

EX-02

Nº 01/2016

vol. 11

VOLUME XI /

PROPOSTA TÉCNICA

ORGANIZACAO EM COMUNICACAO E PROPAGANDA LTDA

(OCP)

02 01 11

01

PROCESSO

Nº 003.0.230931/2015

DATA: 30/11/2015

SECRETARIA OU ÓRGÃO

Ministério Público do Estado da Bahia

UNIDADE DE ORIGEM

CENTRAL INTEGRADA DE COMUNICAÇÃO

AUTOR OU INTERESSADO

DANIELA CAIRO

ASSUNTO

Prestação de serviços de publicidade e propaganda.



1082
1082
1082

Capacidade de Atendimento:

Principais clientes:

Relação nominal dos principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles:

- FIAT AUTOMÓVEIS S/A.

De Março de 1998 até a presente data.

Um dos maiores fabricantes de automóveis do mundo, que possui 40 anos no mercado brasileiro, levando pioneirismo e inovação ao setor automobilístico.

- PETROBRÁS

De Junho de 2004 até a presente data.

Empresa de sociedade anônima e capital aberto, fundada em 1953, cujo acionista majoritário é o governo brasileiro, que atua de forma integrada e especializada na indústria do óleo, gás natural e energia.

- VEDACIT

De Abril de 2006 até a presente data.

Empresa importante na construção civil brasileira, que é responsável pela maior parte de produtos químicos para construção no país.

- MAGAZINE LUIZA S/A.

De Setembro de 2012 até a presente data.

Empresa fundada há 50 anos, sendo a nona maior empresa varejista do país.

- SHOPPING ITAIGARA

De Julho de 2013 até a presente data.

Centro de compras e serviços, fundado há 35 anos no bairro do Itaigara, que possui um grande mix de lojas e serviços.

- PREFEITURA MUNICIPAL DE CONCEIÇÃO DO JACUIPE

De Agosto de 2015 até a presente data.

- PREFEITURA MUNICIPAL DE PENEDO/AL

De Dezembro de 2015 até a presente data.



1083
1083

Quantificação e qualificação:

Quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento, com a devida comprovação do vínculo com a agência:

PROFISSIONAIS	QUALIFICAÇÃO PROFISSIONAL
Nadja Reis Santos de Menezes	Graduada em Administração – Integra a equipe na área Administrativo/Financeiro CRA 19.411.
Paulo Sérgio Salum Carvalho de Menezes	Graduado em Administração – Integra a equipe nas áreas de Direção Geral / Atendimento / Planejamento e Estudo.
Philip Sampaio Ribeiro	Graduado em Administração – Integra a equipe nas áreas de Planejamento e Estudo.
Edmond Midlej Filho	Graduado em Administração – Integra a equipe na área de Criação.
Marcelo Arantes Stern	Graduado em Comunicação Social/Publicidade e Propaganda – Integra a equipe na área de Criação.
Leandro Barreto de Pinho	Graduado em Publicidade e Propaganda – Integra a equipe na área de Criação.
Ruy Alberto de Assis Espinheira Neto	Graduado em Arquitetura e Urbanismo – Integra a equipe na área de Design
Elidesvaldo Conceição Souza	Graduado em Ciências da Computação – Integra a equipe na área de Comunicação Digital.
João Ricardo Salum Carvalho de Menezes	Graduado em Administração – Integra a equipe na área de Produção de Rádio, TV, Cinema e Internet.
Lilian Freitas	Cursando Serviço Social – Integra a equipe na área de Produção Gráfica.
Tainã Salum Reis de Menezes	Cursando Administração – Integra a equipe na área de Produção Gráfica.
Arivaldo Bastos Ribeiro Filho	Graduado em Administração de Empresas – Integra a equipe na área de Produção.
Ana Carolina dos Santos Moreira	Graduada em Comunicação Social/ Publicidade e Propaganda – Integra a equipe na área de Mídia.
Paulo Salum Reis de Menezes	Graduado em Comunicação e Marketing – Integra a equipe na área de Mídia.
Aranaí Dias França	Graduada em Comunicação Social / Publicidade e Propaganda – Integra a equipe na área de Atendimento.



11201
Comunicação
Fls. 1084

Administrativo-Financeiro:

Nome: Nadja Reis Santos de Menezes
Cargo: Diretora Administrativo-Financeira
Residente em Salvador, Bahia

Resumo

Formada em Administração de Empresas pela UNIFACS – Universidade Salvador, registrada no Conselho Regional de Administração sob nº 19.411, Pós- Graduada em Marketing e Propaganda e com fluência em Inglês e Espanhol, atuando há mais de 20 (vinte) anos no mercado publicitário.

Iniciou sua vida profissional na Deloitte (Empresa de Auditoria), por 02 (dois) anos e, posteriormente, gerenciou uma indústria do ramo de material de construção, por quase 10 (dez) anos.

Na OCP Comunicação ocupa o cargo de Diretora Administrativo-Financeira e é responsável pela gestão de prazos e contratos de todos os eventos e patrocínios. Com vasta experiência profissional, seu trabalho é de enorme importância para a efetiva execução do planejamento e das negociações firmadas entre os clientes e a agência.

Experiência Profissional

1996 até a presente data – OCP Comunicação

Diretora Administrativo-Financeira

1982 / 1995 – Cerâmica Rodax

Gerente Financeira

1980 / 1982 – Deloitte Auditoria

Trainee

Formação Acadêmica

Graduada em Administração de Empresas em 1977 pela Universidade Salvador – UNIFACS, registrada no Conselho Regional de Administração sob nº 19.411.

Atendimento / Planejamento e Estudo:

Nome: Paulo Sérgio Salum Carvalho de Menezes
Cargo: Diretor Geral / Atendimento / Planejamento e Estudo
Residente em Salvador, Bahia

Resumo

Profissional com vasta experiência no mercado nas áreas de Marketing, Gestão de Negócios e Planejamento. Especializado em Gestão de Negócios com graduação em Administração de Empresas pela UNIFACS, cursando MBA em Marketing na Fundação Getúlio Vargas, Paulo Salum atua na área de Planejamento e na direção dos atendimentos da OCP Comunicação desde a sua fundação em Dezembro de 1996.

Como gestor, atua no planejamento, desenvolvimento e implementação de campanhas publicitárias e promocionais; atendimento e prospecção de novos clientes; elaboração de pesquisas de mercado; preparação de campanhas de mala direta e *mailing list*; conhecimento em inteligência de mercado, com foco no mapeamento de oportunidades de negócios e visão da concorrência; planejamento e gestão de marketing e comunicação institucional e de produtos; e gestão e desenvolvimento de equipes com diferentes níveis hierárquicos.

Experiência Profissional

1996 até a presente data – OCP Comunicação

Diretor Geral
Atendimento
Planejamento e Estudo

1994 / 1995 – Ink Comunicação

Sócio

1984 / 1994 – Rede Bahia

OPEC (Operações Comerciais)
Contato Comercial
Supervisor de Vendas
Gerente Comercial

1983 / 1984 – Minas Frio

Gerente Comercial

1980 / 1983 – Banco Econômico

Escriturário
Chefe de Grupo

Formação Acadêmica

Graduado em Administração de Empresas pela Universidade de Salvador – UNIFACS, com Especialização em Gestão de Negócios.
MBA em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas – FGV.

Principais Trabalhos

Na OCP Comunicação, é responsável pela gestão de grandes contas no setor público e privado. Podem-se destacar entre os clientes do setor público as Prefeituras Municipais de Pojuca, Paulo Afonso, Jequié, Jacobina e Camaçari. No setor privado destacam-se as empresas: Atakarejo, supermercado com vendas em varejo e atacado; Comercial Ramos, uma das maiores empresas de vendas de material de construção no Estado da Bahia; OAS Empreendimentos, uma das líderes do setor de construção no mercado brasileiro; Hiperideal, supermercado com vendas em varejo; Vedacit, fabricante de produtos químicos para a construção civil; Shopping Piedade, dentre outras.

Foi responsável pela captação e gestão de recursos de patrocínios de vários projetos, entre eles:

OAS Empreendimentos 2010 – Patrocinadora Oficial do Esporte Clube Bahia e do Esporte Clube Vitória;

Esporte Clube Bahia – Captação de patrocínio da Petrobras ao estádio de Pituçu e ao Centro de Treinamento do Esporte Clube Bahia;
Sindicombustíveis em Sauípe – Captação de patrocínio das marcas Shell, Visa Petrobras, Texaco e Fiat Automóveis;
Times de Futebol profissionais do Esporte Clube Bahia e do Esporte Clube Vitória – A exemplo da Fiat Automóveis, que patrocinou os dois times nas temporadas de 1999 a 2002 e 2006 a 2008;
Captação de clientes para *merchandising* no Shopping Piedade – Tais como C&A, Finasa e TIM;
Carnaval de Salvador – de 2007 a 2014, que teve em seu conjunto de patrocinadores grandes marcas como Banco Itaú, Nova Schin, Petrobras, Nextel, Vivo, Ponto Frio/Semp Toshiba, Embasa, Walmart (com marcas Todo Dia e Bompreço), Braskem, Parmalat, Engov, JHSF Incorporações, Governo da Bahia, Samsung, entre outras;
São João de São Paulo 2010 – São Paulo abriga mais de 7 (sete) milhões de nordestinos e descendentes. Ao detectar esse nicho, a OCP Comunicação desenvolveu um projeto inédito e realizou a primeira festa junina da cidade.

Prêmios

14 (catorze) prêmios no Festival Colunistas;
15 (quinze) destaques no Bahia Recall;
04 (quatro) Grand Prix no Bahia Recall;
02 (dois) prêmios no Fiptur;
01 (um) prêmio na Central do Outdoor;
04 (quatro) prêmios no Festival Mundial de Gramado (agência mais premiada no Norte-Nordeste em 2004), dentre outros.

Planejamento e Estudo:

Nome: Philip Sampaio Ribeiro
Cargo: Executivo de Planejamento e Estudo / Gestor em Estratégia de Negócios
Residente em Salvador, Bahia

Resumo

Começou sua longa carreira na área comercial em 2004. Morando nos Estados Unidos, especializou-se e acumulou experiência internacional, trazendo para a OCP Comunicação *expertise* para prospectar patrocínios e novas contas públicas e privadas.

Experiência Profissional

2011 até a presente data – OCP Comunicação

Executivo de Planejamento e Estudo
Executivo em Estratégia de Negócios OCP Brasília/Salvador

2008 / 2010 – Edx Educacional

Diretor Comercial

2006 / 2007 – Faculdade Jorge Amado

Comercial
Financeiro
Controladoria

2004 / 2005 – Desenharia (Agência de Fomento do Estado da Bahia)

Estagiário na área financeira e de recuperação de crédito.

Formação Acadêmica

Graduado em Administração de Empresas com Habilitação em Marketing pela Unijorge.

Criação:

Nome: Edmond Midlej Filho
Cargo: Diretor de Criação e Redator
Residente em Salvador, Bahia

Resumo

Há mais de 15 (quinze) anos atuando no mercado publicitário baiano, acumula vasta experiência como redator e diretor de criação em agências como Morya Comunicação, Ideia3 Comunicação e SLA Propaganda. Atuou como redator também em campanhas políticas como a de Eliana Calmon ao Senado da Bahia, Cid Gomes ao Governo do Ceará, Benedita da Silva ao Governo do Rio de Janeiro e Prisco Vianna à Prefeitura de Guanambi.

Na OCP Comunicação integra a equipe como redator e diretor de criação, orientando toda a equipe de criação nos trabalhos a serem realizados.

Experiência Profissional**2015 até a presente data – OCP Comunicação**

Diretor de Criação

2010 / 2013 – Morya Comunicação

Diretor de Criação
Redator

2007 / 2010 – Ideia3 Comunicação

Diretor de Criação

2004 / 2007 – SLA Propaganda

Diretor de Criação

2000 / 2005 – Universidade Católica do Salvador

Professor

1998 / 2004 – Ideia3 Comunicação

Redator



2001
2002
2003
2004
2005
2006
2007
2008
2009
2010
2011
2012
2013
2014
2015
2016
2017
2018
2019
2020
2021
2022
2023
2024
2025
2026
2027
2028
2029
2030
2031
2032
2033
2034
2035
2036
2037
2038
2039
2040
2041
2042
2043
2044
2045
2046
2047
2048
2049
2050

Formação Acadêmica

Graduado em Administração de Empresas pela Universidade Católica do Salvador – UCSAL.

Prêmios

Finalista e premiado em alguns dos mais importantes prêmios regionais, nacionais e internacionais:

- Bahia Recall
- Central do Outdoor
- Prêmio Abril
- Profissionais do Ano
- Prêmio Colunistas
- Festival de Londres

Nome: Marcelo Arantes Stern
Cargo: Redator
Residente em Salvador, Bahia

Resumo

Atua há mais de 20 (vinte) anos no mercado publicitário como redator em grandes agências como Pejota, Engenhonovo, Leiaute e Morya, nas quais atendeu clientes como Governo do Estado da Bahia, Prefeitura Municipal de Salvador, OAS Empreendimentos, Shopping Iguatemi, dentre outros. Trabalhou também como redator em campanhas políticas para o Governo do Estado do Pará, Prefeitura Municipal de Niterói, Prefeitura Municipal de Ilhéus, entre outras. Atualmente integra a equipe da OCP Comunicação como redator, contribuindo para as campanhas publicitárias e promocionais dos clientes.

Experiência Profissional

2015 até a presente data – OCP Comunicação
Redator

2014 – Laboratórios Leme
Analista de Redação

2010 / 2014 – Morya Comunicação
Redator

2005 / 2006 – Objectiva
Redator

2005 – 071 Comunicação
Redator

2004 – Leiaute
Redator



03/01
01/01
Fls. 1089
R21

2003 / 2004 – Rocha Market
Redator

2002 – Leiaute
Redator

2001 / 2002 – Engenhonovo
Redator

1998 / 2001 – Pejota
Redator
Coordenador de Criação do Núcleo Institucional

1995 / 1997 – L&F Publicidade
Redator

1994 / 1995 – Engenhonovo
Redator

Formação Acadêmica

Graduado em Comunicação Social/Publicidade e Propaganda pela Universidade Católica do Salvador – UCSAL.

Prêmios

Profissionais do Ano
Prêmio Colunistas
Bahia Recall
Prêmio Abril

Nome: Leandro Barreto de Pinho
Cargo: Diretor de Arte e Arte-Finalista
Residente em Salvador, Bahia

Resumo

Iniciou sua vida profissional como diretor de arte na Link, desenvolvendo trabalhos para clientes como Correios, Ministério da Agricultura, Ministério dos Transportes e Governo do Estado de Sergipe. Atuou ainda na campanha do atual Secretário de Turismo da Bahia Nelson Pelegrino para a Prefeitura de Salvador.

Sua experiência inclui passagens pela Engenhovo Propaganda, em Luanda, e pela Duda Propaganda, em São Paulo.

Atualmente integra a equipe da OCP Comunicação como diretor de arte, idealizando e executando campanhas e ações promocionais para clientes tanto do setor público quanto do setor privado, e como arte-finalista.

Experiência Profissional

2015 até a presente data – OCP Comunicação

Diretor de Arte
Arte-Finalista



0201
0201
Fls. 1090

rel

2011 / 2014 – Q Comunicação
Diretor de Arte

2007 / 2010 – Duda Propaganda
Diretor de Arte

2005 / 2006 – Enegehovo Propaganda
Diretor de Arte

1998 / 2003 – Link
Diretor de Arte

Formação Acadêmica

Graduado em Publicidade e Propaganda pela Faculdade de Tecnologia e Ciências – FTC.

Nome: Ruy Alberto de Assis Espinheira Neto
Cargo: Designer
Residente em Salvador, Bahia

Resumo

Detém experiência em CAD (Projeto Assistido por Computador) desde 1994. Participou, na condição de palestrante, de encontros profissionais, inclusive internacionais, nas áreas de computação gráfica, realidade virtual, GIS e cartografia digital. Atualmente dirige o Estúdio Espinheira, atuando como arquiteto e designer com projetos e edificações de interiores, urbanismo, arquitetura de interiores e desenvolvimento de modelos digitais tridimensionais, desde 2011. Paralelamente, integra a equipe da OCP Comunicação como designer, desenvolvendo peças em 3D para projetos especiais.

Experiência Profissional

2015 até a presente data – OCP Comunicação
Designer

2004 / 2005 – Banco Interamericano de Desenvolvimento
Arquiteto

2002 / 2004 – Universidade Federal da Bahia – UFBA
Professor

Desde 2011 – Estúdio Espinheira
Sócio-Diretor

Formação Acadêmica

Graduado em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal da Bahia – UFBA.



Nome: Elidesvaldo Conceição Sousa
Cargo: Gerente de Comunicação Digital
Residente em Salvador, Bahia

CPF: 1

Col: 1

Ris. 1091

rel

Resumo

Profissional atuando há mais de 12 (doze) anos no mercado de TI e marketing digital de grandes empresas. Possui vasta experiência na gestão e atuação nos mais diversos setores e processos em diferentes segmentos de negócios (Indústria, Varejo e Serviços). Na Datasul Bahia S.A., como Sócio-Proprietário e Diretor da Área de Consultoria, atuou na contratação, capacitação e retenção de talentos, além da gestão dos resultados comerciais na venda de serviços. Na Datasul S.A., como Gerente de Operações do Norte-Nordeste, atuou no planejamento, monitoramento e orientação dos planos de marketing das franquias da empresa. Atualmente integra a equipe da OCP Comunicação como gerente de comunicação digital, assessorando toda a parte de campanhas digitais e criação de aplicativos móbile.

Experiência Profissional

2015 até a presente data – OCP Comunicação

Gerente de Comunicação Digital

2008 – Datasul Bahia S.A.

Sócio-Proprietário

Diretor da Área de Consultoria

2006 – Datasul S.A.

Gerente de Operações Norte-Nordeste

2004 – TOTVS S.A.

Country Manager

Diretor Presidente da Unidade do Mercado Internacional

Formação Acadêmica

Graduado em Ciências da Computação pela Universidade de Santa Catarina – UDESC.

Produção:

Nome: João Ricardo Salum Carvalho de Menezes

Cargo: Produtor de Rádio, TV, Cinema e Internet

Residente em Salvador, Bahia

Resumo

Possui vasta experiência profissional na área de produção e atuou em produtoras baianas, trabalhando como assistente de direção.

104

Na OCP Comunicação, integra a equipe há mais de 10 (dez) anos como produtor de Rádio, TV, Cinema e Internet, sendo responsável pelos orçamentos, acompanhamento e produção de peças eletrônicas e digitais.

Experiência Profissional

2004 até a presente data – OCP Comunicação

Produção de Rádio, TV, Cinema e Internet.

Desde 2013 – Pense Produções

Sócio-Diretor

2000 / 2004 – Ficção e Vídeo

Assistente de Direção de Vídeo.

1998 / 2000 – X Filmes

Assistente de Direção de Arte

Formação Acadêmica

Graduado em Administração de Empresas pela Universidade Católica do Salvador – UCSAL.

Nome: Lilian Freitas

Cargo: Produtora Gráfica

Residente em Salvador, Bahia

Resumo

Atua na área de produção há mais de 15 (quinze) anos no cargo de produtora gráfica, sendo responsável pelas negociações orçamentárias com os fornecedores, das peças publicitárias produzidas para os clientes das diversas agências que trabalhou em Salvador.

Possui ampla experiência no setor público trabalhando para diversas prefeituras na Bahia a exemplo da Prefeitura de Camaçari, Prefeitura de Xique-Xique, Prefeitura de Madre de Deus, Prefeitura de São Francisco do Conde, Prefeitura de Paulo Afonso, entre outras.

No setor privado atendeu clientes como TAM Viagens, VIVO, Fundação Odebrecht, OAS Empreendimentos, Vedacit, AMBEV, entre outros.

Integra a equipe da OCP Comunicação há 05 (cinco) anos tanto na área promocional, realizando grandes eventos como Semana Náutica, São João de Petrolina, Carnaval de Recife, entre outros, quanto na área de publicidade.

Experiência Profissional

2011 até a presente data – OCP Comunicação

Produtora Gráfica

2008 / 2011 – Mago Comunicação

Coordenadora de Produção



2005 / 2008 – Viamídia Publicidade
Produtora Gráfica e RTCV

2004 / 2005 – C4 Comunicação Visual
Produção
Controle de Qualidade
Logística de Instalação
Orçamentos

1997 / 2004 – Companhia da Criação
Produtora Gráfica e RTVC

Formação Acadêmica

Cursando Serviço Social na Universidade Estácio de Sá.

Nome: Tainã Salum Reis de Menezes
Cargo: Assistente de Produção
Residente em Salvador, Bahia

Resumo

Iniciou sua carreira profissional em 2015, integrando a equipe da OCP Comunicação como assistente de produção, sendo responsável pela solicitação de orçamentos eletrônicos e gráficos e acompanhamento do andamento da produção de peças publicitárias.

Experiência Profissional

2015 até a presente data – OCP Comunicação
Assistente de Produção

Formação Acadêmica

Cursando Administração na Universidade de Salvador – UNIFACS.

Nome: Arivaldo Bastos Ribeiro Filho
Cargo: Diretor Operacional de Produção
Residente em Salvador, Bahia

Resumo

É um dos profissionais mais renomados em comunicação através do entretenimento no país. Esteve durante 10 (dez) anos atuando à frente do Bloco Cheiro de Amor e investiu em outras frentes ligadas à produção de eventos e *Branded Entertainment* com o Camarote Marketing. Foi Produtor Executivo de 14 (catorze) edições do Festival de Verão de Salvador e, mais recentemente, da Copa das Confederações FIFA e Copa do Mundo FIFA 2014.

Integra a equipe da OCP Comunicação coordenando a produção de grandes projetos como Carnaval de Salvador, São João de São Paulo, Magazine Luiza no Campeonato Baiano, dentre outros.

Experiência Profissional

2010 até a presente data – OCP Comunicação

Diretor Operacional de Produção

2008 / 2013 – Camarote Marketing

Sócio-Diretor

2006 / 2008 – Banda Motumbá

Produtor Executivo

1996 / 2006 – Grupo Cheiro de Amor

Gerente Comercial

Diretor de Eventos

1989 / 1996 – VISA Engenharia

Sócio-Diretor

1987 / 1989 – APTEC Comércio e Representações

Sócio-Diretor

1981 / 1987 – Eucatex do Brasil

Gerente de Vendas Norte-Nordeste

1978 / 1981 – AGGS Formulários Contínuos do Brasil

Gerente Regional

1977 / 1978 – Olivetti do Brasil

Departamento Comercial

Principais Trabalhos

Produtor Executivo de todos os eventos realizados pelo Grupo Cheiro de Amor, tais como: 05 Edições da Festa Cheiro Splash Espuma, Hotel Sofitel Quatro Rodas; 31 Edições do Forró do Cheiro, Hotel Sofitel Quatro Rodas; 08 Edições da Festa do Cheiro de Amor, Clube Baiano de Tênis, Clube Espanhol e Parque de Exposições; Festival de Verão, 14 edições, realizadas em Salvador/BA – Produtor Executivo, desenvolvendo atividades como: administração de A&B; administrações dos Camarotes VIP e Balada; Parada Disney realizada em Salvador/BA em 2010 – Produtor local e Diretor Executivo; FAN FEST Coca-Cola (Exibição Pública), da Copa do Mundo de 2010 realizada no Farol da Barra em Salvador/BA – Produtor Executivo; Edição do *Cirque Du Soleil*, Espetáculo *Varekai*, ano 2012 – Produtor Local; Projeto Verão Coca-Cola, no período de 2011 a 2013, realizados em Salvador/BA – Produtor Executivo; Copa das Confederações FIFA, Etapa Salvador, 2013 – Produtor Executivo do Consórcio Integrador das Obras Provisórias;

Copa do Mundo FIFA 2014 – Produtor Executivo do Consórcio Integrador das Obras Provisórias.

Mídia:

Nome: Carolina Moreira
Cargo: Executiva de Mídia
Residente em Salvador, Bahia

Resumo

Iniciou sua carreira há 15 (quinze) anos na CBVR Propaganda e Marketing, em Salvador. Desde então, vem desempenhando e assumindo diversos trabalhos na área de mídia e pesquisa, em empresas de grande porte do mercado publicitário baiano. Foi responsável pelo planejamento e execução de campanhas de diversos clientes como Governo do Estado da Bahia, Fiat Automóveis, Vedacit, General Motors, Shopping Barra, Shopping Iguatemi, Shopping Piedade, Portal Terra, dentre outros. Possui ampla experiência em planejamento de mídia, negociação, execução e checking de mídia e não só em publicidade e propaganda como também em *live marketing*, desenvolvendo e executando entregas de mídia de projetos promocionais. Atualmente integra a equipe da OCP Comunicação como Executiva de Mídia.

Experiência Profissional

2012 até a presente data – OCP Comunicação
Executiva de mídia

2006 / 2011 – TV Aratu
Analista de Marketing

2005 / 2006 – OCP Comunicação
Executiva de Mídia

2001 / 2005 – Engenhonovo Publicidade
Assistente de Mídia

1999 / 2001 – CBVR Propaganda
Estagiária de Mídia
Assistente de Mídia

Nome: Paulo Salum Reis de Menezes
Cargo: Assistente de Mídia
Residente em Salvador, Bahia



ndf

Resumo

Iniciou sua carreira profissional em 2012 como estagiário de mídia na OCP Comunicação. Atualmente integra a equipe da OCP Comunicação como assistente de mídia, responsável pela elaboração dos planos estratégicos de alguns clientes como Shopping Itaipara.

Experiência Profissional

2012 até a presente data – OCP Comunicação

Estagiário de Mídia
Assistente de Mídia

Formação Acadêmica

Graduação em Comunicação e Marketing pela Universidade de Salvador – UNIFACS.

Atendimento:

Nome: Aranaí Dias França
Cargo: Executiva de Atendimento
Residente em Salvador, Bahia

Resumo

Atua na área de publicidade há 6 anos. Trabalhou como atendimento na Morya Comunicação gerenciando contas de clientes como Ferreira Costa, Grupo GNC, Sanave Veículos, Grupo Eva, Hospital Martagão Gesteira e Asilo São Lázaro, e na Tempo Propaganda gerenciando contas de clientes como Plano Ambulatorial Boa Saúde, Véli Soluções em RH e ABRH seccional Bahia.

Integra a equipe da OCP Comunicação desde 2014 desenvolvendo a comunicação de empresas como o Shopping Center Itaipara, OAS Empreendimentos, Fiat Automóveis, Prefeitura Municipal de Conceição do Jacuípe e Prefeitura Municipal de Penedo. Possui vasta experiência em elaboração e desenvolvimento de planos de comunicação e planejamento estratégico de marketing, elaboração e desenvolvimento de campanhas institucionais e promocionais, análise de pesquisas mercadológicas e promoção de vendas na área de varejo e atacado, contato direto com o público interno e externo (clientes, fornecedores e gerência) e negociação de promoção.

Experiência Profissional

2014 até a presente data – OCP Comunicação

Executiva de Atendimento

2011 / 2014 – Morya Comunicação

Assistente de Atendimento

2010 / 2011 – Tempo Propaganda

Assistente de Atendimento



2010 / 2011 – Viés Comunicação
Planejamento

Formação Acadêmica

Graduada em Comunicação Social / Publicidade e Propaganda pela Universidade Católica do Salvador – UCSAL.



net

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Concorrência Pública Nº 01/2016

TERMO DE COMPROMISSO

Eu, Nadja Reis Santos de Menezes, portador(a) da Cédula de Identidade nº 0159668441 e CPF nº 294.454.695-34, declaro que integro a equipe técnica da empresa OCP Comunicação, exercendo a função de Diretora Administrativo-Financeira.

Salvador, 15 de Julho de 2016.



Nadja Reis Santos de Menezes



nd

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA

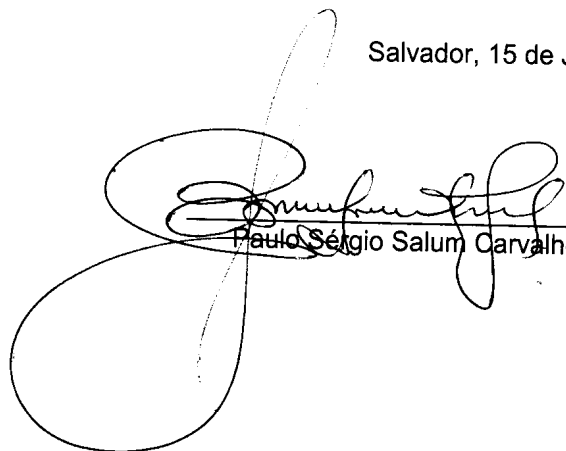
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Concorrência Pública Nº 01/2016

TERMO DE COMPROMISSO

Eu, Paulo Sérgio Salum Carvalho de Menezes, portador(a) da Cédula de Identidade nº 1420195 e CPF nº 272.316.745-34, declaro que integro a equipe técnica da empresa OCP Comunicação, exercendo as funções de Diretor Geral, Diretor de Atendimento e Diretor de Planejamento e Pesquisa.

Salvador, 15 de Julho de 2016.



Paulo Sérgio Salum Carvalho de Menezes



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Concorrência Pública Nº 01/2016

TERMO DE COMPROMISSO

Eu, Philip Sampaio Ribeiro, portador(a) da Cédula de Identidade nº 0934252017 e CPF nº 803.980.905-30, declaro que integro a equipe técnica da empresa OCP Comunicação, exercendo as funções de Gerente de Planejamento e Estudo e Gestor em Estratégias de Negócios.

Salvador, 15 de Julho de 2016.

Philip Sampaio Ribeiro

19



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Concorrência Pública Nº 01/2016

TERMO DE COMPROMISSO

Eu, Edmond Midlej Filho, portador(a) da Cédula de Identidade nº 398317445 e CPF nº 379.689.635-91, declaro que integro a equipe técnica da empresa OCP Comunicação, exercendo as funções de Diretor de Criação e Redator.

Salvador, 15 de Julho de 2016.

Edmond Midlej Filho



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Concorrência Pública Nº 01/2016

TERMO DE COMPROMISSO

Eu, Marcelo Arantes Stern, portador(a) da Cédula de Identidade nº 0480659273 e CPF nº 597.754.325-53, declaro que integro a equipe técnica da empresa OCP Comunicação, exercendo a função de Redator.

Salvador, 15 de Julho de 2016.


Marcelo Arantes Stern



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Concorrência Pública Nº 01/2016

TERMO DE COMPROMISSO

Eu, Leandro Barreto de Pinho, portador(a) da Cédula de Identidade nº 0606306986 e CPF nº 800.852.295-04, declaro que integro a equipe técnica da empresa OCP Comunicação, exercendo as funções de Diretor de Arte e Arte-Finalista.

Salvador, 15 de Julho de 2016.

Leandro Barreto de Pinho



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Concorrência Pública Nº 01/2016

TERMO DE COMPROMISSO

Eu, Ruy Alberto de Assis Espinheira Neto, portador(a) da Cédula de Identidade nº 0347198732 e CPF nº 635.744.705-68, declaro que integro a equipe técnica da empresa OCP Comunicação, exercendo a função de Designer.

Salvador, 15 de Julho de 2016.



Ruy Alberto de Assis Espinheira Neto



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Concorrência Pública Nº 01/2016

TERMO DE COMPROMISSO

Eu, Elidesvaldo Sousa Conceição, portador(a) da Cédula de Identidade nº 34155555 1 e CPF nº 803.673.489-34, declaro que integro a equipe técnica da empresa OCP Comunicação, exercendo a função de Gerente de Comunicação Digital.

Salvador, 15 de Julho de 2016.

Elidesvaldo Sousa Conceição



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA

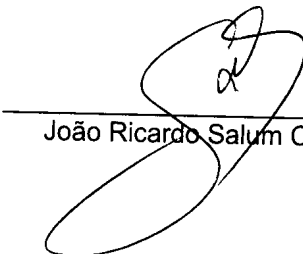
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Concorrência Pública Nº 01/2016

TERMO DE COMPROMISSO

Eu, João Ricardo Salum Carvalho de Menezes, portador(a) da Cédula de Identidade nº 0179233793 e CPF nº 396.573.615-91, declaro que integro a equipe técnica da empresa OCP Comunicação, exercendo a função de Produtor de Rádio, TV, Cinema e Internet.

Salvador, 15 de Julho de 2016.



João Ricardo Salum Carvalho de Menezes



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Concorrência Pública Nº 01/2016

TERMO DE COMPROMISSO

Eu, Lilian Freitas, portador(a) da Cédula de Identidade nº 0504745379 e CPF nº 889.083.485-49, declaro que integro a equipe técnica da empresa OCP Comunicação, exercendo a função de Produtora Gráfica.

Salvador, 15 de Julho de 2016.

Lilian Freitas



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA

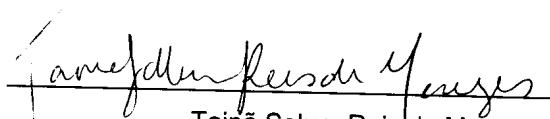
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Concorrência Pública Nº 01/2016

TERMO DE COMPROMISSO

Eu, Tainã Salum Reis de Menezes, portador(a) da Cédula de Identidade nº 15432649 26 e CPF nº 062.268.875-83, declaro que integro a equipe técnica da empresa OCP Comunicação, exercendo a função de Assistente de Produção.

Salvador, 15 de Julho de 2016.


Tainã Salum Reis de Menezes

27



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA

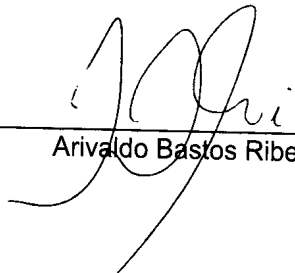
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Concorrência Pública Nº 01/2016

TERMO DE COMPROMISSO

Eu, Arivaldo Bastos Ribeiro Filho, portador(a) da Cédula de Identidade nº 938199 60 e CPF nº 093.334.285-34, declaro que integro a equipe técnica da empresa OCP Comunicação, exercendo a função de Diretor Operacional de Produção.

Salvador, 15 de Julho de 2016.



Arivaldo Bastos Ribeiro Filho



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Concorrência Pública Nº 01/2016

TERMO DE COMPROMISSO

Eu, Ana Carolina dos Santos Moreira, portador(a) da Cédula de Identidade nº 577649051 e CPF nº 702.388.635-49, declaro que integro a equipe técnica da empresa OCP Comunicação, exercendo a função de Executiva de Mídia.

Salvador, 15 de Julho de 2016.

Ana Carolina dos Santos Moreira
Ana Carolina dos Santos Moreira



MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Concorrência Pública Nº 01/2016

TERMO DE COMPROMISSO

Eu, Paulo Salum Reis de Menezes, portador(a) da Cédula de Identidade nº 13872168 80 e CPF nº 050.820.555-72, declaro que integro a equipe técnica da empresa OCP Comunicação, exercendo a função de Assistente de Produção.

Salvador, 15 de Julho de 2016.

Paulo Salum Reis de Menezes



MP - Ba
Coordenação
de Licitação

Fls. 1132
nel

MINISTÉRIO PÚBLICO DO ESTADO DA BAHIA

COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO

Concorrência Pública Nº 01/2016

TERMO DE COMPROMISSO

Eu, Aranaí Dias França, portador(a) da Cédula de Identidade nº 08134773 10 e CPF nº 013.659.055-19, declaro que integro a equipe técnica da empresa OCP Comunicação, exercendo a função de Executiva de Atendimento.

Salvador, 15 de Julho de 2016.

Aranaí Dias França
Aranaí Dias França



Instalações, infraestrutura e os recursos materiais à disposição:

A empresa OCP Comunicação declara que possui instalações, aparelhamento e pessoal técnico, adequados e disponíveis para a realização do objeto da licitação, dispondo de todas as condições técnicas, operacionais e profissionais para o atendimento ao contrato. A empresa está instalada de forma planejada e departamentalizada para o funcionamento de uma agência de propaganda, ocupando 450m², distribuídos em 10 (dez) ambientes, sendo 2 (duas) salas de reunião, uma equipada com "home theater", 01 (uma) sala de mídia/produção/atendimento, 01 (uma) sala do financeiro, 3 (três) salas de diretoria, 01 (uma) sala da criação, 01 (um) estúdio de finalização e 01 (uma) copa. Com 16 vagas de estacionamento em garagem coberta e total segurança, a OCP Comunicação está capacitada a receber, sem qualquer dificuldade, grupos de trabalho e equipes para reuniões, "workshops e brainstorms".



A departamentalização da agência segue as tendências mais utilizadas pelas grandes agências nacionais, buscando a integração entre departamentos e o fluxo contínuo dos trabalhos.

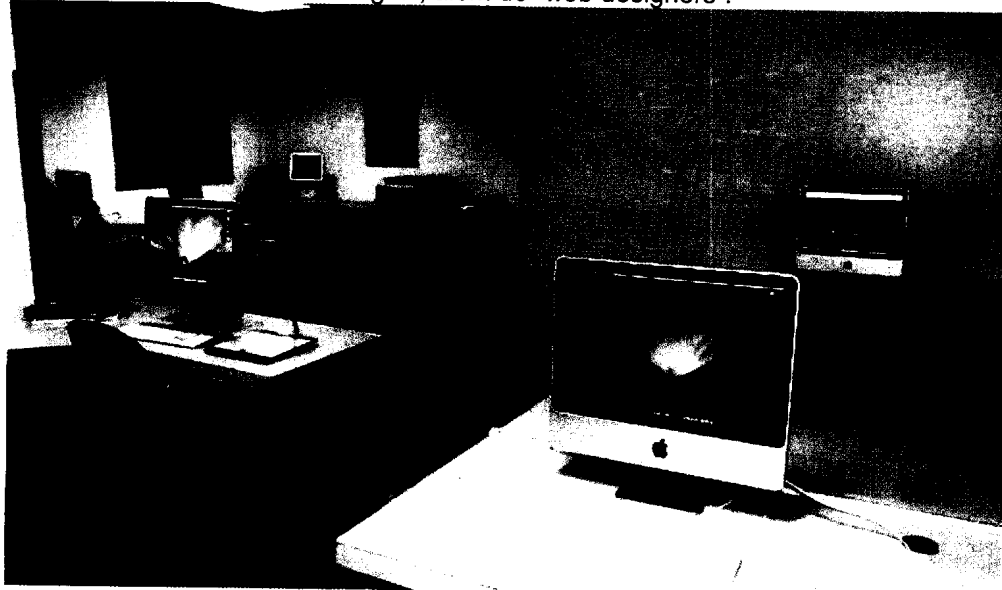
A Criação é pelo Estúdio de Computação Gráfica (arte-finalização), onde trabalham experientes profissionais e um departamento de "web design", com uma equipe



MPA
C
Fis. 1114

ref

formada por profissionais entre diretores de arte, redatores e assistentes, especializados em ambiente digital, além de "web designers".



O Departamento de Mídia é responsável pela negociação e compra de espaços publicitários. Este núcleo tem o apoio do setor de Pesquisa de Mídia, que auxilia o Planejamento de Mídia e os gerentes de contas a justificarem as propostas apresentadas aos clientes em bases mais científicas, através da consulta de Institutos de Audiência, cruzando dados e fazendo comparações e estudos específicos. O núcleo de pesquisa também é responsável pelo checking, ou conferência, da campanha/peça veiculada.

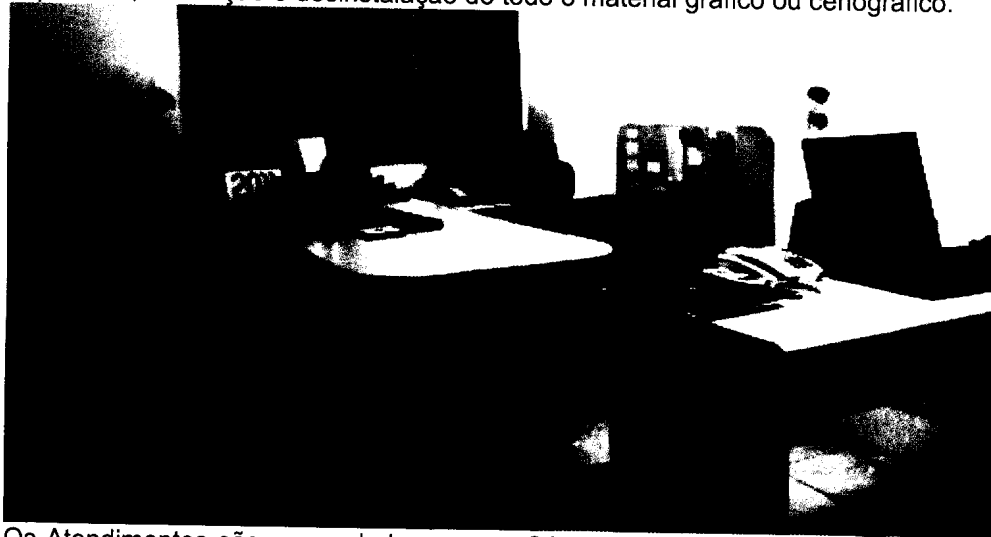


Na Produção é subdividida em Gráfica, RTVCI e de Campo. Na Produção Gráfica, os profissionais se dedicam ao trabalho orçamentário, acompanhamento e controle da execução dos serviços por terceiros/fornecedores, possuindo ligação direta com os principais fornecedores dos maiores parques gráficos da Bahia e do Brasil, em especial, alguns dos mais modernos operando no Nordeste. O RTVCI é responsável

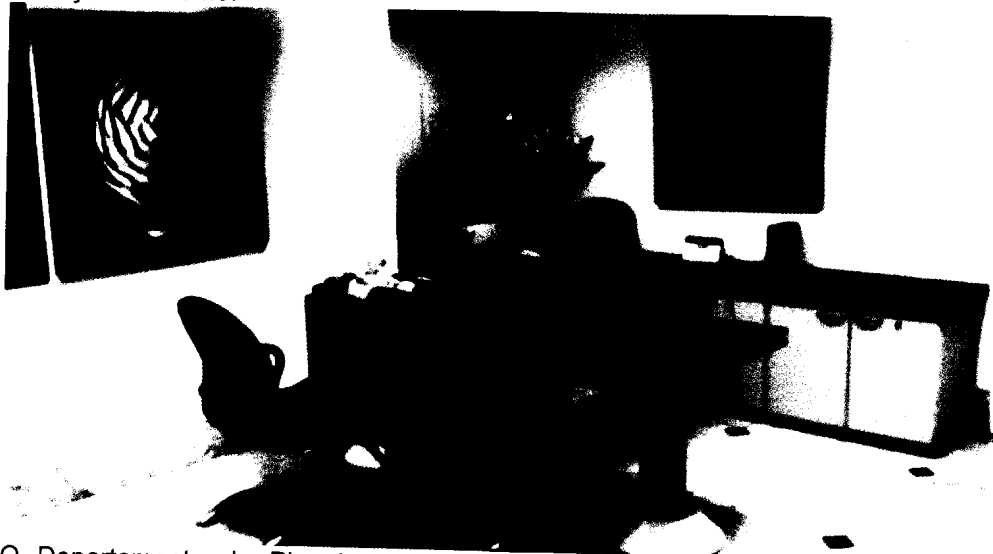


Coordenador
Fls. 1115

pelos serviços de acompanhamento e controle de peças eletrônicas (para rádio, TV, cinema e internet) e o Produtor de Campo acompanha todo o processo de impressão, instalação e desinstalação de todo o material gráfico ou cenográfico.



Os Atendimentos são comandados por um Sócio-Diretor, profissional experiente no mercado e sempre ligado à área de prospecção e atendimento a clientes, que coordena uma equipe de profissionais e assistentes, todos com larga experiência no mercado publicitário e com absoluto controle das informações da empresa e do mercado, agindo objetivamente na busca de resultados, maximizando a utilização das verbas e orientando as técnicas de mensuração de retorno para eventuais correções de rumo.



O Departamento de Planejamento e Pesquisa auxilia as áreas de Criação e Atendimento, funcionando como um centro de informações para elaboração de planos de comunicação. Como auxiliar da Criação, executa pesquisas exploratórias, testes de conceito, de temas de campanhas, de filmes ou anúncios, com o objetivo de trazer novas informações ou diminuir dúvidas sobre os caminhos criativos de um determinado projeto. Como auxiliar do Atendimento, realiza levantamentos junto às



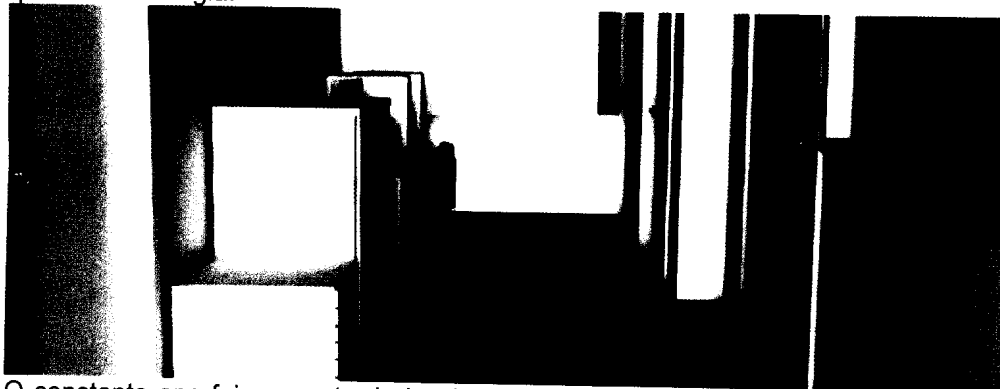
Nº 1
Coordenador
Fls. 136

fontes oficiais como IBGE, FGV, Secretarias e Associações, para dimensionar mercados, apontar tendências, oferecendo uma série de outras informações. Esse núcleo coordena todas as atividades de planejamento, estudo e realização de pesquisas para os clientes da agência.

A área Administrativo-Financeira coordena os setores de Contabilidade, Pessoal, Serviços Gerais, Tesouraria e Faturamento/Contas a Receber. Toda a operação da OCP Comunicação é informatizada, com todos os departamentos e seus profissionais interligados em rede (intranet), facilitando e agilizando a comunicação interna.



O "hardware" de computação gráfica, utilizado para Criação e Estúdio, é composto por estações de trabalho, entre PCs e Macintoshs, com monitores de 17" LCD e "tablets". As máquinas fotográficas digitais incrementam o trabalho desenvolvido na agência. Há três impressoras Xerox Colors de última geração, duas impressoras HP Color Laserjet 5550, um HP Laserjet com 600 dpi de resolução e "no-breaks" para quedas de energia.



O constante aperfeiçoamento de hardwares e surgimento de softwares capazes de gerar agilidade e qualidade aos trabalhos desenvolvidos por uma agência de propaganda, faz com que a OCP Comunicação disponha de sistemas de suporte e canais de acesso a novos equipamentos, utilizando sistemas de leasing para garantir a permanente atualização de seu equipamento. Dentre os "softwares" gerenciadores, o Publiway permite a integração de todos os departamentos, simulação de mídia, integração à tabela de veículos, controles gerenciais, contábeis, fiscais e operacionais. A agência trabalha também com um link dedicado à Internet, com servidores dedicados para PC e para Mac. Através da Internet, rede mundial de



1117

ref

computadores, há o acesso a qualquer biblioteca virtual de que haja necessidade para a complementação de todos os trabalhos. Na elaboração dos trabalhos são utilizados ainda os softwares mais atuais do mercado (Adobe Photoshop, Page Maker, Adobe Illustrator, dentre outros), buscando sempre a agilidade e a excelência nos serviços prestados aos clientes. Para trocas de dados entre os diversos setores da agência, é utilizada a intranet pela qual é feita troca de informações a serem repassadas a clientes e fornecedores.

A agência conta, para a sua comunicação externa, com uma moderna central telefônica (PABX), com discagem direta a ramal, dezoito linhas-tronco analógicas e trinta digitais, cinquenta e seis ramais internos, sendo quarenta e oito analógicos e oito digitais, telefax, seis linhas fixas diretas e quinze linhas de telefonia celular móvel.

A OCP Comunicação possui assinatura das mais conceituadas publicações nacionais e internacionais voltadas para a propaganda e publicidade, além de adquirir regularmente anuários internacionais, formando um acervo de referências capaz de cobrir de forma gráfica e informativa, todos os setores de atividade humana. Isto permite que o trabalho desenvolvido pela Criação esteja sempre de acordo com as tendências atuais, devidamente adequadas às necessidades, hábitos e peculiaridades locais.





2.2.1
Cont.
Fls. 1118

ndf

Sistemática de atendimento:

A OCP Comunicação tem vasta experiência operacional adquirida atendendo às contas de diversos segmentos. Este "know-how" compõe o seu acervo técnico, consubstanciado na experiência e talento dos seus profissionais, dentre os quais ela destaca os relacionados nesta proposta, que se encontram entre os mais qualificados do seu quadro funcional, para atender, alguns em caráter de exclusividade, a conta publicitária do Ministério Público do Estado da Bahia.

No que diz respeito à sistemática de atendimento, a OCP Comunicação tem como principal diferencial no mercado, além da qualidade dos seus serviços, o que chama-se de atendimento personalizado. A experiência operacional diversificada permitiu à agência catalogar e codificar a sistemática de cada setor de atividade produtiva, gerando assim, uma capacidade natural de identificar rotinas, necessidades e procedimentos em todos eles. Essa experiência, aliada a uma filosofia de atendimento compartilhado em que cliente e agência envolvem-se diretamente na definição dos problemas, somada aos outros fatores estruturais, fazem a diferença.

O atendimento à sua carteira de clientes é a sua "interface" com o mercado. É através do contato com os clientes, diário e permanente, que ajuda a detectar seus problemas de comunicação mercadológica, avalia as oportunidades e indica caminhos e ações publicitárias visando solucioná-los. Os profissionais se dedicam a esse objetivo "full service" e "full time". Por filosofia da empresa, todos os contatos são responsáveis diretamente pelo atendimento de determinada conta. Todos têm autonomia nos aspectos operacionais para que os trabalhos, sob a sua responsabilidade, fluam naturalmente e sem intercorrências.

A experiência adquirida no atendimento a clientes do varejo, que exigem elevado grau de agilidade, trouxe à OCP Comunicação total condição de criar e produzir peças gráficas ou eletrônicas em tempo mínimo. Este trabalho inclui o Plano de Mídia e os Orçamentos de Produção, já que todos os trabalhos apresentados são acompanhados destes documentos. Clientes de grande porte e com muitos produtos e serviços a serem divulgados constantemente, são o maior testemunho da agilidade da agência.

Portanto, a OCP Comunicação tem total competência para criação e desenvolvimento das peças e campanhas publicitárias do Ministério Público do Estado da Bahia, atendendo sempre às expectativas do cliente em questão, deixando-o envolvido em todos os processos e prazos a serem cumpridos, além de pleno acompanhamento nas produções das peças e veiculações nas mídias adequadas.

Com relação à sistemática de operacionalidade junto ao Ministério Público do Estado da Bahia, os prazos a serem praticados pela OCP Comunicação, nas condições normais de trabalho serão:

- Criação de peça avulsa: prazo máximo de 02 (dois) dias úteis.
- Criação de campanha: prazo máximo de 10 (dez) dias úteis.
- Plano de mídia: prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, podendo, no caso de um plano mais simples e/ou de curto período, ser elaborado em no máximo 02 (dois) dias úteis.
- Orçamentos de peças gráficas e eletrônicas: 02 (dois) dias úteis.
- Finalização de peça avulsa: prazo máximo de 06 (seis) horas.



1119
nel

- Finalização de campanha: 01 (um) dia útil.

Enfatizamos que a OCP Comunicação sempre se adequa às necessidades de seus clientes. Portanto, no caso de haver necessidade de revisão e mudança de quaisquer dos prazos mencionados acima, coloca-se inteiramente à disposição para novos acordos.

Informações sem ônus adicional:

A OCP Comunicação colocará regularmente à disposição do Ministério Público do Estado da Bahia, sem ônus adicionais na vigência do contrato, a discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia, conforme relacionados abaixo:

- Relatórios sobre Televisão e Rádio auferidos através do IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística – É o principal fornecedor de pesquisa do Brasil. A coleta de dados é feita através de entrevistas pessoais.
- Dados sobre circulação de Jornais e Revistas através do IVC – Instituto Verificador de Circulação – Esses dados são fornecidos por meio de informações juradas do Editor, posteriormente colocadas sob auditoria.
- Auditoria, Controle de Mídia em Rádio, Televisão, Outdoor e Mídia Alternativa – CM CONTROLE DE MÍDIA – Empresa especializada no setor.



CP-11
Contabilidade
Fis. 1120
mal

REPERTÓRIO



MP-BA

Coordenação de Licitação

Fls. 1.121

ref

Repertório:

Relação de peças publicitárias, criadas pela OCP Comunicação, produzidas e veiculadas sob a sua supervisão, listando todas as informações e materiais que as compõem:

Meio TV:

Peça 01: VT 30"

Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda

Cliente: Juizado da Infância e Juventude

Título: Não me abandone

Data de Produção: 01/2013

Período de veiculação: 02/2013

Veículos: TV Bahia

Problema: Reduzir a incidência de crianças perdidas e não identificadas durante o carnaval, trazendo artistas famosos para chamar a atenção da população para a seriedade do problema.

ref



ref

Peça 02: VT 30"
Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda
Cliente: Prefeitura Municipal de Salvador
Título: 40 anos dos Blocos Afro
Data de Produção: 02/2014
Período de veiculação: 02/2014
Veículos: TV Aratu

Problema: A partir dos recursos captados com patrocínios, assegurar que o poder público pudesse profissionalizar os serviços oferecidos durante o carnaval, a exemplo do que já ocorria na iniciativa privada.



Peça 03: VT 30"

Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda LTDA

Cliente: Shopping Itaigara

Título: Natal dos Sonhos

Data de Produção: 11/2014

Período de veiculação: 12/2014

Veículos: TV Record

Problema: Realizar uma campanha de Natal com produção, atrativa e que estimulasse as pessoas a fazerem suas compras de Natal no Shopping Itaigara, com uma verba para realização reduzida.



MP-BA

Coordenação de Licitação

Fis. 1.124

rel

Meio Rádio:

Peça 04: Spot 30"

Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda

Cliente: Juizado da Infância e Juventude

Título: Não me abandone

Data de Produção: 01/2013

Período de veiculação: 02/2013

Veículos: Rádio Metrópole e Rádio Bahia FM

Problema: Reduzir a incidência de crianças perdidas e não identificadas durante o carnaval, trazendo artistas famosos para chamar a atenção da população para a seriedade do problema.



MP-BA

Coordenação de Licitação

Fls. 125

rel

Peça 05: Spot 30"

Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda

Cliente: Prefeitura Municipal de Salvador

Título: 40 anos dos Blocos Afro

Data de Produção: 02/2014

Período de veiculação: 02/2014

Veículos: Rádio Transamérica

Problema: A partir dos recursos captados com patrocínios, assegurar que o poder público pudesse profissionalizar os serviços oferecidos durante o carnaval, a exemplo do que já ocorria na iniciativa privada.

9



MP-BA

Coordenação de Licitação

Fis. 1.126

ref

Peça 06: Spot 30"

Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda

Cliente: Shopping Itaigara

Título: Declaração de Amor

Data de Produção: 06/2016

Período de veiculação: 02 a 11/06/2016

Veículos: Rádio Globo FM e Metrópole FM

Problema: Realizar uma campanha promocional para o Dia dos Namorados, com produção, atrativa e que estimulasse as pessoas a irem fazer suas compras de dia dos namorados no Shopping Itaigara, despertando o seu interesse pela viagem dos sonhos de qualquer casal, com uma verba para realização reduzida.



VIP-BA
Coordenação de Licitação
Fis. 1.127
nd

Meio Out Of Home:

Peça 07: Outdoor 9 x 3m

Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda

Cliente: Juizado da Infância e Juventude

Título: Não me abandone

Data de Produção: 01/2013

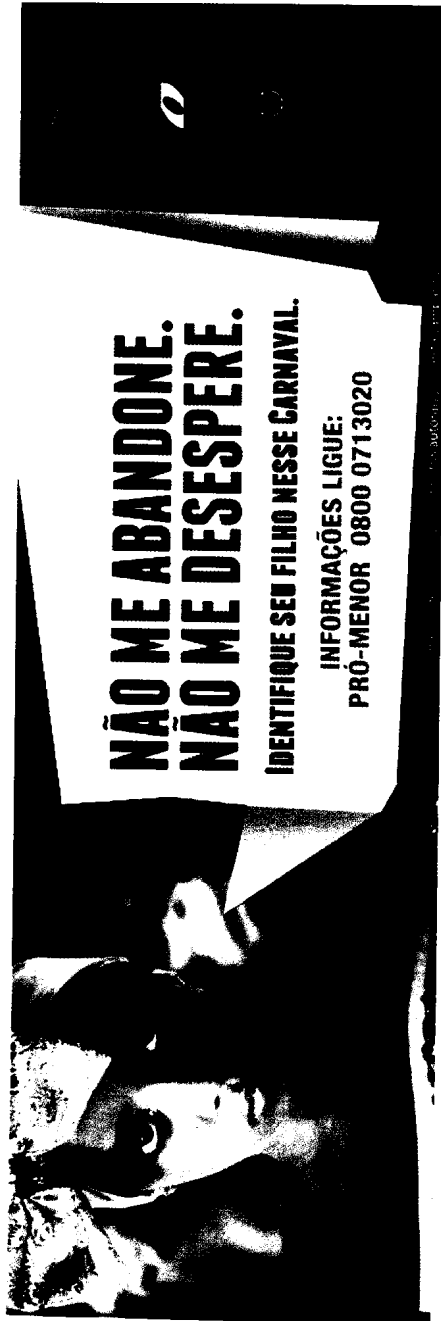
Período de veiculação: 30/01/2013 a 08/02/2013

Veículos: A Linhares

Problema: Reduzir a incidência de crianças perdidas e não identificadas durante o carnaval, trazendo artistas famosos para chamar a atenção da população para a seriedade do problema.



nel



47



MP-BA

Coordenação de Licitação

Fis. 1.129

rel

Peça 08: Empena 31,70 x 8,60m
Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda
Cliente: Cubo Show
Título: Cubo Show
Data de Produção: 09/2015
Período de veiculação: 09/2015
Local de Exposição: Fachada externa Shopping da Bahia
Problema: Divulgar um projeto completamente inusitado no mercado baiano, que atraísse um público expressivo e gerasse muita visibilidade para o projeto em si, o qual poderia ser acompanhado também pela internet, através de um hotsite.

9



MP-BA
Coordenação de Licitação
Fis. 1.130
nel



9



ml

Meio Jornal:

Peça 09: Anúncio de jornal ¼ de página

Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda

Cliente: Movela

Título: Brasil x ELA

Data de Produção: 05/2014

Período de veiculação: 05/2014

Veículos: Jornal A Tarde

Problema: Mobilizar a sociedade e atrair a atenção do poder público para a necessidade de se realizar mais investimentos no tratamento de pessoas com ELA – Esclerose Lateral Amiotrófica, uma doença rara e degenerativa.



ref

BRASIL X ELA

TOCOS CONTRA A ENFERMIDADE AMIOTRÓFICA

A Amiotrófica, é uma doença rara, de caráter degenerativo, que atinge, entre outras pessoas, Chegou a hora dos governos e da sociedade brasileira de se mobilizar para dar mais qualidade de vida e, o mais importante, esperança. Compareça ao jogo beneficente aqui em Salvador e acesse movel.org.br para mais informações.

Jogo beneficente com Romário e amigos. Estádio João Hora, 29 de maio, 20h. Ingressos R\$15, à venda no local.

Campanha Ajude Marina

Realização: Movel

Apoio: JORNAL DA CIDADE
O MAIS COMPLETO DE SALVADOR



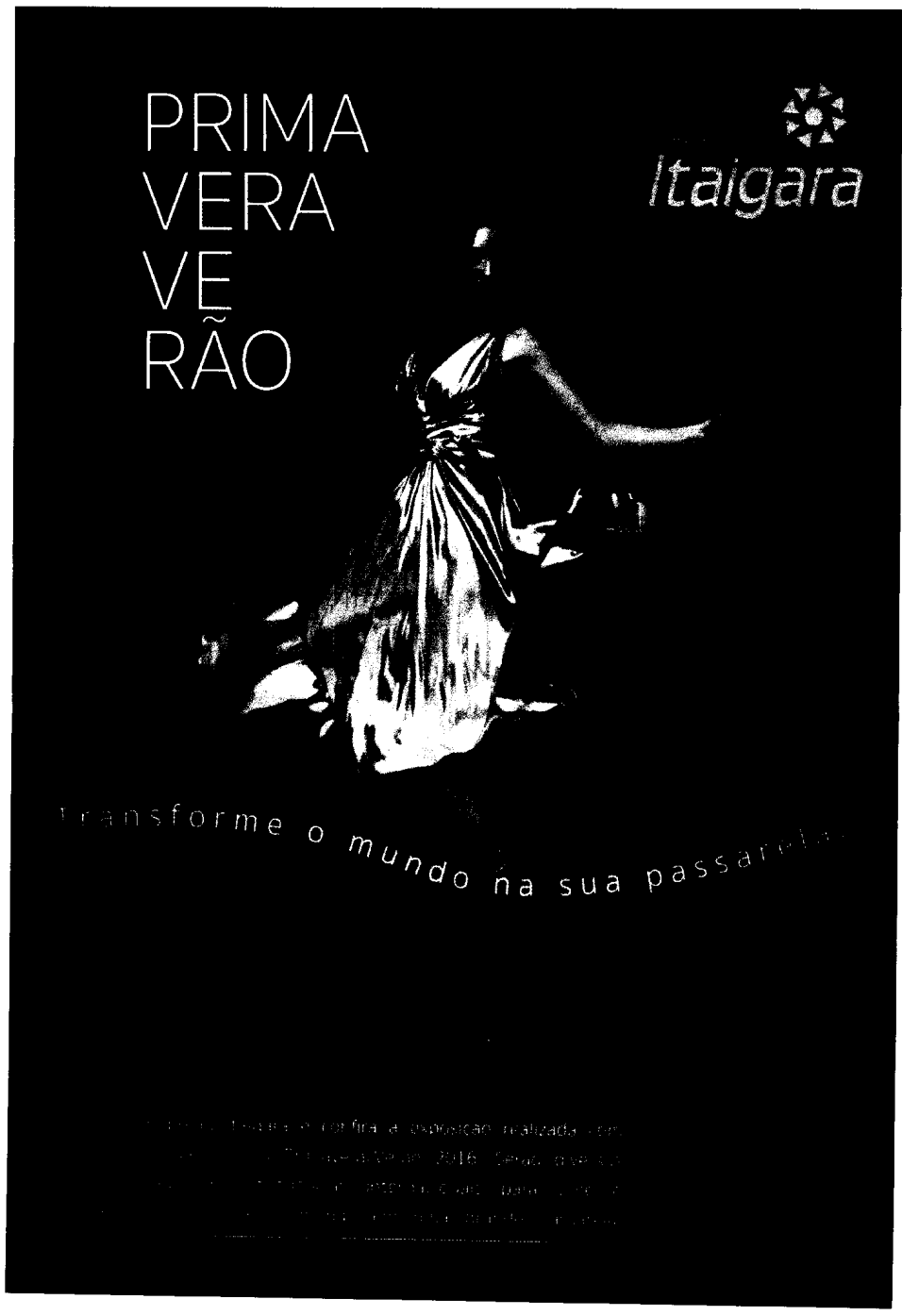
Coordenação de Licitação
Fls. 1.133
nd

Meio Revista:

Peça 10: Anúncio de Revista 22,5 x 31cm
Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda
Cliente: Shopping Itaipara
Título: Moda Itaipara
Data de Produção: 09/2015
Período de veiculação: 09/2015
Veículos: Revista Muito
Problema: Posicionar e chamar a atenção do público para a especialidade do Shopping que são roupas de festa.



MP-BA
Coordenação de Licitação
Fls. 1134
net



ILEGÍVEL



Coordenação de Licitação
Eis. 1.135
n21

Meio Internet:

Peça 11: Banner de Internet

Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda

Cliente: Prefeitura Municipal de Salvador

Título: 40 anos dos Blocos Afro

Data de Produção: 02/2014

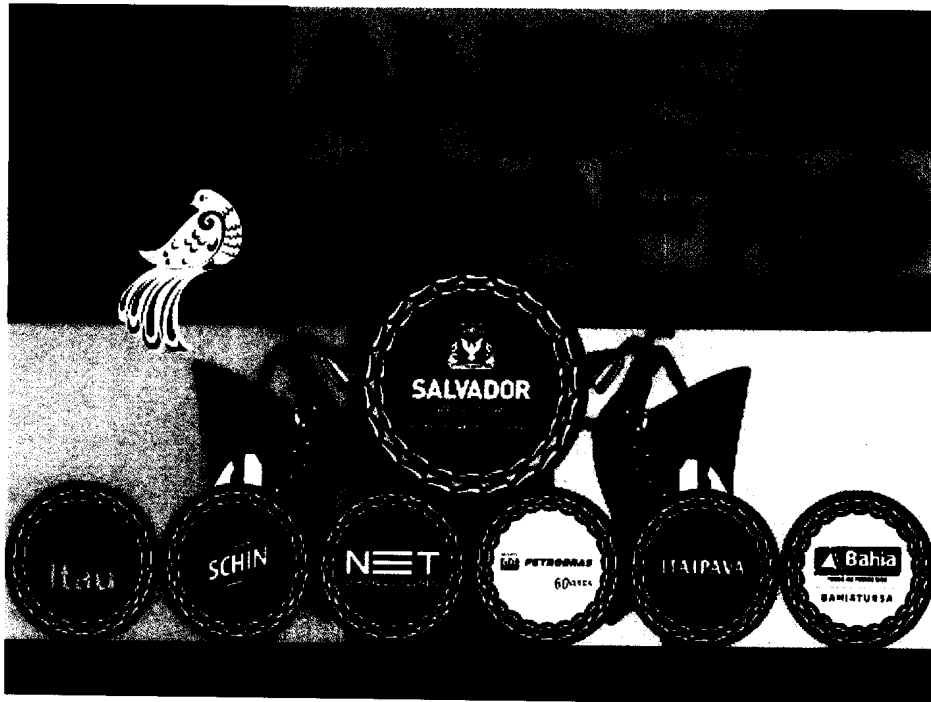
Período de veiculação: 02/2014

Veículos: Portal Terra

Problema: A partir dos recursos captados com patrocínios, assegurar que o poder público pudesse profissionalizar os serviços oferecidos durante o carnaval, a exemplo do que já ocorria na iniciativa privada.



rel





Coordenação de Licitação
Fls. 1.137
red

Peça 12: Vídeo 30" para internet
Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda LTDA
Cliente: Shopping Itaigara
Título: Institucional
Data de Produção: 11/2015
Período de veiculação: 12/2015
Veículos: Facebook do Shopping Itaigara
Problema: Realizar uma campanha Institucional em comemoração aos 35 anos do Shopping Itaigara de forma a resgatar a tradicionalidade e a proximidade do shopping com os seus clientes.



MP-BA

Coordenação de Licitação

Fis. 1 138

CASES



MP-BA
Coordenação de Licitação
Fls. 1.139
3º (TERCEIRO) OFÍCIO DE LICITAÇÃO - SALVADOR/BA
Ancredo Neves nº 1632, Ed. Salvador Trade Center Torre Sul
Tabelião: Bel. Vatter da Silva Reis
AUTENTICAÇÃO
Confere com a original a mim apresentado.
Salvador, 19 de Julho de 2016 (TAB)
Em test. da verdade.
TAIS AGUIAR CARVALHO BORGES - ESCRIVENTE
Emolumentos: R\$2,46 - TX Fiscalização: R\$1,34 - Total: R\$3,80

Case - Shopping Itaigara

Problema

Em 2014, o setor de shopping centers vivia um cenário atípico com a redução no crescimento de vendas e crescimento no número de novos empreendimentos. Esta expansão no setor trouxe consigo novos formatos e conceitos de ocupação, entre eles, os projetos de uso misto conhecidos como "mixed use", que associam sua construção a empreendimentos residenciais, empresariais ou a algum tipo diferenciado de serviço. A chegada deste formato mundial a Salvador criou um novo patamar de modernidade e glamour para o ramo de shopping centers. Desta forma, construções mais tradicionais e fisicamente impossibilitadas de acompanhar a tendência, acabaram sofrendo um desgaste da sua imagem.

Por ter sido construído em 1980, o Shopping Itaigara foi um dos estabelecimentos que sofreu as consequências desta mudança.

O fator novidade influenciou o público a migrar para os novos shoppings, resultando em uma diminuição na participação de mercado. Fato agravado pela falta de equipamentos de lazer no Shopping Itaigara, que atraem crianças e, consecutivamente, seus pais. Fatores que contribuíram em conjunto para uma queda significativa nas vendas. Então, como fazer frente a empreendimentos novos com uma grande limitação de espaço e verba?

Solução

Para uma análise profunda do cenário, foi realizada uma pesquisa que coletou dados de extrema importância para o direcionamento da comunicação e resolução do problema observado. Nesta pesquisa ficou constatado que 41,5% dos clientes escolhem o Shopping Itaigara por estar perto de casa e 23,6% por ser perto do local de trabalho. Além da ótima localização, os clientes apontaram o atendimento atencioso, ambiente agradável, facilidade de circulação interna e preço competitivo como pontos positivos. Ou seja, enquanto novos empreendimentos se destacam pela grandeza e projeto inovador, o Shopping Itaigara conquista clientes fiéis, que buscam um tratamento mais próximo e valorizam os pequenos detalhes. Baseada na análise destes dados, a agência propôs uma reformulação na imagem e na forma do Shopping Itaigara se relacionar com o seu público. A transformação começou na sua marca, que foi atualizada ganhando traços mais modernos e elegantes. O slogan do shopping acompanhou esta mudança, tendo como ponto de partida a percepção da proximidade como item de extrema relevância para o público. Contudo, esta relação foi traduzida de uma forma emotiva, trazendo consigo várias características psicológicas como a dedicação, atenção e disposição em fazer sempre o melhor pelos clientes.

Assim nasceu o conceito "Shopping Itaigara. Sempre com você". Frase que estreita laços com o público, com foco na fidelização de novos clientes e valorização do relacionamento com a vizinhança. As campanhas refletem isso nos layouts que



valorizam as relações interpessoais, mostrando o Shopping Itaipara como um ambiente acolhedor, um "shopping família". A estratégia continua com a realização de eventos para o público infantil como parques infantis, teatrinho de bonecos e o show da Peppa Pig, que lotou a Praça de Eventos.
O resultado foi o acréscimo no movimento e nas vendas do shopping, que fixou uma imagem de referência no bairro do Itaipara como centro de conveniência, com muito conforto e segurança para toda a família.

Representado por:

[Handwritten Signature]
Nome:
Cargo:
Shopping Itaipara **Condomínio Shopping Itaipara**
André Podhorodeski
Superintendente

3º OF S
3º (TERCEIRO) OFÍCIO DE NOTAS, SALVADOR/BA
Ancredo Neves nº 1632, Ed. Salvador Trade Center Torre Sul
Tabelião: Bel. Valter da Silva Reis
AUTENTICAÇÃO
Confere com a original a mim apresentado.
Salvador, 19 de Julho de 2016 (TAB)
Em testemunha da verdade.
TAIS AGUIAR CARVALHO BORGES - ESCRIVENTE
Emolumentos: R\$2,46 - Tx.Fiscalização: R\$1,34 - Total: R\$3 80



MP-BA

Coordenação de Gestão

Fls. 1-141

ref

Case - Shopping Itaigara

Peça 01: Vinheta 10"

Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda

Cliente: Shopping Itaigara

Título: Dia de Estrela Shopping Itaigara

Data de Produção: 03/2015

Período de veiculação: 03/2015

Veículos: Elemídia

Problema: Criar uma campanha em homenagem ao Dia Internacional da Mulher com verba reduzida, de uma forma a realizar uma ação dentro do próprio shopping que pudesse interagir diretamente com o público feminino do local e repercutisse nas redes sociais.

U

rel



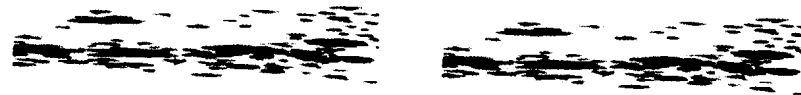
**DIA DE ESTRELA
SHOPPING ITAIGARA**



**Dias 06 e 07/03,
passe no nosso miniestúdio
no térreo e participe.**



Depois é só compartilhar
com **#DiaDoEstrela**
e conferir o resultado
na nossa fanpage.





mf

Peça 02: Spot 30"
Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda
Cliente: Shopping Itaipara
Título: Sua Mãe Merece Mais
Data de Produção: 04/2015
Período de veiculação: 04/2015 e 05/2015
Veículos: Rádio A TARDE FM
Problema: Realizar uma campanha promocional para o Dia das Mães, atrativa e de apelo emocional, que estimulasse os clientes a comprarem nas lojas do shopping durante o período da promoção.



MP-BA
Coordenação de Licitação
Fls. 1.144

Peça 03: Panfleto 15 x 21cm
Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda
Cliente: Shopping Itaipara
Título: Férias

Data de Produção: 06/2016
Período de distribuição: 07/2016

Problema: Realizar uma campanha atrativa, que chamasse a atenção do público infanto-juvenil da região do Shopping Itaipara para curtirem o período das suas férias no parquinho montado dentro do shopping, o que possibilitaria que os pais pudessem realizar suas compras com mais tranquilidade e segurança.



MP-EA
Coordenação
Fls. 3345
nel

JÁ PENSOU nas férias
com MARQUINHO, LEAURE

Peças de teatro, com tatos infantis, pintura no rosto e escultura de balões, todos os sábados de julho. Não perca.

Peças teatrais:
Dia 02/07: **A Casa Encantada** - Dia 09/07: **Atrações da Disney**
Dia 16/07: **Mágia Congelante** - Dia 23/07: **Galinha Pintadinha + Peppa + Dora + Ben 10**
Dia 30/07: **Elenco De Vem Brincar: Gabiaca, Woody, Jessie, Emília E Daert**

SHOPPING **taigara**
SEMPRE COM VOCE

shoppingtaigaraoficial @shoppingtaigara.com.br



LEGÍVEL



MP-BA

Coordenação de Licitação

Fis. 1.146

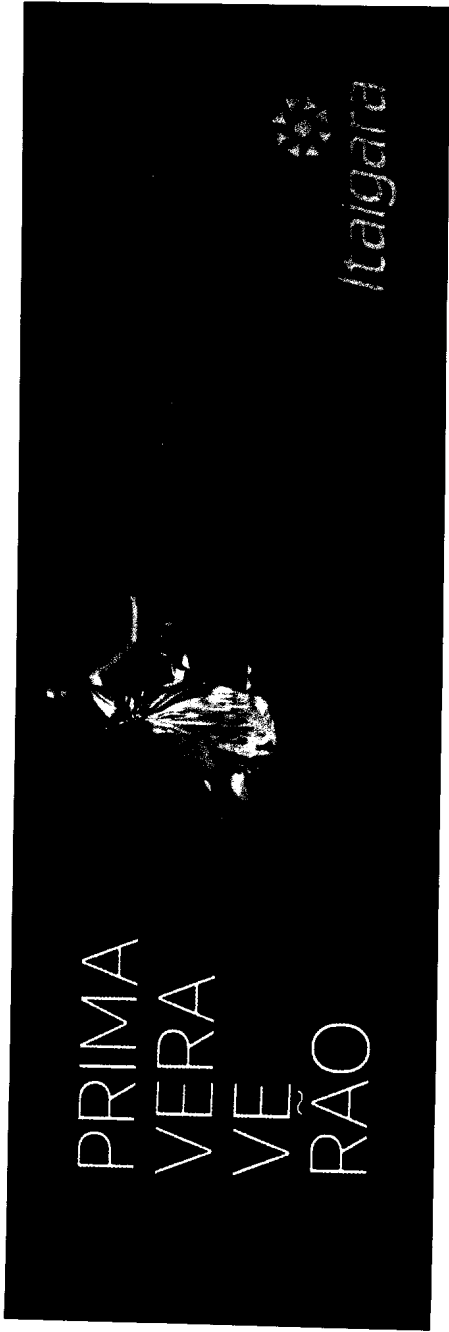
mp

Peça 04: Outdoor 9x3m
Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda
Cliente: Shopping Itaipara
Título: Primavera|Verão 2016
Data de Produção: 09/2015
Período de veiculação: 09/2015
Veículos: Impacto Outdoor
Problema: Posicionar e chamar a atenção do público para a especialidade do Shopping Itaipara que são roupas de festa.

g



Coordenação de Licitação:
Fls. 1.147
ref



ILESCOM



ref

Peça 05: Vídeo 30"

Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda LTDA

Cliente: Shopping Itaipara

Título: Institucional

Data de Produção: 11/2015

Período de veiculação: 12/2015

Veículos: Facebook do Shopping Itaipara

Problema: Realizar uma campanha Institucional em comemoração aos 35 anos do Shopping Itaipara de forma a resgatar a tradicionalidade e a proximidade do shopping com os seus clientes.

**CASE – CARNAVAL DE SALVADOR 2014**

PROBLEMA: O Carnaval de Salvador, apesar de ser considerado a maior festa de rua do planeta, foi durante décadas, viabilizado economicamente quase que exclusivamente pelos poderes públicos municipal e estadual. A participação da iniciativa privada praticamente limitava-se a exploração comercial do evento posto que os montantes captados sob forma de patrocínio eram irrisórios frente aos custos de um evento que todos os anos levam milhões de pessoas às ruas. Para se ter uma ideia, em 2007 a captação foi de aproximadamente 2,9 milhões de reais.

Mas uma grande reviravolta se deu a partir de 2008. Com a OCP Comunicação integrando o consórcio de empresas responsável pela prospecção de anunciantes interessados na exibição de publicidade/merchandising em espaços e equipamentos públicos do município de Salvador, o montante captado saltou para mais de 8 milhões de reais. Um incremento de 240%. No ano seguinte, 2009, não obstante a crise internacional do “subprime”, o crédito imobiliário americano, o valor captado foi de consideráveis 7,5 milhões de reais. Nos anos subsequentes, os montantes aumentaram ainda mais. Em 2010, cerca de 14 milhões de reais foi captado. E em 2011, o valor foi de aproximadamente 15,5 milhões de reais.

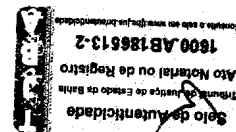
O problema é que, apesar dos esforços para elaborar ações diferenciadas para os anunciantes/patrocinadores, o formato de publicidade/merchandising parecia tão consolidado quanto esgotado. Como então alavancar mais recursos junto à iniciativa privada?

SOLUÇÃO: Em 2014, o formato de exibição de publicidade/merchandising do Carnaval de Salvador deu mais uma guinada com a implantação das Zonas de Restrições Comerciais. Deste modo, criou-se um mecanismo para salvaguardar o retorno dos patrocinadores exclusivos da festa. A estratégia se mostrou tão atraente que as cotas de participação das cervejarias saltou dos 5 milhões de reais, em 2013, para 10 milhões de reais. Assim, foi captado 20 milhões de reais somente com a participação da marca Itaipava, que ocupou a Zona de Restrição dentro do Circuito Dodô, e da marca Schin que ocupou as Zonas de Restrição dentro do Circuito Osmar e de bairros. Para assegurar a eficiência das Zonas de Restrições Comerciais, foi montado uma imensa operação de fiscalização e controle por parte da Prefeitura. Barreiras e pórticos foram instalados delimitando as Zonas de Restrições e 2.200 homens trabalharam diuturnamente.

A estratégia foi um sucesso, conforme declarou os representantes das cervejarias Schin e Itaipava. Agora, o Carnaval de Salvador pode oferecer uma experiência completa de “branded entertainment” entre consumidores/produtos, sem dispersões e com interação exclusiva.

Empresa Salvador Turismo

Eliana Dumet – Diretora de Eventos





Coordenação de Licitação
Fls. 1.150

nel

Case - Carnaval de Salvador

Peça 01: VT 30"

Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda

Cliente: Prefeitura Municipal de Salvador

Título: 40 anos dos Blocos Afro

Data de Produção: 02/2014

Período de veiculação: 02/12014

Veículos: TV Aratu

Problema: A partir dos recursos captados com patrocínios, assegurar que o poder público pudesse profissionalizar os serviços oferecidos durante o carnaval, a exemplo do que já ocorria na iniciativa privada.



Peça 02: Spot 30"

Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda

Cliente: Prefeitura Municipal de Salvador

Título: 40 anos dos Blocos Afro

Data de Produção: 02/2014

Período de veiculação: 02/2014

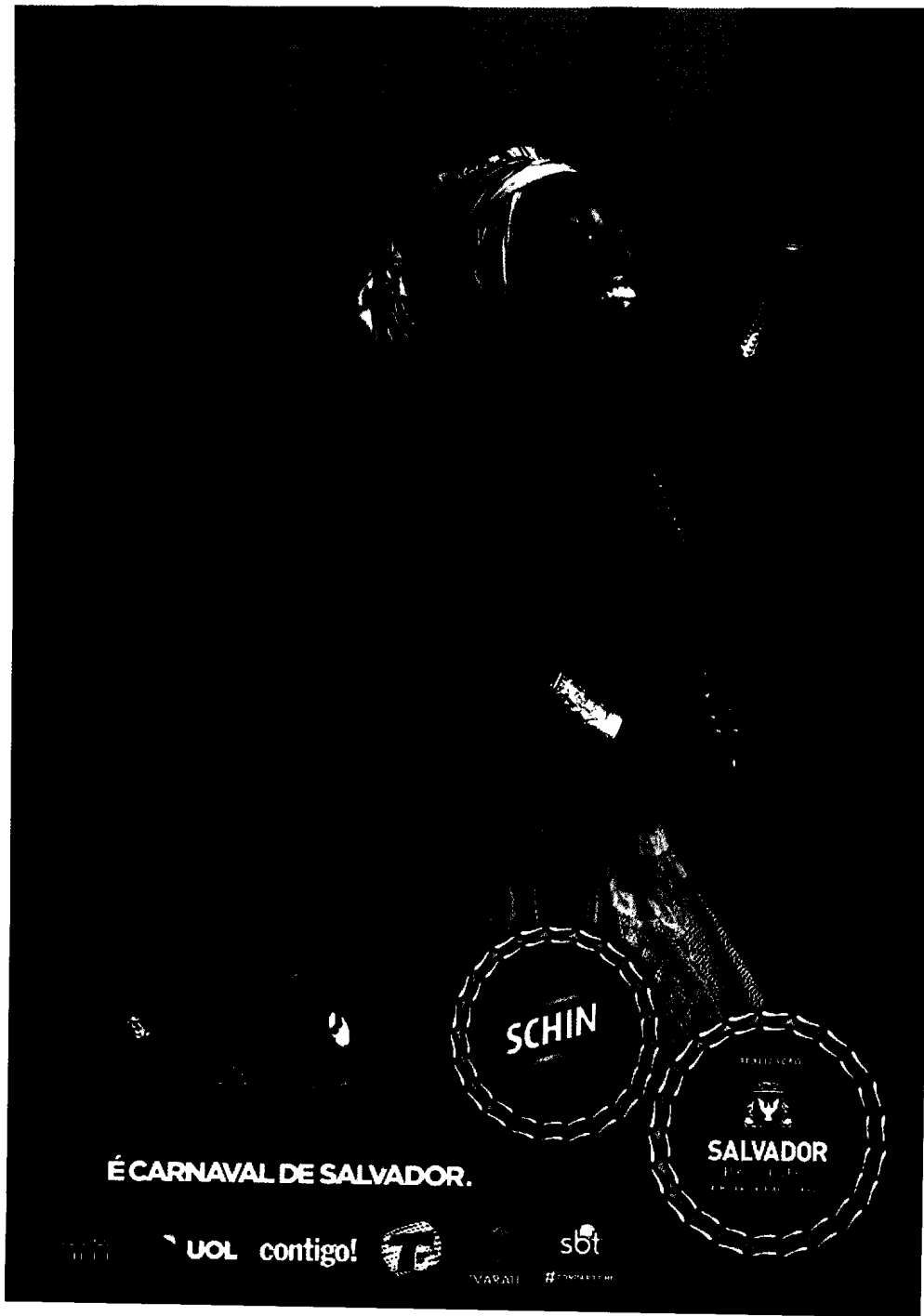
Veículos: Rádio Globo FM

Problema: A partir dos recursos captados com patrocínios, assegurar que o poder público pudesse profissionalizar os serviços oferecidos durante o carnaval, a exemplo do que já ocorria na iniciativa privada.



Coordenação de Licitação
Fls. 1.152
mal

Peça 03: Anúncio de revista 22,5 x 31cm
Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda
Cliente: Prefeitura Municipal de Salvador
Título: 40 anos dos Blocos Afro
Data de Produção: 02/2014
Período de veiculação: 02/2014
Veículos: Revista Contigo!
Problema: A partir dos recursos captados com patrocínios, assegurar que o poder público pudesse profissionalizar os serviços oferecidos durante o carnaval, a exemplo do que já ocorria na iniciativa privada.





Coordenação de Licitação
Fls. 1.154
ref

Peça 04: Painel de Entrada na Cidade (Aeroporto) 840 x 990cm

Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda

Cliente: Prefeitura Municipal de Salvador

Título: 40 anos dos Blocos Afro

Data de Produção: 02/2014

Período de veiculação: 02/2014

Problema: A partir dos recursos captados com patrocínios, assegurar que o poder público pudesse profissionalizar os serviços oferecidos durante o carnaval, a exemplo do que já ocorria na iniciativa privada.



net





MP-BA
Coordenação de Licitação
Fls. 1156

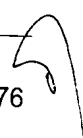
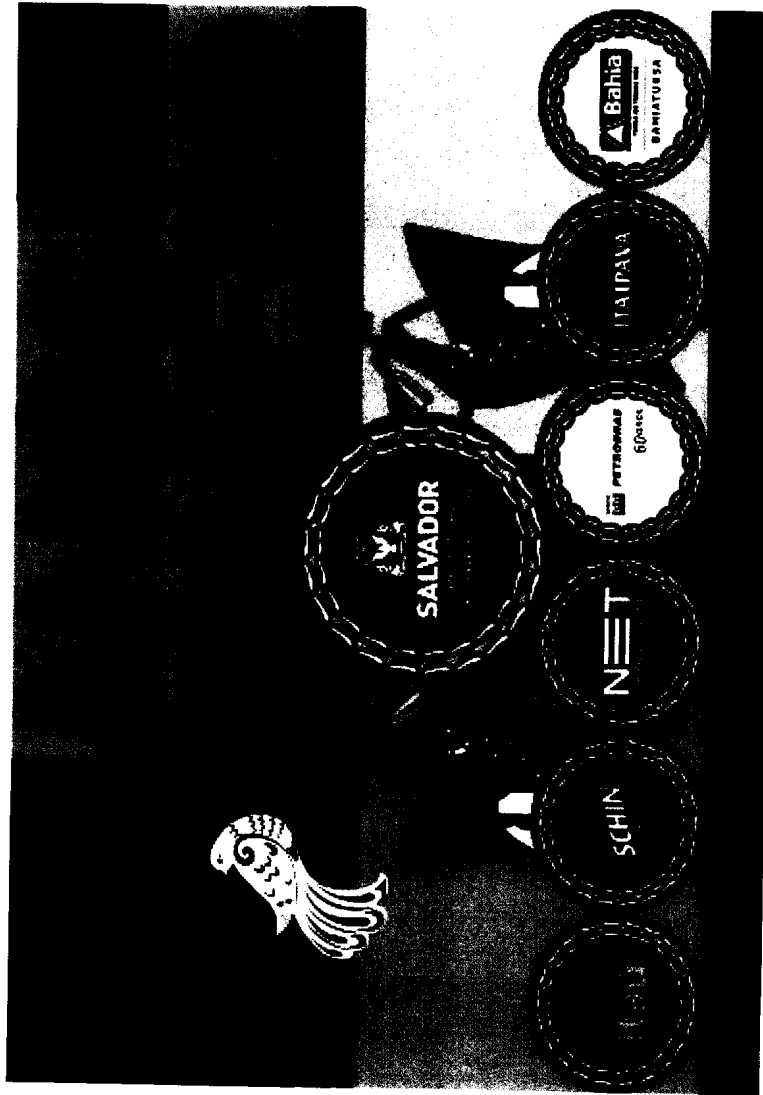
mal

Peça 05: Banner de Internet
Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda
Cliente: Prefeitura Municipal de Salvador
Título: 40 anos dos Blocos Afro
Data de Produção: 02/2014
Período de veiculação: 02/2014
Veículos: Portal Terra

Problema: A partir dos recursos captados com patrocínios, assegurar que o poder público pudesse profissionalizar os serviços oferecidos durante o carnaval, a exemplo do que já ocorria na iniciativa privada.



rel





Coordenação de Litografia
Fls. 1158
nel

Case Juizado da Infância e Juventude do Estado da Bahia

Problema

Mais de dois milhões de pessoas se divertindo em ruas, praças e avenidas. Assim é o Carnaval de Salvador. Mas por trás de toda essa alegria, se esconde uma imensa tristeza: milhares de crianças perdidas.

Todos os anos, o Juizado da Infância e Juventude do Estado da Bahia empenha-se em acolher e proteger as crianças que se perdem dos pais ou responsáveis durante a festa momesca. Para tanto, o Juizado implanta postos ao longo dos principais circuitos da folia. No entanto, era preciso ir além, desdobrar essa iniciativa mobilizando também a sociedade.

Mais do que acolher os menores, o Juizado precisava estimular atitudes preventivas e conscientizar pais e responsáveis da necessidade de não levar crianças sem identificação para uma festa com um volume tão grande de pessoas. Era preciso sensibilizar a opinião pública a respeito deste problema que somente instituições como o Juizado da Infância e Juventude conheciam a gravidade. Também era necessário informar a população em geral como agir ao encontrar uma criança perdida no meio da multidão de foliões, bem como comunicar as ações do Juizado, explicando detalhadamente como funciona a estrutura montada por este para acolher as crianças.

Outro fator importante a ser equacionado era a limitação de verba. Sendo o Juizado uma instituição integrante do Tribunal de Justiça do Estado da Bahia, não existem, do ponto de vista orçamentário, recursos alocados para fins publicitários. Assim, havia certamente a necessidade de comunicar as ações do Juizado, havia principalmente a necessidade de conscientizar a população em geral, e pais ou responsáveis por menores em particular, da importância de identificar as crianças durante as festas de Carnaval, mas faltavam meios para fazê-los.

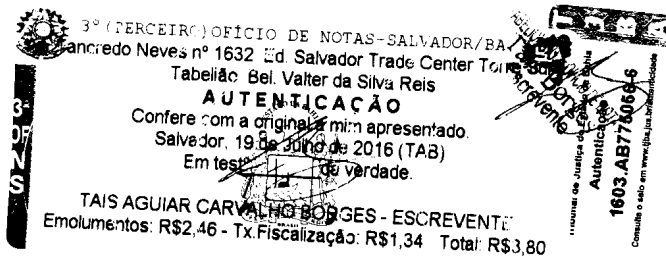
A iniciativa do Juizado da Infância e Juventude do Estado da Bahia estava, assim como as próprias crianças as quais socorrem, precisando também ser acolhida.

Solução

Consciente de sua responsabilidade social enquanto empresa especializada em marketing, a agência OCP acolheu a iniciativa do Juizado da Infância e Juventude.

Nas últimas edições do Carnaval de Salvador, de forma voluntariosa, a OCP mobilizou profissionais dentro e fora da agência, fornecedores, incluindo produtoras de vídeo e áudio, gráficas e estúdios de fotografia, e veículos de comunicação como emissoras de televisão, rádios e jornais.

O primeiro desafio era estabelecer uma linha de comunicação que pusesse abarcar um público extremamente heterogêneo. Qualquer campanha publicitária desenvolvida teria como público-alvo primário todos os pais e responsáveis por menores que fossem brincar o Carnaval nos circuitos e praças da folia, independente de classe social, idade



77

ou escolaridade, e como público-alvo secundário todos os demais foliões. Vale lembrar que o público estimado durante os cinco dias oficiais da festa é de cerca de dois milhões de pessoas. R\$ 1.159

Deste modo, a agência entendeu que a estratégia mais eficiente seria criar uma identificação da mensagem com o público-alvo. Era preciso que o público se reconhecesse naquela campanha, que percebesse a mensagem como algo de seu total interesse.

Ninguém seria mais adequado para esta finalidade que os maiores ídolos do público: os artistas da música baiana. Afinal, eles são a principal atração da festa. É em torno deles que orbitam milhões de foliões.

Assim, a agência mobilizou as maiores estrelas da *Axé Music*. Nomes como Armandinho, Ninha, Ivete Sangalo, Bel Marques e Daniela Mercury passaram a protagonizar as campanhas desenvolvidas pela OCP. Sem cobrar nenhum cachê ou contrapartida, eram eles que explicavam à população a gravidade do problema recorrente durante o Carnaval, a importância de identificar as crianças como a forma mais eficiente de prevenção e a mecânica criada pelo Juizado da Infância e Juventude que consistia em distribuir gratuitamente pulseiras de identificação autocolantes em diversos pontos da cidade, incluindo os postos do Juizado ao longo dos circuitos.

Para viabilizar a confecção das milhares de pulseirinhas distribuídas todos os anos, a OCP captou ainda recursos junto à empresas como Itaú, Insinuante e Ponto Frio.

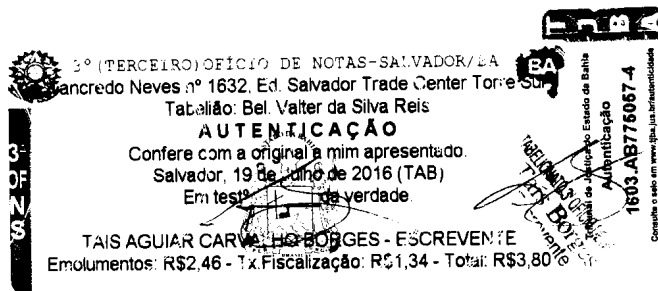
O resultado palpável de todo esse esforço é a significativa redução de crianças perdidas durante os Carnavais. Mas o resultado imaterial é ainda mais significativo: milhares de dramas familiares evitados todos os anos.

Referendado por:

Emílio Salomão Pinto Reseda

Juiz titular da 1ª Vara da Infância e da Juventude

Juizado da Infância e Juventude da Comarca de Salvador - Estado da Bahia





UNP-BA
Coordenação de Litígio
Fls. 1.160

rel

Case – Juizado da Infância e Juventude do Estado da Bahia

Peça 01: VT 30"

Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda

Cliente: Juizado da Infância e Juventude

Título: Não me abandone

Data de Produção: 01/2013

Período de veiculação: 01/2013

Veículos: TV Bahia

Problema: Reduzir a incidência de crianças perdidas e não identificadas durante o carnaval, trazendo artistas famosos para chamar a atenção da população para a seriedade do problema.



ndf

Peça 02: Spot 30"
Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda
Cliente: Juizado da Infância e Juventude
Título: Não me abandone
Data de Produção: 01/2013
Período de veiculação: 01/2013
Veículos: Rádio Metrópole FM
Problema: Reduzir a incidência de crianças perdidas e não identificadas durante o carnaval, trazendo artistas famosos para chamar a atenção da população para a seriedade do problema.

nel

Peça 03: Outdoor 9 x 3m
Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda
Cliente: Juizado da Infância e Juventude
Título: Não me abandone
Data de Produção: 01/2013
Período de veiculação: 01/2013
Veículos: A Linhares
Problema: Reduzir a incidência de crianças perdidas e não identificadas durante o carnaval, trazendo artistas famosos para chamar a atenção da população para a seriedade do problema.

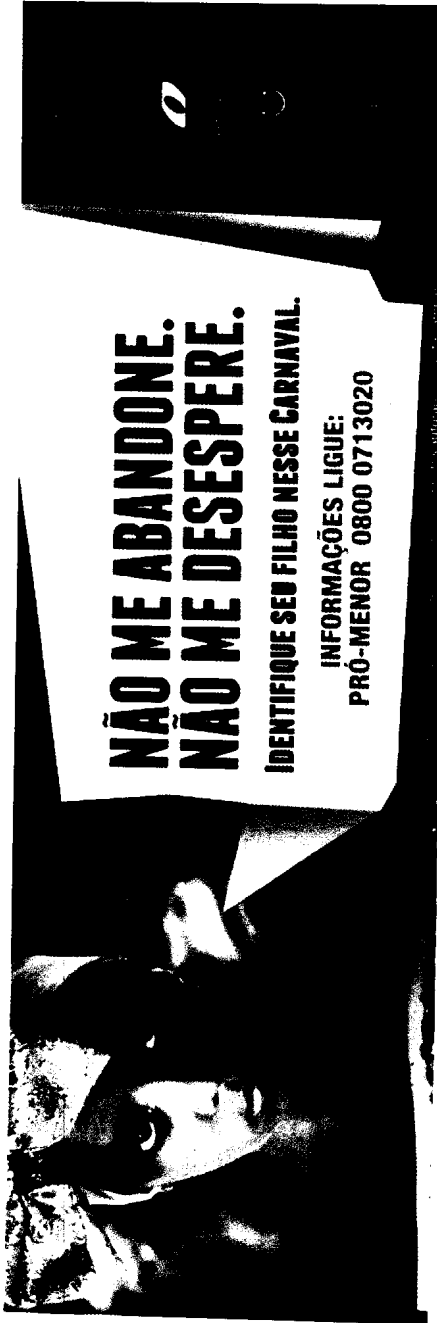
9



Coordenação de Licitação

Fis. 1.163

ref



[Handwritten mark]



MP-BA

Coordenação de Licitação

Fls. 1.164

nd

Peça 04: Anúncio de jornal 14,7 x 19cm
Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda
Cliente: Juizado da Infância e Juventude
Título: Não me abandone
Data de Produção: 01/2013
Período de veiculação: 01/2013
Veículos: Correio
Problema: Reduzir a incidência de crianças perdidas e não identificadas durante o carnaval, trazendo artistas famosos para chamar a atenção da população para a seriedade do problema.



NÃO ME ABANDONE. NÃO ME DESESPERE.

QUANDO UMA CRIANÇA SE PERDE,
O CARNAVAL PERDE A ALEGRIA.
IDENTIFIQUE SEU FILHO NESSE CARNAVAL.

Este é um projeto social desenvolvido em parceria com o Conselho Municipal de Defesa da Criança e do Adolescente (CMDCA) e o Conselho Municipal de Educação (CME) de Salvador, com o objetivo de identificar e localizar crianças desaparecidas durante o Carnaval. O projeto é realizado em parceria com o Correio e o Magazine Luiza.

APOIO:

Correio
magazineluiza

REALIZAÇÃO:



ILEGÍVEL



PIP-BA
Coordenação de Licitação

Fis. 1.166

ml

Peça 05: Cartaz A3

Agência: OCP - Organização em Comunicação e Propaganda

Cliente: Juizado da Infância e Juventude

Título: Não me abandone

Data de Produção: 01/2013

Período de veiculação: 01/2013

Problema: Reduzir a incidência de crianças perdidas e não identificadas durante o carnaval, trazendo artistas famosos para chamar a atenção da população para a seriedade do problema.



**NÃO ME ABANDONE.
NÃO ME DESESPERE.**

**QUANDO UMA CRIANÇA SE PERDE,
O CARNAVAL PERDE A ALEGRIA.
IDENTIFIQUE SEU FILHO NESSE CARNAVAL.**

O autor Luciano Gomes cedeu sem ônus os direitos autorais.

Nesse Carnaval, passe em um dos postos de Vêni de Infância e Juventude ou em lojas Magazine Luiza, pegue uma pulseirinha de identificação e coleque em seu filho ou no mestre do qual você é responsável. E se você encontrar uma criança perdida, leve até um dos postos espalhados pelos circuitos. Porque basta uma criança se perder para o Carnaval perder toda a magia.

LIGUE PRÓ-MENOR 0800 0713020

APOIO:



REALIZAÇÃO:



Nadja Reis Santos de Menezes
Nadja Reis Santos de Menezes
Sócia-Diretora da OCP Comunicação