

Comunicação do

# ondaoff





# Capacidade de Atendimento

on  
do  
off  
on  
do  
off  
on  
do  
off  
on  
do  
off  
on  
do  
off

**Great  
Place  
To  
Work.®**

**Certificada**

**Abr/2024 - Abr/2025**

**BRASIL**

**ÚNICA AGÊNCIA  
CERTIFICADA EM  
SANTA CATARINA**

**Inspirar e conectar pessoas  
através da comunicação**

A Tempo Brasil é feita por um time de pessoas comprometidas, profissionais e engajadas que dedicam o seu dia a dia a surpreender e encantar os seus clientes.

Conheça um pouco mais das pessoas que fazem da Tempo Brasil um lugar incrível para trabalhar!

# Quantificação e qualificação dos profissionais

2

# A

Com mais de duas décadas no mercado de comunicação catarinense, a Tempo Brasil é uma agência completa, que tem em seu time de colaboradores um dos principais ativos. Veja abaixo os talentos que fazem a Tempo Brasil:



Diretoria: 2



Administrativo/  
Financeiro: 2



Atendimento:  
6



Tecnologia e  
Inteligência: 2



Estudo e  
Planejamento: 1



Mídia e  
Produção: 3



Criação: 7



Digital: 5



Equipe: + de 28  
profissionais

# Quantificação e qualificação dos profissionais



## • Administrativo/Financeiro

Responsável por administrar as finanças e cuidar de toda a parte burocrática da empresa, como emissão de notas, pagamento dos colaboradores e gestão das responsabilidades fiscais.



### ALEXANDRE ARAÚJO

Diretor Administrativo  
Vínculo Contrato Social, desde 2009.

Profissional de logística formado pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Atua desde 2000 na área financeira e administrativa, passando por empresas nacionais e internacionais, como Grupo Galvão, Denofa do Brasil S/A e Translogística. Responsável pela coordenação de processos, autorizações, planilhas e controles financeiros internos, controle e administração das distribuições, negociações com fornecedores, processos e verbas dos clientes. Vasta experiência em controladoria para contas públicas.

## • Diretoria

Responsável pelo planejamento estratégico, posicionamento e tomada de decisões, a diretoria guia a empresa de acordo com os objetivos e visão de negócios estabelecida.



### ADRIANO CORDEIRO

Diretor Executivo e Gestão  
Vínculo Contrato Social, desde 1999.

Designer industrial pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), possui mais de vinte anos de experiência na agência, sendo sócio fundador da Tempo Brasil. Já passou por diversas áreas, como diretor de criação, planejamento e atendimento. Experiência em processos públicos e gerenciamento de contas com amplo conhecimento jurídico. Experiência em contas públicas federais, estaduais e municipais. Já atendeu e atende clientes internacionais, nacionais e contas públicas.

B  
X

4

B

an

2

mm

M/O

# Quantificação e qualificação dos profissionais



## **CLAUDIA SIMÃO DE GOIS ALMEIDA**

Analista Administrativo/Financeiro Pleno  
Vínculo Contrato, desde agosto de 2018.

Profissional graduada em Administração pela Uniavan, possui vasta experiência em administração com mais de vinte anos de serviços prestados ao setor, passando por empresas dos mais diversos segmentos como Ambiental Limpeza Urbana Ltda e Preze Serviços de Zeladoria e Limpeza. Atua em diversos processos internos da agência, tais como check in, chegada de notas e controle de mídias para órgãos públicos, entre outros.



## **VERA LUCIA MANZZI CAMOLESI**

Secretária  
Vínculo CLT, desde janeiro de 2023.

Formação em Secretariado com multiplicidade de cursos, através de variadas instituições de ensino, visando o desenvolvimento profissional da função de secretária. Ao longo da sua trajetória, atuou nas mais diversas áreas e em empresas de vários segmentos, tais como Recursos Humanos, Informática, Comunicação Social e Clínica de Saúde e Estética, entre outros, exercendo uma variedade de atribuições relativas à função de secretária.

# Quantificação e qualificação dos profissionais



## • Atendimento

Envolve a manutenção do relacionamento com os clientes, realizado sempre de forma próxima para garantir que todas as demandas sejam encaminhadas e devidamente atendidas com sucesso.



### SHARON BELLANI

Coordenadora de Atendimento  
Vínculo Contrato, desde janeiro de 2019.

Graduada em Administração pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR. Desde 2007 atuando e com experiência em atendimento ao cliente, com conhecimentos em vendas, atendimento publicitário e pesquisa de mercado. Passou por empresas como Valore Pesquisa e Opinião de Mercado, PUCPR e Prefeitura de Balneário Camboriú. Atuou por mais de um ano no setor público com conhecimento específico desta área, bem como suas regras, leis e processos.



### DELBOS PEREIRA ALVES

Atendimento e Relacionamento Institucional  
Vínculo Contrato, desde abril de 2021.

Graduado em Comunicação Social pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI) com habilitação em Publicidade e Propaganda, tem experiência no mercado publicitário desde 2007, atuou em veículos de comunicação, agências de publicidade e em departamentos de marketing. Experiente em estratégias de mídia para empresas e organizações públicas e privadas, destaca-se pelo vasto conhecimento em negociações com veículos de imprensa e demais parceiros comerciais.

Handwritten mark resembling a stylized 'S' or 'G'.

Handwritten letter 'B'.

Handwritten mark resembling a stylized 'D' or 'O'.

Handwritten mark resembling a stylized 'S' or 'G'.

Handwritten mark resembling a stylized 'M' or 'C'.

Handwritten mark resembling a stylized 'J' or 'G'.

# Quantificação e qualificação dos profissionais

# A



## ANDRESSA CAROLINE MAGALHÃES BENTO

Analista de Atendimento Jr.  
Vínculo CLT, desde fevereiro de 2023.

Jornalista formada pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Com experiência de mais de dois anos na área de atendimento de empresas privadas, atualmente exerce funções de atendimento publicitário no setor público, encarregada por dar suporte aos clientes do setor público. É certificada pela Google For Education nível II. Possui ainda conhecimento e domínio para atividades administrativas diversas, a partir de experiências anteriores.



## GIOVANA DE LIZ DA SILVA

Analista de Atendimento Jr.  
Vínculo PJ, desde outubro de 2023.

Estudou Jornalismo pela Universidade do Vale do Itajaí (não concluído). Possui experiência em agências de publicidade e comunicação desde 2017. Atuou como copywriter e gerente de projetos por três anos em uma agência local de branding e marketing digital. Também possui domínio e experiências na área de atendimento e administração de empresas.



## BEATRIZ GIOVANA ZOTTIS RIBEIRO

Assessora de Comunicação  
Vínculo CLT, desde março de 2022.

Estudante de Design de Produto pelo Centro Universitário Leonardo Da Vinci (UNIASSELVI), atua na área da comunicação desde 2018, tendo trabalhado como profissional de atendimento e planejamento. Possui experiência em agências de comunicação e publicidade, com facilidade e experiência no desenvolvimento de planos de ação, estratégias de comunicação, campanhas publicitárias e monitoramento das redes sociais.

# Quantificação e qualificação dos profissionais

7

A



## LEANDRA BORGES DE LIZ

Assistente de Atendimento  
Vínculo CLT, desde dezembro de 2023.

Pedagoga, com Pós-Graduação em Neuropsicopedagogia. Atualmente estudante de Marketing e Neuromarketing pelo Centro Universitário Leonardo da Vinci - UNIASSELVI. Ampla experiência com marketing e redação publicitária. Formações complementares em liderança, oratória, relações humanas e desenvolvimento emocional. Experiência com empresa grande do setor comércio varejista. Atua no setor de atendimento, prestando apoio no relacionamento com o cliente e gerenciamento das demandas.

B

05

2

M

M

DT

B.

A

X

# Quantificação e qualificação dos profissionais



## • Estudo e Planejamento

Departamento responsável por planejar ações, estratégias e cronogramas. Sempre alicerçado por dados, testes e estudos que garantem a economicidade e exequibilidade das nossas campanhas.



### RODOLFO ZAT WEINGARTNER

Planejamento on-line e off-line  
Vínculo PJ, desde dezembro de 2023.

Profissional formado em Design pela Universidade do Oeste de Santa Catarina (UNOESC), possui experiência na área de marketing desde 2016, tendo passagens por diversas agências de comunicação no estado. Atuou também como Gestor de Trafego Estratégico, possui habilidades e conhecimentos em ferramentas essenciais do marketing digital, como Meta, Google ADS e LinkedIn.

Handwritten mark at the top right corner.

B.

Handwritten star symbol.

Handwritten mark.

Handwritten mark.

Handwritten marks at the bottom left corner.

Handwritten mark at the bottom center.

Handwritten mark at the bottom right.

Handwritten mark at the bottom right corner.

# Quantificação e qualificação dos profissionais

# A

## • Mídia e Produção

Por meio do relacionamento com fornecedores e veículos de comunicação, o setor é responsável pela produção, planejamento de mídia e veiculação das campanhas ou ações idealizadas.



### DEJANE WILKE DOGNINI

Diretora de Mídia / Produção Gráfica  
Vínculo Contrato, desde outubro de 2015.

Graduada em Administração e Marketing pelo Centro Universitário Leonardo Da Vinci (UNIASSELVI), trabalhou por 11 anos na RBS TV Blumenau (NSC) na área de marketing e operações comerciais (OPEC) e desde 2010 em agência de publicidade. Com mais de vinte anos de experiência, atende clientes privados e públicos. Experiência em planejamento, relacionamento com veículos, produção gráfica, processos e materiais, distribuição e utilização de mídias, bem como legislação específica para órgãos públicos.



### BRUNA CORRÊA DOS SANTOS NUNES DE SIQUEIRA

Analista de Produção de Rádio, TV e Cinema  
Vínculo Contrato, desde fevereiro de 2023.

Graduada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - pela Universidade Paulista (UNIP) e MBA em Marketing e Vendas pela Faculdade Anhanguera. Atua há quatorze anos no mercado publicitário. Possui experiência em gerenciamento de contratos, distribuição de verbas de propaganda em mapas de mídia, negociação com veículos de comunicação e fornecedores. Já atendeu contas como Ford Motor Company, General Motors e Senac.

# Quantificação e qualificação dos profissionais

# A



## EVANDRO DIAS FOGAÇA

Analista de Produção

Vínculo Contrato, desde março de 2022.

Graduado em Publicidade e Propaganda pela Universidade de Blumenau (FURB), possui também experiência como assistente de marketing no setor varejista e em gestão de departamento de comunicação. Atua no setor de produção há mais de um ano, desenvolve relacionamento com fornecedores para elaboração de materiais de clientes, tanto da esfera privada quanto da pública.

# Quantificação e qualificação dos profissionais

# A

## • Criação

O setor de criação é a alma de qualquer agência. Responsável por desenvolver os conceitos que irão nortear todas as campanhas, dos primeiros esboços as peças finais, sempre aplicando um apurado senso crítico, linguístico e estético.

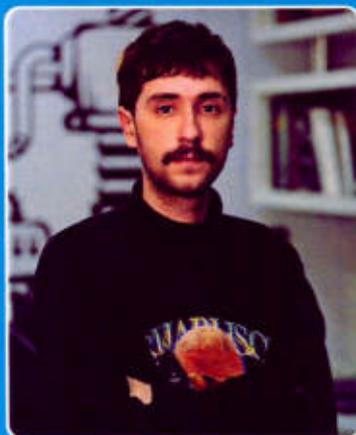


### HENRIQUE PEREIRA

Diretor de Criação

Vínculo Contrato, desde agosto de 2012.

Graduado em Publicidade e Propaganda pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Atendeu e atende contas públicas e privadas, como Prefeitura Municipal de Balneário Camboriú, Câmara de Guabiruba, Câmara de Balneário Camboriú, Instituto Federal Catarinense (IFC), Prefeitura de Guabiruba, Seara, Philip Morris Brasil, entre outras. Com mais de dez anos de experiência, é especializado em desenvolver processos de licitação, bem como os conceitos para órgãos públicos. Coordena a equipe de criação desde 2019.



### EDUARDO MARTINS DE ALMEIDA

Diretor de Arte

Vínculo Contrato, desde setembro de 2022.

Graduado em Design Gráfico pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), possui mais de cinco anos de experiência na área. Especializado em design para mídias sociais, nos mais diversos formatos e criação de identidade visual. Trabalha como criativo desenvolvendo projetos para uma ampla variedade de nichos do mercado digital desde 2019.

# Quantificação e qualificação dos profissionais

# A



**RICARDO HOFFMANN**

Redator

Vínculo CLT, desde julho de 2022.

Graduado em Jornalismo pela Universidade Regional de Blumenau (FURB), atua como redator de conteúdo desde 2019. Já atuou na elaboração dos mais diversos formatos de textos jornalísticos e publicitários, como conteúdos para redes sociais, blog ou publicitário, roteiros de áudios e vídeo, materiais publicitários impressos, reportagens, entre outros. Dentre as suas experiências profissionais estão agências de publicidade, empresas do setor financeiro/bancário e emissoras de rádio e televisão.



**JOHN ERICK HEIDERSCHIEDT**

Motion Designer Pleno

Vínculo Contrato, desde setembro de 2021.

Graduado em Publicidade e Propaganda pela Universidade Estácio de Sá de São José, especializou-se em Design Gráfico e Motion Graphics. Possui conhecimento e experiência na idealização de projetos de Design 3D. Atua há mais de oito anos no mercado publicitário com o desenvolvimento de campanhas para órgãos públicos e privados, além da criação de materiais diversos.



**HANNE KAROLINE DICKOW**

Redatora

Vínculo CLT, desde julho de 2022.

Graduada em Comunicação Social - Relações Públicas pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Tem mais de cinco anos de experiência na área de comunicação. Atuou anteriormente como redatora e social media em outras agências de publicidade e como gerente de marketing no setor de indústria e e-commerce. Tem amplo conhecimento em planejamento de ações e estratégias, marketing digital e copywriting.

# Quantificação e qualificação dos profissionais

# A



## AUGUSTO DE AZAMBUJA DA COSTA

Motion Designer

Vínculo contrato, desde fevereiro de 2023.

Profissional formado em Design pela Universidade da Região de Joinville (UNIVILLI) focado em animação digital, criativo e voltado para resultados, com especialização em edições de vídeo, motion graphics, comunicações, marca e conteúdo. Atua há mais de quatro anos no mercado com edições e motion, tendo amplo conhecimento em animação e efeitos.



## PRISCILA DE OLIVEIRA

Revisora

Vínculo Contrato, desde janeiro de 2020.

Graduada em Comunicação Social – Relações Públicas - pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), pós-graduada em Marketing com Ênfase no Comportamento do Consumidor pelo Centro Universitário Curitiba (UNICURITIBA) e estudante de Bacharelado em Letras Português/Inglês pelo Centro Universitário Ingá (UNINGÁ). Possui experiência com mais de vinte anos como revisora de textos em agências de publicidade e editoras de Curitiba, São Paulo e Santa Catarina.

# Quantificação e qualificação dos profissionais

# A

- Digital

Atuação que acontece em duas frentes: performance e conteúdo, para garantir que os resultados desejados sejam devidamente alcançados em campanhas e ações on-line, principalmente nas mídias digitais.



## CECILIA AMARAL LEHN

Coordenadora do Digital

Vínculo Contrato, desde fevereiro de 2024.

Com formação em Design de Moda pela Unifebe, possui uma década de experiência no campo do marketing, com foco no digital, assessoria de influenciadores, imprensa e eventos. Contribuiu para o sucesso de marcas como Colcci, Forum, Tinder Brasil, Acostamento e Dimy. Além disso, buscou aprimoramento em Marketing Digital, Criação de Conteúdo e Desenvolvimento de Narrativas.



## ANA PAULA MUNHOZ GARCIA

Analista de Conteúdo Jr.

Vínculo Contrato, desde outubro de 2023.

Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo. Possui ampla experiência em gerenciamento de redes sociais, planejamento estratégico de marketing, redação textos criativos, publicitários e copywriting. Há mais de 5 anos, desde 2018, trabalha ativamente com redação de conteúdo colaborando para fortalecer e otimizar a presença online dos clientes.

# Quantificação e qualificação dos profissionais

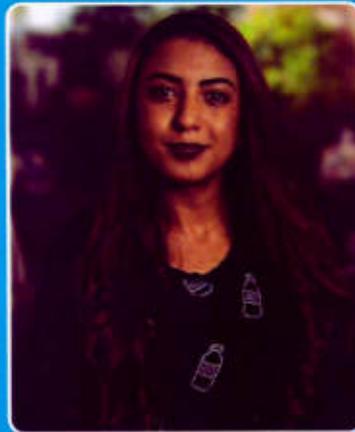
# A



## ANA LUNEDO

Analista de Conteúdo Sênior  
Vínculo PJ, desde julho de 2024.

Bacharel em Logística e Design de Moda. Possui sólida experiência em gerenciamento de redes sociais, planejamento estratégico, copywriting, criação de conteúdo para lançamentos de infoprodutos e produtos físicos, planejamento de campanhas, pesquisa de tendências, direção criativa, elaboração de roteiros, captação e edição de vídeos para redes sociais. Atualmente, atua como Analista de Conteúdo Sênior, onde desenvolve conteúdo estratégico que conectam marcas ao público.



## DIENYFER LAÍSA JUSTINO

Analista de monitoramento Social  
Vínculo contrato, desde abril de 2021.

Estudante de Comunicação Social - Publicidade e Propaganda - pela Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). Possui experiência em atendimento, monitoramento, planejamento de conteúdo e vendas. Atua no cargo de monitoramento estratégico para meios digitais em órgãos públicos, com análise e gerenciamento de crises e desenvolvimento de estratégias responsivas.



## Alison Rodrigo Rodrigues da Cunha

Social Media  
Vínculo PJ, desde julho de 2024.

Cursando Bacharelado em Design Gráfico pela Universidade do Vale do Itajaí - UNIVALI. Possui experiência em branding, comunicação e design institucional. Atua no digital, com o desenvolvimento de soluções visuais, layouts e peças gráficas para mídias sociais.

# Quantificação e qualificação dos profissionais

# A

## • Tecnologia e Inteligência

O TI é responsável por dar suporte e manutenção de equipamentos e dos sistemas, implementar novas tecnologias e garantir também a segurança de dados e informação.



### ANDRE SCHNEIDER

Processos e Gestão Operacional  
Vínculo contrato, desde janeiro de 2020.

Especialista em soluções de TI e processos operacionais com mais de dez anos de experiência. Possui graduação técnica em TI, com conhecimento avançado Apple, estações e backup TimeMachine; Google para empresas; uso avançado das tecnologias de acesso remoto. Conhecimento e uso avançado dos softwares: pacote Adobe, iWork, Office e demais softwares dos sistemas Apple MacOS e iOS e Microsoft, bem como softwares na agência.



### MIGUEL CAMUS

Tecnologia e Inteligência  
Vínculo Contrato, desde janeiro de 2020.

Certificação técnica em informática com experiência há mais de dezesseis anos no setor. Conhecimentos sólidos com formação Técnico FCP Furukawa, suporte avançado Microsoft Windows. Possui dez anos de experiência no segmento e é responsável pelo desenvolvimento de projetos que integram as áreas off e online, principalmente para plataformas de mídias digitais e soluções de tecnologias para os projetos na agência

# Sistemática operacional de atendimento

# B

## Relacionamento eficiente na prática

**Multiagência.** Essa palavra expressa a atuação da Tempo Brasil, em toda a abrangência de serviços e soluções integradas ao cliente. Com uma equipe multidisciplinar, comunicação assertiva e processos alinhados, produzem campanhas e ações que superam expectativas, prezando pela inovação e excelência na entrega.

O atendimento é o responsável por estabelecer e manter uma relação de proximidade com o cliente, garantindo o entendimento das necessidades e objetivos de cada projeto para que se desenvolvam estratégias e materiais que atendam às expectativas de forma eficaz.

Tudo isso vai de encontro com um único propósito: **inspirar e conectar pessoas através da comunicação.**



**Entre as maiores do Brasil e SC**

FONTE: CENP MEIOS 2023

# Sistemática operacional de atendimento

# B

## Áreas de atuação

### do On

Planejamento e criação de peças e campanhas para plataformas digitais, como sites e mídias sociais.

### ao Off

Desenvolvimento de peças e campanhas publicitárias a serem veiculadas em meios offline, como televisão, rádio, mídia exterior, mobiliário urbano, etc.

### Monitoramento de adversidades e oportunidades

Por meio de monitoramento constante de veículos de comunicação e mídias sociais, podemos identificar adversidades que podem ser rapidamente contornadas ou oportunidades a serem aproveitadas.

### Branding

Conjunto de estratégias e ações para criar e posicionar a identidade de uma marca no mercado.

### Pesquisa e planejamento

Coleta e análise de dados sobre o mercado, clientes, concorrência e, com base nisso, definição de objetivos, metas e estratégias.

# Sistemática operacional de atendimento

# B

## Sistemática



Alinhamento com o cliente



Pesquisa e planejamento



Definição de estratégias



Validação com o cliente



Execução, desenvolvimento e aplicação



Monitoramento e acompanhamento

A agência disponibilizará para a contratante as áreas de planejamento, criação, mídia, atendimento e demais áreas com profissionais qualificados e com experiência conforme quantificação e qualificação descritas.

# Sistemática operacional de atendimento

# B

## Sistemática na prática

Com objetivo de estabelecer uma relação próxima e colaborativa com os clientes, o primeiro passo é o alinhamento: entender as necessidades de cada projeto, para assim desenvolver estratégias e materiais que atendam às expectativas de forma eficaz. No início do contrato e do atendimento, a prioridade é o contato presencial ou virtual, fundamental para uma base sólida e compreender a dinâmica de cada cliente.

Durante o desenvolvimento dos projetos, desde a fase de pesquisa e planejamento até a execução, a comunicação com o cliente é constante. Sempre que houver necessidade, o contato também pode ser realizado pelos canais como WhatsApp, e-mail, ligações ou reuniões.

Essa abordagem permite esclarecer dúvidas, discutir ideias e garante que cada etapa seja conduzida de acordo com as expectativas do cliente. A troca de informações, definições estabelecidas e a aprovação dos projetos são sempre registradas para garantir o controle das demandas e documentos.

Após a conclusão do projeto, a entrega dos materiais e relatórios é realizada de acordo com as características da demanda, seja via e-mail, pasta compartilhada no Google Drive, entrega in loco via fornecedores, dentre outras possibilidades.

O compromisso do atendimento vai além da entrega final, o intuito é construir relacionamentos duradouros e parcerias confiáveis ao longo de todo o contrato.

# Sistemática operacional de atendimento

# B

## Processos e obrigações com os clientes

1. Atender o cliente de forma transparente, direta e o mais assertiva possível.
2. Compreender adequadamente as necessidades do cliente para iniciar o processo criativo visando sempre cumprir com os objetivos de comunicação estabelecidos.
3. Manter um constante contato com o cliente com o objetivo de estabelecer prazos e condições do trabalho, além de zelar pelo cumprimento adequado do que foi acordado.
4. Acionar os departamentos da agência para o desenvolvimento das demandas e fornecedores externos para a solução de problemas específicos.
5. Coordenar os processos internos e garantir que os trabalhos estão de acordo com o que foi solicitado pelo cliente.
6. Manter o cliente sempre informado a respeito do andamento dos trabalhos, bem como das oportunidades de comunicação que eventualmente possam surgir.
7. Solicitar aprovação do cliente, por escrito, antes do início de cada trabalho, para produção e veiculação de campanhas, realização de pesquisas de mercado, de opinião, elaboração de identidade visual e outros serviços especiais.
8. Apresentar, no mínimo, três orçamentos de produção e planos de mídia para prévia autorização feita pelo cliente.
9. Apresentar as peças e artes-finais para aprovação.
10. Garantir um adequado nível de flexibilidade nos processos, prazos e fluxo de trabalho para possibilitar a absorção de demandas com alto nível de urgência.

# Sistemática operacional de atendimento

# B

## Prazos

Peças	Prazo em dias úteis
Peças únicas, sem acabamentos especiais, menos de duas dobras ou até quatro páginas, que utilizam fotos de banco de imagens. Criação sem a necessidade de ilustração, 3D ou criação de logomarca. Que não envolvam faca especial ou acabamentos para aplicação de cor especial, quinta cor ou vernizes complexos.	2
Folder com mais de duas dobras.	5
Peças que envolvam a criação de ilustrações, 3D, tabelas, produção e tratamento de imagens.	7
Criação de naming, marcas, logotipos, símbolos, ilustrações, estampas e outros elementos de programação e identidade visual.	15
Campanha com mais de três peças.	7
VT cartelado ou card animado para redes sociais.	5
Roteiro de spot de até 30" para rádio ou 60" para carro de som.	2
Jingle.	7
Roteiro para VT com captação de imagens e/ou depoimentos ou de tempo superior a 30 segundos.	10
E-mail marketing.	2
Cards para redes sociais.	2
Página home/landing page.	10
Website superior a 3 páginas.	25
Apresentação de até 10 slides.	3
Apresentação superior a 10 slides.	6
Planejamento de mídia.	5
Plano de comunicação.	5
Planejamento de estratégia de tráfego pago.	5
Planejamento de estratégia de conteúdo.	5
Relatório.	3

Os prazos acima descritos poderão ser revistos em função de uma urgência maior do cliente com relação a um determinado trabalho.

# Sistemática operacional de atendimento

# B

## Fluxograma de trabalho

- |          |  |
|----------|--|
| Passo 01 | Recebimento da demanda pelo atendimento                        |
| Passo 02 | Demandar o Planejamento  |
| Passo 03 | Planejamento - Estudo e definição de estratégias               |
| Passo 04 | Atendimento - Validação do planejamento                        |
| Passo 05 | Atendimento - Demandar os setores envolvidos                   |
| Passo 06 | Produção - Orçamento   |
|          | Mídia - Definição de Veículos                                  |
|          | Digital - Planejamento   |
|          | Criação - Desenvolvimento do conceito                          |
| Passo 07 | Atendimento - Aprovação de conceito e orçamentos               |
| Passo 08 | Atendimento - Acionar as áreas para desenvolvimento e execução |
| Passo 09 | Criação - Desdobramento da campanha                            |
|          | Digital - Produção de conteúdo                                 |
|          | Digital - Execução do tráfego paga                             |
|          | Mídia e Produção - Execução junto aos veículos e fornecedores  |
| Passo 10 | Digital - Monitoramento, acompanhamento e análises             |
| Passo 11 | Mídia - Monitoramento, acompanhamento e análises               |
| Passo 12 | Atendimento - Apresentação de relatórios e resultados          |

# Sistemática operacional de atendimento

# B

## Sistemas de gestão

Para o melhor desempenho dos processos internos e atendimento aos clientes, a Tempo Brasil conta com ferramentas de gestão específicas para cada necessidade.

O contato direto com os clientes é realizado pelo **WhatsApp Business**, onde para cada conta atendida é criado um grupo com os principais envolvidos. Ali, a troca de informação e alinhamento pode ser realizada de forma ágil e constante conforme o desenvolvimento dos projetos. A proximidade das reuniões presenciais também é estendida aos canais digitais: encontros podem ser rapidamente agendados e realizados à distância, com qualidade e sem limitação de tempo através da plataforma do **Google Meet**.

Para questões formais, que envolvem um registro de dados, esclarecimentos ou até documentos, a preferência é pelo uso do **e-mail** que comporta e comprova o acordado. Aos clientes que possuem sede fora de Balneário Camboriú, a Tempo Brasil dispõe do software **D4Sign** que possibilita a assinatura digital dos documentos diários.

A gestão interna dos processos é realizada através do sistema **Operand**, onde são registradas e acompanhadas todas as etapas de qualquer projeto. Isso permite um controle detalhado, evitando ruídos de comunicação e garantindo a execução adequada de cada demanda. Todos os arquivos ficam alocados em nuvem, com capacidade ilimitada do **Google Drive** e podem ser acessados facilmente por toda a equipe, presencial ou remotamente. Assim, arquivos também podem ser compartilhados com os clientes através de pastas determinadas para este fim.

# Sistemática operacional de atendimento

# B

## Modelos de planilha de acompanhamento

As demandas internas são acompanhadas de perto por toda a equipe e pelo cliente! Para isso, usamos a ferramenta de excel do google que é compartilhada, assim todos os envolvidos e interessados têm acesso ao andamento de cada tarefa em tempo real. A planilha é preenchida com informações do job, é definido um status, responsável e um prazo de entrega, assim garantimos assertividade e efetividade nas entregas.

CLIENTE: PREFEITURA XPTO  
ANO: 20XX



PROJETO	JOB	STATUS	RESPONSÁVEL	PREVISÃO DE ENTREGA	OBSERVAÇÕES
4760 - DENGUE	4760 01 - VT 30"	EM PRODUÇÃO	FORNECEDOR EXTERNO	14/12	Agendado para 14/12
4761 - DENGUE	4760 02 - ANÚNCIO	EM DESENVOLVIMENTO	TEMPO BRASIL	12/12	
4762 - DENGUE	4760 03 - OUTDOOR	EM DESENVOLVIMENTO	TEMPO BRASIL	12/12	
4763 - DENGUE	4760 07 - FLYER	EM PRODUÇÃO	FORNECEDOR EXTERNO	18/12	
4764 - DENGUE	4760 14 - REDE SOCIAL	PENDENTE DE INFORMAÇÃO	CLIENTE	12/12	
4765 - DENGUE	4761 17 - SPOT	EM PRODUÇÃO	FORNECEDOR EXTERNO	14/12	
4789 - TRÂNSITO	4789 07 - REELS	EM APROVAÇÃO	CLIENTE	15/12	
4790 - TRÂNSITO	4790 09 - VÍDEO YOUTUBE	ORÇAMENTO	TEMPO BRASIL	22/12	Reunião com influencer 18/12
4791 - TRÂNSITO	4791 12 - REDE SOCIAL	EM APROVAÇÃO	CLIENTE	18/12	
4792 - TRÂNSITO	4792 14 - GOOGLE ADS	EM APROVAÇÃO	CLIENTE	15/12	

+ ≡ DEMANDAS ATIVAS + CAMPANHAS 20XX + 4760 - DENGUE + 4789 - TRÂNSITO + CONTROLE ORÇAMENTO ANUAL +

# Relação dos principais clientes

# C



Prefeitura de  
**GUABIRUBA**

## Prefeitura de Guabiruba

Garantindo uma gestão responsável na terra do Pelznickel.  
Serviços: Casa da Cidadania, abertura de empresas, Ouvidoria, Autorização Ambiental, Habite-se, Transporte Universitário, Bolsa de Estudos, dentre outros. Guabiruba - SC | Pref. Municipal | desde abr/2017



**CÂMARA MUNICIPAL DE GUABIRUBA**

## Câmara Municipal de Guabiruba

Representando a voz do povo guabirubense.  
Serviços: Regulariza a administração e a conduta do Município no que compreende os interesses locais. Guabiruba - SC | Câm. de Vereadores | desde jan/2018



**Câmara de Vereadores de Balneário Camboriú**

## Câmara Municipal de Balneário Camboriú

Legislando em prol de benefícios e direitos dos cidadãos.  
Serviços: Projetos de Leis, Resoluções, TV e Rádio Câmara, Vereador Mirim, Procuradoria Especial da Mulher, dentre outros. Baln. Camboriú - SC | Câm. de Vereadores | desde maio/2018

# Relação dos principais clientes



### Prefeitura de Balneário Camboriú

A Capital Catarinense do Turismo.

Serviços: Emissão de alvarás, pareceres e guias, Nota Fiscal Eletrônica, atendimentos de demandas gerais na área de saúde, educação, segurança, dentre outros. Baln. Camboriú - SC | Pref. Municipal | desde dez/2018



### Silva Packer

Referência em construções de alto padrão e satisfação imobiliária. Serviços: Construção e venda de edifícios para moradia. Baln. Camboriú - SC | Construção Civil | desde mai/2020



### Prefeitura de Brusque

A cidade mais encantadora do Vale Europeu.

Serviços: Procon, Vigilância Sanitária, Biblioteca Municipal, atendimentos de demandas gerais na área de saúde, educação, segurança, dentre outros. Brusque - SC | Pref. Municipal | desde abr/2021

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*

# Relação dos principais clientes

# C



## IMA – Instituto do Meio Ambiente de Santa Catarina

Garante a preservação dos recursos naturais do estado. Serviços: Fiscalização, Licenciamento Ambiental, Estudos e Pesquisas Ambientais, pesquisas de Balneabilidade, entre outros. Santa Catarina | Secretaria Estadual | desde jun/2021



## Prefeitura de Presidente Getúlio

Onde a tradição e belas paisagens se encontram. Serviços: Sala do Empreendedor, abastecimento de água e tratamento de esgoto e atendimentos de demandas gerais na área de saúde, educação, segurança, dentre outros. Presidente Getúlio - SC | Pref. Municipal | desde ago/2021



## CREA-SC – Conselho Reg. de Eng. e Agronomia de Santa Catarina

Valorizando os profissionais e a engenharia catarinense desde 1958. Serviços: Registro dos profissionais envolvidos, fiscalização do exercício ilegal das profissões, aprimoramento profissional, dentre outros. Santa Catarina | Conselho Profissional | desde jan/2022

# Relação dos principais clientes

# C



## Secretaria de Turismo de Florianópolis

Destacando os encantos da Ilha da Magia.

Serviços: Promover o destino, administrar fundações municipais, emitir alvarás, autorizações e licenças, dentre outros. Florianópolis - SC | Sec. Municipal | desde jan/2022



## Câmara Municipal de Brusque

Legislando para construir um amanhã mais justo para Brusque.

Serviços: Elabora e aprova leis municipais, representando os interesses dos cidadãos e fiscalizando a gestão municipal para garantir transparência e responsabilidade.

Brusque - SC | Câm. de Vereadores | desde set/2023



# Repertório

VT 30"

**Problema de comunicação:** A Câmara de Baneário Camboriú tinha por desafio de comunicação se aproximar de maneira mais concreta da população da cidade. O objetivo era, portanto, estimular os cidadãos a estarem presente nas sessões legislativas e aprofundar o diálogo com os vereadores. Para cumprir com tal objetivo, convidamos o casal de influenciadores Nelson e Bruna, do perfil Let's Baneário, muito popular na região do litoral norte catarinense e que se dedica a apresentar ao seu público os melhores lugares para se conhecer na região. No vídeo, principal peça da campanha, os influenciadores circulam pela Câmara, assistem sessões e explicam ao público como é fácil estar envolvido nas atividades legislativas.

**Dimensões originais:** 1920x1080px

**Veiculação:** ND TV Itajaí, TVC Panorama, TVBC, Instagram, Facebook e TikTok

**Período de veiculação:** 01 a 20/03/2023



*Handwritten notes and signatures at the bottom of the page.*

**ANÚNCIO**

**Problema de comunicação:** Embora a Câmara tenha implementado diversos canais e ferramentas de comunicação, como perfis em redes sociais, podcasts, transmissões ao vivo e um site institucional, foi necessário explorar outras formas de alcançar uma parcela maior da população de BC, especialmente aqueles que podem não estar ativamente engajados em plataformas digitais. Diante desse desafio, a mídia jornal desempenha um papel crucial como uma forma tradicional e confiável de comunicação. Ao usar o jornal, a CVBC atingiu uma audiência ampla e diversificada, incluindo aqueles que preferem obter informações por meio de jornais impressos ou online.

**Dimensões originais:** 26 x 35,5 cm

**Veiculação:** Jornal Folha do Litoral

**Período de publicação:** 02/03/2023

**A CÂMARA DE**  
**BC**  
**TAMBÉM É SUA**

**A casa do povo está de portas abertas para você.**

O Nelson e a Bruna estiveram na Câmara de Vereadores de Balneário Camboriú para mostrar tudo que um cidadão pode fazer no dia a dia do Legislativo: acompanhar, fiscalizar e contribuir para uma cidade ainda melhor!

Confira a experiência deles e participe também!

balneariocamboriu.sc.leg.br  
camarabc

CVBC  
Câmara de Vereadores de Balneário Camboriú

Key

L car MA M 9

**OUTDOOR**

**Problema de comunicação:** Mesmo com investimentos em vários meios, a CVBC não alcançava todos os cidadãos, especialmente os que não usam plataformas digitais ou mídia impressa. O outdoor surgiu como solução eficaz para comunicar de forma direta e impactante. Posicionado em locais estratégicos, aumentou a visibilidade das ações da CVBC, transmitindo mensagens claras, reforçando a presença do Poder Legislativo e incentivando a participação da comunidade.

**Dimensões originais:** 9x3m

**Veiculação:** Inove Mídia Exterior, Eldorado e Nicky OHH

**Período de veiculação:** 13 a 26/03/2023



By

Z @ M M Q

B  
A  
A

**STORY**

**Problema de comunicação:** Embora a CVBC utilize diversos canais digitais, percebeu-se a necessidade de engajar o público que consome conteúdo de forma rápida e temporária. Para alcançar especialmente os jovens e usuários ativos nas redes sociais, a criação de stories em plataformas como Instagram e Facebook mostrou-se eficaz. Os stories permitiram à CVBC compartilhar informações imediatas e dinâmicas sobre suas atividades e serviços, incentivando a interação em tempo real. Essa mídia facilitou a divulgação de mensagens curtas e impactantes, aumentando a proximidade com a comunidade e promovendo a participação cidadã de maneira moderna e acessível.

**Dimensões originais:** 1080 x 1920 px

**Veiculação:** Instagram e Facebook

**Período de veiculação:** 02 a 20/03/2023



**POST CARROSSEL**

**Problema de comunicação:** Embora a CVBC utilizasse canais digitais, era necessário aumentar o engajamento com um público que valoriza conteúdo visual e interativo. O post carrossel em redes sociais como Instagram e Facebook surgiu como solução eficaz. Com várias lâminas, a CVBC pôde destacar diferentes atividades e serviços, incentivando a participação da população e fortalecendo o vínculo entre o Poder Legislativo e os cidadãos. Essa estratégia permitiu uma comunicação dinâmica e adaptada às preferências dos usuários conectados.

**Dimensões originais:** 4 lâminas de 1080 x 1080 px

**Veiculação:** Instagram e Facebook

**Período de veiculação:** 02 a 20/03/2023



B 27

7-04 Mh A Q

## WEBBANNER

**Problema de comunicação:** Apesar da variedade de canais de comunicação da CVBC, ainda era necessário captar a atenção dos usuários que navegam em sites diversos. O webbanner foi desenvolvido como uma solução para atrair visualmente esses usuários, direcionando-os para o site institucional com mensagens breves e impactantes. Este formato permitiu uma exposição constante das iniciativas e serviços da CVBC, estimulando o interesse e a interação dos usuários com o conteúdo oferecido pelo Poder Legislativo, e servindo como um ponto de conexão rápida e eficaz entre a população e a câmara.

**Dimensões originais:** 300X250px

**Veiculação:** BLOG DO PEPA, CAMBORIU NEWS, CLICK CAMBORIU, PÁGINA 3, VISOR NOTÍCIAS

**Período de veiculação:** 01 a 20/03/2023

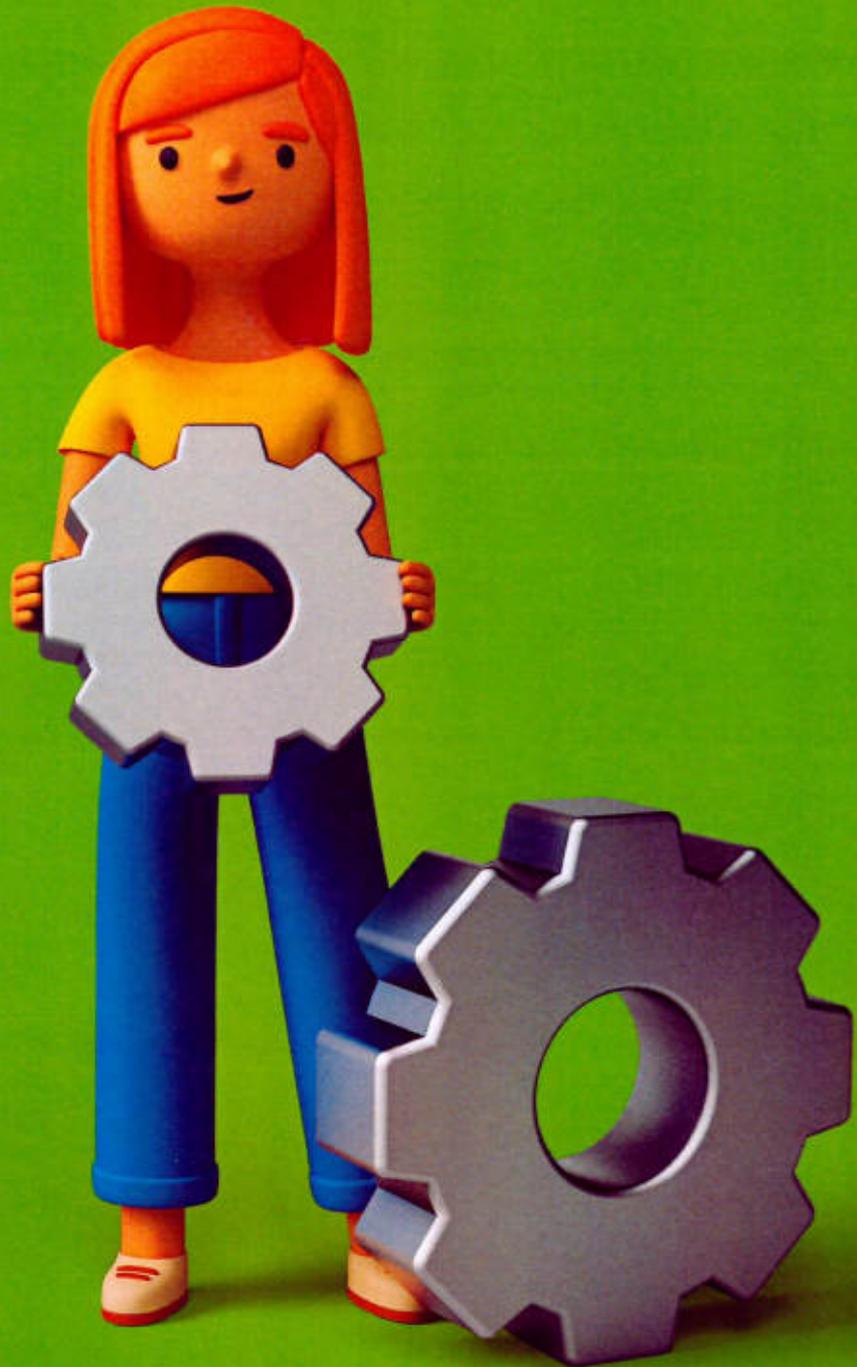


**RESULTADOS**

Ao final do período de veiculação, os vídeos produzidos pelos influencers, de modo orgânico (sem patrocínio), alcançaram: 73.000 mil reproduções, 2.908 mil curtidas e 68.414 mil espectadores no Tiktok. Já no Meta (Instagram e Facebook) foram 236.739 mil reproduções, 5.218 mil curtidas e reações e 206.619 mil contas alcançadas. Já com destinação de verba (patrocínio), geramos 546.000 mil impressões no Meta com um story e um darkpost.

Outro resultado importante da repercussão da campanha é que, durante o período de aplicação da pesquisa realizada pelo Instituto de Pesquisa TEN para identificar quais as mídias que a população de BC mais consome e como os moradores avaliam os serviços prestados pela Câmara, a equipe técnica relatou que grande parte da amostragem (1.068 pessoas) citou, de forma espontânea e sem nenhum tipo de direcionamento nas perguntas, a frase "A Câmara de BC também é sua" a ponto de acharem que era um slogan já trabalhado na comunicação da instituição. Tal fato reforça que a campanha está na memória da população e concluiu seu objetivo – auxiliar a Câmara de Vereadores de Balneário Camboriú a demonstrar que é um espaço aberto e acessível para receber a sua população.

8)



# Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

B 4

*[Handwritten signatures]*



## Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

**Cliente:** CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DE SANTA CATARINA (CREA-SC)

**Campanha:** CREA-SC criando soluções que transformam a vida dos catarinenses

**O problema:** Há 64 anos o Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de Santa Catarina é o órgão de fiscalização, de controle, de orientação e de aprimoramento do exercício e das atividades profissionais da Engenharia, da Agronomia, da Geologia, da Geografia e da Meteorologia, em seus níveis médio e superior no estado. Entretanto, observou-se que a sociedade em geral ainda não tinha a noção da importância da responsabilidade técnica e da força das atividades da área tecnológica, e que uma grande parcela dos profissionais registrados ainda insistia na concepção generalista de que o Crea-SC seria um órgão meramente arrecadador, sem fazer a relação dos investimentos desses valores, definidos por lei, com a valorização das categorias..

### A solução:

Para reforçar o objetivo da missão do Crea-SC de valorizar os profissionais e a engenharia catarinense, reafirmando a autoridade técnica nos serviços e processos que envolvem a dinâmica da vida na cidade e no campo, além de buscar maximizar a percepção de valor dos usuários e da sociedade em relação aos produtos e serviços do Conselho, criou-se uma campanha publicitária com cunho institucional que apresenta a relação das engenharias com a vida dos catarinenses. Tal relação foi estabelecida por meio das imagens selecionadas, do mote criado e do texto de apoio que reforça a valorização dos profissionais registrados e a participação dos mesmos, assim como do CREA-SC, na transformação constante do estado. Para difundir a mensagem em Santa Catarina, o enxoval de peças da campanha contava com anúncio, spot, banner digital, peça para as redes sociais e vídeo institucional. Este último teve sua primeira veiculação no 18º Congresso Catarinense de Rádio e TV – “Pensando Grande em Novos Tempos” promovido pela Associação Catarinense de Emissoras de Rádio e TV (ACAERT) em Florianópolis. Considerando os hábitos de consumo do público-alvo em relação aos meios de comunicação e o tema central da campanha, o conceito desenvolvido para as peças estáticas e para o vídeo traziam fatores como inovação e transformação em elementos de forma direta ou indireta, como o uso de uma lâmpada e das cenas que constroem uma narrativa em relação ao espaço-tempo. Os elementos visuais e sonoros foram pensados para que, em sua totalidade, despertassem a atenção e a curiosidade dos telespectadores, ouvintes, leitores e usuários dos meios digitais. Entre os meios de mídia e não mídia selecionados estavam e estão presentes: Jornal Rede RCN, Revista DC (NSC Comunicações), Revista Setor Agro & Negócios, Portal Associação Diários do Interior, Portal SC Portais, Portal Adjori/SC, Portal Agro & Negócios, RNA Rede de Notícias Acaert (veiculado por mais de 35 emissoras de rádios de Santa Catarina), Facebook e Instagram.

[www.tempobrasil.net](http://www.tempobrasil.net)

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações  
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú – SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



**Os resultados:**

Após a veiculação e exposição entre maio e setembro de 2022 das peças criadas, a campanha já obteve mais de 15 milhões de impactos considerando os meios utilizados. O número total de impactos, assim como dos resultados obtidos, é feito por meio dos dados informados pelos veículos contratados e está em frequente atualização.

**ATESTES**

Atestamos, para os devidos fins, que a **TEMPO BRASIL** executou os trabalhos relatados da campanha acima mencionada.

**DADOS DO CONTRATO**

Número Contrato: 001/2021

Nome Empresarial: CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DE SANTA CATARINA (CREA-SC)

Nome Signatário: Patrícia Françalacci (MTBSC 01016/JP)

Cargo/Função: Coordenadora da Assessoria de Imprensa e Comunicação CREA-SC

Balneário Camboriú, 16 de setembro de 2022

ASSINATURAS ELETRÔNICAS

*Patrícia Françalacci*

Coordenadora da Assessoria de Imprensa e  
Comunicação CREA-SC  
Conselho Regional de Engenharia e Agronomia de  
Santa Catarina

*Adriano Cordeiro Pereira*

Sócio Fundador - Diretor Executivo  
Autor do Referendo

[www.tempobrasil.net](http://www.tempobrasil.net)

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações  
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú - SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



4 páginas - Dados e horários baseados em Brasília, Brasil  
**Sincronizado com o NTP.br e Observatório Nacional (ON)**  
Certificado de assinaturas gerado em 18 de setembro de 2022,  
20:11:27

3  
ntp.br

## CREA SC - CASE COMPLETO 2022 - CAMPANHA INSTITUCIONAL - VERSÃO 2 PÁGINAS pdf

Código do documento 63b34b9b-1094-4080-bf5f-4ea62dc02296



### Assinaturas



ADRIANO CORDEIRO PEREIRA  
adriano@tempobrasil.net  
Assinou

*Adriano C. Pereira*



Patrícia Balsini Francalacci  
comunicacao@crea-sc.org.br  
Assinou

*Patrícia Balsini*

### Eventos do documento

#### 18 Sep 2022, 19:10:26

Documento 63b34b9b-1094-4080-bf5f-4ea62dc02296 **criado** por ADRIANO CORDEIRO PEREIRA (9755f0b0-29dc-4b9d-9360-0a6109abf76c). Email: adriano@tempobrasil.net. - DATE\_ATOM: 2022-09-18T19:10:26-03:00

#### 18 Sep 2022, 19:11:50

Assinaturas **iniciadas** por ADRIANO CORDEIRO PEREIRA (9755f0b0-29dc-4b9d-9360-0a6109abf76c). Email: adriano@tempobrasil.net. - DATE\_ATOM: 2022-09-18T19:11:50-03:00

#### 18 Sep 2022, 19:12:01

ADRIANO CORDEIRO PEREIRA **Assinou** (9755f0b0-29dc-4b9d-9360-0a6109abf76c) - Email: adriano@tempobrasil.net - IP: 186.224.71.137 (186.224.71.137.acquatelecom.com.br porta: 55594) - Documento de identificação informado: 029.271.999-06 - **Autenticação em dois fatores no smartphone ativada** - DATE\_ATOM: 2022-09-18T19:12:01-03:00

#### 18 Sep 2022, 20:07:33

PATRICIA BALSINI FRANCALACCI **Assinou** - Email: comunicacao@crea-sc.org.br - IP: 187.65.210.232 (bb41d2e8.virtua.com.br porta: 59316) - **Geolocalização: -27.5828136 -48.5445197** - Documento de identificação informado: 756.929.029-15 - **Assinado com EMBED** - Token validado por **email** - DATE\_ATOM: 2022-09-18T20:07:33-03:00

### Hash do documento original

(SHA256):efc61747f77a67c741f16fa4d71bf46aaeb17e3a97fa19d9798da839982437ac  
(SHA512):a0b6ddf53ef041cf9a260fc85da7416b75f52d95ab700676e4c4e651f023a8d738910dee63b39ddc6186ad50d7104d021cd6674f78db137729570e35a8826a4



4 páginas - Datas e horários baseados em Brasília, Brasil  
**Sincronizado com o NTP.br e Observatório Nacional (ON)**  
Certificado de assinaturas gerado em 18 de setembro de 2022,  
20:11:27



Esse log pertence **única e exclusivamente** aos documentos de HASH acima

**Esse documento está assinado e certificado pela D4Sign**

my

2022 09 18 20:11:27

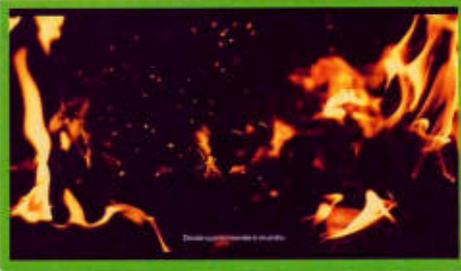
Handwritten signature and initials in blue ink.

VT 1'

**PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO:** O Planejamento Estratégico 2021-2023 do CREA-SC tem entre suas premissas promover o engajamento e a cultura orientada aos resultados, aos profissionais, à eficiência, à inovação e à transformação digital, além de desenvolver competências organizacionais de acordo com esses novos objetivos. Com base em suas premissas, o CREA-SC buscou reforçar no mercado a representatividade das áreas de Engenharia, Agronomia e Geociência que abrange, assim como valorizar os profissionais registrados por meio de um novo material institucional para veiculação estadual. Uma das peças criadas para a campanha foi o vídeo que demonstra a importância dos profissionais na sociedade e como as atividades exercidas por estes foram essenciais para que a evolução durante os séculos ocorresse, não só no mundo, como em Santa Catarina.

**Dimensões originais:** 1080 x 1080px (Facebook, Instagram e Twitter), e 1280 x 720px (YouTube)

01



02



03



04



05



06



07



08



\$ 17

2 or 16 1/2

POST

**PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO:** Com o objetivo de estar presente em espaços estratégicos que dessem ao Conselho a cobertura e a entrega necessárias para a mensagem da campanha, procuramos incluir na estratégia um meio que possibilitasse atingir o maior número de catarinenses ao mesmo tempo. Com isso, as redes sociais do CREA-SC foram contempladas com uma arte estática que leva o mote desenvolvido. A peça e a escolha das redes sociais se justificam também pelo Conselho ter como uma de suas premissas, no Planejamento Estratégico de 2021-2023, a promoção do engajamento e da cultura orientada à transformação digital e pelo Brasil ter atualmente 171,5 milhões de usuários ativos nas redes sociais, o que corresponde a 79,9% da população total.  
**Dimensões originais:** 1080 x 1350px (Instagram e Facebook)



87

10

X

9

my  
B

Z a / M

AP O

**ANÚNCIO**

**Problema de comunicação:** Ao lançar a campanha institucional em nível estadual, o CREA-SC precisou estar nos principais meios de comunicação de massa para reforçar no mercado a representatividade das áreas de Engenharia, Agronomia e Geociência que abrange, assim como valorizar os profissionais registrados. O anúncio foi desenvolvido para contemplar jornais de grande circulação em Santa Catarina e atingir os catarinenses que possuem o hábito da leitura diária das notícias em meios impressos.

**Dimensões originais:** 27x34cm

**CREA-SC valorizando a engenharia e as soluções que transformam a vida dos catarinenses.**

Para onde quer que você olhe, você enxerga a nossa evolução. Novas soluções. Novas tecnologias. O trabalho dos profissionais registrados no CREA-SC faz parte do dia a dia de todos os catarinenses.

Nosso maior compromisso **é transformar vidas.**

[www.crea-sc.org.br](http://www.crea-sc.org.br)  
 @creasc @creascoficial

**CREA-SC**  
 Conselho Estadual de Engenharia  
 e Agrônomo de Santa Catarina

**WEB BANNER**

**PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO:** Com a transição crescente e contínua dos meios de comunicação em massa considerados "tradicionais" para a internet, os portais e os veículos, em suas versões online, possuem a flexibilidade de divulgar uma notícia momentos após o seu acontecimento. A agilidade e a constante atualização das páginas atraem a atenção dos catarinenses que buscam acompanhar os fatos do dia a dia em suas cidades e no estado. Desta maneira, considerando a visibilidade que o meio proporciona, inserimos a campanha nos sites por meio de um banner digital que direcionava os usuários para o site institucional do Conselho. A peça também possibilitou à campanha maior abrangência e cobertura, visto que o investimento em apenas um portal proporciona grande impacto no público-alvo, o que se reforça com a escolha dos principais portais em cada uma das regiões de Santa Catarina.

**Dimensões originais:** 970x150px



7

2 @ m

16 Q





## Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

**Cliente:** CÂMARA DE VEREADORES DE BALNEÁRIO CAMBORIÚ

**Campanha:** #MeuVotoTáON

**O problema:** Em 1988, a democracia foi restabelecida no Brasil e a participação dos jovens na escolha dos candidatos aos cargos políticos foi respaldada no art. 14, § 1º, inciso II, alínea c da Constituição Federal. Entretanto, para os maiores de 16 anos e menores de 18 anos, o registro do título de eleitor e do voto tornam-se facultativos, fazendo com que a participação eleitoral dessa faixa da população oscile entre uma eleição e outra. Segundo o Tribunal Superior Eleitoral (TSE), a participação da população entre 16 e 17 anos na eleição de 2018, em relação ao registro do título de eleitor, foi a menor desde 2002. Considerando o cenário e as perspectivas para a eleição de 2022, entidades de diferentes esferas dos poderes buscam elaborar estratégias para incentivar o voto jovem, incluindo a Câmara de Vereadores de Balneário Camboriú (CVBC).

### A solução:

De forma a incentivar o voto jovem em Balneário Camboriú, a CVBC em parceria com o Conselho Municipal da Juventude (COMJUV) lançou uma campanha publicitária para estimular que os jovens de 16 e 17 anos (e os de 15 anos que completam 16 anos até o dia 02 de outubro) tirem o título de eleitor e participem das eleições deste ano (2022). Considerando o perfil do público-alvo, a campanha foi desenvolvida utilizando cores vibrantes, hashtags e estratégias que contemplaram desde os veículos de comunicação mais tradicionais até redes sociais em ascensão, tal como o TikTok, e não mídias alternativas, como os lambe-lambes. As peças foram pensadas de forma que criassem, ao passar por todas as mídias escolhidas, uma narrativa única e que reunia os três personagens que representaram a campanha. O uso dos personagens jovens e que possuem conexão com o projeto Vereador Mirim da CVBC foi essencial para demonstrar que a política é um assunto para todas as idades e que a participação nas decisões do país pode acontecer desde cedo. As peças desenvolvidas para a campanha foram: site, cartazes lambe-lambe e A3, posts estáticos e vídeos de 15 e 30" para redes sociais, web banners e vídeo 15" para painel de LED. Foi uma grande campanha com foco principal no digital que utilizou portais e as principais plataformas de redes sociais e contou com a criação de mais de 15 vídeos e mensagens diferentes em seus materiais. A exposição e distribuição da campanha ocorreu prioritariamente em Balneário Camboriú.

### Os resultados:

Ao final das campanhas realizadas para alcance e tráfego no Facebook, Instagram, Twitter, TikTok e YouTube, tivemos, no digital: 1.431.499 impressões, 523.307 pessoas alcançadas, 6.848 cliques para o site, 132.197 visualizações nos vídeos produzidos, 42.428 engajamentos nos anúncios, 102 compartilhamentos, 2.515 likes e mais de 110 seguidores entre as contas no período entre 26/04/2022 e 09/05/2022. Já no hot site criado para centralizar as informações da campanha, tivemos o acesso de 5,3 mil usuários no período de 14/04/2022 a 05/05/2022 e 20 mil interações nos recursos que estavam disponíveis no link. Ainda na web, os banners veiculados em 16 portais de notícias geraram mais de

[www.tempobrasil.net](http://www.tempobrasil.net)

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações  
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú - SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA



1.660.000 (um milhão, seiscentos e sessenta mil) impressões/visualizações no período entre 14/04 e 04/05 do mesmo ano. Trata-se de uma campanha que conseguiu cobrir e engajar toda a população da cidade e entregar a mensagem para o público-alvo.

A campanha conseguiu aproximar um público-alvo que notoriamente é distante da política e das eleições, conseguiu mostrar e valorizar o projeto dos Vereadores Mirins e levar a mensagem para toda cidade de Balneário Camboriú, fortalecendo e valorizando o papel da Câmara de Vereadores na sociedade.

**ATESTES**

Atestamos, para os devidos fins, que a **TEMPO BRASIL** executou os trabalhos relatados da campanha acima mencionada.

**DADOS DO CONTRATO**

Numero Contrato: 007/2018

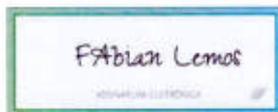
Nome Empresarial: Câmara de Vereadores de Balneário Camboriú

Nome Signatário: Fabian Rodrigo de Oliveira Lemos

Cargo/Função: Jornalista - Diretor de Comunicação Social e TV

Balneário Camboriú, 20 de junho de 2022

ASSINATURAS ELETRÔNICAS



*Fabian Rodrigo de Oliveira Lemos*

Jornalista - Diretor de Comunicação Social e TV  
Câmara de Vereadores de Balneário Camboriú



*Adriano Cordeiro Pereira*

Sócio Fundador - Diretor Executivo  
Autor do Referendo

[www.tempobrasil.net](http://www.tempobrasil.net)

47 3263.9500 - Rua Nicarágua, 306 - Bairro das Nações  
CEP 88338-205 - Balneário Camboriú - SC

VALIDAÇÃO ELETRÔNICA

D4Sign e1b0e27d-6e8f-4af0-ab7f-871e6e84fb06 - Para confirmar as assinaturas acesse <https://secure.d4sign.com/verificar>  
Documento assinado eletronicamente, conforme MP 2.200-2/01, Art. 10º, §2.

*[Handwritten signatures and marks]*

CVBC - CASE COMPLETO 2022 - MEU VOTO TÁ ON pdf

Código do documento edb0e27d-6e8f-4af0-ab7f-871e6e84fb06



### Assinaturas



ADRIANO CORDEIRO PEREIRA  
adriano@tempobrasil.net  
Assinou

*Adriano C. Pereira*



Fabian Rodrigo de Oliveira Lemos  
fdeoliveiralemos@gmail.com  
Assinou

FABIAN LEMOS

### Eventos do documento

**20 Jun 2022, 16:44:28**

Documento edb0e27d-6e8f-4af0-ab7f-871e6e84fb06 **criado** por ADRIANO CORDEIRO PEREIRA (9755f0b0-29dc-4b9d-9360-0a6109abf76c). Email: adriano@tempobrasil.net. - DATE\_ATOM: 2022-06-20T16:44:28-03:00

**20 Jun 2022, 16:45:18**

Assinaturas **iniciadas** por ADRIANO CORDEIRO PEREIRA (9755f0b0-29dc-4b9d-9360-0a6109abf76c). Email: adriano@tempobrasil.net. - DATE\_ATOM: 2022-06-20T16:45:18-03:00

**20 Jun 2022, 16:45:27**

ADRIANO CORDEIRO PEREIRA **Assinou** (9755f0b0-29dc-4b9d-9360-0a6109abf76c) - Email: adriano@tempobrasil.net - IP: 179.127.191.98 (dynamic-179-127-191-98.tpa.net.br porta: 16018) - Documento de identificação informado: 029.271.999-06 - **Autenticação em dois fatores no smartphone ativada** - DATE\_ATOM: 2022-06-20T16:45:27-03:00

**20 Jun 2022, 16:49:14**

FABIAN RODRIGO DE OLIVEIRA LEMOS **Assinou** - Email: fdeoliveiralemos@gmail.com - IP: 189.58.99.200 (189.58.99.200.static.host.gvt.net.br porta: 47022) - Documento de identificação informado: 941.028.059-15 - **Assinado com EMBED** - Token validado por **email** - DATE\_ATOM: 2022-06-20T16:49:14-03:00

### Hash do documento original

(SHA256):2da4e511daabd6de17e81c6dd631e3a9e2e6ae8ef400f5497361989f87ec383a

(SHA512):2c0bcf71f0d1fcb249226c7765921ebda63cc69868a4d0cdf17806af2111af41cd5579bf4d512819553f4287edbe3c59366a6e68f0ed41e9b776c6dfa30ec8f6

Esse log pertence **única e exclusivamente** aos documentos de HASH acima



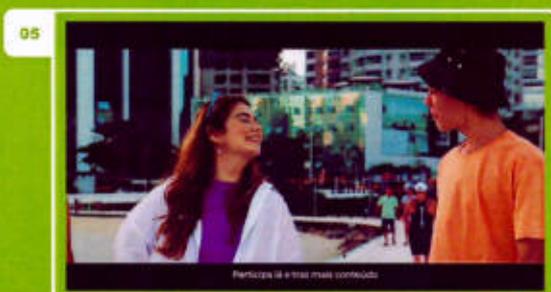
Esse documento está assinado e certificado pela D4Sign

pe

VT 1'

**PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO:** Ao criar uma narrativa transmídia e que envolvia a história paralela de três personagens que se comunicavam pelas redes sociais, ao final da linha criativa da campanha, foi necessário desenvolver o encontro dos personagens e conectar as vivências de cada um. Para isso, o vídeo de 1' trouxe em seu roteiro o envolvimento dos jovens com o mundo da política e informações que divulgaram o projeto Vereador Mirim da CVBC, simultaneamente, reforçando a importância da participação política da comunidade desde a adolescência.

**Dimensões originais:** 1080 x 1080px (Facebook, Instagram e Twitter), 1080 x 1920px (TikTok) e 1280 x 720px (YouTube)



B 7

1 - on

MA

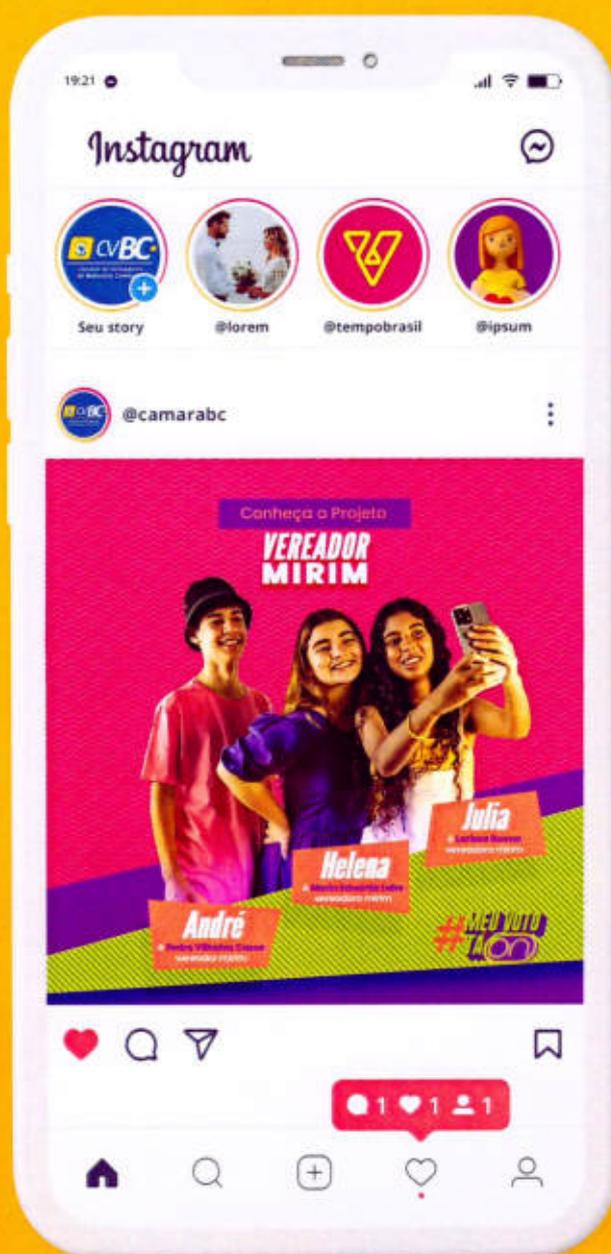
ST

Q

POST

**PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO:** A política é um assunto que por muitas vezes não desperta nos jovens curiosidade ou motivação para uma participação ativa desde a adolescência. Considerando que o público-alvo da campanha compreendia essa faixa etária, foi necessário inserir sua divulgação em meios utilizados pelos adolescentes, tais como as redes sociais. Para reforçar a importância da participação nas eleições deste ano e promover as ações da CVBC, três participantes do projeto Vereador Mirim foram escolhidos para ilustrar a campanha de forma a tornar mais próxima a mensagem da realidade dos jovens de Balneário Camboriú. A publicação criada divulgava o projeto e explicava a relação dos personagens dentro da campanha, como personagens, e fora dela, como vereadores mirins.

Dimensões originais: 1080 x 1080px



*Handwritten scribbles*

*Handwritten scribbles*

*Handwritten scribbles*

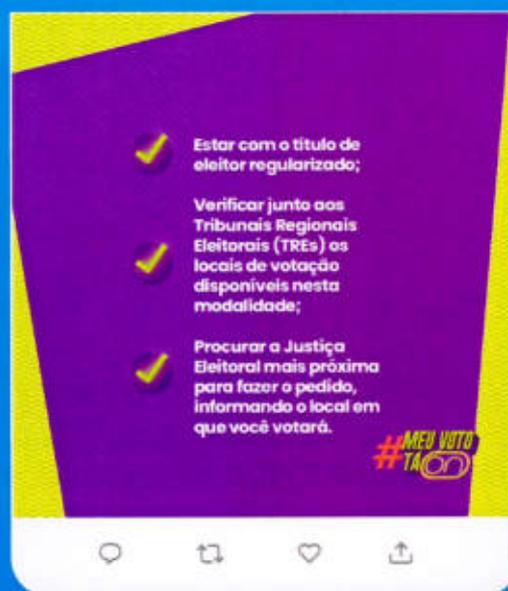
*Handwritten scribbles*

*Handwritten scribbles*

POST CARROSSEL

**PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO:** A política é um assunto que por muitas vezes não desperta nos jovens curiosidade ou motivação para uma participação ativa desde a adolescência. Considerando que o público-alvo da campanha compreendia essa faixa etária, foi necessário inserir sua divulgação em meios utilizados pelos adolescentes, tais como as redes sociais. Para reforçar a importância da participação nas eleições deste ano e promover as ações da CVBC, três participantes do projeto Vereador Mirim foram escolhidos para ilustrar a campanha de forma a tornar mais próxima a mensagem da realidade dos jovens de Balneário Camboriú. Para informar os jovens sobre o voto em trânsito, foi criado um carrossel de posts nas redes sociais que explicava de forma clara e dinâmica como participar desse processo

**Dimensões originais:** 1080 x 3240px



Handwritten notes and signatures at the bottom of the page, including a large '7' and various scribbles.

WEBBANNER

**PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO:** Para expandir o alcance da campanha e incentivar a participação ativa dos jovens nas eleições, foi criado um webbanner exclusivo para o hotsite da campanha. Este banner apresenta de forma atraente e informativa um dos participantes do projeto Vereador Mirim, conectando-se diretamente com o público adolescente de Balneário Camboriú. O webbanner destaca a importância da participação cidadã e como os jovens podem se envolver no processo eleitoral. Ao clicar no banner, os usuários serão direcionados para uma página com detalhes adicionais, reforçando o engajamento nas eleições deste ano.

**Dimensões originais:** 960x280px



Handwritten notes and signatures in blue ink at the bottom of the page, including a large scribble on the right and several initials or marks at the bottom.

SITE

**PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO:** Tirar o título e estar a par das situações que envolvem a participação nas eleições exige a comunicação de informações mais complexas e detalhadas. Para concentrar essas informações em um espaço único e evitar que elas fossem dispersadas durante o período de veiculação, criou-se o site do #MeuVotoTáOn. O canal serviu para tirarmos dúvidas frequentes, divulgarmos o programa Vereador Mirim, informarmos o prazo para tirar o título de eleitor e explicarmos a construção do enredo da campanha com os personagens. **Dimensões originais:** responsivo para desktop e mobile



Handwritten notes and signatures at the bottom of the page, including a large '8' and various scribbles.

2

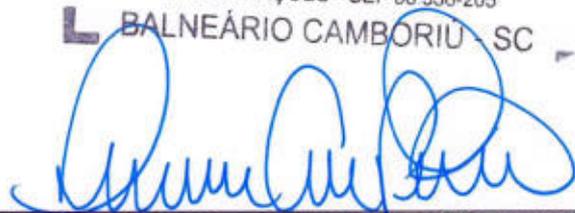
Balneário Camboriú 29 de outubro de 2024

07.206.878/0001-27

**TEMPO BRASIL  
COMUNICAÇÃO LTDA**

RUA NICARÁGUA N° 306 FONE (47) 3263-9500  
BAIRRO NAÇÕES - CEP 88 338-205

BALNEÁRIO CAMBORIÚ - SC



**TEMPO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA**  
Adriano Cordeiro Pereira



B



