



Prefeitura Municipal de Conceição do Coité - Bahia

**ENVELOPE 3**  
**CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

À  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CONCEIÇÃO DO COITÉ - BAHIA**  
Ref.: Concorrência 003/2022

**RELAÇÃO NOMINAL DOS PRINCIPAIS CLIENTES**

**CLÍNICA RADIOLÓGICA DE FEIRA DE SANTANA**  
Clínica de exames diagnósticos por imagem  
CNPJ: 13.34.67.62/0001-96      Cliente desde 1998.

**GALERIA CARMAC**  
Patrimonial Marques e Filhos LTDA.  
CNPJ: 01.112.797/0001-81      Cliente desde 2002.

**FIO BRASIL**  
Fio Têxtil Indústria e Comércio de Tecidos e Malhas  
CNPJ: 10.791.146/0001-97      Cliente desde 2012.

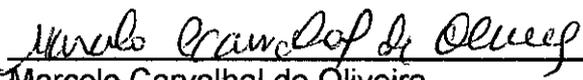
**CMB**  
**CORPORAÇÃO MACONICA DA BAHIA.**  
CNPJ: 37.357.865/0001-10      Cliente desde 2020.

**PREFEITURA MUNICIPAL DE IPECAETA - BA**  
CNPJ: 13.621.735/0001-84      Cliente desde 2015.

**UNIMATER**  
Centro Integrado de Assistência a Mulher  
CNPJ: 22.317.795/0001-07      Cliente desde 2022.

**SECOFS**  
**SINDICATO DOS EMPREGADOS NO COMÉRCIO DE FEIRA DE SANTANA**  
CNPJ: 13.614.821/0001-60      Cliente desde 2019.

Feira de Santana, 17 de outubro de 2022.

  
\_\_\_\_\_  
Marcelo Carvalho de Oliveira  
Sócio-Diretor



À  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CONCEIÇÃO DO COITÉ – BAHIA**

Ref.: Concorrência 003/2022.

Prezados Senhores,

Indicamos para os devidos fins, as instalações, a infraestrutura e o aparelhamento, adequados e disponíveis para a realização do objeto da licitação, como sendo:

**1. INSTALAÇÕES:**

AV. Santo Antônio, 382 1º ANDAR. Bairro Capuchinhos, na cidade de Feira de Santana, no estado da Bahia – Brasil. CEP 44.076-050. Subdividido em área de circulação, copa, 01 banheiro social, 01 banheiro de serviço e 06(seis) salas, compreendendo os setores de: recepção, atendimento e planejamento, produção e mídia, jurídico e financeiro, criação e CPD.

Dispondo de toda a infraestrutura funcional com energia, água, 02(duas) linhas de telefone fixo, 04(quatro) linhas de telefone celular de diferentes operadoras, rede ethernet e wireless, internet de alta velocidade, porteiro e portão eletrônico, sistema de monitoramento de câmeras, alarme e cerca elétrica.

**2. APARELHAMENTO:**

**a. COPA:**

Geladeira, Fogão, Micro-ondas, Bebedouro, Armário e Dispensa para alimentos.

**b. RECEPÇÃO:**

Ar-Condicionado 12.000 BTU, Telefone, Rede e Internet.

Central telefônica e PABX Intelbras, Modem e Roteador Wireless.

Computador Intel(R) Core(TM) i5-3470 CPU @ 3.20GHz, 8GB RAM, SSD 250GB de armazenamento, Teclado, Mouse, Monitor LCD 19".

Mesa de Escritório em "L", Cadeira Giratória, Conjunto de 02 (duas) cadeiras e sofá para 02(dois) lugares.

**c. ATENDIMENTO E PLANEJAMENTO:**

Ar-Condicionado 9.000 BTU, Telefone, Rede e Internet.

Notebook Positivo, Intel Core2Duo T6500, 4GB RAM, HD 320GB de armazenamento.

Notebook Vaio FE15 Intel Core i5 8GB 512GB - SSD 15,6".

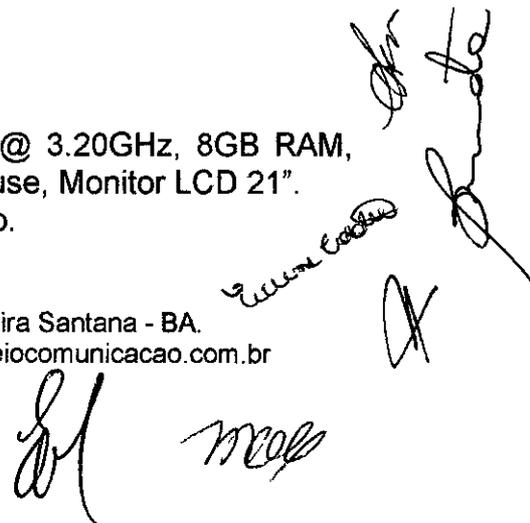
Estante, Armário com Tranca, Mesa de reunião com 06 cadeiras, Tela de lona retrátil e Projetor.

**d. PRODUÇÃO E MÍDIA**

02 Telefones, Rede e Internet.

Computador Intel(R) Core(TM) i5-3470 CPU @ 3.20GHz, 8GB RAM, SSD 250GB de armazenamento, Teclado, Mouse, Monitor LCD 21".

02 Conjuntos de mesa e cadeira para escritório.



e. JURÍDICO E FINANCEIRO

Ar-Condicionado 12.000 BTU, 02 Telefones, Rede e Internet.  
Computador Intel Core2Duo E7400 2,8GHz, 4GB RAM, HD 250GB de armazenamento, Teclado, Mouse, Monitor LCD 17".  
Computador Intel Pentium 4 3,1GHz, 2GB RAM, HD 150GB de armazenamento, Teclado, Mouse, Monitor LCD 17".  
Scanner Epson Perfection 1240 e Impressora HP LaserJet P&B ligada em rede.  
Balcão com armários e gavetas com tranca para documentos.  
Armário com 07 portas para armazenamento de arquivos de clientes, livros para pesquisa e materiais de escritório.

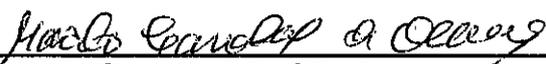
f. CRIAÇÃO

Ar-Condicionado 12.000 BTU, 02 Telefones, Rede e Internet.  
Servidor de Arquivos NAS Storage 4TB, 5 HD externo Backup Seagate 2TB, Switch 12 portas, Impressora HP LaserJet CP1525 Color ligada em rede, 03 Nobreak TS Saara Mini.  
04 conjuntos de mesa e cadeira de escritório posicionadas em "L"  
02 Computadores Intel Core I7 3,4GHz, 16GB RAM, HD SSD 500GB de armazenamento, Teclado e Mouse Microsoft sem fio, 02 Monitores LED 22".

g. CPD

Telefone, Rede e Internet.  
Computador Servidor de Câmeras, Intel Pentium 4 3,1GHz, 2GB RAM, HD 80GB (sistema operacional), HD 250GB de armazenamento, Teclado, Mouse, Monitor 17".  
Estação de Alarme e Cerca elétrica.  
Balcão e Armário para armazenamento de materiais elétricos e de informática.

Feira de Santana, 17 de outubro de 2022.

  
\_\_\_\_\_  
Marcelo Carvalho de Oliveira  
Sócio-Diretor

## SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

A agência de publicidade e propaganda, denominada MEIO COMUNICAÇÃO E MARKETING, obriga-se a executar da sistemática de atendimento aqui descrita, para a PREFEITURA MUNICIPAL DE CONÇEIÇÃO DO COITÉ, na execução do contrato em atenção ao Edital de Concorrência nº 003/2022.

O trabalho inicia com o primeiro contato do cliente, o profissional de atendimento busca conhecer de forma geral a PREFEITURA MUNICIPAL DE CONÇEIÇÃO DO COITÉ, fazendo uma análise superficial e recolhendo informações do mercado. Essas informações se tornam indispensáveis em uma primeira reunião de atendimento. Na primeira reunião, o profissional de atendimento da agência reúne a síntese de informações obtidas pelo cliente juntamente com a análise de suas próprias observações, em um formulário de *briefing*, que nada mais é que o "pedido do cliente", neste formulário possui além do desejo do cliente, informações como: objetivo da campanha, verba, período de veiculação, etc.

Em posse das informações dadas e observadas pelo *briefing* e colhidas através do estudo de mercado, o atendimento se reúne com o profissional de pesquisa e planejamento e determinam a necessidade real de comunicação do cliente, se as informações dadas serão suficientes (neste ponto é verificado se existe ou não a necessidade de uma pesquisa mercadológica, ou uma nova reunião com o cliente) e qual a melhor estratégia seguir. Após essa análise, é convocada uma reunião de pauta, onde são convocados todos os profissionais da agência, são discutidas as estratégias, a prioridade e o prazo para execução do serviço.

Após a reunião de pauta, são passadas para o assistente de atendimento as informações para a elaboração dos *job's*, ou seja, o serviço específico de cada um no projeto. O *job* é uma solicitação oficial de trabalho que vai permitir o desencadeamento das ações práticas, contém em resumo o que está se pedindo. É anexado também juntamente ao *job* um relatório de visita, onde são anotados os pontos importantes da reunião como: "o que o cliente pediu?" e "o que o cliente acha que deve ser?".

Todas as informações obtidas do cliente como *briefing*, histórico, análise e planejamento, são guardadas na "pasta física do cliente" para consulta de todos os profissionais da agência. Fica de responsabilidade do assistente de atendimento a distribuição dos *job's* e o seu devido acompanhamento, em supervisão do profissional de atendimento.

Após o início da execução dos trabalhos é agendado junto ao cliente, uma reunião para a apresentação da campanha. A agência elabora um **Plano de Comunicação** com a abordagem criativa e os layouts das peças da campanha, um **Plano de Mídia e Produção** com os custos e estratégias de produção e veiculação das peças e a **Defesa da Campanha** com uma leitura da análise do problema pela agência, os objetivos de comunicação, a estratégia e a defesa da abordagem criativa.

Após a aprovação do material criado, se inicia o processo de finalização das peças, com a correção e possíveis ajustes dos layouts e do plano de mídia.

A criação finaliza do material e faz como padrão, duas cópias impressas e ou digitais (gravadas em cd ou dvd), sendo que uma via é encaminhada para produção e outra via fica em posse do cliente ou da agência (a depender da preferência do cliente). A criação ainda por prevenção faz uma cópia da pasta do cliente, na unidade de backup e no HD externo.

O departamento de mídia, conforme a aprovação do cliente imprime em três vias de igual valor, os formulários de OS – Ordem de Serviço, PP – Pedido de Produção e PI

*[Handwritten signatures and initials]*

– Pedido de Inserção da mídia ao veículo de comunicação. Esses formulários são assinados pelo responsável da agência e pelo cliente, e uma via vai para o veículo/fornecedor, outra fica em posse do cliente e outra em posse da agência. Esses formulários servem como compromissos de pagamento, e possuem dados da agência e do cliente/anunciante, bem como valores negociados, prazos e forma de pagamento.

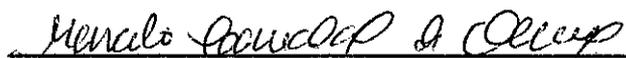
Fica a cargo da equipe de Produção gráfica e artística e a Produção de RTVC, acompanhar, direcionar e ou produzir os materiais aprovados, bem como supervisionar a veiculação e distribuição dos mesmos, conforme planejado pelo departamento de mídia.

O prazo médio para execução da campanha para apresentação ao cliente, após o primeiro atendimento é de uma semana, variando conforme o grau de complexidade da mesma. Os prazos de produção e veiculação são descritos detalhadamente no Plano de Mídia.

As reuniões de atendimento com a PREFEITURA MUNICIPAL DE CONÇEIÇÃO DO COITÉ serão pré-agendadas em um dia específico da semana, a ser definido em comum acordo, ficando estabelecida como padrão: a campanha solicitada em uma semana tem a sua apresentação na semana seguinte. A reunião pré-agendada não restringe o cliente solicitar qualquer trabalho a agencia quando necessário.

Quando o pedido for uma peça avulsa, que não se faça necessário uma reunião de planejamento, o atendimento encaminha o briefing e o relatório de visita, diretamente para o assistente de atendimento, para elaborar os *job's* e anexar o material pertinente na "pasta física do cliente". Desta forma os prazos e a prioridade de execução ficam estabelecidos pelo atendimento, tendo um prazo médio de dois a três dias para apresentação.

Feira de Santana, 17 de outubro de 2022.



Marcelo Carvalho de Oliveira  
Sócio-Diretor

À  
**PREFEITURA MUNICIPAL DE CONCEIÇÃO DO COITÉ - BAHIA**  
Ref.: Concorrência 003/2022

Prezados Senhores,

A empresa **MEIO COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA**, inscrita no CNPJ 34.167.171/0001-21, por intermédio de seu representante legal, o Sr. Marcelo Carvalho de Oliveira, portador da carteira de identidade de nº 09.647.963.92 e do CPF nº 009.403.115-00, **DECLARA**, sob as penas da Lei, que dispõe das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia, obtidas através dos veículos de comunicação e das entidades IBOPE e IVC, e colocará regularmente à disposição da **PREFEITURA MUNICIPAL DE CONCEIÇÃO DO COITÉ**, quando for solicitado, sem ônus adicional, conforme dispostos na Concorrência 003/2022.

Feira de Santana, 17 de outubro de 2022.

  
Marcelo Carvalho de Oliveira  
Sócio-Diretor

A  
COMISSÃO PERMANENTE DE LICITAÇÃO  
Ref.: Concorrência Pública nº 003/2022  
Prefeitura Municipal de Conceição do Coité - Ba  
**REPERTÓRIO**

**Meio**  
*Comunicação  
e Marketing*

Nem todas as ideias  
**precisam ficar**  
presas no papel

Handwritten notes on the left margin, including a signature and the number 11.

Handwritten signatures and initials at the bottom left of the page.

# A AGÊNCIA



A Meio Comunicação e Marketing possui mais de 30 anos de experiência no mercado publicitário baiano.

Como uma das agências pioneiras na cidade de Feira de Santana, acompanhou sua história, evolução e desenvolvimento, prestando os mais variados serviços na área de comunicação e marketing para diversos clientes atuantes no mercado local, regional e nacional.

*[Handwritten signatures and notes in the left margin]*



# AS CERTIFICAÇÕES



A Meio Comunicação e Marketing também está habilitada a participar de licitações com a finalidade de prestar quaisquer serviços de publicidade aos órgãos ou entidades do poder público.

Além das certidões negativas e documentações necessárias, a Meio possui a certificação do CENP (Conselho Executivo das Normas-Padrão) que reconhece a condição técnica de atuação da agência em todo o território nacional.

A Meio também é uma agência filiada a SINAPRO (Sindicato das Agências de Propaganda) que fiscaliza a ética e a moralidade do meio publicitário.



*[Handwritten signatures and notes on the left margin]*

# O DIFERENCIAL



Sempre trabalhando com ética e profissionalismo, a Meio tem conquistado a confiança de parceiros e clientes com credibilidade.

Seu principal diferencial no mercado é a **inteligência criativa**: a capacidade de organizar informações, planejar, compreender e formular conceitos, atrelado à inventividade e a sensibilidade de encontrar novas soluções.

*Handwritten notes on the left margin:*  
M  
D  
M  
Eline Costa

*Handwritten signature:* A. Costa

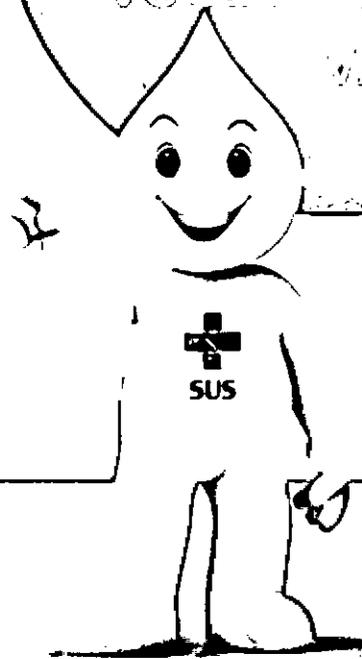




Cliente: Prefeitura Municipal de Conceição da Feira  
Campanha: Vacinação

NÃO DEIXE  
ESSA DOENÇA  
TE PEGAR

COMO É FÁCIL  
VOCÊ NÃO PODE  
VACILAR



NESSE DIA A CAMPANHA  
OCORRERÁ SOMENTE  
NOS ROSTOS DA SEDE  
DAS 08 AS 12 HORAS E  
DAS 14 AS 17 HORAS

SÁBADO  
13/05  
É DIA  
DE  
VACINAÇÃO

CAMPANHA DE VACINAÇÃO  
CONTRA A INFLUENZA H1N1  
DE 17/04 A 26/05

Nas unidades de saúde da família do município: PINHEIRO, SANTA LUZIA,  
RENATO MARQUES, CANEAL, MOACIR DOSÍRIO (BA DA PINHOBIRÁ), MARIA  
MELO SERRA, VIVALDO BENTENOURA PACS (POSTO AO LADO DO HOSPITAL)



CRIANÇAS DE 6 MESES  
A 5 ANOS



GESTANTES OU PUERPERAS  
ATÉ 4 DIAS



IDOSOS



PORTADORES DE DOENÇAS  
(COMIDAS)



PROFISSIONAIS DE SAÚDE



PROFESSORES

 /prefeiturade  
conceicaodafeira  
(75) 3244.3800  
conceicaodafeira.ba.gov.br

PREFEITURA DE  
**CONCEIÇÃO**  
DA FEIRA  
*Cidade Bonita, Povo Feliz!*



SECRETARIA  
DE SAÚDE  
SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE

*Handwritten signatures and notes:*  
Quarta  
Sua  
MBA

Cliente: Gujão Alimentos

Campanha: Anúncio em revista especializada

**Ele vai esquentar  
tanto suas vendas que até**



**os concorrentes vão ficar  
com água na boca**

*A Gujão Alimentos é uma empresa comprometida com a qualidade dos seus produtos, o que proporciona aos consumidores uma alimentação mais saudável e nutritiva. Além de investir em técnicas inovadoras de merchandising, é a única que possui uma logística própria, superando as expectativas do mercado varejista quanto ao cumprimento de prazos na distribuição dos seus produtos.*

*Por ser uma das maiores produtoras de aves e suínos da Bahia, a Gujão é a preferência dos supermercadistas que já experimentaram aquecer suas vendas com a linha de produtos que tem a qualidade que faz bem!*



ROD. BA 502, SÃO GONÇALO DOS CAMPOS, BA - CENTRAL DE VENDAS: 75 3622.8800 - [www.gujao.com.br](http://www.gujao.com.br)

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

Cliente: Clínica Radiológica  
Campanha: Novo mamógrafo

@clinaradiologicafsa

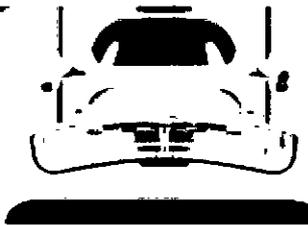


A Clínica Radiológica tem

# MAIS CONFORTO NA MAMOGRAFIA



*É provável que você que  
a gente faz o melhor!*



**Novo aparelho com SmartCurve. Maior precisão com menos dor.**

A Clínica Radiológica de Feira de Santana atua há mais de 30 anos no interior da Bahia investindo sempre em tecnologia humanizada para melhor lhe atender. Por isso ela tem A MELHOR ESTRUTURA, EQUIPAMENTOS MODERNOS, PROFISSIONAIS ESPECIALIZADOS E UM ATENDIMENTO HUMANIZADO.

Pensando no conforto e bem-estar da mulher, está trazendo o primeiro mamógrafo com a tecnologia SMARTCURVE, que além de possuir diagnósticos mais precisos com a gravação imagens 100% digitais, é mais rápido e diminui consideravelmente a sensação de dor através de uma superfície curva que se adapta ao formato da mama da mulher.

Marque seus exames. [clinaradiologicafsa.com.br](http://clinaradiologicafsa.com.br)  
SEG. A SEX. Das 8 às 18h. SÁB. De 8 às 12h. 75 2101.2900



*Handwritten signature*

*Handwritten signatures and initials*

Cliente: Roasters BBQ

Campanha: Festival de churrasco fogo de chão

**FOGO  
CARNE  
CERVEJA  
MÚSICA  
AMIGOS**



**VEM AÍ O EVENTO QUE IRÁ REUNIR  
ALGUNS DOS MAIORES ASSADORES DO PAÍS.**

**MAIS DE 10 ESTAÇÕES GOURMET  
7 HORAS DE CHURRASCO LIVRE  
LAZER E DIVERSÃO PARA TODA A FAMÍLIA  
MUITA MÚSICA COM BANDAS E DJ**

**09 NO★  
VEM  
BRO**  
A PARTIR DAS 13H

**SÍTIO MAROCAS  
F. DE SANTANA - BAHIA**

Ingressos à venda no site **Sympia** e balcão  
**CENTRAL MIX** do Shopping Boulevard

**ROASTERS.COM.BR 75 32214365**

PATROCÍNIO:

**Stand Grill**  
Gourmet

**Starrett**

REALIZAÇÃO:

**Mr. Grill** *Marketing*

@roastersbbq festival



*Handwritten signatures and notes:*  
- Top right: *Handwritten signature*  
- Middle right: *Handwritten signature*  
- Bottom right: *Handwritten signature*  
- Far bottom right: *Handwritten signature*

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

Cliente: Secofs - Sindicato dos comerciários de Feira de Santana  
Campanha: Consciência Negra



*Handwritten notes:*  
1/10/20  
R  
M  
Campanha

Cliente: Preserv Outdoor  
Campanha: Use Máscara

JMODEL  
REVO

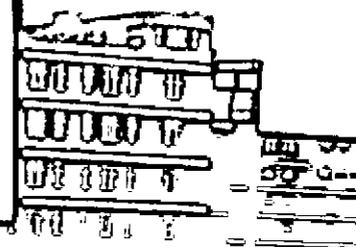
# USE MÁSCARA

O ESTILO É INDIVIDUAL, MAS  
O BENEFÍCIO É COLETIVO

FAT  
FACILIDADE AMARRA TERCIA

Cliori

Secofs  
INSTITUTO DE SEGURANÇA  
E SAÚDE



*Handwritten notes:*  
f  
Cidade de São Paulo

*Handwritten notes:*  
R  
Mace

*Handwritten notes:*  
Rute

Cliente: Reserva de Sítios Elias Figueredo

Campanha: Cards para redes sociais



**Dia do Trabalho descanso**  
01 DE MAIO - PARABÉNS TRABALHADOR

#FIQUEEMCASA

Reserva de **Sítios**  
Elias Figuerêdo

75.98322.4488  
75.3304.0970

**FIGUERÊDO**  
INCORPORACÃO E EMPREENDIMENTO

*Handwritten signature*

*Handwritten signature*  
Eliane Cordeiro

*Handwritten signature*  
A. Mepp

Cliente: Atvida

Campanha: Cards para redes sociais



@atividaclubrun  
f i

DISCRIMINAR  
É O MESMO QUE  
FECHAR OS OLHOS  
PARA O QUE  
REALMENTE SOMOS.

**21 DE MARÇO - DIA INTERNACIONAL  
DA SÍNDROME DE DOWN E DO  
COMBATE À DISCRIMINAÇÃO RACIAL**

**ativida**  
club run

*Handwritten signatures and notes:*  
G  
L  
Foto  
Mey

Cliente: Prefeitura de Ipecaetá

Peça: Card para redes sociais

# COMUNICADO

## Retorno das Aulas com Segurança

Informamos a toda comunidade escolar, que as aulas da Rede Municipal retornam **amanhã (04/07)**, seguindo todos os protocolos sanitários.



SERÁ OBRIGATÓRIO O USO DE MÁSCARA EM TODO O AMBIENTE ESCOLAR

Sejam todos  
*bem-vindos!*



  
**IPECAETÁ**  
Governo da gente

Secretaria  
de Educação  
e Cultura

*Prof* *foto*  
*Carolina* *Melo*

## RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS – CLÍNICA RADIOLOGICA DE FEIRA DE SANTANA

A Clínica Radiológica atua há mais de 25 anos em Feira de Santana e região. Destaca-se por ser um centro de excelência em diagnóstico por imagem na realização de exames de ressonância magnética, tomografia computadorizada multislice, radiografia digital, mamografia digital, ultrassonografia e densitometria óssea. Com uma equipe de profissionais qualificados, é reconhecida pela classe médica por oferecer um atendimento diferenciado. Seus colaboradores trabalham com dedicação, tratando o paciente como ser humano, refletindo um ambiente harmônico, pacífico e agradável.

Em meados de 2005, oferecer serviços médicos com qualidade, no segmento de diagnóstico por imagem, era o mesmo que possuir equipamentos avançados e está sempre acompanhando as inovações existentes na área, adquirindo equipamentos médicos de primeira linha, esse quadro fez com a Clínica Radiológica perdesse espaço e fosse ultrapassada pelos seus concorrentes que possuíam uma maior capacidade de investimento.

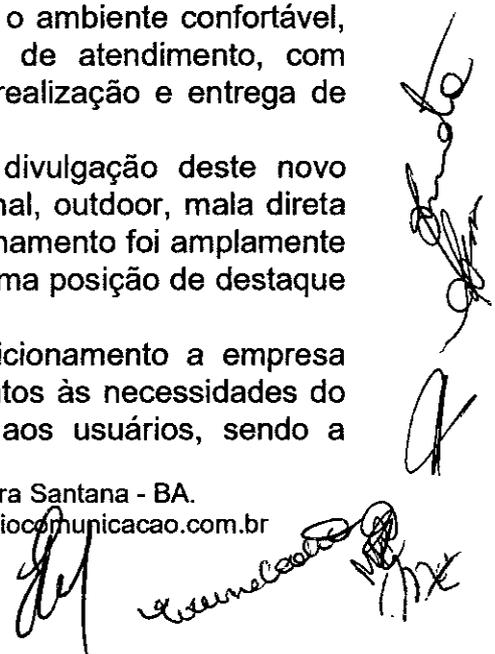
Pesquisas internas de satisfação mostravam que a preocupação dos hospitais e clínicas de diagnóstico por imagem, na busca em ter o melhor equipamento gerava uma insatisfação com o seu público alvo, porque o mesmo não percebia a diferença do equipamento na realização do exame, pagava mais caro e ainda não tinha um tratamento devido, aguardando ser atendido em longas filas, sem um local adequado e nenhum conforto.

Diante desse quadro havia uma necessidade imediata de reposicionar a empresa no mercado, criando um diferencial intangível que a deixasse mais próxima do seu público. A estratégia utilizada para criar esse laço com seu cliente foi o desenvolvimento de um selo de qualidade, único, que não poderia ser imitado, nem copiado por seus concorrentes. Esse selo deveria ser colocado ao lado da marca e tinha a função de mostrar a comunidade e opinião pública que a clínica radiológica iria continuar investindo em novos equipamentos, mas sempre evidenciando a preocupação com o bem estar do ser humano, a terminologia encontrada para comunicar esse novo posicionamento foi o "TH" abreviatura de "Tecnologia Humanizada". (Veja anexo CR1)

No entanto, antes deste selo ser divulgado, foi necessária uma mudança interna de pensamento de todos que faziam parte da empresa, foram realizadas palestras, cursos e treinamentos, para melhorar o trato um para com o outro, e também para com os pacientes, algo inovador para o segmento de saúde. Foram também realizadas mudanças na infraestrutura para deixar o ambiente confortável, climatizado e com recursos audiovisuais, e no sistema de atendimento, com atendimentos de hora marcada e com mais agilidade na realização e entrega de exames.

Foi elaborada uma campanha publicitária para a divulgação deste novo conceito com anuncio em jornais e revista, folder institucional, outdoor, mala direta para os profissionais de saúde e outdoor. Este novo posicionamento foi amplamente aceito pela comunidade, devolvendo a Clínica Radiológica uma posição de destaque no seu segmento. (Veja anexo CR2)

Atento as mudanças de mercado e seu novo posicionamento a empresa alinhou o investimentos na aquisição dos novos equipamentos às necessidades do seu público, criando diferencias que fossem percebidos aos usuários, sendo a



Handwritten signatures and initials, including a large signature that appears to be 'Falecom' and several other initials.

primeira da Bahia a adquirir o aparelho Magnetom Espree 1.5T, que permite a realização de avançadas técnicas de ressonâncias magnéticas só disponíveis em alto campo, proporcionando exames mais rápidos e diagnósticos precisos. O aparelho trazia com grande diferencial ser o mais aberto da categoria, trazendo um maior conforto para pessoas obesas, idosos e claustrofóbicos.

A campanha de divulgação deste novo equipamento reforçou o conceito de "Tecnologia Humanizada" com um aparelho que trazia "Mais espaço pra você". (Veja anexo CR3).

A Clínica Radiológica ao longo dos anos também investiu na qualidade de seus serviços, sendo a primeira no interior da Bahia a ter certificação de qualidade do CBR – Colégio Brasileiro de Radiologia e Diagnóstico por Imagem – que garante uma maior segurança nos resultados dos exames de Mamografia e Ressonância Magnética. (Veja anexo CR4)

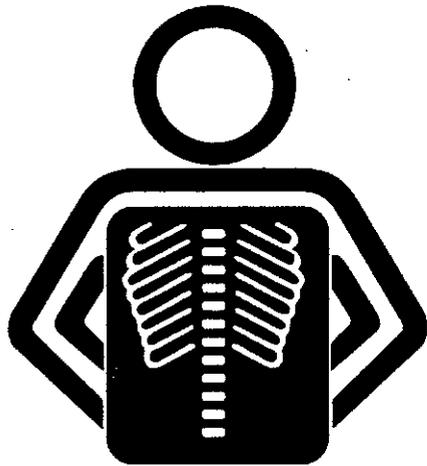
O investimento em "Tecnologia Humanizada" e o bem estar do ser humano vêm sendo divulgado constantemente em anúncios de jornais periódicos e tem sido o principal diferencial da Clínica porque o seu objetivo é poder proporcionar aos pacientes uma boa saúde, com conforto e bem-estar, através de exames seguros e confiáveis. (Veja anexo CR5)

Feira de Santana, 13 de outubro 2022.

Mirela Fontoura Rebelo de Moutos

Mirela Fontoura  
Gerente Administrativa Financeira

**Mirela Fontoura**  
Administradora  
CRA-BA 11.895



CLÍNICA  
RADIOLOGICA

Excelência em tudo o que faz.



*Tecnologia  
Humanizada*

*[Handwritten signatures]*

*[Handwritten signature]*

# EXCELÊNCIA EM TUDO O QUE FAZ

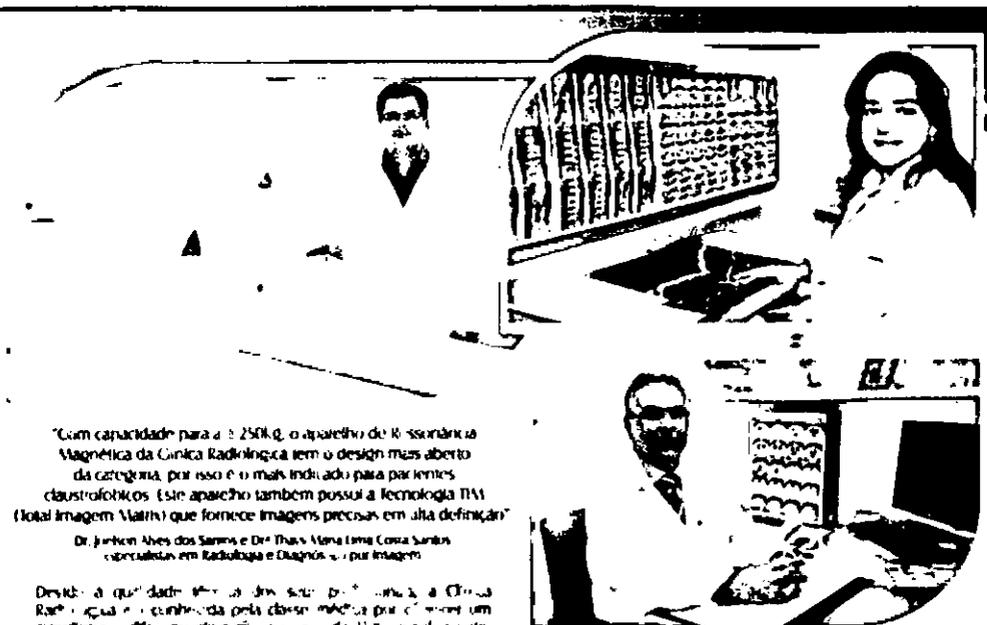
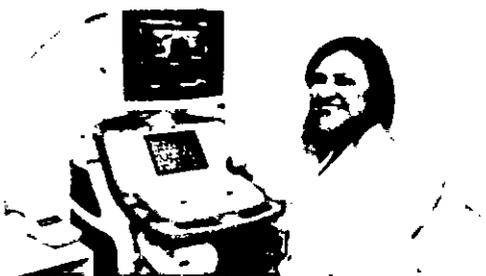
A Clínica Radiológica possui o melhor equipamento de mamografia do Brasil. De alta performance, produz imagens de alta qualidade para diagnóstico preciso de lesões. Seu sistema de compressão automática e inteligente evita a compressão excessiva e o desconforto do paciente, garantindo a máxima qualidade das imagens.

Atualmente, a Clínica Radiológica possui o melhor equipamento de ultrassom de alta capacidade do Brasil. Seu sistema de imagem produz imagens precisas e de alta qualidade, permitindo o diagnóstico preciso de lesões. Seu sistema de imagem produz imagens precisas e de alta qualidade, permitindo o diagnóstico preciso de lesões.

Para garantir a melhor qualidade de diagnóstico, a Clínica Radiológica possui o melhor equipamento de diagnóstico por imagem do Brasil. Seu sistema de imagem produz imagens precisas e de alta qualidade, permitindo o diagnóstico preciso de lesões.

"O mamógrafo da Clínica Radiológica possui grade HEC, o que diminui a dispersão da radiação, possibilitando imagens com maior contraste sem o aumento da dose. Seu compressor com inclinação auto-ajusta e totalmente automática previne compressões insuficientes ou exageradas da mama. Tudo isso proporciona superior qualidade de imagem, eficiência de operação e máximo conforto à paciente!"

Dr.ª Juliana de Sá  
Médica especialista em Diagnóstico por Imagem



"Com capacidade para até 250kg, o aparelho de Ressonância Magnética da Clínica Radiológica tem o design mais aberto da categoria, por isso é o mais indicado para pacientes claustrofóbicos. Este aparelho também possui a tecnologia IMI (Total Imagem Matrix) que fornece imagens precisas em alta definição!"

Dr. Jansen Alves dos Santos e Dr.ª Thays Maria Lima Costa Santos  
Especialistas em Radiologia e Diagnóstico por Imagem

Devido à qualidade dos exames, a Clínica Radiológica é a escolhida para exames médicos por empresas em atendimento. O diagnóstico preciso e de alta qualidade, associado à tecnologia IMI (Total Imagem Matrix) que fornece imagens precisas em alta definição, garante a melhor qualidade de diagnóstico por imagem.



"A Clínica Radiológica com suas crescentes compromete-se com os valores éticos e morais, realizando suas atividades com responsabilidade e visão de futuro, buscando sempre a excelência em tudo o que faz!"

Dr. Carlos Roberto Neto  
Especialista em Diagnóstico por Imagem



Dr. Carlos Roberto Neto, Dr. Jansen Alves dos Santos e Dr.ª Thays Maria Lima Costa Santos  
Especialistas em Radiologia e Diagnóstico por Imagem

CLÍNICA  
RADIOLÓGICA

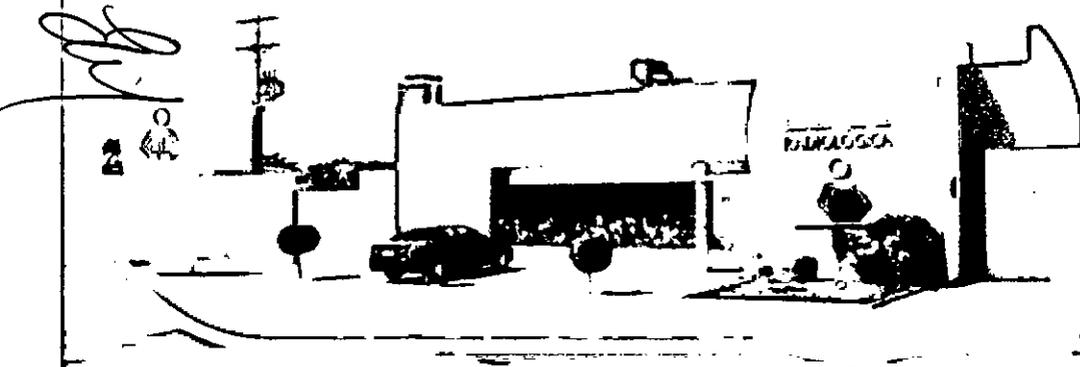


Tecnologia  
Humanizada



Excelência em tudo o que faz

Rua Comandante Almirante João Cândido, 111 - Jd. Santa Rosa - Foz de Iguaçu - Paraná  
Fone: (51) 2191.2900 - www.radiologicafsa.com.br



*Handwritten signatures and notes:*  
 [Signature]  
 [Signature]  
 [Signature]  
 [Signature]





# ESSA É A MELHOR IMAGEM QUE TEMOS DE VOCÊ

Nos temos Tecnologia Humanizada para lhe proporcionar tranquilidade e bem-estar em equipamentos modernos e confortáveis; a Certificação de Qualidade do CBR para lhe assegurar um resultado preciso e confiável, e uma equipe médica qualificada em diagnóstico por imagem para avaliar seus exames de forma imediata.

Tudo isso porque queremos ver a qualidade do nosso trabalho no álbum das suas melhores fotografias, ser parte do que lhe traz felicidade e energia.

Porque tudo o que fazemos é para que você tenha o prazer de sentir-se bem, aproveitando os melhores momentos que a vida tem a lhe oferecer. Essa é a melhor imagem que temos de você.

Clínica Radiológica - Rua Comandante Almiro, 111 - Kallilândia - Fone: 75 2101-2900



CLÍNICA  
RADIOLOGICA

Excelência em tudo o que faz.



Tecnologia  
Humanizada

[www.radiologicafsa.com.br](http://www.radiologicafsa.com.br)

Rua Comandante Almiro, 111 - Kallilândia - Fone: 75 2101-2900

*Handwritten signatures and notes on the left margin.*

*Handwritten signature at the bottom left.*

## RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS – ESCOLA JOÃO PAULO I

Em novembro de 2009, a Escola João Paulo I possuía cerca de 500 alunos da Educação Infantil ao Ensino Fundamental I e sede dividida em dois prédios distintos para cada segmento na Rua Sabino Silva, Kalilândia, em Feira de Santana-BA. Devido a esta formatação, a comunicação da escola funcionava de maneira fragmentada e independente: pareciam duas escolas distintas que se comunicavam também de forma distinta com seus respectivos públicos. Isso gerou o primeiro problema de comunicação identificado: ausência de identidade visual e unidade na comunicação.

Outro aspecto que vale ressaltar, é que a escola não possuía uma estrutura física compatível com a dos seus principais concorrentes. Apesar de se adaptarem a um espaço pequeno e a áreas de lazer improvisadas, os alunos desejavam que a escola tivesse um espaço semelhante às principais instituições de ensino da região que já possuíam quadra de esportes, auditório, laboratórios de ciências e informática modernos e salas de aula confortáveis.

Como a Escola João Paulo I funcionava até o Ensino Fundamental I, os alunos, após esse nível de ensino, deveriam buscar uma nova escola a fim de completar o Ensino Fundamental a partir do 6º ano – antiga 5ª série – o que também gerava uma insatisfação por parte dos pais e dos estudantes que teriam de se adaptar a uma nova escola e metodologia. Devido a essa situação, alguns pais preferiam deixar a escola logo após o filho completar a Educação Infantil.

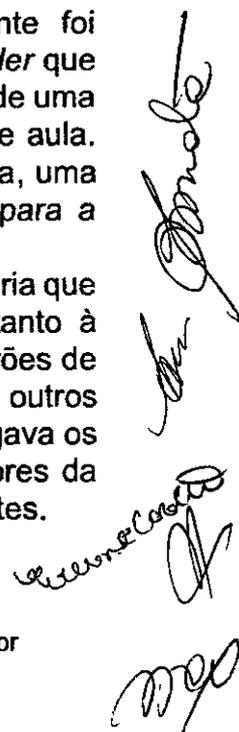
No entanto, o principal problema de comunicação encontrado tratava-se também de um problema mercadológico. A Escola João Paulo I era conhecida apenas como uma escola referência em Educação Infantil e não havia estabelecido um posicionamento de mercado focado no seu principal diferencial: sua proposta pedagógica.

Basicamente, a proposta pedagógica da Escola João Paulo I consiste na formação global do indivíduo, a qual possibilita o desenvolvimento intelectual do aluno baseado na construção do próprio conhecimento através do ato de levantar questionamentos e buscar as respostas. Coerente com essa afirmação, a Escola propõe atividades significativas e desafiadoras que estimulam o processo evolutivo dos estudantes nos aspectos: cognitivo, afetivo, físico, social e motor.

Portanto, havia uma necessidade imediata de se divulgar este diferencial à comunidade feirense e, principalmente, ao seu público alvo. Esse foi o passo inicial rumo à conquista de novos alunos.

Com o objetivo de posicionar a escola no mercado, primeiramente foi desenvolvida uma campanha de matrícula que destacava o *prazer em aprender* que os alunos sentiam, divulgando a comunidade que este prazer era proveniente de uma prática pedagógica que alcançava um universo muito maior do que a sala de aula. Mostrando que, mais importante do que oferecer uma estrutura física moderna, uma escola precisava oferecer um ambiente propício e condições necessárias para a construção do conhecimento que ultrapassa barreiras. (Veja anexo JPI 01)

Em paralelo foi desenvolvido um manual de aplicação da marca e papelaria que unificou e padronizou a comunicação interna e externa, que se aplicou tanto à Educação Infantil quanto ao Ensino Fundamental I. Foram estabelecidos padrões de fardamento, sinalização interna, murais, criação de marcas para projetos e outros elementos de comunicação, incluindo um site institucional completo que divulgava os acontecimentos da escola. Além disso, foi redefinida a missão, visão e valores da escola, tornando-os mais claros para os seus colaboradores, parceiros e clientes.



Handwritten signatures and initials, including a large signature that appears to be 'João Paulo I' and several other initials.

A fim de melhorar a imagem institucional da escola, fortalecer o seu novo posicionamento e aprimorar a prestação de serviços, mudanças foram realizadas ao longo dos últimos três anos: a escola construiu uma nova sede com estrutura moderna e funcional em 4.800m<sup>2</sup> de área construída e passou a atender também o Ensino Fundamental II com excelência profissional.

Uma campanha foi desenvolvida com o objetivo de divulgar esse novo espaço físico atrelado ao principal diferencial da escola. Antes de revelar a nova estrutura, a campanha convidou a comunidade a responder uma pergunta significativa: *O que é educar para você?* Depois, mostrou o que é educar na visão da Escola João Paulo I, fechando com o tema: *"Aqui a educação tem mais espaço"*, revelando as perspectivas da nova sede da Escola que estava sendo construída para o ano letivo seguinte. O objetivo era mostrar que, apesar de agora a escola ter um espaço físico confortável, o foco nunca deixaria de ser a educação. (Veja anexo JPI 02)

Além de mudanças estruturais, a escola passou a ter um *jingle* mais atraente e precisou mudar de slogan, para que este transmitisse o verdadeiro objetivo da escola: o aprendizado. (Veja anexo JPI 03)

Antes de se transformar em slogan, o título *"Aqui todo mundo aprende"* foi tema de mais uma campanha de matrícula, em que foi destacada a eficiência da proposta pedagógica aplicada na Escola João Paulo I. Para comprovar essa eficiência, profissionais de diversas áreas e ex-alunos da escola declararam o que eles aprenderam na João Paulo I que contribuiu para sua formação pessoal e profissional, mostrando assim o resultado positivo do seu método de ensino.

Hoje, a Escola João Paulo I completa 41 anos de existência com uma imagem institucional moderna e renovada perante a comunidade; conta com o auxílio de mais 120 profissionais; possui mais de 1.000 alunos da Educação Infantil ao Ensino Fundamental II; pretende ampliar a sua sede com mais salas de aula a fim de atender a grande procura por vagas; iniciará a construção de um prédio anexo que abrigará exclusivamente os alunos do Fundamental II; possui um site institucional interativo e está presente nas principais redes sociais com mais de 1.000 fãs no facebook. Foi premiada com o Troféu Imprensa 2011 e sua diretora geral, Enedite Braz Silva, recebeu o prêmio *Professor do Ano* em 2013; sua última campanha de matrícula está concorrendo ao *Prêmio Profissionais do Ano*, na região Norte/Nordeste, realizado pela Rede Globo de Televisão. (Veja anexo JPI 04 e 05)

Essa é uma prova de que a comunicação não apenas informa, mas também motiva, surpreende e incentiva, possibilitando que ideias e projetos sejam materializados e que as expectativas sejam alcançadas com foco nos resultados.

Feira de Santana, 13 de outubro de 2022.



Rita de Cassia Braz dos Santos Silva  
Diretora Pedagógica da Escola João Paulo I

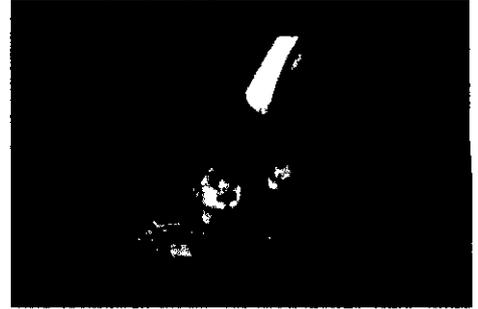


## ANEXO JPI01 - STORYBOARD VT 30"

**Audio:** Educação começa pelo prazer em aprender.

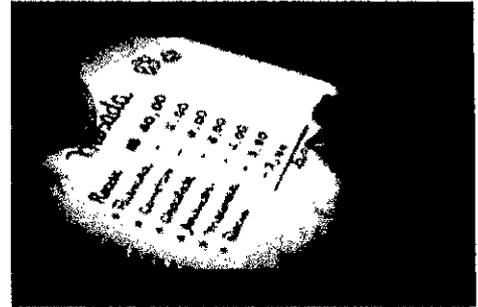
A Escola João Paulo I é a primeira a acreditar que ensinar não é apenas transmitir conhecimento é ensinar como alcança-lo.

**Vídeo:** Garoto desperta a curiosidade pelos planetas em sala de aula e parte para adquirir mais conhecimento indo ao observatório.



**Audio:** Sua proposta de ensino faz com que os alunos tenha o desejo de encontrar respostas...

**Vídeo:** Menina utiliza o dinheiro para comprar o lanche e faz as contas em um caderno.



**Audio:** ...expandindo o aprendizado para um universo muito além da sala de aula.

**Vídeo:** Criança aprende a importância das plantas e da preservação do meio-ambiente em sala de aula e planta uma árvore em um canteiro.



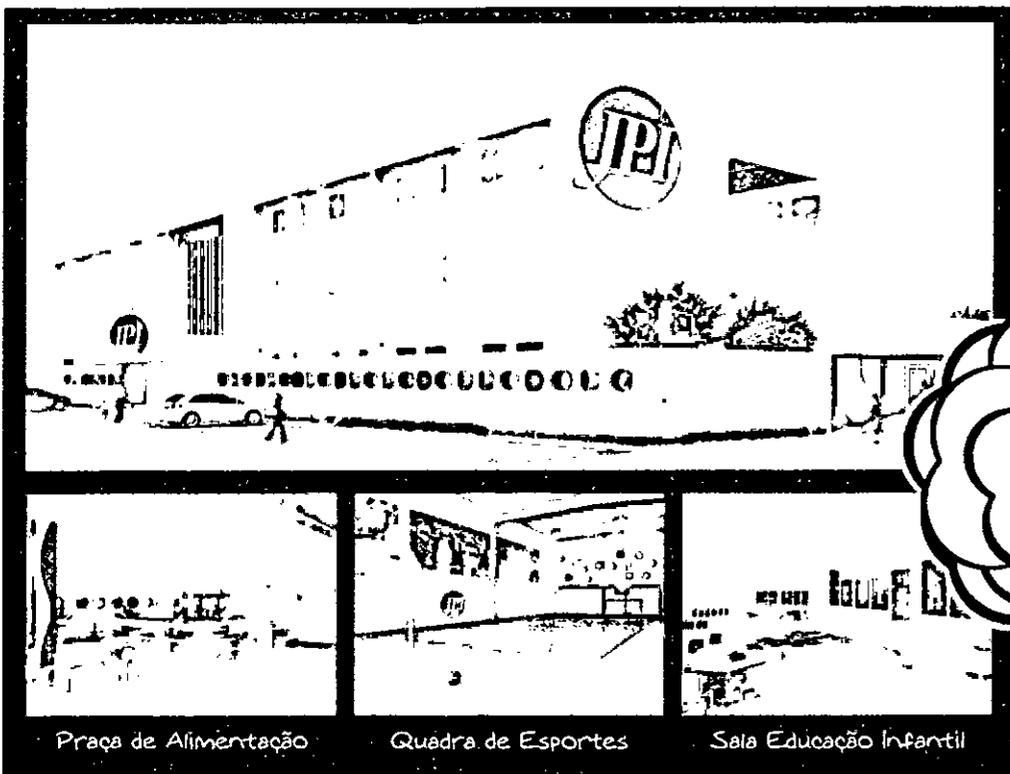
**Áudio:** Transforme a vida de seu filho numa constante busca pelo conhecimento.  
Escola João Paulo I, Matrículas Abertas.



**JPI**  
ESCOLA  
**João Paulo I**  
o futuro passa muito por aqui

*Handwritten signatures and notes:*  
- "Viviane Caspary" (with an arrow pointing to the logo)  
- "A. J. B." (signature)  
- "2000" (handwritten text)

# AQUI A EDUCAÇÃO TEM MAIS ESPAÇO NOVA SEDE



- ⬠ Localização Privilegiada
- ⬠ Estacionamento
- ⬠ Rampas de Acesso
- ⬠ Auditório Climatizado
- ⬠ Espaço Gourmet
- ⬠ Cozinha Experimental
- ⬠ Quadra de Esportes
- ⬠ Salas de Artes e Música
- ⬠ Espaço de Velotrol, Skate e Patins

- ⬠ Sala Multimídia
- ⬠ Biblioteca
- ⬠ Capela
- ⬠ Cantinho da Oficina
- ⬠ Lavanderia Infantil e Horta
- ⬠ Salão de Jogos
- ⬠ Parque Infantil
- ⬠ Casinha de Bonecas
- ⬠ Laboratório de Ciências

*Handwritten signatures and initials in the top right corner.*

**A Escola João Paulo I Agora é  
Da Educação Infantil ao  
Ensino Fundamental II - 6º Ano!**

## Faça Já Sua Matrícula!

Aproveite o preço promocional da 1ª mensalidade para a 5ª série / 6º ano.

### Documentação Necessária

- Cópia do Cartão de Vacina
- Cópia da Certidão de Nascimento
- Cópia do RG e CPF do Responsável
- 04 Fotos 3 x 4
- Comprovante de Residência Atualizado
- Declaração de Quitação de Débito da Escola Anterior
- Histórico Escolar Para Ensino Fundamental I e II
- Declaração de Escolaridade para Educação Infantil



Além de se destacar pedagogicamente, a escola João Paulo I oferece um novo espaço físico com estrutura moderna, confortável e funcional. A partir do ano letivo de 2011, os alunos estudarão na Nova Sede que ocupa um quarteirão inteiro com 4.800m² de área construída, fácil acesso e localização privilegiada no centro da cidade.

A Nova Sede possui 03 pavimentos e 32 salas de aula que abrigarão o Ensino Fundamental I e II com o 6º ano, e a Educação Infantil com portaria específica. Além disso, a instalação conta com uma ampla área de lazer com playgrounds e sala à céu aberto, salão de jogos, música e artes, quadra de esportes, auditório climatizado, sala multimídia, laboratório de ciências, cozinha experimental, parque infantil, horta e muito mais!

A escola João Paulo I agora está ainda mais preparada para oferecer o melhor para o seu filho, consciente de que a base que sustenta essa grandiosa estrutura será sempre a educação. Acesse o site e acompanhe o andamento da obra que já se encontra em fase de conclusão.

**Horário de Funcionamento**  
De Segunda a Sexta-Feira  
Das 08:00h às 18:00h  
Local: Rua Dr. Sábido Silva, 27 - Guiliano



# AQUI TODO MUNDO APRENDE!

Por Judinara Braz



Há alguns anos atrás tive a oportunidade de ser uma aluna aprendiz da Escola João Paulo I, chamada Mira. O objetivo do projeto era que eu aprendesse a trabalhar e a lidar com a rotina da escola. Era uma experiência muito interessante. Eu aprendi muito e me diverti muito. Foi uma ótima oportunidade de aprender e crescer.

O tempo passou, Mira se aposentou e eu continuei a trabalhar. Foi uma ótima experiência de aprender e crescer. Eu aprendi muito e me diverti muito. Foi uma ótima oportunidade de aprender e crescer.

temperamento, o ser paciente. É bom ter calma e não se irritar com as coisas. É comum encontrar colegas que não sabem lidar com a rotina da escola. Vou fazer desse projeto a minha oportunidade de aprender e crescer. Eu aprendi muito e me diverti muito. Foi uma ótima oportunidade de aprender e crescer.

Aqui todo mundo aprende. Aprende a lidar com a rotina da escola, a lidar com os colegas, a lidar com os professores. É uma ótima oportunidade de aprender e crescer. Eu aprendi muito e me diverti muito. Foi uma ótima oportunidade de aprender e crescer.

aspecto. O homem é um ser integral, portanto, se for necessário que esse indivíduo aprenda através do currículo da escola, é necessário que ele aprenda em nossa cidade. Não existe a escola que só ensina sem nem ensinar que só ensina.

Entendemos que no ambiente em que todo mundo aprende, esse aprendizado acontece porque está sendo oportunizado através da escola, do curso, do tipo de metodologia, da especialização dos professores, da proposta curricular e, principalmente, da vontade de que se continuamos trabalhando com a estrutura mental, através dos elementos cognitivos (percepção, memória, linguagem) somados à consciência que devemos ter diante das potencialidades e diferenças de cada aluno. Teremos sim, uma escola onde todo mundo aprende!



"Na Escola JPI eu aprendi a colocar o meu conhecimento em prática." Caio Barros - Arquiteto



"Aprendi que eu posso ser o que eu quiser." Anahís Sá - Nutricionista



"Eu aprendi que ter sucesso é ser o melhor naquilo que se faz." Paulo César - Médico



"Eu aprendi que objetivos foram feitos para serem alcançados." Humberto Codazzi - Administrador



"Aprendi a querer ser alguém (tempo melhor)." Catena Falcão - Veterinária



"Na Escola JPI eu aprendi a ver o conteúdo por trás da matéria." Victor Braz - Advogado

## "Aqui todo mundo aprende!"

ANEXO JPI03 - 12



# Joãozinho Informa

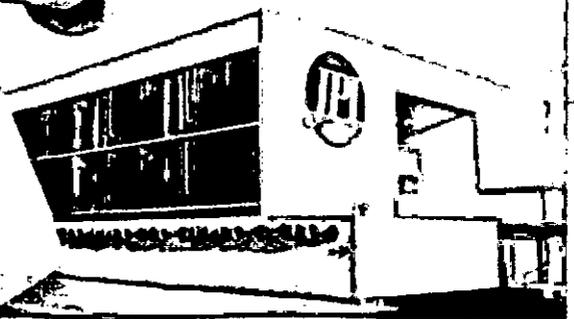
9ª Edição - Feira de Santana-Ba, Dezembro de 2011.



# Aqui todo mundo aprende!

Da Educação Infantil ao Ensino Fundamental II

- ARTES (Pag 03)
- MATEMÁTICA (Pag 04)
- CULTURA (Pag 05)
- LEITURA (Pag 06)
- ALIMENTAÇÃO SAUDÁVEL (Pag 07)
- CIÊNCIAS (Pag 07)
- DESENVOLVIMENTO MORAL (Pag 09)
- REPÓRTER MIRIM (Pag 09)
- VIVENDO FEIRA (Pag 10)



# É SÓ FEIJÃO ?

## PARA OS ALUNOS DA ESCOLA JOÃO PAULO I É MUITO MAIS!

Na Escola João Paulo I, os alunos aprendem que, para as ciências naturais, o feijão é sobretudo um ser que nasce, cresce... E ao debulhar a pequena vagem, eles descobrem a contagem da matemática no fantástico processo de multiplicação.

Eles aprendem que há vários tipos de feijão e que cada um deles passa por processos físicos e reações químicas diferentes, basta olhar a fotossíntese mais profundamente.

Eles entendem que o feijão é também parte da alimentação: um direito de todo cidadão. E que quando o João encontra o Pé de Feijão, ele se torna mágico, alcança o céu em nossa imaginação.

Porque para quem tem mais conteúdo, o feijão não é simplesmente feijão.

**MATRÍCULAS ABERTAS!**

[aquitodomundoaprende.com.br](http://aquitodomundoaprende.com.br)

DA ED. INFANTIL AO  
ENSINO FUNDAMENTAL II



ESCOLA  
**João Paulo I**  
*em todo mundo aprende!*



*André*

*ANA*

*OK*

Rua Paulo VI, 118. Kalilândia. Feira de Santana - BA. Fone: 75 3221.2986

*Prof. ...*

*...*