

E3



INVÓLUCRO Nº 03

PROPOSTA TÉCNICA:
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

E3 COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA
CNPJ: 04.956.954/0001-23

GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO
CONCORRÊNCIA Nº 01/2021



CASE 01: CAMPANHA DE TRÂNSITO – 2018
CLIENTE: PREFEITURA DE BARUERI

CENÁRIO:

Diante do crescimento da frota e da população da cidade, Barueri enfrentou um grande desafio no trânsito. A cidade, reconhecida pela grande capacidade de gerar e atrair investimentos, abriga, além de seu povo, uma população flutuante atraída pela diversidade de seu parque industrial e ampla gama de serviços.

Segundo dados do DENATRAN, a frota de Barueri cresceu 97,3% entre 2007 e 2017. O IBGE apontava em 2016 uma frota de mais de 165 mil veículos na cidade. Segundo dados da Prefeitura via Infoseg do Governo do Estado, os maiores fatores de risco para acidentes fatais no trânsito são: consumo de álcool, alta velocidade, desrespeito à sinalização e o uso do celular. O desafio foi o de promover a educação no trânsito para reduzir acidentes e integrar a população ao desenvolvimento crescente de forma organizada e segura.

AÇÕES PROPOSTAS:

Com o desafio de comunicar para uma cidade que pulsa em uma velocidade alta, propusemos três grandes campanhas, começando em maio, “surfando” no grande incremento de comunicação em âmbito nacional do Maio Amarelo, e indo até setembro, quando acontece a Semana Nacional do Trânsito.

Momento 1: Campanha Maio Amarelo – Trânsito Seguro

Criamos uma ação coordenada entre o poder público e a sociedade civil, contemplando as mídias jornal e internet (portais locais) e utilizando meios próprios de comunicação da Prefeitura. Com o apoio de secretarias da cidade, ações envolvendo diversos alunos de escolas do município foram realizadas para fortalecer a futura formação de condutores, bem como foi criada a Multa Moral, de cunho educativo, sem pontuação na CNH.

Criamos o personagem Zebra (ilustração e produção de fantasia) para atuar nos principais pontos de circulação, sempre acompanhado de materiais promocionais da campanha e agentes de trânsito para conscientizar a população de uma forma criativa e diferenciada.

Momento 2: Campanha Uso do Celular ao Volante

Com a crescente utilização do celular, a preocupação com o desvio da atenção no trânsito é grande. Criamos uma campanha impactante, demonstrando que um simples gesto pode tirar a vida de uma pessoa, através de jornal e internet (portais locais e regionais), além de folders, cartazes e a rede própria da Prefeitura, com pontos de ônibus, painéis, faixas de rua, site e redes sociais.

Momento 3: Campanha Semana Nacional Trânsito – “Nós Somos o Trânsito”

Para fechar a estratégia e aproveitar as ações interativas da Semana Nacional do Trânsito em Barueri, criamos uma campanha com o tema proposto pelo Conselho Nacional de Trânsito (Contran): “Nós Somos o Trânsito”.

Utilizamos jornal, internet (portais locais e regionais) e meios próprios (painéis, pontos de ônibus e redes sociais da prefeitura) e foram realizados:

- Blitz Educativa: abordando condutores em vias públicas com impressos educativos.
- Blitz ITB: em parceria com o Instituto Técnico de Barueri (ITB-Fieb), alunos do 3º ano do Ensino Médio, agentes de trânsito e professores abordaram veículos.

- Túnel do Trânsito: em local central da cidade, pedestres deram testemunhos sobre envolvimento em acidentes de trânsito e suas consequências.
- Simulação de acidente: em parceria com o Conselho Comunitário de Segurança Alphaville-Tamboré (Conseg), CCR ViaOeste e 18º Grupamento de Bombeiros de Barueri, o Demutran realizou nos principais semáforos e cruzamentos da cidade uma simulação de atropelamento e resgate.

RESULTADOS:

As ações integradas da estratégia proposta para a campanha, com destaque para o diferencial criativo, garantiram importantes resultados:

- Somadas, as campanhas tiveram mais de 220 mil visualizações no período em Facebook, Instagram e Twitter.
- A página do Facebook da Prefeitura possuía 60.000 seguidores em janeiro; em maio, 88.000; e, em setembro, mais de 100.000.
- A página do Instagram da Prefeitura contava com 8.000 seguidores em junho de 2018 e alcançou 13.000 em setembro.
- Criação de ambiente propício para o envolvimento e aprovação de comerciantes locais (grande poder de influência) e também estudantes da rede municipal (futuras gerações com impacto junto às famílias que interagem com as ações).
- De acordo com estatísticas do Movimento Paulista de Segurança no Trânsito (entidade ligada ao Governo de São Paulo), de maio a outubro de 2018, em comparação com o mesmo período do ano anterior, Barueri reduziu em 31,5% o número de vítimas fatais em ocorrências de trânsito (foram 19 óbitos em 2017, contra 13 em 2018). Já de acordo com dados estatísticos da SSP-SP (Secretaria da Segurança Pública do Estado de São Paulo), o número de lesões corporais por acidentes de trânsito em Barueri diminuiu 9,7% em um ano, considerando o mesmo período (maio a outubro) – foram 484 em 2017 contra 437 em 2018.

Nome empresarial: Município de Barueri

REFERENDO: Declaro para os devidos fins que o relato de solução aqui descrito pela empresa E3 Comunicação Integrada é verdadeiro e atendeu a todas as necessidades, solucionando os desafios propostos.

Barueri, 17 de março de 2021



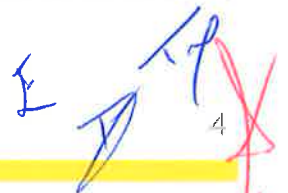
Tazio Gomiero
CPF: 262.148.218-09
Secretário Municipal de Comunicação
da Prefeitura Municipal de Barueri



Fernando Gasparini
Sócio-proprietário e responsável pela
elaboração do relato



PEÇA / TÍTULO	MEIO	FORMATO	DADOS TÉCNICOS
Banner – Maio Amarelo Problema que a peça se propôs a resolver: Educar a população de Barueri e visitantes sobre a importância de colaborar para um trânsito seguro.	Não Mídia	0,9 x 1,2 m	PRODUÇÃO: 05/2018 VEICULAÇÃO: 05/2018 a 07/2018 VEÍCULO/ESPAÇO: Exposição em locais de grande circulação.
Cartaz – Uso do Celular ao Volante Problema que a peça se propôs a resolver: Alertar a população e visitantes sobre riscos de usar celular ao volante.	Não Mídia	A3	PRODUÇÃO: 08/2018 VEICULAÇÃO: 08/2018 a 09/2018 VEÍCULO/ESPAÇO: Fixação em locais de grande circulação.
Banner – Nós Somos o Trânsito Problema que a peça se propôs a resolver: Chamar a atenção de veículos, pedestres, ciclistas, etc. ao papel que todos devem exercer para tornar o trânsito mais seguro.	Não Mídia	1 x 1,15 m	PRODUÇÃO: 09/2018 VEICULAÇÃO: 09/2018 VEÍCULO/ESPAÇO: Fixação em locais de grande circulação.
Faixa – Maio Amarelo Problema que a peça se propôs a resolver: Chamar a atenção da população e visitantes quanto à necessidade de colaborar para um trânsito seguro.	Não Mídia	5,2 x 1,2 m	PRODUÇÃO: 07/2018 VEICULAÇÃO: 07/2018 a 08/2018 VEÍCULO/ESPAÇO: Fixação em locais de grande circulação.
Filipeta frente e verso – Uso do Celular ao Volante Problema que a peça se propôs a resolver: Posicionar os membros da sociedade como importantes integrantes do trânsito, alertando sobre seus papéis para torná-lo mais seguro.	Impresso	21 x 15 cm	PRODUÇÃO: 09/2018 VEICULAÇÃO: 09/2018 VEÍCULO/ESPAÇO: Entrega para motoristas, ciclistas e pedestres.



PEÇA 1 – BANNER – MAIO AMARELO



UNIVERSAL
SEGURANÇA E MOBILIDADE URBANA

PREFEITURA DE
BARUERI
CIDADE INTELIGENTE

 /prefeituraubarueri

 /prefbarueri

 /prefeituraubarueri

Acesso o nosso portal: www.barueri.sp.gov.br



PEÇA 2 – CARTAZ – USO DO CELULAR AO VOLANTE






PEÇA 3 – BANNER – NÓS SOMOS O TRÂNSITO

SEMANA NACIONAL DE TRÂNSITO

NÓS SOMOS O TRÂNSITO

JUNTOS NA MESMA DIREÇÃO, COM RESPEITO A TODOS.

NET
NÚCLEO DE EDUCAÇÃO NO TRÂNSITO

DEMATRAN
Departamento de Trânsito

SECRETARIA DE SEGURANÇA E MOBILIDADE URBANA

PREFEITURA DE **BARUERI**
CIDADE INTELIGENTE

Acesse o nosso portal: www.barueri.sp.gov.br

7
F T P X

PEÇA 4 – FAIXA – MAIO AMARELO



Handwritten signatures and initials in blue and red ink, including a large red 'X' mark.

PEÇA 5 – FILIPETA FRENTE E VERSO – USO DO CELULAR AO VOLANTE

ELE TIRA SUA ATENÇÃO. E PODE TIRAR VIDAS.



NUNCA USE CELULAR NO VOLANTE

SECRETARIA DE
SEGURANÇA E MOBILIDADE URBANA

PREFEITURA DE
BARUERI
CIDADE INDEPENDENTE

EM 2 SEGUNDOS OLHANDO O CELULAR, SEU CARRO ANDA 35 METROS SEM VOCÊ VER A PISTA. NÃO CAUSE ACIDENTES. SEJA CONSCIENTE.

CELULAR NO VOLANTE:

- 23 VEZES** Mais chances de bater o carro
- 400%** Maior o risco de acidente
- 37%** Menos atenção na direção
- APENAS 2%** Da população é capaz de executar tarefas múltiplas



SECRETARIA DE
SEGURANÇA E MOBILIDADE URBANA

PREFEITURA DE
BARUERI
CIDADE INDEPENDENTE

R
 B A R
 9



CASE 02: CAMPANHA INFORMATIVA PANDEMIA CORONAVÍRUS - 2020
CLIENTE: PREFEITURA DE NITERÓI

CENÁRIO:

Em meados de março de 2020, com notícias sobre um novo tipo de coronavírus, o Brasil e o mundo iniciavam uma luta contra um vilão ainda desconhecido. A pandemia deu às nações o grande desafio de preparar suas estruturas de saúde e usar a comunicação institucional para orientar e conter o avanço da contaminação. Niterói, uma das cidades mais importantes do Rio de Janeiro, saiu à frente, reorganizou sua rede de saúde, adotou medidas importantes para conter a contaminação, e garantiu amparo social e econômico à população para enfrentar esse enorme desafio. O planejamento de comunicação foi essencial para fazer a informação chegar aos mais de 500 mil habitantes da cidade.

OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO:

Informar, orientar e unir toda a população da cidade, dos jovens à terceira idade, de diferentes camadas sociais, homens e mulheres, em torno de um único objetivo: enfrentar a pandemia e reduzir o impacto na saúde e na economia. Também atuar no convencimento de empresários e comerciantes para que aderissem ao enfrentamento à pandemia e no controle de uso de parques e da orla. A comunicação tinha ainda o papel fundamental de evitar a sobrecarga do sistema de saúde e garantir que as informações sobre serviços de amparo social chegassem à população.

AÇÕES

As ações e resultados se referem ao período de março a junho de 2020. Iniciamos um planejamento multimeios, com veículos tradicionais (mídia off-line), comunicação direta (folheteria e material de apoio), digital (integrando mídia em portais e veículos digitais), programática, impulsionamento de conteúdo nas redes sociais, mídia OOH e MDOOH, recursos e redes sociais próprios. Tudo com alinhamento junto à assessoria de imprensa da Secretaria de Comunicação da Prefeitura. A comunicação focou na conscientização quanto aos riscos da pandemia e orientação sobre medidas sanitárias, fases, programas sociais, sistemática de aplicação de testes e higienização de locais de grande circulação.

- Mídia off-line: jornais locais e regionais com inserções periódicas segmentando o público para atingir bairros de baixa renda e também formadores de opinião e moradores de condomínios (classes A/B). Utilizamos inserções de 30" em TV.

- Comunicação direta: produção de informativos impressos sobre fases, orientações de prevenção e atendimento nas unidades de saúde; apoio ao comércio com cartazes orientativos com canais de relacionamento com a Prefeitura para dúvidas e informações.

- OOH e MDOOH: painéis, totens, outdoors e placas informativas cobrindo pontos estratégicos da cidade em todas as regiões, orientando a prática de esportes e frequentadores da orla nas diversas regiões da cidade. Veiculação em telas em prédios comerciais.

- Recursos próprios: aproveitamos os canais próprios como o site oficial da cidade, disparo de e-mail marketing para mailing já existente, redes sociais próprias (Facebook, Instagram, YouTube e WhatsApp), além de próprios públicos (cartazes e sinalização com faixas e banners) e placas e painéis próprios para ampliar os efeitos de comunicação da campanha.

Handwritten signature and initials

- Comunicação Digital (internet): além da estratégia de conteúdo massivo nas principais redes sociais, realizamos mídia programática em diversas etapas da campanha, ampliando os efeitos da mensagem em blogs, portais e redes sociais; impulsionamento de conteúdos estáticos e em vídeo no Facebook, Instagram e YouTube. Orientação e alinhamento com lives de autoridades sanitárias locais e regionais.

RESULTADOS OBTIDOS:

Destacamos que a comunicação colocou Niterói como exemplo no enfrentamento ao novo coronavírus não somente no estado do Rio, mas para o Brasil e o mundo. Além de um enfrentamento transparente e eficiente, com controle dos casos, atendimento aos doentes e suporte às famílias de baixa renda, Niterói teve na sua comunicação um grande trunfo para enfrentar esse grande desafio. Alguns dados que justificam esses resultados:

- 10,6 milhões de minutos de vídeos visualizados nas redes sociais.
- 1,2 milhões de visualizações de vídeos (pelo menos 1').
- Média de mais de 200 mil visualizações por live oficial.
- Em maio e junho, mais de 50 filmes para redes sociais (mais de 4 milhões de alcances).
- Facebook alcançou a marca de 260 mil seguidores
- Ações geraram mais de 530 chamadas de mídia espontânea em TV em 70 dias.
- A comunicação criou importantes marcas, como "Niterói está fazendo o seu dever. De casa." e a #NiteróiContraoCorona, que tiveram alcances surpreendentes nas redes.
- Destaque nacional em grandes veículos, como Jornal Nacional, GloboNews.
- Destaque internacional pela gestão da pandemia em veículos como Le Monde, The Wall Street Journal e diversas agências de notícias e publicações internacionais, o que culminou em um feito inédito para o Brasil, no qual Niterói foi uma das finalistas do prêmio Sabre Awards Latin America, ao lado de gigantes como as empresas Zoom e Cabify, com o tema "Niterói Contra o Coronavírus" – Prefeitura de Niterói with FSB. Niterói também foi reconhecida internacionalmente no Congresso Smart City Expo Latam realizado no México
- O plano de transição para o novo normal de Niterói garantiu um padrão de queda da epidemia, mantendo uma taxa de ocupação em junho, por exemplo, na casa dos 35%.

Nome empresarial: Município de Niterói

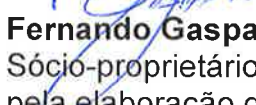
REFERENDO: Declaro para os devidos fins que o relato de solução aqui descrito pela empresa E3 Comunicação Integrada é verdadeiro e atendeu a todas as necessidades, solucionando os desafios propostos.

Niterói, 17 de março de 2021



Leonardo Rodrigo da Rocha Caldeira e Sousa

CPF: 071.468.217-90
Coordenador de Comunicação Social
da Prefeitura de Niterói

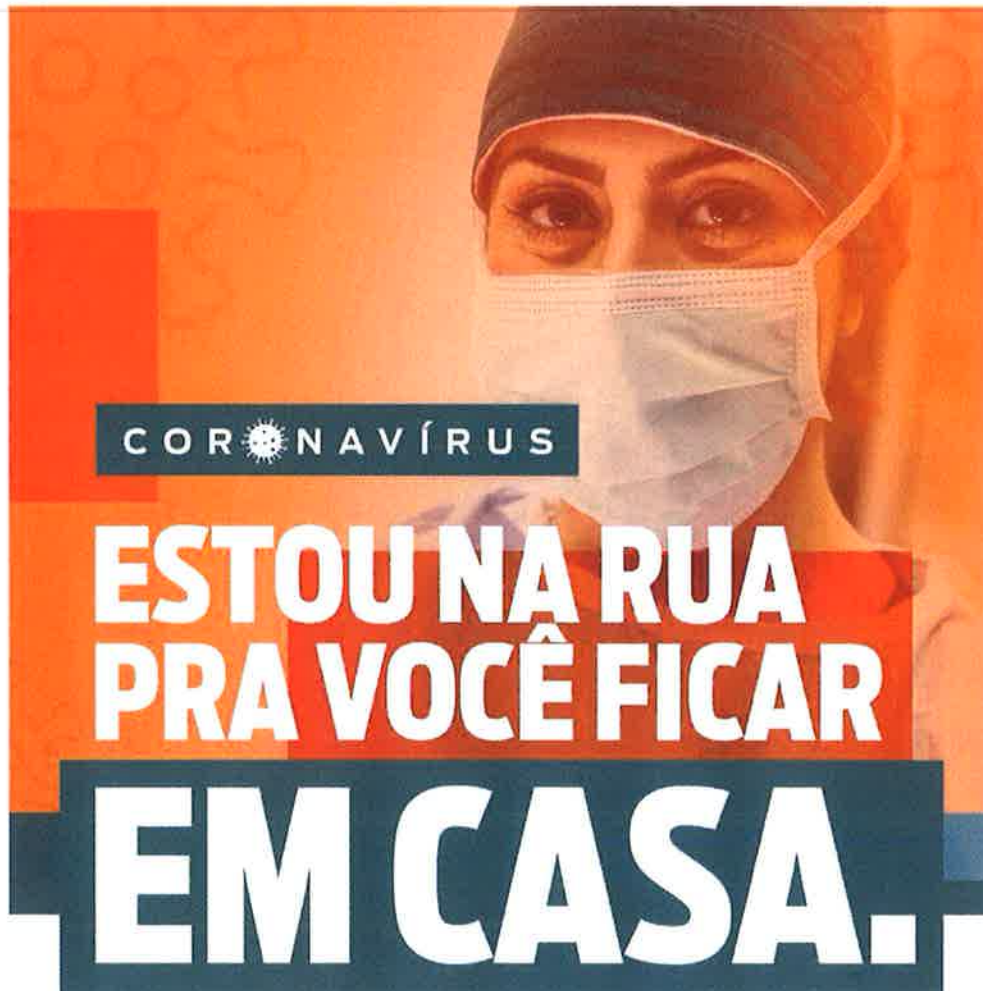


Fernando Gasparini
Sócio-proprietário e responsável
pela elaboração do relato



PEÇA / TÍTULO	MEIO	FORMATO	DADOS TÉCNICOS
Mobiliário Urbano Problema que a peça se propôs a resolver: Sensibilizar a população com e incentivar o isolamento para reduzir o impacto da pandemia na saúde e na economia.	Mobiliários urbanos da cidade	120 x 180 cm	PRODUÇÃO: 04/2020 VEICULAÇÃO: a partir de 04/2020 VEÍCULO/ESPAÇO: Mobiliários urbanos da cidade
Anúncio Problema que a peça se propôs a resolver: Informar a sobre as ações da prefeitura para conter os efeitos da pandemia e incentivar a higiene e o isolamento social.	Jornal	25 x 30 cm	PRODUÇÃO: 04/2020 VEICULAÇÃO: a partir de 04/2020 VEÍCULO/ESPAÇO: Jornal de Icarai e Jornal Casa da Gente
Folheto Problema que a peça se propôs a resolver: Informar a população sobre os cuidados de higiene para evitar a contaminação pelo novo coronavírus.	Impresso	15 x 21 cm	PRODUÇÃO: 03/2020 VEICULAÇÃO: a partir de 03/2020 VEÍCULO/ESPAÇO: Entrega em locais de grande circulação e em prédios da prefeitura
Anúncio Entregas Problema que a peça se propôs a resolver: Informar sobre as entregas da prefeitura que beneficiam a população durante o período de pandemia.	Jornal	25 x 30 cm	PRODUÇÃO: 04/2020 VEICULAÇÃO: a partir de 04/2020 VEÍCULO/ESPAÇO: Jornal de Icarai e Jornal Casa da Gente
Painel Problema que a peça se propôs a resolver: Incentivar o isolamento para reduzir o impacto do novo coronavírus na saúde e na economia.	Não Mídia	7 x 3,6 m	PRODUÇÃO: 04/2020 VEICULAÇÃO: a partir de 04/2020 VEÍCULO/ESPAÇO: Pontos estratégicos da cidade




PEÇA 1 – MOBILIÁRIO URBANO

**É NITERÓI UNIDA, RESPEITANDO
A VIDA E FICANDO EM CASA.**

 **#NiteróiContraoCoronavírus**



niteroi.rj.gov.br



PREFEITURA
NITERÓI
TRABALHANDO SÉRIO,
SUPERANDO DESAFIOS.

SAÚDE

FUNDAÇÃO
MUNICIPAL
DE SAÚDE

[Handwritten signatures and initials]

PEÇA 2 – ANÚNCIO

CORONAVÍRUS

**NITERÓI
ESTÁ FAZENDO
O SEU DEVER.
DE CASA.**

Niterói está unida na batalha pela vida e contra o Coronavírus. E você pode fazer a sua parte para ficar ainda mais protegido. Basta seguir alguns cuidados muito simples de higiene, evitando se contaminar ou contaminar outras pessoas. Com todos fazendo o seu dever de casa, vamos derrotar o Coronavírus e salvar vidas.



Lave as mãos com frequência com água e sabão por 20 segundos ou use álcool em gel.



Evite tocar a boca, o nariz e os olhos.



Ao tossir ou espirar, cubra a boca com um lenço de papel ou use o braço.



Limpe as superfícies com detergente, álcool ou com uma mistura de água e água sanitária.



Evite aglomerações e mantenha distância mínima de 1,5m de outras pessoas.



Em caso de extrema necessidade de ir à rua, utilize máscara.

É NITERÓI UNIDA, RESPEITANDO A VIDA E FICANDO EM CASA.



OFÍCIOS E ESTABELECIMENTOS ABERTOS



niteroi.rj.gov.br



PREFEITURA
NITERÓI
TRABALHANDO SÉRIO,
SUPERANDO DESAFIOS

SAÚDE

FUNDAÇÃO
MUNICIPAL
DE SAÚDE

J

[Signature]

[Signature]

14

PEÇA 3 – FOLHETO



J

A

h

X

PEÇA 4 – ANÚNCIO ENTREGAS

CORONAVÍRUS

NITERÓI ESTÁ FAZENDO O SEU DEVER.

DE CASA.

A Prefeitura de Niterói está tomando medidas firmes e constantes em todas as áreas para proteger a população. Nosso foco é salvar vidas, ajudar as famílias e as pessoas mais vulneráveis, apoiar o pequeno negócio e manter os empregos. Ninguém vai ficar para trás.

É NITERÓI UNIDA, RESPEITANDO A VIDA E FICANDO EM CASA.

AÇÕES NA ÁREA DE SAÚDE

<p>Abertura do Hospital Cesário, com a criação de 140 leitos. Primeiro hospital do país exclusivo para tratamento da Covid-19.</p>	<p>Contratação por seleção pública de 1500 profissionais de saúde.</p>	<p>Sanitização de ruas e comunidades com a mesma tecnologia usada na Europa e China.</p>	<p>Testagem em massa dos moradores. Um teste para cada 10 habitantes.</p>	<p>Distribuição de 1 milhão de máscaras. Produzidas por pequenas confecções da região.</p>
---	---	---	--	---

AÇÕES NA ÁREA SOCIAL

<p>Distribuição de 32 mil cestas básicas às famílias dos alunos das escolas municipais.</p>	<p>Arrendamento de hotéis para abrigar mais pessoas em situação de rua.</p>	<p>Criação do Programa Arte na Rede com cachê para artistas locais se apresentarem on-line.</p>	<p>Renda básica de R\$ 500,00 por 3 meses para 35 mil famílias registradas no Cadastro Único (CadÚnico).</p>	<p>Isolamento social interdição de praças, parques públicos e praças.</p>	<p>Entrega de 60 mil kits de higiene para famílias de comunidades atendidas pelo Programa Médico da Família.</p>
--	--	--	---	--	---

AÇÕES NA ÁREA ECONÔMICA

<p>FUNDO NITERÓI SUPERA Crédito de até R\$ 250 mil, sem juros, para pequenas e médias empresas. R\$ 150 milhões em investimentos. A empresa não pode demitir e a Prefeitura banca os juros.</p>	<p>EMPRESA CIDADÃ Pagamento de salários mínimo por 3 meses para até 9 empregados das empresas cidadãs que não demitirem por 6 meses.</p>	<p>Auxílio de R\$ 500,00 por 3 meses para os MEIs - microempreendedores individuais.</p>	<p>BUSCA ATIVA Auxílio subsídio de R\$ 1.000,00 para artesãos, taxistas, pescadores, ambulantes e outras categorias que não constam no Cadastro Único.</p>
--	---	---	---



PROTEJA-SE

Cuide da sua higiene e fique em casa.



niteroi.rj.gov.br



PREFEITURA DE NITERÓI

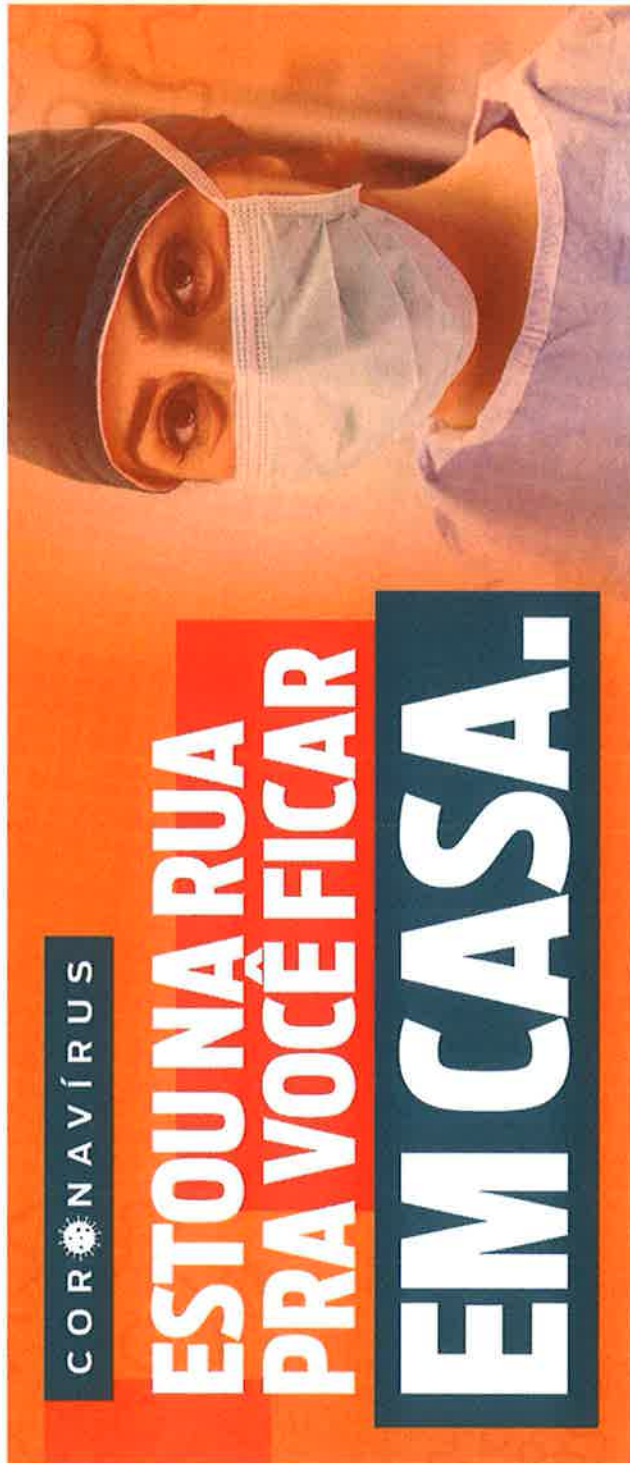
R

A

h

X

PEÇA 5 – PAINEL



SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE

SAÚDE

PREFECÇÃO NITERÓI TRABALHANDO SEMO. SUPERANDO TEMPOS.



niteroi.rj.gov.br



É NITERÓI UNIDA, RESPEITANDO A VIDA E FICANDO EM CASA.



ENCERRAMENTO

Campinas, 17 de março de 2021

Fernando Gasparini
Sócio-diretor
RG: 25.553.329-9
CPF: 253.506.308-57

Fernando Gasparini
Sócio Administrador

04.956.954/0001-23
E3 - COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.
Rua Doutor Franz Wilhelm Daffert, 377
Jardim Chapadão - CEP: 13.070-161
CAMPINAS - SP



CAMPINAS

RUA DR. FRANZ WILHELM DAFFERT, 377
JD. CHAPADÃO
CEP 13070 161 | CAMPINAS/SP

RIO

AV. RIO BRANCO, 1 - CENTRO
EDIFÍCIO RB1 - SALA 1602
CEP 20090 907 | RIO DE JANEIRO/RJ

BRASÍLIA

BRASIL 21 SHS QUADRA 6
CJ. A BLOCO C - SALA 820 A 822
CEP 70316 109 | BRASÍLIA/DF



www.e3comunicacao.com.br