberfest 2019 demonstrou resultados excepcionais, comprovando a eficácia das estratégias de marketing adotadas para engajar o público, aumentar a conversão e maximizar o retorno financeiro. Foram utilizados os canais de Instagram e Facebook, com o apoio da plataforma Meta Ads para o impulsionamento de conteúdos, o que garantiu uma comunicação eficiente e segmentada.

O investimento total na campanha foi de R\$ 23.947,95, com R\$ 11.821,77 alocados exclusivamente em mídia paga. A seguir, apresentamos os principais indicadores financeiros e operacionais que evidenciam o impacto da campanha.

##### Resumo Financeiro e ROI

Investimento Total: R\$ 23.947,95  
Investimento em Mídia Paga (via Meta Ads): R\$ 11.821,77  
Valor Total de Conversão: R\$ 754.551,50  
ROI Total: 3051,06%  
ROI de Mídias Pagas: 6282,72%

Os resultados financeiros demonstram um retorno altamente positivo, com a campanha gerando R\$ 63,83 para cada R\$ 1 investido. A estratégia de mídia paga através do Meta Ads mostrou-se particularmente eficiente, retornando mais de 62 vezes o valor investido nesse segmento, provando ser uma ferramenta essencial na ampliação das conversões.

##### Desempenho Operacional e Engajamento do Público

Os resultados operacionais mostram um forte engajamento em todas as etapas do funil de vendas. O uso coordenado de Instagram e Facebook, com segmentações precisas, permitiu atingir uma audiência massiva e gerar ações efetivas:

Alcance Total: 2.417.769 pessoas  
Cliques no Link do Anúncio: 68.002  
Acessos à Página de Compra: 18.734  
Itens Adicionados ao Carrinho: 14.806  
Adições de Dados de Pagamento: 12.580  
Cliques para Finalizar Compra: 14.089  
Compras Efetivadas: 11.768

A capacidade de levar mais de 68 mil pessoas a interagirem com os anúncios e gerar 11.768 vendas finalizadas demonstra a precisão da segmentação e a eficiência dos criativos utilizados. O funil de vendas foi otimizado para garantir que o público percorresse todas as etapas até a conversão, com 85% dos itens adicionados ao carrinho evoluindo para a fase de paga-

mento, o que evidencia um processo de checkout eficaz.

### Análise de Estratégia e Impacto

O uso de Meta Ads como plataforma de impulsionamento permitiu direcionar os conteúdos para audiências qualificadas nos dois principais canais de comunicação – Instagram e Facebook. A combinação dessas plataformas garantiu uma ampla visibilidade, engajamento consistente e um aumento significativo nas conversões.

A eficiência na alocação de recursos em mídia paga foi um fator crítico para o sucesso da campanha, elevando o valor de conversão para R\$ 754.551,50 e gerando um retorno superior a 3000% do investimento total. Esses resultados são uma clara demonstração de que a gestão orientada por dados e a escolha adequada dos canais de divulgação podem impactar diretamente a performance e os resultados financeiros.

### Conclusão

Os números apresentados confirmam que a campanha da Oktoberfest 2019 foi um exemplo de sucesso na integração de estratégias digitais e mídia paga, utilizando o Meta Ads para potencializar a presença no Instagram e Facebook. Com um ROI expressivo e uma taxa de conversão otimizada em cada etapa do funil de vendas, a campanha gerou resultados sólidos e uma receita significativa para o evento.

Este case destaca a importância de campanhas estruturadas e guiadas por dados, que alavancam plataformas digitais para maximizar o engajamento e o retorno financeiro. A Oktoberfest 2019 torna-se, assim, uma referência para ações futuras, reforçando o papel essencial das estratégias digitais para o sucesso de eventos em larga escala.





### 4.3.3. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

#### Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação 1.

##### **Natal em Blumenau**

Problema de Comunicação: Criar um Natal especial em Blumenau, com tradição reconhecida no evento, que encantasse moradores e turistas e, ao mesmo tempo, respeitasse as restrições sanitárias impostas pela pandemia de Covid-19.

##### **Considerações preliminares:**

O Natal em Blumenau é um evento famoso em toda Santa Catarina, que a cada ano ganha mais força no Brasil inteiro. São dezenas de versões da festa ao vivo, todas focadas em enfeitar a cidade como um todo e oferecer uma experiência única para moradores e turistas.

O diferencial do Natal em Blumenau, porém, sempre foi a sua capacidade de aglutinar as pessoas em pontos específicos da cidade. Era um momento de reunião, união e comunhão. Em 2021, assim como em 2020, isso não seria possível, por conta da crise sanitária que ainda assolava o mundo e Santa Catarina.

O grande desafio, então, era garantir o retorno do Natal em Blumenau, paralisado no ano anterior, mas de uma forma diferente, alinhada às restrições sanitárias. Tudo isso sem deixar de ser lindo, mágico e inesquecível.

Com prazo e recursos definidos, optamos então por uma campanha digital completa, com três objetivos:

- 1 - Divulgar as atividades do Natal em Blumenau
- 2 - Impulsionar a vinda de turistas na data
- 3 - Oferecer alternativas ao Natal presencial

Com essas três frentes estratégicas, conseguimos realizar um Natal diferente, mas ao mesmo tempo, com a mesma magia dos tantos outros que Blumenau já ofereceu ao Brasil.

##### **Ações realizadas - estratégia:**

Nossa campanha construiu estratégias específicas para atender cada um dos objetivos do trabalho.

Para o objetivo 1 (Divulgar as atividades do Natal em Blumenau), construímos uma rede social proprietária, exclusivamente sobre o Natal daquele ano, que divulgava diariamente notícias sobre o evento na cidade. Alguns conteúdos também foram compartilhados na própria rede da Prefeitura de Blumenau, garantindo maior alcance para o evento.

Para o objetivo 2 (Impulsionar a vinda de turistas na data), criamos um hot site que disponibilizava cupons de descontos em vários estabelecimentos da cidade (hotéis, lanchonetes, bares, lojas etc) mediante inserção do CPF. A ação de cuponagem foi um sucesso e atraiu diversos turistas para Blumenau durante o período de festas.

Para o objetivo 3 (Oferecer alternativas ao Natal presencial), criamos um aplicativo exclusivo, com tecnologia especial, o Tour Virtual de Natal, que poderia ser baixado em qualquer computador ou aparelho celular, onde o consumidor podia "passear" pela Blumenau decorada, de carona no trenó do Papai Noel. A ação foi um sucesso e levou a magia do Natal de Blumenau para todos que ainda se sentiam inseguros em circular pela cidade em meio à pandemia.

O aplicativo foi bastante divulgado nas redes sociais do Natal e, também, nas da Prefeitura de Blumenau. Ao longo dos meses de outubro, novembro e dezembro, instigamos os consumidores a baixarem e se divertirem com o app, em família ou entre amigos. A ação foi extremamente positiva para construção da marca Natal em Blumenau e ainda garantiu à Vila Germânica, responsável pelo evento todos os anos, um aplicativo que pode ser facilmente adaptável às outras festas do calendário turístico da cidade.

Através de testes já realizados anteriormente, identificamos que boa parte do público que vem de fora do estado está situado no Paraná e em São Paulo. Adotamos a estratégia de impulsionamento "de fora para dentro", buscando como alvo primeiramente aquelas pessoas que necessitam de um planejamento para efetuar uma viagem, por conta da distância.

Após a identificação do público, iniciamos os impulsionamentos para divulgação da abertura da Cidade do Natal com um investimento de R\$8.000,00. Através de peças de imagem e vídeos, conseguimos alcançar 2.841.628 de pessoas, com um CPM (custo por mil impressões) de R\$1,65. Com os vídeos conseguimos 2.459.995 de reproduções. Em um segundo momento da campanha foi investido mais um valor de R\$3.840,00 para divulgação do Tour Virtual/Realidade Virtual em 3D (passeio virtual pelas ruas decoradas de Blumenau), disponível no Youtube, e crescimento da página do Facebook e Instagram.

Nesta etapa conseguimos otimizar a campanha para visualização do Tour Virtual com 291.195 thurplays dentro do Facebook/Instagram a um custo de R\$0,002 cada, gerando mais de 15 mil visualizações dentro do Youtube, além de um alcance de 5.114.920 de pessoas com um CPM a R\$0,43.



\_\_\_\_\_  
**Marcelo Greuel**

Secretário de Turismo e Lazer de Blumenau e Presidente da Vila Germânica



\_\_\_\_\_  
**Thiago Fernandes Filomeno**

CEO - Criação Propaganda e Publicidade Ltda.




**Peças Case Natal em Blumenau – Anúncio 1/2 página**

Um espetáculo para os olhos, um show para o coração.




# Natal em Blumenau

De 10 de novembro a 6 de janeiro

Casa do Papai Noel • Pista de patinação no gelo • Balé das Águas • Tour Virtual 3D • Cupons exclusivos de desconto  
Trenzinho • Oficina de pintura de bolacha • Mercado de Natal • Presépio • Coreto Cultural • Empório decorado



Nosso Natal continua lá no digital, acesse para garantir os seus cupons de desconto:  
[natal.turismoblumenau.com.br](http://natal.turismoblumenau.com.br)

**Ficha técnica**

Título: Natal em Blumenau

Dimensões: 26x18

Data de produção: Dezembro 2021

Problema de comunicação que se propôs a resolver: O anúncio em revista e jornais locais estimulou o cidadão de Blumenau a visitar as atrações e a decoração do Natal em Blumenau, bem como conduziu o leitor a visitar o site da campanha onde estava em destaque o Tour Virtual 3D com o Papai Noel e alguns cupons de desconto para lojas e restaurantes da cidade. Veículo que exibiu a peça: Jornal a Voz da Razão, Jornal da Noite, Jornal Vitrine, Jornal de Blumenau e Região, Correio Comunitário, Jornal Novo Tempo, Revista NSC, Jornal Tribuna dos Bairros e Região



**Peças Case - Vídeo 30" Natal em Blumenau - PMB**



**PEN DRIVE com o vídeo disponível na contracapa do caderno e acesso rápido pelo QR-CODE**



**Ficha técnica**

Título: Natal em Blumenau

Dimensões: 16x9

Data de produção: Novembro 2021

Problema de comunicação que se propõe a resolver: vídeo de 30 segundos listando as atrações criadas pela Prefeitura em comemoração ao Natal do ano de 2021.

Criação: Hub Criação

Cliente: Prefeitura Municipal de Blumenau

Data de veiculação: de 16 até 31 de dezembro de 2021

Veículo que exibiu a peça: NSC, NDTV, SBT, Record News

*Handwritten signature and initials in blue ink.*

*Handwritten signature and initials in blue ink.*



## Peças Case Natal em Blumenau – Tour Virtual



PEN DRIVE com o vídeo disponível na contracapa do caderno e acesso rápido pelo QR-CODE



### Ficha técnica

Título: Natal em Blumenau

Dimensões: 1920x1080px

Data de veiculação: Dezembro 2021

Problema de comunicação que se propôs a resolver: Foi desenvolvido um vídeo em 3D, simulando a cidade de Blumenau com todas as suas decorações e atrações do Natal em Blumenau. O vídeo pôde ser visto com óculos de realidade aumentada, criando um ambiente de imersão do usuário que fez com que ele se sentisse em Blumenau mesmo à distância. Essa peça foi pensada para que as pessoas que estavam em isolamento social por conta da pandemia também pudessem participar e apreciar o Natal em Blumenau.

Veículos que exibiram a peça: Hospedado no Youtube, veículos das redes sociais Facebook/Instagram Vila Germânica.

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*  
*[Handwritten signature]*  
*[Handwritten signature]*

Peças Case Natal em Blumenau – Banner WEB



**Ficha técnica**

Título: Natal em Blumenau

Dimensões: 300X250

Data de veiculação: 01/12 a 25/12/2021

Problema de comunicação que se propôs a resolver: Os banners em sites e blogs de Blumenau foram utilizados para estimular a população da cidade e região a conhecer o site da campanha, com o Tour Virtual 3D e os cupons de descontos em lojas e restaurantes da cidade.

Veículos que exibiram a peça: Sites Médio Vale, Blumenews, Análise em Foco, Portal ND, NSC.

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signature]*  
*[Handwritten signature]*  
*[Handwritten signature]*  
*[Handwritten signature]*



**Peças Case Natal em Blumenau – Story enquete**



**Ficha técnica**

Título: Natal em Blumenau

Dimensões: 1080x1920

Data de veiculação: Dezembro 2021

Problema de comunicação que se propôs a resolver: Este post de Instagram tem como objetivo despertar o interesse do consumidor para o evento através da divulgação do produto exclusivo Tour Virtual 3D.

Veículos que exibiram a peça: Instagram, Rede Vila Germânica e Natal em Blumenau.

*[Handwritten signature]*

*[Handwritten signatures and initials]*

## Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação 2

### Campanha Semudes - Família Acolhedora

#### Problema de Comunicação:

Construir um banco de cadastros de famílias dispostas a participar do programa Família Acolhedora e engajar a população de Blumenau no projeto.

#### Considerações preliminares:

Desde 2018, Blumenau conta com o programa Família Acolhedora, que oferece um lar temporário para jovens afastados do convívio familiar. O serviço de acolhimento depende diretamente do cadastro de famílias interessadas em adotar por tempo determinado as crianças que estão em situação judicial ainda indefinida. A Secretaria de Desenvolvimento Social - Semudes é quem organiza todos os processos do Família Acolhedora dentro da Prefeitura de Blumenau.

Em 2022, a Prefeitura de Blumenau e a Semudes decidiram criar uma nova campanha para fortalecer o Família Acolhedora, programa ainda não muito conhecido na cidade, sobretudo pelo pouco tempo de execução. Havia dois objetivos: (1) divulgar o serviço para a população de Blumenau, para que as pessoas pudessem se engajar com o projeto e (2) construir um banco de dados de famílias interessadas em participar ativamente do programa, acolhendo temporariamente as crianças e os adolescentes.

Dividimos, então, a campanha em duas etapas, todas com veiculação via anúncio pago nas Redes Sociais. A primeira, em dezembro de 2021, seguiu um formato estilo teaser, apenas sugerindo os benefícios de uma adoção, sem falar diretamente no tema. A segunda etapa trouxe uma série de conteúdos, em diversos formatos, já revelando o que era o projeto. Para engajar a população e trazer emoção para a campanha, criamos também três vídeos "confessionais", onde três famílias participantes compartilharam depoimentos emocionantes sobre suas experiências dentro do programa.

#### Ações realizadas - estratégia:

A segunda etapa da campanha, a mais importante, começou em 18/03 e foi até 19/04. Nessa etapa, contamos com uma estratégia de impulsionamento via redes sociais, através de anúncios pagos. Foram 14 posts em feed, com impulsionamento de R\$500,00 por post e duração de 7 dias. O público-alvo era composto moradores de Blumenau, de 35 a 60 anos, com filhos maiores de idade e com renda média/ alta.

Em todos os posts, estáticos ou em vídeo, o objetivo era encaminhar as pessoas para a Landing Page de cadastro, no RD Station. Todas as pessoas que se cadastraram receberam um email avisando que em até uma semana alguém entraria em contato para conhecer melhor a



família e passar mais informações sobre o programa. Além da LP, a campanha gerou também um formulário através do Facebook e do Instagram para cadastro direto.

Em primeiro plano, foram gerados 62 cadastros através do RD Station, com um alcance de 346.451 pessoas, ou seja, um custo de R\$0,02 por pessoa alcançada e um custo de R\$107,50 por lead. Apesar do alto valor, identificamos que a campanha poderia ser melhorada e iniciamos uma segunda etapa. Ampliamos um pouco a idade do público e criamos um formulário através do facebook para captação de leads. Com essa nova estratégia, geramos mais 134 leads com um custo R\$8,58 cada e tivemos um alcance de 30.784 pessoas a um custo de R\$0,03. Somando as duas etapas, concluímos uma excelente campanha com 196 leads a R\$35,80 cada.



---

**Felipe Rodrigues**  
Secretário de Comunicação Social



---

**Thiago Fernandes Filomeno**  
CEO - Criação Propaganda e Publicidade Ltda.

**Peças Case Família Acolhedora: Cartaz A3**



*Sua presença  
é o melhor  
presente*

FAMÍLIA ACOLHEDORA  
está cadastrando todos aqueles  
que têm interesse em oferecer  
um lar temporário para crianças  
e adolescentes afastados  
da família. Inscreva-se agora  
mesmo e faça a diferença  
compartilhando o que você tem  
de melhor: a solidariedade.

 **Família  
Acolhedora**

 47-992642015  47-3381-6641

**Ficha Técnica**

Título: Sua presença é o melhor presente

Dimensões: 30x42cm

Data da produção: Abril de 2022

Problema de comunicação que se propôs a resolver: O cartaz da campanha teve como objetivo reforçar o conceito da campanha e divulgar os canais de contato para as famílias que gostariam de se inscrever no programa.

*Handwritten initials: M, B*

*Handwritten signature*

*Handwritten signature and initials*



**Peças Case Família Acolhedora: Folder A5**



**Ficha Técnica**

Título: Sua presença é o melhor presente  
 Dimensões: 30x21cm (aberto), 15x21cm (fechado)  
 Data da produção: Abril de 2022  
 Problema de comunicação que se propôs a resolver: O folder tem como objetivo explicar com mais detalhes, para as famílias interessadas em participar da campanha, os requisitos para participação bem como o passo a passo para inscrição.

*Handwritten initials: M, B*

*Handwritten initials: P, Z, H*

*Handwritten signature and initials: K, (B), S, P*

**Peças Case Família Acolhedora: Outdoor**



**Ficha Técnica**

Título: Sua presença é o melhor presente

Dimensões: 9x3m

Data da Veiculação: De 28/03 a 10/04/2022

Problema de comunicação que se propôs a resolver: O outdoor tem como objetivo dar maior visibilidade à campanha dentro da cidade de Blumenau. Apresentando o conceito da campanha e os canais de contato para as famílias participarem do programa.

Veículos que exibiram a peça: Inove Blumenau, Bludoor, HB Mídia Exterior.

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*



## Peças Case Família Acolhedora: Reels depoimento



PEN DRIVE com o vídeo disponível na contracapa do caderno e acesso rápido pelo QR-CODE



### Ficha Técnica

Título: Sua presença é o melhor presente

Dimensões: 1080x1920px

Data da Veiculação: de 18/03 a 18/04/2022

Problema de comunicação que se propôs a resolver: campanha de lead, para impactar possíveis famílias a fim de abraçar o projeto e incitá-las a realizar o cadastro e se tornarem famílias acolhedoras.

Veículos que exibiram a peça: redes sociais da Prefeitura de Blumenau (Instagram e Facebook).

*Handwritten signature*

*Handwritten signatures and initials*

## Peças Case Família Acolhedora: Video depoimento



PEN DRIVE com o vídeo disponível na contracapa do caderno e acesso rápido pelo QR-CODE



### Ficha Técnica

Título: Sua presença é o melhor presente

Dimensões: 1920x1080x

Data da Veiculação: de 18/03 a 18/04/2022

Problema de comunicação que se propôs a resolver: Campanha de lead, para impactar possíveis famílias a fim de abraçar o projeto e incitá-las a realizar o cadastro e se tornarem famílias acolhedoras.

Veículos que exibiram a peça: redes sociais da Prefeitura de Blumenau (Instagram e Facebook).



Final da Proposta Técnica – Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – Envelope 3.

Florianópolis, 21 de outubro de 2024.



**Thiago Fernandes Filomeno**  
CEO - Criação Propaganda e Publicidade Ltda.

