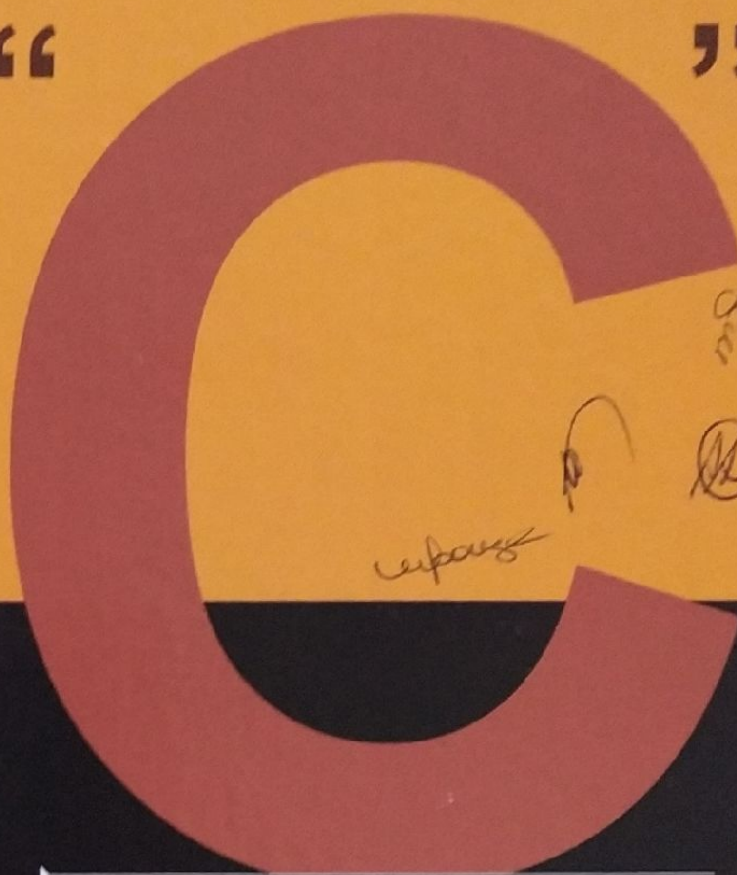


ENVELOPE

“

”



CAPACIDADE DE ATENDIMENTO,
REPERTÓRIO, RELATOS DE SOLUÇÕES
DE PROBLEMAS E TRATAMENTO DOS
DIREITOS AUTORAIS

ART&C COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.
CNPJ 02.692.183/0001-89

Concorrência Pública nº 24.001/2019 - SEMAD

A PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL

▶ 9.9.2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

▶ 9.9.2.1 - INDICAÇÃO DAS INSTALAÇÕES DISPONÍVEIS E DO APARELHAMENTO TÉCNICO

Sede: funcionalidade e modernidade.

A ART&C está sediada em Natal e conta com filiais em outras duas capitais no Nordeste: João Pessoa e Aracaju. Sua nova sede principal ocupa uma área de 1.183 m² totalmente planejada e equipada para funcionar como uma agência de comunicação 100% integrada, destacando-se como uma das maiores e mais modernas do Norte-Nordeste. A nova ART&C está localizada no bairro de Petrópolis, área nobre de Natal. Sua estrutura foi projetada para abrigar de maneira confortável e dinâmica mais de 60 profissionais, com integração total entre os setores e recebendo da melhor forma possível clientes e parceiros. Um prédio moderno, com 140 pontos de internet fibra óptica, 100% integrado e conectado com as mais recentes tendências mundiais de escritórios, onde a motivação, inovação e produtividade são palavras-chave.

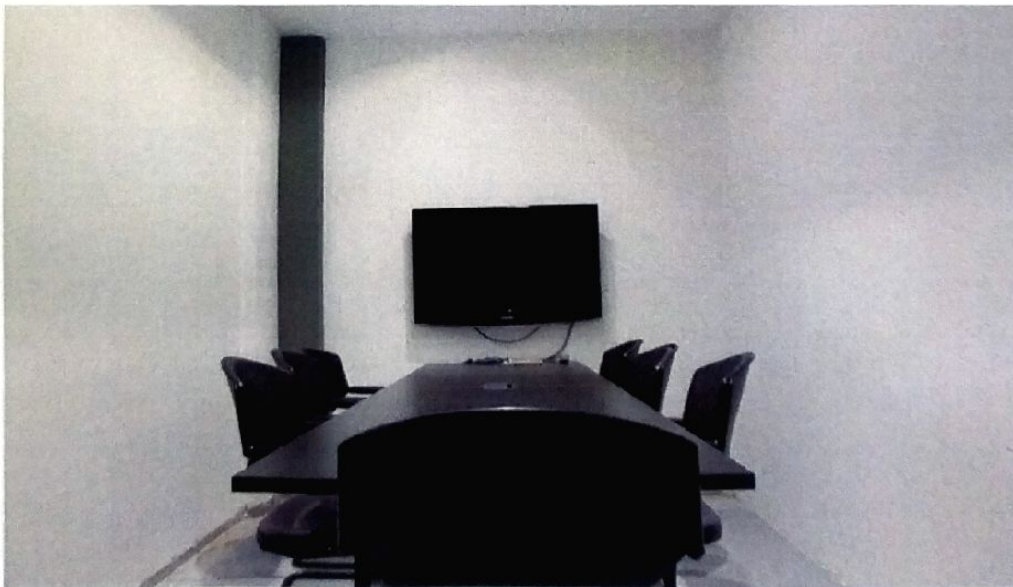
Nossa nova estrutura surpreende qualquer mercado, de qualquer ângulo que é vista. A seguir, imagens da sede atual.



Handwritten signatures and initials in blue ink.



► Sala de reunião principal, com sistema home theater e acústica preparada para a apresentação de campanhas e reuniões de briefing presenciais e a distância, comportando confortavelmente 15 pessoas;



► Sala de reunião 2 equipada para até 07 pessoas com estrutura de multimídia, para reuniões internas, atendimento individual a clientes, fornecedores e veículos, presenciais e a distância;

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature at the top and several smaller initials below it.



► Sala de reunião 3 equipada para até 05 pessoas com estrutura de multimídia, para reuniões internas, atendimento individual a clientes, fornecedores e veículos, presenciais e a distância;



► Sala para o Diretor Geral;

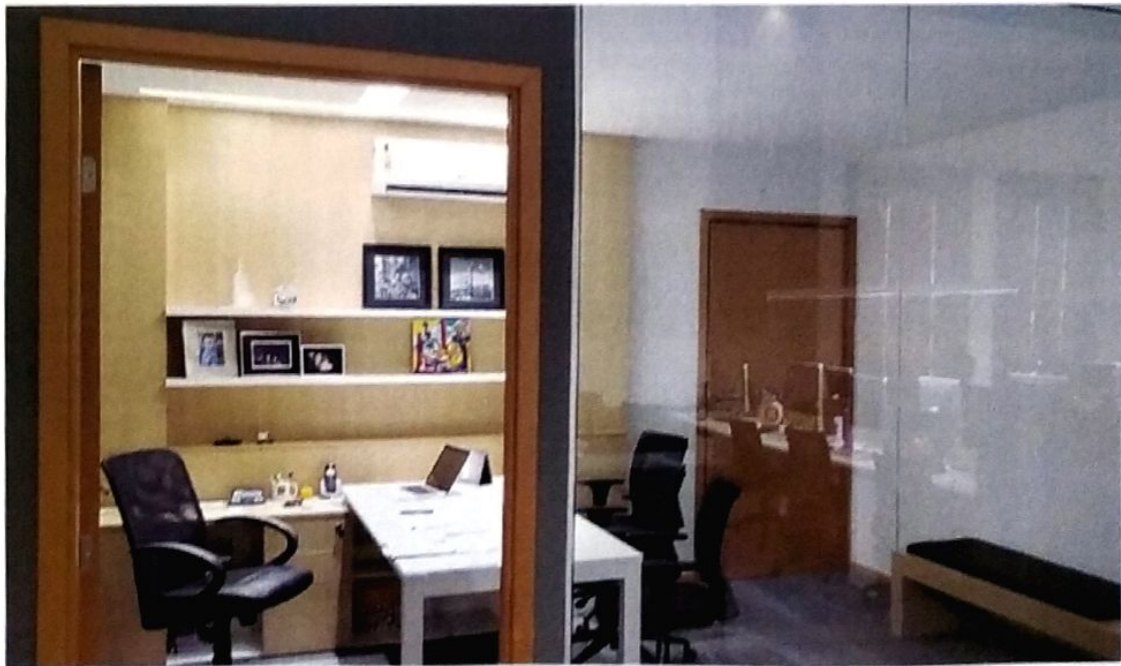
Handwritten initials

Handwritten signature

Handwritten notes and arrows on the right side of the page, including a curved arrow pointing to the top right and several illegible scribbles.



↳ Sala para o Diretor de Novos Negócios;



↳ Sala para o Diretor Executivo;

Handwritten notes and signatures in blue ink on the right side of the page, including a checkmark, a signature, and a circled mark.

Handwritten signature in blue ink at the bottom right corner of the page.



► Sala para o Diretor de Tecnologia Digital;

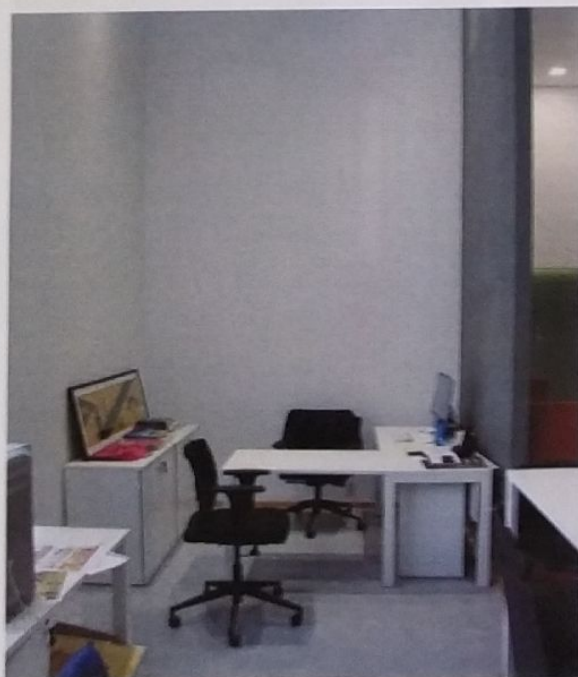


► Sala para o Administrativo/Financeiro;

MS

W. P. S.

Handwritten blue ink marks and signatures on the right side of the page.



↳ Salão principal com 163 m² e 56 estações de trabalho, onde funcionam juntos cinco setores totalmente integrados: atendimento/planejamento; BI (Business Intelligence); Mídia/Produção; Tecnologia Digital e Criação.

Handwritten signatures and initials in blue ink.

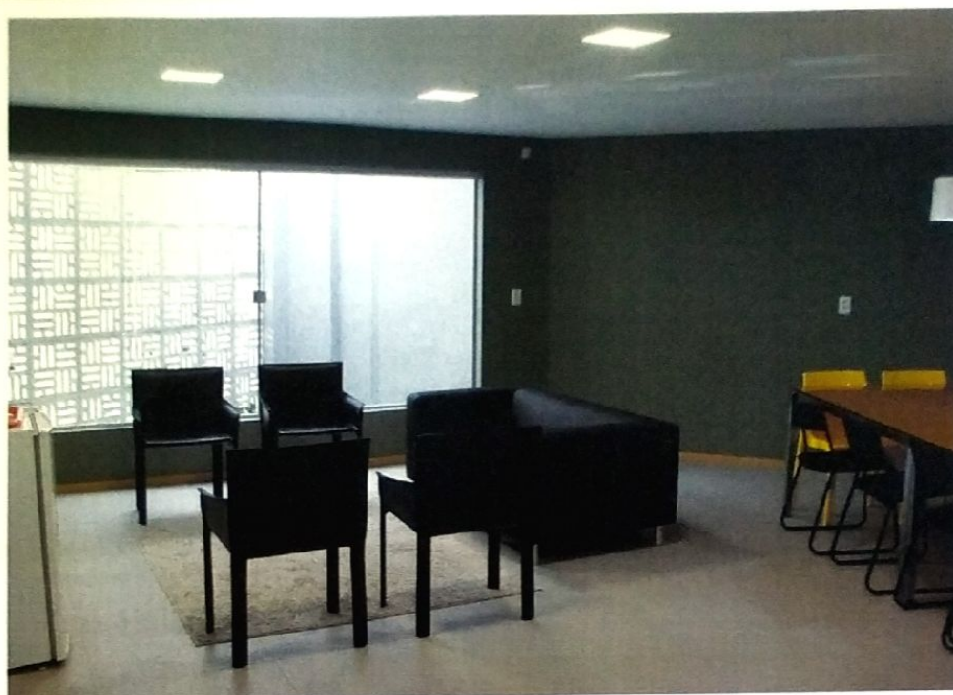


► Ampla recepção;



► Lounge;

Handwritten signature and notes in blue ink, including the word 'recepção'.



▶ Copa e espaço de convivência;



▶ Sala para servidores;

Handwritten signatures and initials in blue ink, including the name 'Cecilia' and other illegible marks.



- Estacionamento para clientes e colaboradores com 30 vagas.

Além da sede em Natal, a ART&C conta ainda com escritório em João Pessoa.

ART&C JOÃO PESSOA

Dentro de seu projeto de expansão, a ART&C está presente na capital da Paraíba desde 2014 atendendo a Prefeitura de João Pessoa e sua carteira de clientes privados (Promac - Concessionária Volkswagen, Construtora Galvão Amorim, Lojas Miranda, Construtora Unida e, mais recentemente, a Faculdade Internacional da Paraíba - FPB) naquela cidade. Localizada na orla de Manaíra, a ART&C João Pessoa está preparada para atender todas as demandas dos atuais clientes, com instalações modernas e equipe local, sempre com o suporte da matriz em Natal.



Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature and the word 'REPÚBLICA'.

Aparelhamento Técnico: serviço executivo de suporte de informática

Desde a sua fundação, a agência optou por seguir uma postura de vanguarda, tendo firmado parceria com uma empresa de consultoria em TI, visando desenvolver processos até então inexistentes no mercado. Durante seus 20 anos de trabalho, a agência tem buscado e comprovado o pioneirismo em tecnologia e agilidade nos serviços – prova disto é o investimento na contratação de uma empresa de TI capacitada, com profissional dedicado exclusivamente à manutenção de nossa estrutura. Essa empresa possui o certificado Silver Partner Microsoft (única no RN) e além da manutenção, fornece à Art&C serviços de integração e consultoria em informática que atendem padrões internacionais.

A ART&C foi a primeira agência do RN a implantar um sistema interno de mensagens instantâneas; a primeira a ter Intranet; a primeira a enviar anúncios por via 100% digital; a primeira a ter um servidor FTP dentro da própria agência; a primeira a se preocupar em oferecer serviços em sua homepage e a primeira a possuir uma rede “segurada” por um NoBreak inteligente de alta confiabilidade, com banco de baterias ADD para maior duração, dupla conversão e on-line. Em 2006, a agência saiu na frente novamente, equipando o setor de criação com computadores Macintosh.

Todos esses investimentos evidenciam que a ART&C é preocupada em minimizar riscos e evitar perdas para os clientes.

A ART&C implantou ainda um sistema que possibilita a troca de informações, em tempo real entre máquinas que rodam o sistema operacional Windows e equipamentos ultramodernos que utilizam o Mac Os X, smartphones e tablets, estreitando ainda mais os contatos entre os colaboradores que executam trabalhos externos. A parceria com a empresa de consultoria em informática vai mais longe. A agência implantou um sistema de “help desk” on-line, pelo qual a agência já pode entrar em contato direto com a equipe de suporte, evitando assim atrasos desnecessários.

Além de todas essas inovações, a ART&C implantou mais uma importante e revolucionária tecnologia. A VPN (Virtual Private Network) é uma rede de comunicações privada utilizada por uma empresa ou um conjunto de empresas e/ou instituições, construída em cima de uma rede de comunicações pública (como por exemplo, a Internet). Com a tecnologia VPN, todos os Executivos de Conta da agência agora já podem se conectar ao Publi, o software de controle da agência, de qualquer parte do planeta, através da Internet. Tudo isso utilizando a última palavra em tecnologia de interconexão de dados.

Com o pé sempre no futuro

A Art&C foi a primeira agência do RN a implantar o sistema de colaboração em nuvem mais avançado e completo do mundo. O Microsoft Office 365.

Usado por mais de 200 mil empresas em 181 países, o Office 365 é a mais completa ferramenta online que interliga todo o nossos time, parceiros e clientes com o poder e inteligência da nuvem.

E-mail, armazenamento, chat em tempo real, videoconferência, colaboração em documentos, automatização de processos, rede social corporativa e inteligência de negócio. Todas as ferramentas integradas entregando a nossos colaboradores e clientes o que existe de mais moderno no mundo na atualidade.

Instalações elétricas e de rede: segurança e funcionalidade

As instalações foram concebidas de forma a abrigarem três sistemas distintos, com aterramento único para todos os equipamentos de informática:

a) Rede trifásica 220V, específica para os computadores, estabilizada com um grande Nobreak inteligente, on-line com dupla conversão de 10 KVA para suportar 50 estações de trabalho e 03 servidores por até 1 hora, evitando interferências externas e picos de energia;

b) Rede trifásica 220V, específica para todos os demais equipamentos da agência;

c) Rede de cabeamento de par trançado para todo o sistema de computação da agência, certificada segundo as normas internacionais de cabeamento estruturado, completamente independente das redes elétricas e totalmente isolada de qualquer vazamento de energia ou tensão primária ou secundária. Devido à estrutura diferenciada e projetada especialmente para esse fim, nunca ocorreu nenhum caso de perda de dados em virtude de problemas elétricos ou estruturais de rede.

O servidor: mais informações em menos tempo

Toda a agência está interligada por uma rede de processamento de dados baseada no sistema de computação em nuvem utilizando o Windows Server 2012 R2 e Pfsense Linux, com quatro servidores dedicados, sendo o primeiro para armazenamento dos dados, o segundo para controle dos serviços de rede, banco de dados e antivírus e um servidor Linux preparado para garantir segurança e alta disponibilidade no acesso à Internet com controle inteligente do fluxo de dados, possibilitando qualidade nos serviços de Internet de última geração, como o VOIP (Voice Over IP), VPN e serviços de nuvem. Além disso, a ART&C ainda conta com um servidor exclusivo para backup de arquivos. O servidor dedicado ao armazenamento de dados é um moderno Dell Power Edge Intel XEON, de 04 HDs de 04 Terabyte, com 7200 RPM, garantindo 08 Terabytes de capacidade de armazenamento de informações espelhadas, com 32.0 GB de memória DDR3 RAM, Super Drive gravador

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature at the top right and several initials below it.

de DVD e monitor 19", onde são organizados todos os arquivos, separados por módulos e senhas de acesso restrito, divididas entre os vários setores da agência. Assim, uma mesma informação pode ser compartilhada por todos, mediante níveis hierárquicos de acesso. Toda essa estrutura está instalada numa sala exclusiva, com piso elevado e cabeamento subterrâneo de última geração. Este sistema de servidor dedicado permite que as informações sejam acessadas num curtíssimo espaço de tempo por todos da agência e evita que uma mesma informação esteja salva em diversos lugares ao mesmo tempo. O servidor dedicado a rede é um equipamento HP Proliant ML Intel XEON, de 02 HDs de 02 Terabyte, com 7200 RPM espelhados, representando um material de suporte totalmente confiável em casos de falha física através de backup em tempo real. O equipamento ainda é composto por 01 Gravador de DVD LG, 2 GB RAM e monitor 19". O servidor dedicado a Internet é um equipamento HP Proliant Intel Xeon com 2 HDs de 500 GB espelhados, 4.0 GB de memória DDR2 RAM, e monitor 19".

O sistema de backup: 100% confiável, informação 100% segura

Quanto mais complexo e funcional um sistema de informação, maior a quantidade de dados gerenciada e, portanto, maior o risco de perda na informação. A fim de evitar ocorrências deste tipo, a ART&C optou por implantar um moderno sistema de backup automático, feito em três mídias alternadas: um Network-Attached Storage (NAS), com 04 HDs de 2.0 Terabytes espelhados, situado em local secreto e seguro contra incêndio e roubo; o espelhamento de discos e o mais moderno sistema de backup de nuvem da atualidade. A primeira mídia executa automaticamente um backup diário de todos os arquivos modificados, diminuindo o processamento e a quantidade de tráfego na rede interna da agência. A segunda mídia efetua o backup por espelho, sendo realizado em tempo real, simultaneamente, na alteração de um arquivo executada por qualquer computador da agência, garantindo a integridade dos arquivos em caso de falha nos servidores.

A Art&C inova mais uma vez e é a primeira agência a usar um serviço de backup baseado em cloud.

Utilizamos o sistema de backup do Microsoft Azure, uma solução que oferece ferramentas locais comprovadas, sofisticadas e poderosas, na nuvem. Ele oferece forte proteção para dados, independentemente de onde estejamos: no datacenter, em filiais, escritórios remotos ou na nuvem pública, sendo sensíveis aos requisitos específicos impostos por esses cenários. O Backup do Azure, em uma experiência de portal integrada com o Azure Site Recovery, oferece economia e ferramentas consistentes de manutenção mínima para backups externos e recuperação operacional, além da proteção de dados e disponibilidade de aplicativos unificados.

Os dados de backup estão altamente seguros em transferências, em repouso e são armazenados em sistema replicado geograficamente, que mantém seis cópias dos seus

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

dados em dois datacenters do Azure. Com 99,9% de disponibilidade de serviço, o backup proporciona total tranquilidade operacional.

Além dos backups convencionais, focados no armazenamento de arquivos atuais, a agência iniciou o uso do recurso de cópia-sombra, cujo objetivo é armazenar todas as alterações realizadas em cada arquivo, durante 30 dias. Desta forma, é possível que qualquer departamento da agência resgate arquivos perdidos ou modificados de acordo com sua necessidade.

Acesso à Internet: mais informação, mais qualidade

A ART&C adotou um projeto revolucionário, tornando-se a primeira agência do RN a ter link Internet de fibra óptica de alta disponibilidade e baixa latência, além disso possui mais um link redundante de alta velocidade. Atualmente, a rede da agência é interligada por meio de links que somam 400 mbps de provedores distintos, suprimindo a falta de funcionalidade dos provedores locais, garantindo assim total eficiência e praticidade no acesso à Internet.

A conexão é feita através de um provedor de acesso localizado em Natal. A partir do domínio registrado para o endereço www.artc.com.br, todos os funcionários têm acesso a uma conta pessoal de e-mail corporativo e acesso à Internet. Com isso, a agência garante um infindável volume de informações à disposição de toda a equipe, disponibilizadas em favor da qualificação de todos os projetos desenvolvidos para os clientes.

Segurança digital: um capítulo à parte

Em qualquer empresa que navegue hoje pelo desafiante mundo das novas tecnologias e da Internet, é imprescindível que haja uma constante preocupação e investimentos em segurança digital. Afinal, ao mesmo tempo em que essas plataformas nos possibilitam acesso direto a um vasto número de informações, surgem também os riscos contra a segurança do sistema através de vírus e hackers. Pensando nisso, com a devida importância que o assunto exige, desde o princípio a agência tem investido na colocação de verdadeiras barreiras digitais que impeçam qualquer tentativa de ataque ou invasão, como os filtros de acesso, o FireWall, os programas antivírus e um sistema de senhas de acesso e hierarquias digitais, trancando não somente a "porta da frente", como as "portas laterais", protegendo todos os setores de invasões. A política de segurança da agência é hoje prioridade nos seus investimentos, garantindo a continuidade de seus projetos e a sua máxima otimização e evitando contratempos.

Hardware e equipamentos: sempre sintonizados com os avanços tecnológicos

A agência é dotada dos mais modernos equipamentos, a fim de garantir agilidade e qualidade em todos os seus setores, como as estações de trabalho gráfico Macintosh da

Leopoldo

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

Apple: equipamentos de alta performance e desempenho, que possibilitam segurança na composição dos trabalhos e fidelidade no resultado final das peças criadas e impressas. Este equipamento garante a agilidade necessária aos trabalhos, já que possui os mais rápidos e confiáveis processadores do mercado. Além, é claro, de toda a compatibilidade com as estações PC, que juntos compõem uma rede completamente segura. São os dispositivos técnicos que estarão disponíveis para auxiliar nas tarefas requisitadas pelo cliente.

Computadores

A agência conta hoje com 41 computadores à disposição da equipe, conforme segue:

Criação - 16

16 Macintosh da Apple responsáveis pela área de criação/finalização: 12 iMac com processador Intel Core, sendo 4 com telas de LCD de 20", 3 com telas de LCD 21,5" e 5 com telas de LCD 27". Todas entre 4GB e 32GB de memória RAM e todas com HDs SSDs de alta performance e última geração. Além de 4 plataformas MacPro com dois processadores Intel XEON Quad Core em cada máquina, entre 8 Gb e 32 GB de memória, HDs SSDs de alta performance e última geração, 4 monitores de LCD, sendo 2 de 24" e 2 de 23".

Web /Digital - 4

3 iMacs entre 4GB e 8GB de RAM, processador Core 2 Duo, sendo 1 de 20", 1 de 21.5" e 1 de 24" com HDs SSDs de alta performance. 1 máquina com 4GB de memória, processador Core i5 e HD de 1TB com Linux.

Business Intelligence - BI (Mídia, Pesquisa, Estudo e Planejamento Estratégico)

- 6

6 máquinas com processador com tecnologia core, 4 GB de memória DDR RAM, HD de 500 Gb, com 7.200 RPM e monitores LG e Sony 19" de alta fidelidade.

Atendimento - 9

9 notebooks com processadores Intel com tecnologia core, com tela de matriz ativa de alta definição e dotados de tecnologia wireless. Os computadores oferecem atendimento personalizado digital, proporcionando ao profissional acessar a agência de qualquer cidade, estado ou país, que possua Internet sem fio, através da VPN, ganhando tempo e agilizando os processos internos para seus clientes.

Leifone

[Handwritten signature]

[Handwritten signatures and initials]

Administrativo/Financeiro - 3

3 máquinas com processador com tecnologia core, 4 GB de memória DDR RAM, HD de 500 GB, com 7.200 RPM e monitores LG e Sony 19" de alta fidelidade.

Diretor Geral - 1

1 Macbook Air 13", Processador Intel Core i5 dual core, 1,3GHz, Turbo Boost, processador gráfico Intel HD 5000, 4GB de memória e 128GB de armazenamento em flash.

Diretor de Novos Negócios e Consultor - 1

1 Apple MacBook Pro, processador Intel com tecnologia Core, com 4 GB de memória DDR2, 320 GB de disco, gravador/Leitor de DVD e tela 13,3" LED.

Diretor Executivo - 1

1 Apple MacBook Pro, processador Intel com tecnologia Core, com 4 GB de memória DDR2, 320 GB de disco, gravador/Leitor de DVD e tela 13,3" LED.

Produção - 2

2 máquinas com processador com tecnologia core, 4 GB de memória DDR RAM, HD de 750 Gb, com 7200 RPM e monitores LG e Sony 19" de alta fidelidade.

Impressoras

1 HP Brother Multifuncional 5350-DN, 2 Brother MFC-7440N, 1 Epson LX-300, 1 HP LaserJet P2035N, 1 HP Multifuncional LaserJet 1132 MFP, 1 impressora Xerox Laser A3 modelo Phaser 7760DN, primeira impressora laser colorida A3 do mercado dentre as agências. Muito mais qualidade, agilidade e fidelidade de cor a serviço da criação.

Servidor

3 máquinas, sendo um moderno dell power edge Intel XEON, de 4 HDs de 2 Terabyte, com 7200 RPM, garantindo 4 Terabytes de capacidade de armazenamento de informações espelhadas, com 16.0 GB de memória DDR3 RAM e os demais sendo HP Proliant ML Intel XEON: um com 2 HDs de 1Terabyte, com 7200 RPM, 1 Gravador de DVD LG, 2 GB RAM, e outro com 4 HDs de 1 Terabytes, com 7200 RPM, com 2.0 GB de memória DDR2 RAM, Super drive gravador de DVD – todos ligados a monitor 19" através de um KVM de 4 portas.

Handwritten signatures and initials in blue ink.

▶ 9.9.2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

▶ 9.9.2.2 - QUANTIFICAÇÃO E QUALIFICAÇÃO DOS PROFISSIONAIS

Nome, quantificação e qualificação dos profissionais que fazem parte da experiente equipe da ART&C, fixos e registrados no quadro funcional.

DIRETORIA – 3 sócios

Diretor Geral: Bacharel em Direito pela UnP, acumula 25 anos de experiência em propaganda. Possui curso de Especialização em Marketing e Propaganda pela Emerson College de Boston, nos Estados Unidos, além de cursos extensivos nas áreas de Global Business como Principles of Marketing, Cybermedia, Buyer Behavior e Copywriting. Já recebeu o prêmio de Publicitário do Ano no Colunistas Norte/Nordeste, e o prêmio de Publicista Latino-americano no Festival de Gramado em três ocasiões.

Diretor de Novos Negócios e Consultor: Bacharel em Comunicação Social, acumula mais de 50 anos de experiência em propaganda. Professor universitário aposentado da Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Ensinou disciplina sobre técnicas de comunicação e propaganda por 24 anos. Foi editor de dois dos mais importantes jornais da imprensa potiguar. Já fez assessoria de imprensa de governos estadual e municipal e possui experiência como criativo e direção de criação, tendo atuado numa das principais agências de propaganda do mercado local durante quase 30 anos. É autor de campanhas memoráveis da propaganda potiguar, com grande repercussão nacional. Possui premiações locais, regionais e nacionais, podendo destacar dois prêmios Profissionais do Ano da Rede Globo. Criou e executou uma das campanhas de maior resultado para o Governo do Estado, conseguindo com ela quase que dobrar a arrecadação de ICMS no RN.

Diretor Executivo: Graduado em Administração de Empresas pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte e em Publicidade e Propaganda pela Universidade Potiguar, acumula 16 anos de experiência em propaganda. Possui curso de especialização em General Business with concentration in Marketing pela University of California - Los Angeles, nos Estados Unidos. Como conclusão do curso, elaborou e apresentou plano de marketing para executivos do mundialmente famoso parque temático Sea World San Diego (EUA), tendo alcançado uma das mais altas notas.

ATENDIMENTO – 9 profissionais

Gestor de Clientes I: Pós-graduação em Marketing e formação em Comunicação Social, ambos pela UnP, acumula 20 anos de experiência em publicidade.

Gestor de Clientes II: Formação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela UnP e pós-graduação em Propaganda e Marketing na Gestão de Marcas pela UFRN. Atua há 11 anos no mercado publicitário.

cepare

[Handwritten signatures]

Gestor de Clientes III: Formação em Publicidade e Propaganda pelo Instituto de Ensino Superior da Paraíba e pós-graduação em Marketing de Varejo pela mesma instituição. Atua há 11 anos no mercado publicitário paraibano.

Gestor de Clientes IV: Formação em Publicidade e Propaganda pela UnP – Universidade Potiguar. Conta com 19 anos de experiência no mercado publicitário, atuando em agências da Paraíba e Rio Grande do Norte. Também trabalhou no principal veículo de comunicação do RN, a InterTV Cabugi, filiada à TV Globo. Em paralelo, atua há 10 anos no ramo da fotografia, com experiência adquirida em cursos em São Paulo, além de cursos de produção cultural no Senac e atendimento publicitário pela ESPM Road Show.

Gestor de Clientes V: Graduação em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Potiguar - UnP. Atua no mercado publicitário há 8 anos.

Gestor de Clientes VI: Graduação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela UNIT. Atua no mercado sergipano há 18 anos. Já atuou como Gerente de Marketing, como Coordenação Comercial em veículo e com Gestão de Clientes em outras agências.

Gestor de Clientes VII: Graduação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda na UnP. Com 4 anos de experiência.

Assistente de Atendimento: Graduação em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda pela UFRN. Atua no mercado há 3 anos.

Assistente de Atendimento: cursando 8º período em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Atua no mercado publicitário há 3 anos.

BUSINESS INTELLIGENCE - BI (Mídia, Pesquisa, Estudo e Planejamento Estratégico) – 6 profissionais

Gerente de Business Intelligence e Gestor de Mídia: Formação em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda pela UnP. cursando pós-graduação em Business Intelligence, com cursos na área de planejamento de mídia para televisão, planejamento estratégico de comunicação, marketing estratégico, BI, entre outros. Atua no mercado publicitário há 7 anos, planejando para clientes de grande porte no RN. Acumula experiências nos setores de Mídia, Produção Gráfica e Eletrônica, Atendimento, assim como Planejamento Estratégico de Comunicação.

Analista de Business Intelligence e mídia: Graduação em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela UFRN. Curso técnico em Tecnologia da Informação com ênfase em eletrônica pelo Instituto Metrôpole Digital - UFRN. No mercado há 5 anos.

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

Analista de Business Intelligence e mídia: Formação em Publicidade e Propaganda pela UnP, com MBA em Marketing Estratégico pela FACEX. Está no mercado publicitário de Natal há 15 anos. Atuou na área de mídia e produção em paralelo, e posteriormente passou a ter dedicação exclusiva ao departamento de mídia, elaborando planejamentos e execuções de mídia.

Analista de Business Intelligence e mídia: Graduação em Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda pela UFS. No mercado há 4 anos com experiência nos setores de Atendimento, Marketing e Planejamento Estratégico de Comunicação.

Analista de Business Intelligence Jr.: Formação em Publicidade e Propaganda pela UFRN. Acumula 4 anos de experiência no mercado publicitário.

Analista de Business Intelligence Jr.: Formação técnica em Relações Comerciais pelo IFRN e cursando o 7º período de Administração pela UFRN.

CRIAÇÃO – 16 profissionais

Diretor de Criação / Redator I: Formação em Comunicação Social pela UFRN, tem 25 anos de experiência no mercado, com atuação em várias agências e inúmeros trabalhos para clientes privados e públicos. Pós-graduação em Marketing Estratégico pela UFRN e possui expertise em marketing político, atuando em campanhas para prefeito, governador e senador desde 2002, nos estados do Rio Grande do Norte e Mato Grosso. Conquistou prêmios locais e regionais, e foi finalista do Profissionais do Ano da Rede Globo – premiação em que também já atuou no juri. À experiência em campanhas pelo Brasil, somou em 2012 o trabalho internacional para a PGV Publicidad, em Quito – Equador.

Gestor de projetos: Diretor de arte com 8 anos de experiência no mercado publicitário nordestino. Em 2018, ganhou o prêmio do SBT de Melhor Comercial Regional do Brasil e foi finalista com cinco filmes no 40º Profissionais do Ano da Rede Globo, ganhando o prêmio nas duas categorias, Mercado e Campanha.

Redator II: Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda pela UnP e bacharelado em Administração pela UFRN. 16 anos de experiência na função.

Redator III: Cursando Jornalismo pela UFRN. Faz parte da Diretoria de Comunicação na Liga de Empreendedorismo Potiguar. Há 2 anos no mercado publicitário.

Diretor de Arte I: Formação em Publicidade e Propaganda pela UnP e Jornalismo pela UFRN, está inserido no mercado publicitário há 20 anos.

Diretor de Arte II: Curso técnico em Edificações pela ETEFRN. No mercado publicitário há 26 anos.

Diretor de Arte III: Possui curso técnico na área de editoração gráfica, edição de vídeo e animação, todos pelo SENAC/RN. 11 anos de experiência no mercado potiguar.

upcar

[Handwritten signature]

[Handwritten signatures and initials]

Diretor de Arte IV: Formação em design gráfico e pós-graduação em design de interação pela UnP. Atua no mercado publicitário potiguar há 4 anos.

Diretor de Arte V: Profissional com diversos cursos na área de criação, diagramação, gerenciamento de processos e finalização de arquivos para impressão digital e offset. 6 anos no mercado editorial, gráfico e de design.

Diretor de Arte VI: Formação em Design Gráfico pela UnP, atua na área de design há 10 anos. Profissional com conhecimento em processos de criação, diagramação e finalização de arquivos.

Diretor de Arte VII: Graduado em Ciências Sociais (2013), com Mestrado em Sociologia (2016), e doutorando em Sociologia e graduando em Comunicação Social com habilitação em Design Gráfico, ambos pela UFS (Universidade Federal de Sergipe). Com experiência em direção de arte atendendo clientes como Governo de Sergipe, Banese, SEBRAE-BA, e Prefeitura de Aracaju.

Diretor de Arte Jr. I: Formação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Atua no mercado potiguar há 5 anos.

Diretor de Arte Jr. II: Cursando Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Potiguar Unp. Atua no mercado local há 5 anos.

Diretor de Arte Jr. III: Formação em Publicidade e Propaganda pelo IESP, está inserido no mercado publicitário há 5 anos.

Artefinalista I: Formação em Design Gráfico pela UnP. Atua na área de Direção de Arte e Arte Final desde 2011.

Artefinalista II: Formação em Comunicação Visual e Marketing. Atua há mais de 20 anos no mercado editorial, gráfico e publicitário.

WEB/DIGITAL – 4 profissionais

Coordenador do Setor Digital: Pós-graduação em Gestão de Marcas pela UFRN e formado em Publicidade e Propaganda pela Estácio. Com certificação Google, Redação Publicitária pela ESPM e diversos cursos em Marketing Digital. Trabalhou com gestão de conteúdo digital e acumula 10 anos de experiência de mercado.

Gestor Digital I : Graduação em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, pela UFRN. Atua há 3 anos no mercado publicitário.

Gestor Digital II : Formação em Publicidade & Propaganda e Design Gráfico pela UnP. Atua no mercado há 8 anos com foco em marketing digital. Possui diversos cursos no currículo incluindo o de "Novas Práticas de Marketing" pela ESPM.

Desenvolvedor Front-End/Back-End: Cursando Análise e Desenvolvimento de Sistemas pela UnP. Soma 6 anos de experiência no mercado.

Handwritten signatures and initials in blue ink.

PRODUÇÃO GRÁFICA, RÁDIO, TV, CINEMA E INTERNET – 2 profissionais

Produtor gráfico, de Rádio, TV, Cinema e Internet: Formação em Publicidade e Propaganda e Pós-Graduação em Marketing Estratégico com 13 anos de experiência no mercado publicitário.

Assistente de produção e planejamento: Formação em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda na UnP. Acumula 3 anos de experiência no mercado.

ADMINISTRATIVO - 3 profissionais

Gerente Administrativo e Financeiro: Graduação em Odontologia pela UFRN, acumula experiência de 18 anos de trabalho no Banco do Brasil e 19 anos em agências de propaganda. Possui cursos técnicos dentro da área financeira, ministrados pelo Centro de Formação Profissional, também do Banco do Brasil.

Assistente Administrativo: Graduação em Gestão Financeira pela UnP, acumula 15 anos de experiência na área administrativa e financeira.

Assistente financeiro: Acumula mais de 25 anos em agências de publicidade.

SERVIÇOS INTERNOS E GERAIS - 3 colaboradores

Serviços gerais e Copa

Portaria

Tráfego externo

Handwritten signatures and initials:
- Top right: A circled signature and initials.
- Middle right: A signature.
- Bottom right: A signature and initials.

▶ 9.9.2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

▶ 9.9.2.3 - SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO E DISCRIMINAÇÃO DOS PRAZOS A SEREM PRATICADOS

A empresa

O diferenciado modelo de trabalho da ART&C, associado aos 20 anos de história da agência, nos firmam como uma empresa tecnicamente preparada para oferecer um serviço de excelente qualidade e com larga experiência na comunicação das esferas governamentais (municipal e estadual), além do domínio também no segmento privado, trabalhando com divulgação institucional, de varejo e de produto. Temos o foco e a liberdade necessários para nos concentrar no que é importante, mas sempre buscando ideias para além dos limites convencionais.

A ART&C figura no grupo 4 de classificação do CENP (grupo de enquadramento de agências de médio porte) - única no RN. Por conta disso, nossas obrigações e exigências em relação ao serviço prestado e às informações fornecidas para os clientes são maiores. Tudo isso nos confere um "Certificado de Qualidade Técnica", outorgado também pelo CENP, e para mantê-lo precisamos corresponder aos criteriosos parâmetros estabelecidos por essa entidade.

ART&C/WEB

O braço digital ART&C/WEB trabalha com criação e tecnologia para mídias digitais. A metodologia integra com excelência qualquer disciplina que envolva o problema de comunicação dos nossos clientes, por meio de campanhas de mídia, conteúdos, social marketing, branding, design de interface, advergame, mobile marketing, viral loop, podcasting, gestão de conteúdo através de portais, e-books, etc.

Agregar esse tipo de serviço para os nossos clientes faz com que a experiência de comunicação seja realmente integrada. Dessa forma é possível maximizar resultados e reduzir custos, conectando pessoas e ideias.

Nossa visão sobre comunicação

Publicidade on-line e off-line, discurso, entrevista, matéria, eventos, atitudes e promoções são manifestações distintas que transmitem informações à sociedade e ajudam a formar percepções sobre uma empresa ou um produto, ou seja: formar a sua imagem. A visão estratégica da empresa, o conhecimento de possibilidades e as múltiplas ferramentas asseguram uma comunicação adequada, diante do tamanho dos desafios profissionais, pela democratização do acesso à informação, à promoção do desenvolvimento e da cidadania.

Urbanis

[Handwritten signature]

O estilo de comunicação da ART&C diferencia-se das demais agências de publicidade e propaganda tradicionais no mercado, resultado da experiência adquirida na defesa da clareza do objeto da comunicação, que tem como premissas: o que comunicar; como comunicar; quando comunicar; para quem; por quê; em quê; e com que linguagem. Na visão da empresa, a comunicação é um diálogo com diferentes públicos – não apenas um monólogo – que se estabelece em um contexto social determinado por muitos aspectos culturais, sociais e políticos. Para nós, uma empresa que sabe ouvir a opinião pública é uma empresa que saberá como falar com a opinião pública. Ademais, comunicação não é o que você fala. Comunicação é o que o outro entende.

A metodologia de trabalho é sistemática quanto ao uso de pesquisas, diagnósticos dos problemas e identificação das oportunidades. A ART&C acredita na comunicação com conteúdo, na comunicação dialógica e em uma comunicação onde criatividade e estratégia, forma e conteúdo estejam equilibrados e a serviço da imagem do cliente.

A estrutura de atendimento à Prefeitura Municipal de Natal

Assim como já acontece com os demais clientes da ART&C, o relacionamento entre a agência e a Prefeitura Municipal de Natal - PMN se dará de forma muito dinâmica e funcional, o que contribui para o perfeito andamento dos processos. A agência se dispõe a trabalhar adotando uma sistemática de atendimento que assegure a agilidade e os padrões de qualidade exigidos pela PMN, adequando-se às posturas e rotinas administrativas e respeitando sua cultura e suas normas operacionais. O Núcleo de Atendimento da PMN constará de:

- 1 (um) Executivo de Conta, com disponibilidade diária para fazer visitas ao cliente, conhecer suas necessidades, colher informações, participar de reuniões de briefing e apresentar todo o trabalho produzido pela agência.
- 1 (um) Assistente de Atendimento, que fornecerá ao atendimento todo o suporte interno para a realização do trabalhos.
- 1 (um) Profissional de Mídia
- 1 (um) Profissional de Produção
- 1 (um) Profissional de Planejamento
- 1 (um) Diretor de Criação
- 1 (um) Diretor de Arte
- 1 (um) Redator

Dia a dia do Núcleo de Atendimento da Prefeitura Municipal de Natal

O primeiro momento do nosso atendimento será o desenvolvimento do Plano de Ação. Cliente e agência, juntos, traçarão os principais objetivos da comunicação. Esse plano de

WPAUS

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

ação guiará o Núcleo de Atendimento da PMN, o que possibilitará uma ação altamente pró-ativa.

Funções do Atendimento

- Preparar e enviar relatórios de reunião;
- Diagnosticar cada ação e/ou campanha em criação;
- Fazer relatórios dos trabalhos em execução;
- Definir prazos e cronogramas de execução dos trabalhos junto ao cliente;
- Acionar os departamentos da agência para a solução da demanda;
- Submeter à aprovação do cliente todo tipo de trabalho e peças;
- Submeter o cliente à estimativa de custos de produção, planos de mídia ou outros orçamentos;
- Atender, de forma satisfatória, todas as solicitações do cliente.

A principal preocupação da ART&C é prestar um serviço de excelência, conforme determinam os objetivos do cliente, envolver a sua força de trabalho na dedicação e na atuação responsável, para que as ações contratuais sejam conduzidas dentro da expectativa, conforme segue:

Briefing do cliente

As demandas de trabalhos, da peça mais simples até uma campanha mais complexa, deverão ser passadas diretamente ao Executivo de Conta, profissional responsável pela *interface* entre a agência e o cliente. Ele acionará os demais membros da equipe da agência para iniciar o processo, enquanto o cliente fornecerá as informações necessárias para a correta compreensão da demanda. Na reunião de *briefing* serão definidas as necessidades de prazos das peças ou campanhas.

Diagnóstico

A partir das informações recebidas do cliente, o Núcleo de Atendimento da PMN preparará o diagnóstico, um documento completo, que consta de: análise do cenário; problema; objetivos principais e secundários; recomendações estratégicas; e soluções de comunicação a serem implementadas. Apresentará as referências de campanhas similares que foram divulgadas na mídia impressa, eletrônica e digital para o completo entendimento do assunto. O diagnóstico será validado pelo cliente e transformado em Pedido de Criação e Mídia.

crepues

[Handwritten signature]

[Handwritten notes and signatures on the right margin]

Criação da peça ou campanha

A criação desenvolverá, sempre que necessário, uma ou mais peças ou campanhas que atendam ao briefing, para o cliente ter opções de linhas criativas.

Plano de Mídia

O Plano de Mídia será elaborado em consonância com a estratégia de criação da campanha e/ou peça, considerando as recomendações técnicas de pesquisas de mídia e de mercado para atingir os públicos-alvo objetivados e de acordo com o investimento recomendado pelo cliente, sem esquecer o critério de racionalidade na otimização e na aplicação dos recursos.

Apresentação ao Cliente

O Executivo de Conta da PMN fará a apresentação da peça ou campanha e do plano de mídia para o cliente. Em função do porte e da complexidade da peça ou da campanha, poderá convocar outros membros da equipe se julgar necessário. Ele poderá, ainda, aprovar a campanha, pedir para avaliar internamente ou solicitar ajustes antes da aprovação final.

Aprovação de custos de produção e mídia

Após a aprovação da campanha ou peça, a agência apresentará os custos detalhados e negociados de produção, sempre com 3 cotações de preços de diferentes fornecedores. Em função do cronograma de trabalho, as estimativas de custos de produção poderão ser apresentadas junto com a peça ou campanha. A aprovação, os ajustes do plano e as recomendações de negociação da mídia serão feitos em reunião entre a agência e o cliente.

Produção da Campanha

Uma vez aprovados, oficialmente, orçamentos, roteiros ou layouts serão encaminhados para a produção.

Aprovação final de cada peça a ser produzida

Os materiais produzidos serão apresentados ao cliente, para aprovação final, antes de serem liberados para a impressão gráfica (prova) ou para a veiculação na mídia.

Acompanhamento e avaliação

Durante a veiculação da campanha, a agência fará o acompanhamento diário do plano de mídia que está sendo executado e das notícias publicadas na mídia e nas redes sociais sobre a campanha. Os fatos relevantes serão analisados e informados ao cliente. Após

refresca
[Handwritten signatures and initials]

o término de cada campanha, a agência fará uma avaliação final: objetivos x resultados alcançados.

A operação

A ART&C entende a importância do passo a passo da operação de atendimento, razão pela qual trabalhamos de forma sistematizada, obedecendo a cada etapa do processo exigido pelo cliente, buscando sempre o aperfeiçoamento e a qualidade nos procedimentos burocráticos dos trabalhos. O nosso sistema de informatização é totalmente integrado e permite o gerenciamento de todo o andamento dos processos internos, além de possibilitar ainda a emissão de relatórios gerenciais de investimentos por: cliente, campanha, mês, fornecedor, e o relatório de visita. Temos uma visão geral da situação de cada trabalho do cliente em tempo real.

A agência se propõe a adotar os procedimentos de acordo com as normas operacionais definidas pela Prefeitura Municipal de Natal, apresentando os seguintes documentos no decorrer dos trabalhos:

Em caso de Produção:

- a) Fatura da agência;
- b) Fatura do fornecedor;
- c) Autorização de Produção original assinada pelo cliente;
- d) Orçamentos originais cotados com três fornecedores, carimbados e assinados;
- e) Exemplar do material produzido ou cópia de CD/DVD da peça produzida;
- f) Recibo de entrega dos materiais, no caso de material impresso, ou entrega da fita no veículo, no caso de mídia eletrônica.

Em caso de Mídia:

- a) Fatura da agência;
- b) Fatura do fornecedor;
- c) Autorização de veiculação original assinada pelo cliente;
- d) Comprovante de veiculação.
 - d.1 Mídia eletrônica
 - Comprovante de veiculação carimbado e assinado pelo veículo;
 - Relatório de fiscalização, no caso de veiculação em praças que se utilizam deste serviço;
 - d.2 Mídia impressa
 - Exemplar do jornal ou revista.
 - d.3 Internet
 - Comprovante de veiculação emitido pelo site/portal;

[Handwritten signatures and initials in blue ink on the right margin]

d.4 Mídia exterior / Mobiliário urbano

- Relatório de fiscalização acompanhado das fotos do local da exibição.

Acompanhamento de metas e resultados

Devido às características específicas de seus segmentos de atuação, alguns dos clientes da agência trabalham com métodos de acompanhamento diário, semanal ou mensal de resultados, os quais são enviados pelo cliente para a agência para que sejam analisados e assim, possamos trabalhar em parceria com o cliente a partir de informações seguras e diretas. Em casos nos quais os clientes não fornecem esse tipo de informação, quando necessário, a equipe da agência cria padrões de acompanhamento para estimular o intercâmbio de informações entre as partes, garantindo a qualidade da informação e a segurança dos direcionamentos a serem tomados.

Acompanhamento de mercado

A agência realiza periodicamente, ou de acordo com a necessidade dos seus clientes, o levantamento de uma série de dados e informações que são organizadas em um relatório analítico dos segmentos de atuação dos nossos anunciantes. Com o objetivo de alimentar nossos clientes com informações pertinentes sobre as estratégias de comunicação utilizadas em seus mercados, este relatório traz informações atualizadas sobre as campanhas que estão no ar, os meios utilizados e o volume de veiculação nas principais mídias.

Atribuições diversas

Além do acompanhamento intensivo das atividades programadas, são realizadas frequentemente pesquisas de monitoramento junto ao cliente para obtenção de uma análise da curva de resultados alcançados através da comunicação, bem como o grau de satisfação do cliente em relação ao sistema de atendimento diferenciado oferecido pela agência. De acordo com as necessidades, e tendo como base todo o levantamento de informações, pesquisas e análises de mercado, são elaborados conceitos criativos, dentro de uma linha de comunicação pré-estabelecida, que direcionam a criação das peças propostas em conjunto com a linha estratégica de comunicação sugerida pelo planejamento, sendo ambas as responsabilidades postas em prática a partir da aprovação do cliente.

Em casos em que se faz necessário, o planejamento conduz também a realização de atividades de Cliente Oculto a fim de desenvolver uma análise comparativa dos produtos e serviços oferecidos pelo cliente, assim como os oferecidos no mercado. Com base nas informações absorvidas, é desenvolvido também o acompanhamento estratégico da comunicação do cliente, contemplando sugestões de ações de marketing e de oportunidades.

Handwritten signatures and initials in blue ink.

Atingir metas, vencer desafios e crescer junto com o cliente, esses são os principais objetivos que justificam o trabalho da agência. Sabendo que o sucesso da estratégia desenvolvida para nossos clientes é resultado de um trabalho realizado com competência e seriedade, que proporciona uma relação de confiança entre a agência e o cliente.

Resultados desta sistemática

- Aproximação, apoio e conhecimento das necessidades do cliente;
- Responsabilidade compartilhada pelo alcance dos objetivos e metas dos clientes;
- Maior controle dos investimentos de comunicação;
- Potencialização das negociações com fornecedores e veículos (melhor custo-benefício);
- Domínio das informações sobre os mercados dos clientes;
- Maior aprofundamento de briefings de comunicação;
- Maior capacidade de execução do briefing;
- Maior eficácia na aplicação dos trabalhos.

Acompanhamento de verba e programação financeira

Oferecemos também outros tipos de acompanhamento que vão além das metas e resultados. Trabalhamos com um controle de verba e programação financeira, atualizados com base nas últimas movimentações realizadas. Através destes controles financeiros, os clientes podem acompanhar constantemente a movimentação no orçamento planejado para a comunicação, evitando que a verba proposta seja extrapolada sem justificativas. Esta transparência na relação traz mais afinidade ao trabalho conjunto e faz com que nossos clientes estejam sempre por dentro dos mínimos detalhes de cada processo executado ou ainda em desenvolvimento.

Rentabilidade de investimento

A gestão dos recursos financeiros disponíveis para a comunicação é tarefa da Prefeitura Municipal de Natal, que envolve procedimentos que exigem planejamento anual de campanhas, ações e controle de aplicação de verbas bem definidas, de forma responsável, transparente e comprometida com a rentabilidade, sem perder a qualidade. Nesse ponto, a contribuição da agência é vital.

A agência pode ainda ajudar na elaboração do planejamento e apontar as ações mais eficientes e rentáveis (custo x benefício), para garantir o objetivo de comunicação a ser alcançado. O setor de BI da agência dispõe de um conjunto de ferramentas (descritas mais à frente), de pesquisa de mídia *on-line* e *off-line* que apontam as audiências, coberturas, frequências, qualificação dos principais meios, veículos, sites e até dos programas. Essas ferramentas permitem à mídia indicar ao atendimento e à criação quais os meios mais

Verbas

[Handwritten signatures and initials]

rentáveis e eficientes para se comunicar determinada campanha ou tema. A criação utilizará a informação para definir o conjunto de peças que comporão a campanha.

A busca da rentabilidade dos investimentos precisa estar presente, também, na produção, que começa no briefing e se estende à criação. Um briefing completo deve conhecer, exatamente, as necessidades e as limitações de cada ação de comunicação. A solicitação já deve ser encaminhada para a criação com as orientações para que o trabalho criativo seja feito levando-se em consideração esses objetivos e limites.

Existem diversas maneiras de se transmitir um conteúdo. Na propaganda, a forma determina os custos. Esses caminhos são propostos pela nossa criação, que está preparada para pensar em soluções criativas, competentes e viáveis economicamente. Mais uma vez, comprova-se: o valor de uma equipe experiente é inestimável e é o que a ART&C tem para oferecer à Prefeitura Municipal de Natal.

DISCRIMINAÇÃO DOS PRAZOS

Execução dos trabalhos a médio, curto e curtíssimo prazos

A ART&C está preparada para atender a todas as demandas da PMN, especialmente as de médio, curto e de curtíssimos prazos, seja na produção de materiais mais simples, seja no desenvolvimento de campanhas complexas. A agência manterá uma equipe perfeitamente dimensionada, específica e com total disponibilidade de tempo voltada para apoiar o cliente em todas as suas necessidades de comunicação, com agilidade e simplicidade.

Peça avulsa

Para peças isoladas que não façam parte de uma campanha com conceito mais complexo, como a criação de um anúncio de jornal, por exemplo, o prazo para a criação será de 2 dias, a contar da data do recebimento do briefing.

Campanha

Em geral, os prazos médios com os quais a agência costuma trabalhar na criação de campanha para todos os seus clientes é de 8 dias corridos, a contar da data do recebimento do briefing. Para os casos mais complexos, onde se faz necessária uma pesquisa inicial para o reforço de informações do briefing e para estabelecer um cronograma de ação, este prazo poderá ser acrescido de igual período de 8 dias, totalizando 16 dias. Porém, para os demais casos quando, após o briefing, teremos a criação direta da campanha solicitada sem pesquisa, o prazo médio será de uma semana.

Carbonyl

[Handwritten signature]

[Handwritten notes and signatures on the right margin]

Plano de Mídia

É necessário um prazo médio de 3 dias para a sua preparação, que poderá ser aumentado ou diminuído, de acordo com a complexidade dos tipos de veículos envolvidos e com a estratégia a ser elaborada. O prazo padrão determinado pelos veículos para tráfego de materiais é de no máximo 24 horas antes da data planejada para veiculação do material.

Planejamento Estratégico

O prazo de desenvolvimento do planejamento estratégico de comunicação é de 20 dias, a contar a partir da realização da reunião de exposição dos direcionamentos propostos pelo cliente ao trabalho.

Produção dos materiais

A produção dos materiais a serem criados para o cliente tem uma variação de prazos dependendo da complexidade dos mesmos. Os materiais gráficos mais simples, por exemplo, são produzidos num prazo médio de 3 dias. Peças mais complexas podem levar até 20 dias para serem produzidas. Já os materiais eletrônicos, como VT, spot e jingle são produzidos em aproximadamente 7 dias, também dependendo da complexidade.

Observação

Esclarecemos que todos os prazos descritos, embora sejam os ideais para o cumprimento seguro dos objetivos, estão totalmente suscetíveis a modificações, principalmente em casos emergenciais em que o tempo pode comprometer a eficácia da comunicação.

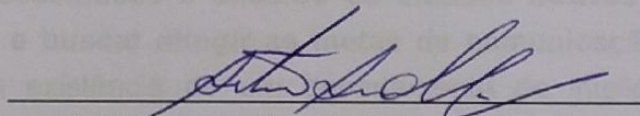
Handwritten notes and signatures:
- A large handwritten mark resembling "11" or "19" with an arrow pointing right.
- A signature that appears to be "Leandro".
- Another signature that appears to be "ma".
- A circled mark containing the number "10".

▶ 9.9.2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

▶ 9.9.2.4 – DECLARAÇÃO

Declaramos possuir escritório na cidade do Natal para atendimento das solicitações da contratante.

Natal, Rio Grande do Norte, 1 de agosto de 2019.



Art&C Comunicação Integrada LTDA.

Arturo Silveira Dias de Arruda Câmara - Diretor Geral

Handwritten signature

Handwritten initials

Handwritten mark

Handwritten initials

▶ 9.9.2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

▶ 9.9.2.5 DISCRIMINAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DE MARKETING E COMUNICAÇÃO, DAS PESQUISAS DE AUDIÊNCIA E DA AUDITORIA DE CIRCULAÇÃO E CONTROLE DE MÍDIA, COLOCADAS À DISPOSIÇÃO SEM ÔNUS ADICIONAL

SETOR DE BUSINESS INTELLIGENCE (Único no RN)

O termo **Business Intelligence** (BI), inteligência de negócios, refere-se ao processo de coleta, organização, análise, compartilhamento e monitoramento de informações que oferecem suporte à gestão de negócios.

Com isso, a ART&C percebeu que nos últimos anos o aumento de dados disponíveis tem crescido muito no Brasil, desde dados fornecidos pelo consumidor através das diversas redes sociais, até bases de CRM e Big Data implantadas nas empresas pelo país.

Para acompanhar toda essa mudança, entendemos ser necessário fazer mudanças no nosso setor estratégico, percebendo que a forma com que vínhamos trabalhando ao longo dos anos precisava ser atualizada, criando um modelo de trabalho mais ágil e enriquecedor para os nossos clientes. Assim nasceu o setor de Business Intelligence, que passa a integrar os setores de Mídia e Planejamento, em um só, unindo toda a expertise de informação, dados e estratégia em uma única equipe.

Entender as necessidades e anseios do cidadão através de coleta e análise de dados diversos e buscar atingir as metas de comunicação são latentes. É primordial, portanto, a existência de um departamento de inteligência que se utilize constantemente de ferramentas para coleta, mineração e análises dessas informações, oferecendo matéria-prima (informação) suficientemente crítica para que a PMN **possa se posicionar adequadamente**, conhecendo suas demandas, carências e potencialidades.

E é pensando em todo este contexto competitivo que a ART&C oferece exclusivamente o setor de **BUSINESS INTELLIGENCE**, que vive intensamente o contexto do cliente. Um departamento que atua realizando análises macro e micro do mercado, como estudos de públicos-alvo, serviços, demografia, comunicação, economia, política, metas e o que mais servir de apoio às necessidades e decisões da área de comunicação da Prefeitura Municipal de Natal.

PROCESSOS DE INTELIGÊNCIA DO BI

Com o propósito de otimizar e sistematizar o envio de informações estratégicas à Prefeitura Municipal de Natal, a ART&C oferece alguns processos padrões além de fomentar outros estudos conforme a necessidade e a demanda do cliente, sugerindo também ações que gerem fortalecimento institucional.

Handwritten signatures and initials in blue ink.

Processos Táticos Operacionais:

Clipping de jornal (Diário) – visa acompanhar diariamente a atividade do mercado na mídia jornal. Nele, os anúncios de interesse veiculados nas principais publicações do RN são documentados através de fotos. Essas capturas são arquivadas organizadamente no servidor da agência. Além disso, uma tabela de Excel é alimentada contendo toda a atividade na mídia jornal em um formato mais fácil para a consulta. Trata-se um processo fundamental para a formação de um banco de dados estratégico que sirva para a elaboração de estudos e ações de mercado.

Clipping de outdoor (Quinzenal) – processo externo que registra, através de fotografias, quais são os anunciantes presentes na mídia outdoor. Esse registro é feito em um trajeto pré-definido que contempla as principais placas da capital. Além disso, uma tabela de Excel é alimentada contendo toda a atividade na mídia outdoor em um formato mais fácil para a consulta. Trata-se também de um processo fundamental para a formação de um banco de dados estratégico que sirva para a elaboração de estudos e ações de mercado.

Checking (Mensal) – processo que faz um compilado de tudo que o cliente veiculou no último mês, seguindo um padrão com um print/foto de todas as peças gráficas e eletrônicas e a mídia veiculada.

Cliente oculto – um pesquisador treinado se passa por um cliente “comum” com o objetivo de analisar e avaliar como a PMN está lidando com o seu público, aferindo procedimentos internos, principalmente no que diz respeito aos serviços. Esse processo deverá ter um plano de abordagens, detalhes do local, dia, hora da ação e uma análise final, sendo realizado uma vez por semestre ou de acordo com a necessidade.

Softwares de pesquisas – programas de monitoramento e controle de dados de mídia, que fornecem dados de audiência, frequência, GRP, público-alvo, dentre outros. São softwares de última geração do KANTAR IBOPE, descritos mais à frente, e que são utilizados para melhorar o desempenho das mídias do cliente.

Cronograma de campanhas – uma tabela do excel que contém todas as mídias compradas da PMN via Art&C alimentada mensalmente. O objetivo desta planilha é ter uma melhor visualização de todas as campanhas ativas e assim poder organizar as próximas campanhas com mais dados visuais.

Processos Estratégicos:

Reuniões com o cliente – fundamentais para a troca de informações e feedbacks que fortalecem o conhecimento geral sobre o negócio do cliente e preparam ambos para grandes projetos, como, por exemplo, novas campanhas e conceitos.

Estudo e reforço do briefing – participar do processo inicial de novas campanhas e grandes projetos do cliente é papel fundamental do BI da ART&C. É nesse estágio

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature

que o setor, juntamente com o Atendimento de Contas, norteia caminhos de comunicação, estuda argumentos e debate possibilidades de mídia e ações que facilitem a mensagem e alcance os objetivos do briefing. Tudo embasado por dados coletados e analisados previamente nos mais variados processos, matrizes e pesquisas.

Relatórios do macro ambiente – são documentos elaborados a partir de estudos de informações do macro ambiente econômico e político nacional e local, levando em conta aspectos estratégicos, como consumo, endividamento, confiança, inflação, eleições, novas leis, demografia, educação, tecnologia e demais áreas que possam influenciar, de alguma maneira, o posicionamento da PMN.

Pesquisa para novos serviços e produtos – estudo que visa auxiliar na procura, análise, decisão e abertura de novos serviços e/ou produtos do cliente.

Acompanhamento das metas – receber as metas de cada campanha com o propósito de analisar os resultados e, quando necessário, propor ações de marketing que contribuam para atingimento dessas metas.

Informação é a base de todo trabalho eficiente de comunicação e marketing. Deve ser obtida por meio de dados primários e secundários. Os dados primários são coletados diretamente na fonte, através de pesquisas de campo. Já os dados secundários são coletados por qualquer meio que transmita informações: mídia, vídeos, livros, internet e outros. É por reconhecer o valor e a importância da informação que a ART&C é uma das agências que mais investe em pesquisa no Nordeste: aproximadamente R\$ 100.000,00 por ano investidos na coleta de dados.

Atualmente, a ART&C conta com as seguintes fontes de informação e serviços de inteligência:

Anuários de Mídia

Contém informações sobre os principais veículos de comunicação do Brasil, além de dados de pesquisa dos mais importantes institutos do país: Datafolha, IBGE, Ibope Mídia, Ibope/Nielsen Online, Inter-Meios, IPC MAPS, Ipsos Marplan, IVC, Nielsen e Veículos Mais Admirados.

Mídia Dados

Apresenta a participação/distribuição das verbas entre os meios de comunicação do país. Oferece um conteúdo abrangente com informações demográficas, mercadológicas e comerciais dos diversos setores do Brasil: perfil das pessoas que assistem TV, ouvem rádio, leem revistas, leem jornais, etc.

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

IBOPE Media Workstation

Software que fornece a audiência média das emissoras de TV, o alcance dos programas, a participação de cada emissora sobre o total da audiência, o índice médio do total de aparelhos ligados no período de análise, o share de cada emissora em determinada faixa horária, indica em quais dias um determinado programa possui uma maior audiência, identifica os melhores veículos para atingir o target, além de auxiliar nas negociações.

IBOPE Planview (Alcance & Frequência)

Software que possibilita a análise de alcance e frequência das campanhas publicitárias no meio televisão. O A&F permite um planejamento de mídia com base na audiência da programação das emissoras e público-alvo. Permite analisar se a campanha terá melhor desempenho ao utilizar as emissoras A+B ou A+C, por exemplo. Com ele podemos estimar a cobertura e a frequência que a campanha terá, ou seja, permite sabermos o percentual da população que será impactada e a frequência média de visualização do comercial.

IBOPE Monitor Flex

Software que analisa as estratégias de mídia de todos os anunciantes do RN, levantando informações de investimentos, GRP, inserções, emissoras, programações e filmes veiculados no meio TV. Toda essa base de conteúdo permite que sejam selecionados os veículos e programas que tragam maior rentabilidade ao cliente, aumentando a cobertura e a frequência das campanhas com o mesmo investimento, tornando os planos de mídia muito mais eficazes. Com o Sistema de Inteligência de Mercado associado aos softwares, como o Monitor Flex por exemplo, é possível analisar o volume de comunicação, investimento e ideia criativa dos anunciantes e assim rever o planejamento, se necessário.

TARGET GROUP INDEX (IBOPE)

Popularmente conhecida como "TGI", é uma ferramenta do Kantar IBOPE Media que apresenta informações de consumo de mídia, produtos, serviços, características sociodemográficas e estilo de vida, todas locais, disponibilizadas por meio de uma pesquisa realizada em Natal. Permite conhecer a fundo o consumidor de determinada marca/mercado, além de ser capaz de apresentar dados de perfil específicos selecionados. É uma valiosa base de dados single-source que o IBOPE disponibiliza para o mercado nacional e local.

PRINCIPAIS FONTES DE INFORMAÇÕES DO BI

MEC – Ministério da Educação

INEP – Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

Handwritten signatures and initials in blue ink.

SESU – Secretaria de Educação Superior
ABED – Associação Brasileira de Educação à Distância
ABMES - Associação Brasileira de Mantenedoras de Ensino Superior
IBOPE - Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IPC MARKETING – Índice de Potencial de Consumo
VALOR ECONÔMICO
G1
FIPE - Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas
DATA POPULAR
DATA FOLHA
NIELSEN COMPANY
PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL
GOVERNO DO ESTADO DO RIO GRANDE DO NORTE
MEIO E MENSAGEM
FECOMERCIO
CDL Natal
EXAME
Dentre várias outras

CONCLUSÃO

Não basta planejar. Não basta executar. Não basta cumprir. Precisamos fazer tudo isso sempre UM PASSO À FRENTE dos demais. Esta é a filosofia de atendimento da agência que vem sendo colocada à disposição de todos os nossos clientes. Estamos conscientes e seguros da qualificação e capacitação de nossa equipe em oferecer um trabalho de excelência e qualidade na comunicação, colaborando com a responsabilidade da imagem da Prefeitura Municipal de Natal, bem como no alcance das metas e objetivos traçados pelo cliente.

cyber

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

▶ 9.9.3 - REPERTÓRIO

▶ PEÇA 1 - FILME DE TV

Título: 100 dias - Casa

Licitante: Art&C Comunicação Integrada

Cliente: Governo do Estado do Rio Grande do Norte

Problema: Ao completar 100 dias de mandato, período que muitos chamam de "trégua", a Governadora Fátima Bezerra precisava marcar o início de sua gestão no comando do estado. Mais do que isso, era preciso deixar clara a situação em que havia encontrado o Governo, com salários em atraso, contas em aberto, altos índices de violência, falta de perspectiva. Através da metáfora da casa arrumada, este filme mostra uma família simples que, ao ocupar a nova casa – simbolicamente, o RN – se une e arregança as mangas para reorganizar tudo e fazer funcionar novamente o estado. Os primeiros números e dados positivos da nova gestão corroboram o conceito "100 dias de muito trabalho que já dão resultados".

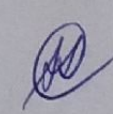
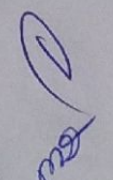
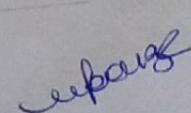
Período de produção: 01/04 a 10/04/19

Período de veiculação: 12/04 a 18/04/19

Veículo: TV Cabugi, Tv Ponta Negra, TV Tropical e Band Natal

Formato: 60 segundos

* Ver arquivo no DVD, em anexo na página seguinte.

Handwritten signatures and initials:
- Top right: A stylized signature.
- Middle right: A signature that appears to be "M. P.". 
- Bottom right: A signature that appears to be "M. P.". 
- Bottom center: A signature that appears to be "C. P.". 

▶ 9.9.3 - REPERTÓRIO

▶ PEÇA 2 - FILME DE TV

Título: Parcelamento

Licitante: Art&C Comunicação Integrada

Cliente: Prefeitura Municipal de Mossoró

Problema: A Prefeitura de Mossoró lançou o PPI, Programa de Parcelamento Incentivado, e precisava comunicar à população a nova alternativa para os contribuintes em atraso quitarem suas dívidas com o município. Com uma linguagem leve e bem-humorada, este filme comunicou a novidade, apresentou as vantagens e reforçou a ideia de que os impostos pagos são revertidos em melhorias para a cidade e todos os seus cidadãos.

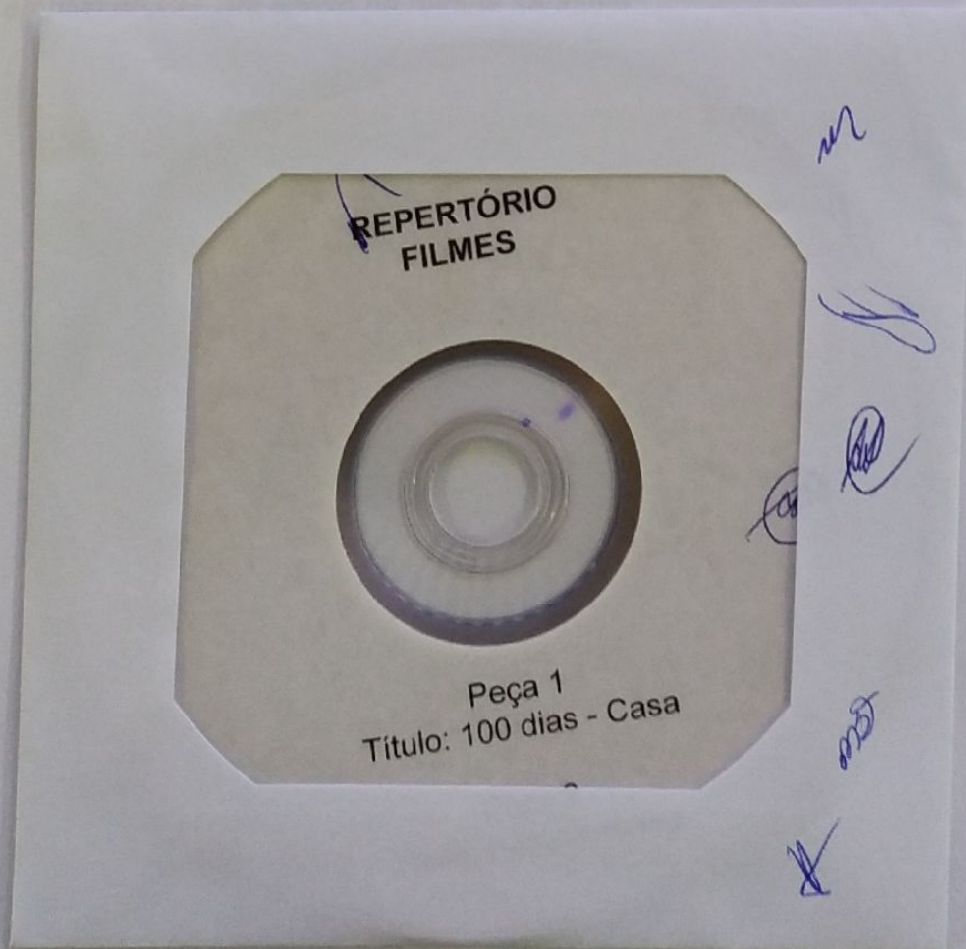
Período de produção: 07/03 a 12/03/19

Período de veiculação: 13/03 a 09/04/19

Veículo: TVs TCM e Costa Branca

Formato: 30 segundos

* Ver arquivo no DVD, em anexo.



Handwritten signature

Handwritten signature

▶ 9.9.3 - REPERTÓRIO

▶ PEÇA 3 - SPOT PARA RÁDIO

Título: Idiomas 19.2

Licitante: Art&C Comunicação Integrada

Cliente: Senac Idiomas

Problema: Há 20 anos, o Senac Idiomas é sinônimo de qualificação para todos que buscam um upgrade na carreira. São cursos de idiomas que abrem importantes portas mundo afora, consolidando carreiras e transformando a vida de milhares de jovens. Este spot de rádio traduz isso com criatividade e pertinência, ao se utilizar de uma locução que simula as chamadas de aeroporto para anunciar que o embarque para o futuro passa pelo Senac Idiomas.

Período de produção: 25/06 a 28/06/19

Período de veiculação: 02/07 a 19/07/19

Veículo: Rádios 98FM e Mix Natal

Formato: 30 segundos

* Ver arquivo no CD, em anexo na página seguinte.

Handwritten notes and signatures in blue ink, including a signature and a date '17/07'.

▶ 9.9.3 - REPERTÓRIO

▶ PEÇA 4 - SPOT PARA RÁDIO

Título: 45 anos

Licitante: Art&C Comunicação Integrada

Cliente: Sebrae RN

Problema: O Sebrae é parceiro dos brasileiros e dos empreendedores, há 45 anos. Para ressaltar esta bela história e homenagear a jornada de todo micro e pequeno empresário, superando desafios e conquistando o conhecimento que os leva além, este spot é sobre o passado, o presente e o futuro do Sebrae RN. Uma peça que nos faz refletir sobre a importância do Sistema S para o desenvolvimento do Rio Grande do Norte e do Brasil, através do Sebrae.

Período de produção: 06/08 a 10/08/18

Período de veiculação: 14/08 a 29/09/18

Veículo: Rádios 98 FM, 96 FM, Rural FM, CBN, 95 FM, Santa Cruz e Vale do Apodi.

Formato: 45 segundos

* Ver arquivo no CD, em anexo.



Handwritten signature

Handwritten signature

▶ 9.9.3 - REPERTÓRIO

▶ PEÇA 5 - ANÚNCIO PARA MÍDIA IMPRESSA

Título: Mãos

Licitante: Art&C Comunicação Integrada

Cliente: Assembleia Legislativa do RN

Problema: Dentro de suas atribuições de casa legislativa e espaço para a voz da população, a Assembleia Legislativa precisava reforçar sua campanha de proteção e respeito aos idosos com um anúncio de jornal/revista. Através de uma peça que toca no coração das pessoas, com imagens e um título forte, este anúncio desperta a necessidade de cuidar, amparar e proteger os idosos através de gestos simples do dia a dia – como respeitar as vagas específicas e dar a preferência em filas. Uma comunicação poderosa, para uma causa de extrema importância.

Período de produção: 11/04 a 13/04/18

Período de veiculação: Maio/18

Veículo: RN em Foco

Formato: 45,0 x 33,0 cm

* Ver peça gráfica na página seguinte.

Carla

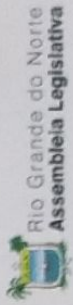
[Handwritten signatures and initials]



A vida começa frágil.

E termina também.

Abandonar um idoso longe dos cuidados, e da atenção da família é tão grave quanto fazer o mesmo com uma criança. É nosso dever respeitar e cuidar dos mais velhos, dando preferência em filas, assentos de transporte público e respeitando as vagas exclusivas. **Por isso, cuide de quem dedicou a vida a você e respeite os idosos.** Lembre-se que a vida começa e termina frágil para todos nós.



Rio Grande do Norte
Assembleia Legislativa

Assambleiarn | www.al.rn.gov.br

Carbone

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

▶ 9.9.3 - REPERTÓRIO

▶ PEÇA 6 - ANÚNCIO PARA MÍDIA IMPRESSA

Título: Vira e Mexe só dá 96

Licitante: Art&C Comunicação Integrada

Cliente: 96 FM - Rádio Natal Reis Magos

Problema: O mercado das rádios de Natal vivia uma batalha, com diferentes emissoras bradando liderança nos mais variados horários. Para acabar com toda e qualquer dúvida, a 96 FM encomendou uma pesquisa ao Instituto Certus e uma campanha à ART&C. Dentre outras peças de comunicação, este anúncio chamou atenção pela forma como apresentou o resultado da pesquisa e valorizou o slogan da rádio: vira e mexe, só dá 96. Virando ele de cabeça para baixo é possível ler as mesmas informações, fazendo jus ao conceito da rádio.

Período de produção: 30/05 a 01/06/18

Período de veiculação: 08, 11, 15 e 18/06/18

Veículo: Jornal Agora RN

Formato: 20,3 x 14,0 cm

* Ver peça gráfica na página seguinte.

Handwritten signatures and initials:
- A large signature at the bottom left.
- A signature in the middle right.
- A signature at the bottom right.
- A circled signature in the middle right.
- A signature at the top right.

A mais ouvida de Natal na nova pesquisa Certus, em todos os horários, faixa etárias e zonas da cidade.

ESTABELEÇENDO O SUPER-PAISA MOSTRAR QUE

VIRAXE E MEXE SÓ DA



A mais ouvida de Natal na nova pesquisa Certus, em todos os horários, faixas etárias e zonas da cidade.

ESTABELEÇENDO O SUPER-PAISA MOSTRAR QUE

VIRAXE E MEXE SÓ DA

A mais ouvida de Natal na nova pesquisa Certus, em todos os horários, faixa etárias e zonas da cidade.

A NÚMERO DE NATAL MAIS UMA VEZ

PESQUISA CERTUS	
96 FM ✓	22,1%
RÁDIO B	13,3%
RÁDIO C	12,9%
RÁDIO D	7,2%

ART&C

Lebanse

(Handwritten signatures and initials)

▶ 9.9.3 - REPERTÓRIO

▶ PEÇA 7 - OUTDOOR

Título: Marcas

Licitante: Art&C Comunicação Integrada

Cliente: Governo do RN

Problema: Para alertar que a melhor arma no combate à violência contra a mulher é quebrar o silêncio, este outdoor convidava cada pessoa a refletir sobre a importância de denunciar. Com um título poderoso (se você não falar, a violência vai continuar) e uma foto de uma mulher que ganhava hematomas e novos machucados à medida em que os dias passavam – numa clara alusão ao silêncio que perpetua a violência – esta peça marcou época e ajudou o Governo do Estado a promover uma grande campanha de caráter sócio-educativo. Peça finalista no Clube de Criação de São Paulo, um dos melhores e mais concorridos do país.

Período de produção: 26/02/16 a 04/03/16

Período de veiculação: 07/03/16 a 20/03/16

Veículo: Bandeirantes Outdoor

Dimensão original: 9x3 metros

* Ver peça gráfica na página seguinte.

estava

mt

5/11/16
@
0



**SE VOCÊ NÃO FALAR,
A VIOLÊNCIA
VAI CONTINUAR.**

LIGUE E DENUNCIE
0800 281 2336

spm.rn.gov.br



**SE VOCÊ NÃO FALAR,
A VIOLÊNCIA
VAI CONTINUAR.**

LIGUE E DENUNCIE
0800 281 2336

spm.rn.gov.br



**SE VOCÊ NÃO FALAR,
A VIOLÊNCIA
VAI CONTINUAR.**

LIGUE E DENUNCIE
0800 281 2336

spm.rn.gov.br



**SE VOCÊ NÃO FALAR,
A VIOLÊNCIA
VAI CONTINUAR.**

LIGUE E DENUNCIE
0800 281 2336

spm.rn.gov.br



reparar

ms
ms

▶ 9.9.3 - REPERTÓRIO

▶ PEÇA 8 - OUTDOOR

Título: Picolé

Licitante: Art&C Comunicação Integrada

Cliente: Ster Bom

Problema: Em pleno verão, no caminho para uma das praias mais movimentadas do litoral potiguar (Pirangi), esta peça chamou a atenção de turistas e potiguares pela sua forma inusitada e a mensagem clara e direta em torno da marca Ster Bom. Com o formato de picolé, este outdoor apresentou o conceito "É bom, bom, bom, é Ster Bom" numa das melhores localizações do litoral. O resultado foi uma imensa procura pelo produto/marca e a consolidação da Ster Bom como alternativa local de qualidade a grandes marcas, como Kibon.

Período de veiculação: 26/12/16 a 28/02/17

Veículo: SBS Outdoor

Formato com aplique: 10 x 3 metros

* Ver peça gráfica na página seguinte.

Uelber

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature at the top right and several smaller initials below it.



webcam

Handwritten signatures and initials in blue ink.

▶ 9.9.4 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

▶ RELATO 1 - AUTISMO

CLIENTE: Assembleia Legislativa do RN.

DESCRIÇÃO DO PROBLEMA

O autismo é um transtorno que atinge cada vez mais pessoas em todo o mundo, e é especialmente cruel na infância e na adolescência, quando, devido às suas particularidades, afeta a comunicação do portador e a sua relação com os familiares e amigos, contribuindo para seu agravamento e quadros de depressão e isolamento. Estima-se que no Brasil existam mais de dois milhões de autistas. O autismo é um sério problema, que também se faz presente no Rio Grande do Norte.

Dentro de sua missão de divulgar comunicação de cunho socioeducativo para a população, a Assembleia Legislativa do RN solicitou à ART&C uma campanha publicitária para ajudar a esclarecer o que é o autismo, identificar seus sintomas e diminuir o preconceito com o tema. Uma campanha abrangente, que ajudasse a eliminar dúvidas e a formar um comportamento de inclusão e respeito, para o ano de 2018.

O primeiro passo foi apresentar o autismo como um transtorno de comportamento, onde os portadores têm basicamente duas características: o atraso na comunicação e comportamentos repetitivos. Assim, surgiu o conceito que permeou toda a campanha: "Autismo. Entenda o ritmo de cada um." Para ilustrar a importância de manter uma atitude positiva e de aceitação ao problema, agência e cliente (na figura de sua Diretora de Comunicação Institucional Marília Rocha) conseguiram mostrar a história de Caio, filho dos jornalistas Helga Oliveira e Luis Henrique, portador de autismo. Uma criança como outra qualquer, tratada com amor e carinho, num exemplo de convivência e superação.

Um pouco do dia a dia de Caio foi apresentado em peças como filmes, anúncios, cartazes e postagens, para blogs e mídias sociais, buscando naturalizar o transtorno e mostrar que a inclusão e o carinho da família são fundamentais para superar toda e qualquer barreira. Em um emocionante filme, sua mãe narra os acontecimentos que permeiam a sua rotina diária, esclarecendo que Caio é uma criança absolutamente normal, apenas com um ritmo diferente da maioria das outras, e que é muito amado e respeitado.

Os anúncios de jornal mostravam Caio com sua mãe numa bela interação de rotina, com horários de atividades que são desenvolvidas durante o dia e textos que alertavam para a necessidade de observar os sintomas e saber conviver com o transtorno.

Em pouco mais de um mês de campanha, a história de Caio já era conhecida por toda a cidade. Sua foto estampava cartazes, propaganda de ônibus, camisetas, banners, posts nas redes sociais. O autismo entrou na pauta.

Leibauer

Handwritten initials and signatures, including "M", "R", and "ART&C".

O perfil @sobreautismo, criado para o Instagram, tornou-se o canal digital oficial da campanha, com 48 publicações e mais de 1700 seguidores. Uma corrida e uma caminhada foram realizadas para angariar fundos à causa, através da Associação de Amigos dos Autistas.

RESULTADOS ALCANÇADOS

A campanha desenvolvida pela agência trouxe importantes resultados. Só as entrevistas dadas pela Diretora de Comunicação Institucional da Assembleia, Marília Rocha, no rádio e na televisão, abordando especialmente a importância do diagnóstico precoce do transtorno, contabilizaram mais de quatro horas de exposição do assunto em alguns dos programas de maior audiência do estado. A procura por atendimento relacionado ao tema aumentou em 200% na rede pública de saúde, e foram muitos os casos de pessoas que procuraram a própria Assembleia Legislativa em busca de ajuda, onde receberam atendimento psicológico. Foi o caso do motorista desempregado Rozinélcio Matias, que identificou os sintomas do autismo no filho pequeno ao assistir a propaganda da campanha pela televisão. "Eu fiquei muito contente em saber que posso fazer mais por meu filho. Vir aqui entender exatamente o que é que ele tem e poder até traçar uma forma de ajudá-lo. Nem tenho palavras para descrever minha gratidão", disse com a voz embargada o motorista.

Dentro do universo do Rio Grande do Norte, a campanha da Assembleia Legislativa sobre o autismo também contribuiu para a inclusão dos seus portadores no sistema de ensino público e privado. Segundo dados do INEP, o Censo Escolar revelou que o número de alunos com transtorno do espectro autista matriculados em classes comuns no Brasil aumentou em 37,27% em relação a 2017. Uma vitória que a campanha de Caio ajudou a se concretizar.

Confirmo a veracidade de todas as informações contidas neste relato.

Marília A. Rocha
Marília Araújo Rocha
Diretora de Comunicação Institucional
Assembleia Legislativa

Marília Rocha – Diretora de Comunicação Institucional
Assembleia Legislativa do Rio Grande do Norte
mariliaarocha@yahoo.com.br

Leibey

Handwritten notes and signatures on the right margin.

▶ RELATO 1 – AUTISMO – ASSEMBLEIA LEGISLATIVA

PEÇA 01 - FILME DE TV

Título: Bateria

Licitante: Art&C Comunicação Integrada

Cliente: Assembleia Legislativa do RN

Problema / solução / resultados: uma das principais características do autismo é que os seus portadores vivem num ritmo diferente da maioria das pessoas. Para quebrar o preconceito com o transtorno e ajudar a detectar os seus sintomas o mais cedo possível, a agência criou este belo filme conceitual. Nele, um baterista toca em ritmos diferentes, mudando de uma música mais rápida para outra cadenciada à medida em que cores distintas saltam da bateria. A locução reforça que todos temos ritmos diferentes, e que é importante entender o ritmo de cada um. Com dicas sobre como identificar os sintomas e informações de apoio, este filme ajudou a quebrar paradigmas e ampliar os resultados da campanha.

Data de produção: 22/10 a 25/10/18

Período de veiculação: 08/11 a 12/11/18, 29/10 a 13/11/18 e 27/10 a 14/11/18

Veículo: InterTV Cabugi, TV Ponta Negra e TV Band Natal

Dimensão original: 60 segundos

* Ver arquivo no DVD, em anexo na página 52.

Handwritten signatures and initials:
Lebas
MS
M

▶ **RELATO 1 – AUTISMO – ASSEMBLEIA LEGISLATIVA**

PEÇA 02 - FILME DE TV

Título: Autismo

Licitante: Art&C Comunicação Integrada

Cliente: Assembleia Legislativa do RN

Problema / solução / resultados: O preconceito com o autismo é uma das maiores barreiras para a aceitação do transtorno e o seu tratamento. Para quebrar esse paradigma, apresentando um caso real de aceitação e convivência com o problema. Este filme traz a história real de um filho de um conhecido casal de jornalistas natalenses. Um garoto que leva uma vida normal, apenas num ritmo diferente. O depoimento corajoso da mãe, Helga Oliveira, falando sobre a rotina de casa e o amor incondicional com que cuida do filho, é um exemplo de como lidar com o transtorno e não desistir de quem amamos.

Data de produção: 22/10 a 25/10/18

Período de veiculação: 28 e 29/10/18, 29/10 a 12/11/18 e 29/10 a 16/11/18

Veículo: InterTV Cabugi, TV Ponta Negra e TV Band Natal

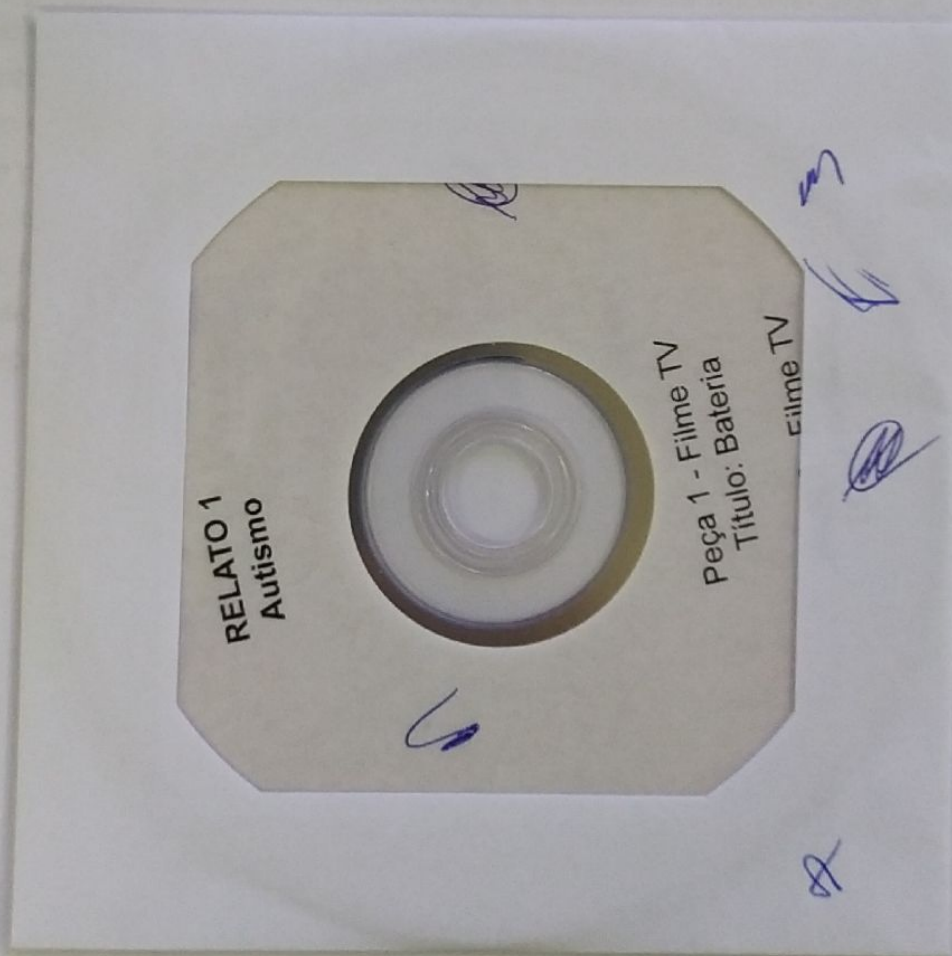
Dimensão original: 30 segundos

* Ver arquivo no DVD, em anexo na página seguinte.

Reserva

[Handwritten signatures and initials]

▶ RELATO 1 - AUTISMO - ASSEMBLEIA LEGISLATIVA



rebase

Handwritten notes and signatures on the right side of the page, including a large signature and several initials.

► **RELATO 1 – AUTISMO – ASSEMBLEIA LEGISLATIVA**

PEÇA 03 - ANÚNCIO DE REVISTA

Título: Rotina

Licitante: Art&C Comunicação Integrada

Cliente: Assembleia Legislativa do RN

Problema / solução / resultados: Apresentar ao público em geral a história do pequeno Caio, portador de Autismo, cuja rotina diária é marcada pelo respeito e a compreensão ao seu ritmo de vida. A peça também reforça a questão da necessidade de um diagnóstico precoce do transtorno, direcionando o leitor para o perfil criado especialmente para a campanha (@sobreatismo) e reforçando a importância da presença da família na sua inclusão e desenvolvimento.

Data de produção: 22/10 a 25/10/18

Período de veiculação: janeiro/19

Veículo: Revista Deguste

Dimensão original: 42,0 x 30,0 cm

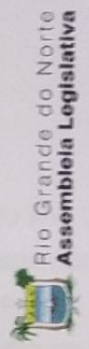
* Ver peça gráfica na página seguinte.

Handwritten notes and signatures in blue ink, including a large signature at the bottom left and several initials and marks on the right side.



6:00 Levantar e tomar café da manhã.
6:30 Tomar banho.
7:40 Pequeno-almoço.
12:00 Almoçar com a família.
12:30 Ir ao trabalho para o trabalho.
13:00 Ir para escola.
18:30 Sair da escola e voltar para casa.
18:45 Tomar banho para dormir.
20:00 Ir dormir. Fazer um dia comum que quem tem autismo.

CONVIVER COM O AUTISMO É BOM. É UMA QUESTÃO DE RITMO, POR ISSO, PIQUERRO, CONVIVA COM O RITMOTO.
Saiba mais sobre como identificar as necessidades do aluno e buscar o tratamento adequado no perfil @sobreautismo.
Uma vida com mais qualidade e inclusão social é possível com orientação e respeito.



SEJA @SOBREAUTISMO E SÓBIA MAIS
0600 - Atendimento | www.alrn.gov.br

Leobas
Handwritten signatures and initials in blue ink.

▶ 9.9.4 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

▶ RELATO 2 – MEGA FEIRÃO

CLIENTE: Plano Urbanismo.

DESCRIÇÃO DO PROBLEMA

O segmento da construção civil passa por dificuldades em todo o país. No Rio Grande do Norte, várias construtoras e incorporadoras de renome nacional se viram obrigadas a cancelar lançamentos e a tocar os negócios com uma queda brutal na receita, diante do momento que atravessa a economia. A crise, a dificuldade para a obtenção de crédito junto aos bancos oficiais, o desemprego e a queda na renda das famílias passaram a representar os maiores desafios dos empreendedores deste segmento.

Com vinte e um anos de atuação no mercado do Rio Grande do Norte e da Paraíba, a Plano Urbanismo sentiu a crise do setor. A dificuldade em comercializar os lotes em empreendimentos populares forçou a tomada de uma decisão no sentido de oferecer as casas já prontas, facilitando a vida do consumidor e estimulando a abertura de um novo canal de vendas. Casas que pudessem oferecer uma opção de moradia acessível, com os subsídios do Programa Minha Casa, Minha Vida e vários locais de moradia à escolha.

Assim, foram disponibilizadas casas prontas para morar em vários municípios da Grande Natal: São Gonçalo do Amarante, Goianinha, Monte Alegre e São José do Mipibu. Casas novas, com dois quartos, sala e cozinha, garagem e até churrasqueira, prontas para morar, localizadas em cidades que abrigam boa parte da força de trabalho que se desloca para Natal e Parnamirim. Um significativo investimento da Plano Urbanismo que precisava rapidamente de retorno, através de uma grande ação de vendas voltada às classes C e D, historicamente associadas ao problema da falta de moradias, em todo o país.

Segundo dados de um levantamento feito pela Associação Brasileira de Incorporadoras Imobiliárias (Abrainc) em parceria com a Fundação Getúlio Vargas, o déficit de moradias cresceu 7% em dez anos, chegando à marca recorde de 7,78 milhões de unidades habitacionais. Ou seja: existe um grande público carente de moradia, aguardando a chance de comprar com facilidade, e realizar o maior sonho do brasileiro, a casa própria.

Para estabelecer uma estratégia conjunta e 360°, integrando sua equipe de corretores e a agência, a Plano Urbanismo procurou a ART&C, dando o primeiro passo para um diagnóstico elaborado das ações e a criação de uma grande campanha integrada. Assim surgiu o Mega Feirão Plano Urbanismo, a maior ação de vendas do ano. Uma campanha que se espalhou pela Grande Natal com um forte apelo popular, voltado ao público-alvo das nossas ações: pessoas de baixa renda, sem casa própria.

Um dos maiores desafios iniciais foi dar à campanha a magnitude de vendas desejada.

Leandro

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

Para isso, a agência buscou um garoto-propaganda que representasse uma imagem já consolidada no varejo. E assim surgiu a ideia de utilizar um dos mais conhecidos garotos-propaganda da história do varejo nacional, o paulista Fabiano Augusto, que por doze anos foi a imagem das Casas Bahia.

À imagem consolidada de Fabiano Augusto juntaram-se os diferenciais competitivos da Plano, para oferecer um pacote de atrativos ao consumidor: casas a partir de R\$ 380 mensais (mais barato que o seu aluguel), subsídios de até R\$ 21 mil pelo Minha Casa, Minha Vida e documentação absolutamente grátis.

O Mega Feirão Plano Urbanismo envolveu toda uma equipe de Bi (Business Intelligence), Criação, Mídia, Atendimento, Planejamento e Produção da ART&C para colocar no ar uma campanha como há muito não se via, no segmento imobiliário. Uma campanha de massiva presença na mídia e grande repercussão, com alcance em todas as plataformas, on e off-line.

RESULTADOS ALCANÇADOS

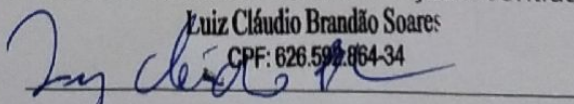
Com três meses de duração e veiculação em importantes plataformas de mídia on e off-line, o Mega Feirão Plano Urbanismo teve grande repercussão para o cliente, trazendo importantes resultados. Mais de dois mil leads (cadastros) foram gerados no site, direcionando para a equipe de vendas uma força de clientes que precisou de grande retaguarda. Toda uma força de vendas para receber a documentação, encaminhar o processo e estabelecer uma interação continuada com os interessados, num vigoroso trabalho de equipe.

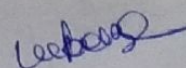
Ao final de pouco mais de dois meses, mais de 60 casas já estavam vendidas (contrato assinado), com dezenas de outras em análise na Caixa, com seus processos caminhando satisfatoriamente. A despeito da burocracia dos bancos oficiais e das dificuldades para se obter crédito no momento atual do país, o Mega Feirão Plano Urbanismo foi uma das maiores campanhas de vendas do setor imobiliário dos últimos anos no estado.

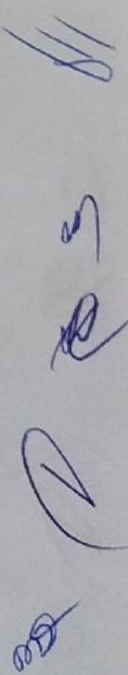
Confirmo a veracidade de todas as informações contidas neste relato.

Luiz Cláudio Brandão Soares

CPF: 626.592.864-34


Luiz Cláudio Brandão Soares – Diretor
luizclaudio@planourbanismo.com.br





▶ RELATO 2 – MEGA FEIRÃO – PLANO URBANISMO.

PEÇA 01 - FILME DE TV

Título: Mega Feirão

Licitante: Art&C Comunicação Integrada

Cliente: Plano Urbanismo

Problema / solução / resultados: A Plano Urbanismo precisava lançar em grande estilo seu Mega Feirão, numa mídia de massa com grande alcance em todo estado. Assim foi criado este filme de um minuto, apresentado pelo famoso garoto-propaganda Fabiano Augusto (ex-Casas Bahia), reunindo todos os apelos de venda, com uma linguagem dinâmica e intensa de vendas. Em um minuto de vídeo Fabiano caminha pelo local de um dos empreendimentos, rasga cartazes com preços de aluguel, interage com vendedores e mostra que a maior ação de vendas do ano é a oportunidade que faltava para realizar o sonho da casa própria.

Data de produção: 22/04 a 30/04/19

Período de veiculação: 01/05 a 06/05/19

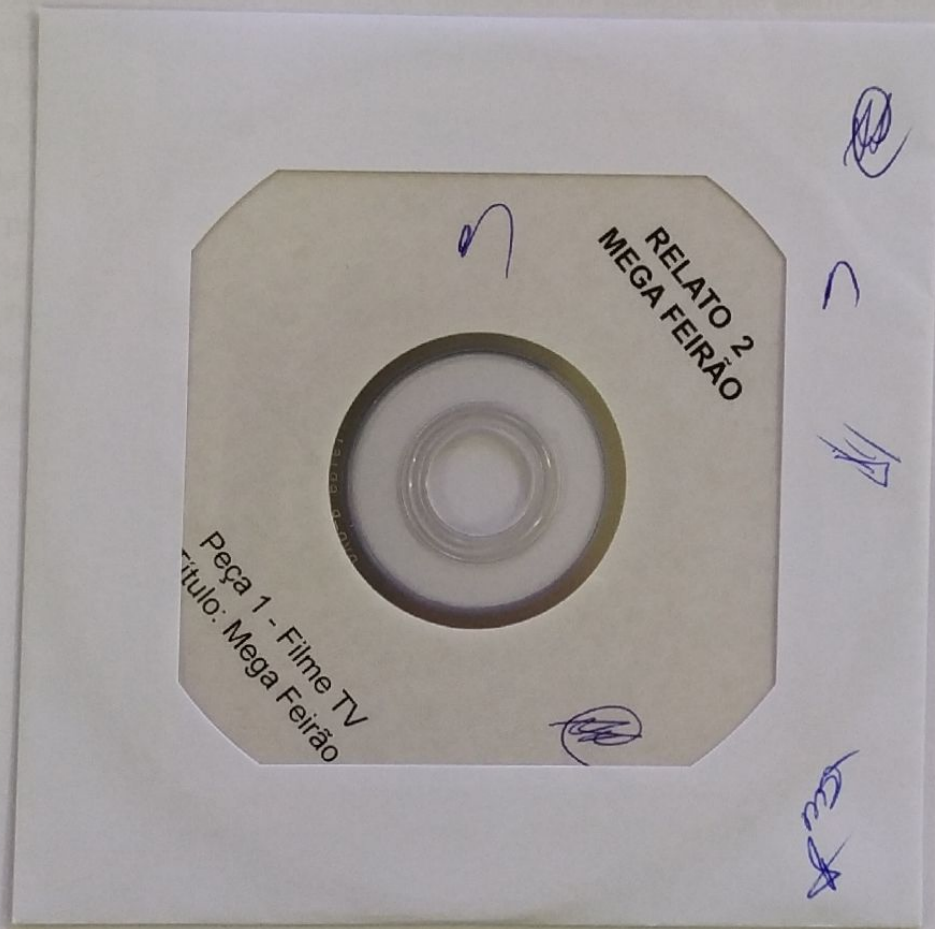
Veículo: TV Cabugi, TV Ponta Negra, TV Tropical

Dimensão original: 60 segundos

* Ver arquivo no DVD, em anexo na página seguinte.

[Handwritten signatures and initials in blue ink]

▶ RELATO 2 – MEGA FEIRÃO – PLANO URBANISMO.



▶ **RELATO 2 – MEGA FEIRÃO – PLANO URBANISMO.**

PEÇA 02 - OUTDOOR

Título: Mega Feirão

Licitante: Art&C Comunicação Integrada

Cliente: Plano Urbanismo

Problema / solução / resultados: A campanha do Mega Feirão Plano Urbanismo precisava de peças de mídia exterior que dessem sustentação à mídia massiva na TV, no rádio e na Internet. Assim foi pensado este super outdoor com apliance, que além de mostrar a figura carismática do garoto-propaganda da campanha (fazendo um link com todo seu recall de imagem) evidenciou um dos principais atrativos: a prestação a partir de R\$ 380 – bem menor do que muitos alugueis. Uma peça de rápida leitura e forte memorização, criada e veiculada para alcançar milhares de pessoas no fluxo urbano.

Data de produção: 22/04 a 30/04/19

Período de veiculação: 01/05 a 31/07/19

Veículo: Placa própria

Dimensão original: 10,0 x 4,5m

* Ver peça gráfica na página seguinte.

verboz

*M
C
P
A
K
GAC*

SUA CASA PRÓPRIA A PARTIR DE
R\$ 380
MENSAIS*

MEGA FEIRÃO PLANO

URBANISMO

- 300 CASAS PRONTAS
- ATÉ R\$ 21 MIL EM SUBSÍDIOS
- DOCUMENTAÇÃO GRÁTIS

Minha Casa Minha Vida

MANDA ZAP
98 187 4322
4009-7010

PLANO URBANISMO
 Desde 1998

Leibnitz

Handwritten notes and signatures on the right margin.

▶ RELATO 2 – MEGA FEIRÃO – PLANO URBANISMO.

PEÇA 03 - BACKBUS

Título: Mega Feirão

Licitante: Art&C Comunicação Integrada

Cliente: Plano Urbanismo

Problema / solução / resultados: A campanha do Mega Feirão Plano Urbanismo necessitava alcançar um público muito específico: os usuários do transporte público. Gente das classes C e D que sonha com a casa própria, e que muitas vezes paga um aluguel alto – maior do que poderia pagar na parcela da casa própria. Assim foi criado este backbus para a campanha, trazendo o garoto propaganda Fabiano Augusto – com todo seu recall e imagem conhecida – e os principais diferenciais do Feirão, como o valorda parcela de apenas R\$ 380 mensais. Uma peça simples, de forte impacto na mídia exterior, que espalhou nossa campanha por toda cidade.

Data de produção: 22/04 a 30/04/19

Período de veiculação: 01/05 a 31/05/19

Veículo: Rota Mídia

Dimensão original: 2,30 x 1,80m

* Ver peça gráfica na página seguinte.

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten notes and signatures on the right margin



rebas

Handwritten notes and signatures in blue ink, including a large signature and some illegible scribbles.

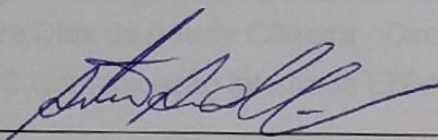
▶ 9.9.5 - TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS

9.9.5.1 - Declaramos para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, arte-finalização e assemelhados), cessão definitiva à PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL dos direitos patrimoniais de uso.

9.9.5.2 - Declaramos para os direitos de imagem (atores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas pré-existentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de duração do contrato, com a definição de um percentual de 50% (cinquenta por cento) do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso.

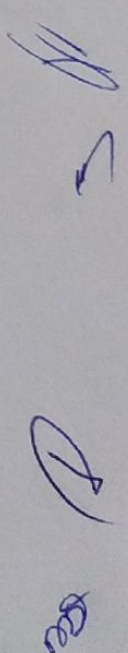
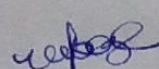
9.9.5.3 - Declaramos o compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas pré-existentes, inclusos nesses orçamentos.

Natal, Rio Grande do Norte, 1 de agosto de 2019.



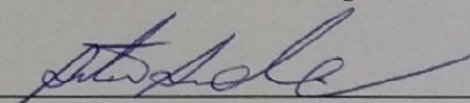
Art&C Comunicação Integrada LTDA.

Arturo Silveira Dias de Arruda Câmara - Diretor Geral



Confirmo a veracidade de todas as informações contidas neste documento.

Natal, Rio Grande do Norte, 1 de agosto de 2019.



Arturo Silveira Dias de Arruda Câmara - Diretor Geral
Art&C Comunicação Integrada LTDA.

Verbas

M

n

ca