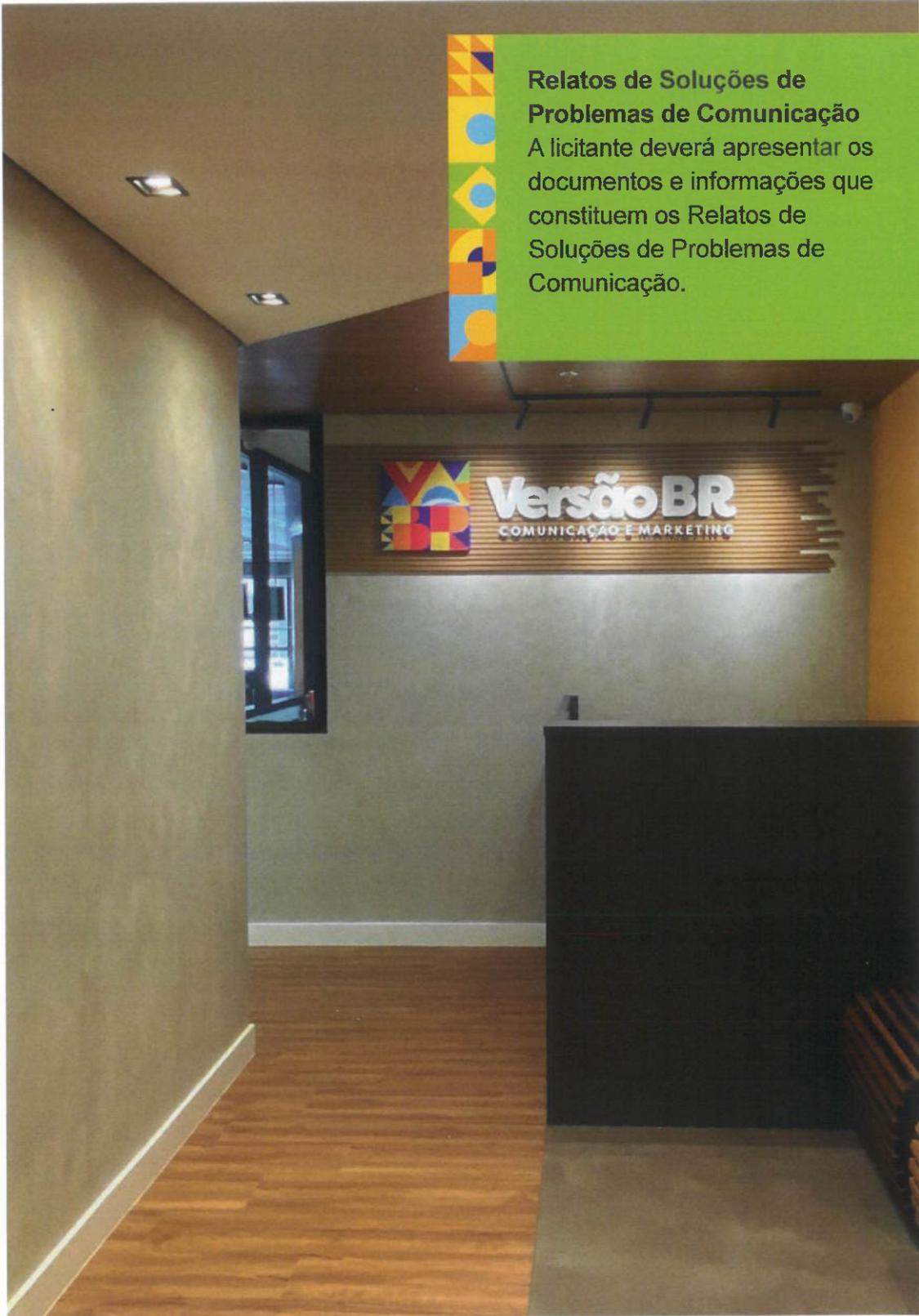


Releato Releato Releato Releato





**Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação**  
A licitante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação.

*[Handwritten signature]*



Todas as versões numa só agência



**Le Monde Avenue**  
Rua Paschoal Bardaro, 1075 - 9º andar  
Jd. Botânico - Ribeirão Preto/SP  
[versãobr.com.br](http://versãobr.com.br) > 16 3913.8861



## Problema específico de comunicação

O debate sobre as mudanças climáticas pela ação humana no planeta tem sido cada vez mais presente no Brasil e no mundo. Em pesquisa realizada em 2019 pela Toluna e FGV, 75% das pessoas garantiram ter mudado de alguma forma seus hábitos de consumo devido a preocupações ambientais. No país, as discussões também estão acontecendo entre diferentes instituições - públicas ou privadas - e na sociedade civil. Faz algum tempo que empresas e indústrias, por exemplo, passaram a adotar práticas sustentáveis em seus processos de execução e produção e essa postura tem sido cada vez mais valorizada pelos consumidores e cidadãos brasileiros.

Portanto, no contexto nacional se fazia urgente que instituições se posicionassem quanto à responsabilidade socioambiental e a Alesp, a maior assembleia legislativa estadual do Brasil, também reconheceu o seu papel como agente de mudança, autoafirmando-se como uma organização que está ao lado do meio ambiente e da biodiversidade por meio da criação de um programa socioambiental. Assim, tivemos como principais desafios a criação de um nome e uma logo para o programa, além de uma campanha para o seu lançamento.

## Solução

Primeiramente, criamos a identidade e marca do programa: Alesp Preserva. No logo, a palavra "Preserva" pode ter duas leituras. A primeira é a definição do verbo preservar, que faz alusão à preservação do meio ambiente. Por outro lado, também podemos ler a palavra "Preserva" como uma sigla: Programa de Responsabilidade e Valorização Ambiental. Para a composição gráfica, apresentamos um coração que é formado pela figura de um caule. O coração, pintado de azul, traz a ideia de um lago potável, sem poluição. Ao mesmo tempo, o coração também tem a ver com carinho e cuidado, cuidar do planeta e de pessoas. O caule, interligado com o coração (lago), mostra que água e floresta são elementos indissociáveis.

Com nome e logotipo criados para o Programa, partimos para os objetivos da campanha: posicionar a Alesp como uma instituição responsável e comprometida com as questões socioambientais, apresentar o programa e suas ações e incentivar a participação no debate, fomentando a mudança individual de cada pessoa. Neste último, uma particularidade da campanha é a existência do público externo – população do estado de São Paulo acima de 18 anos – e o interno – os colaboradores da Alesp, que somam cerca de três mil pessoas.

Assim, criamos o conceito "A preservação do meio ambiente começa pela nossa casa", considerando as seguintes ideias: a Alesp estava criando um programa socioambiental para implementar ações sustentáveis dentro do seu próprio prédio. Ou seja, a instituição estava começando uma mudança de dentro para fora. Paralelamente, brincamos com a palavra "casa", já que a Alesp é a "casa do povo", nesse caso, dá-se o exemplo ao cidadão que também é convidado a fazer a sua parte e repensar suas ações por um futuro mais sustentável.

Depois, criamos três tipos de conteúdo para as mensagens e meios utilizados, para o público interno, externo e geral. O primeiro continha peças para divulgar a criação do programa e convidar os colaboradores da Alesp para abraçar e se engajar com a iniciativa, adotando pequenas mudanças de hábito no cotidiano de trabalho, aqui entram peças como wallpaper, adesivo, botton e ecobag.

SEGUNDO TABELIÃO DE NOTAS  
Av. Prof. João Flusa, 970 - Rib. Preto-SP  
AUTENTICAÇÃO - Autentico a presente cópia reprográfica  
conforme ao original a mim apresentado, em 11/10/2024

RIB. PRETO SP 11 OUT. 2024

Italo José Farinelli - Escrevente  
Gabriella Neves Souza - Escrevente

Selos pagos por verbis

ANEXO AUTENTICAÇÃO

23877

AUTENTICAÇÃO

AU0863AG0011066

Versão Br > Comunicação e Marketing  
Le Monde Empresarial  
Rua Paschoal Bardaro, 1075 - 9º andar  
Jd. Botânico - CEP 14021-655 - Ribeirão Preto/SP  
versaobr@versaobr.com.br | versaobr.com.br

2



Para o conteúdo externo o objetivo era comunicar a grandiosidade das ações, fazendo com que a população entenda o quanto o projeto é importante para a instituição, à população e o meio ambiente, por isso usamos meios de massa como rádios e portais estaduais. Por fim, pensamos em peças que ficariam em áreas comuns da Assembleia, como o banner de tecido, já que é um local que recebe um grande fluxo de pessoas.

## Resultado

Nos 12 dias de campanhas, veiculamos a mensagem em 42 portais de internet e em 86 rádios, resultando em mais de 3.500 inserções em todas as regiões administrativas do estado de São Paulo. Para as redes sociais, desenvolvemos cinco posts que foram veiculados durante o período da campanha e obtiveram um alcance de, aproximadamente, oito milhões pessoas. Além disso, para impulsionar o engajamento, criamos filtros para o Instagram de cada uma das ações e que estão disponíveis para os usuários até hoje, outra peça do meio internet, a landing page teve cerca de 40 mil acessos durante os dias de campanha.

Nas redes internas de comunicação, diversas matérias no site da Assembleia destacaram o lançamento da campanha e do programa que aconteceu em novembro de 2021, mas tem desdobramentos até hoje. Em março de 2022, foram distribuídos copos reutilizáveis com o conceito e identidade da campanha para todos os servidores e colaboradores da Casa, até junho do mesmo ano, o Alesp sem Papel, uma das ações do programa, tinha economizado mais de 265 mil folhas e, até o final do ano, 20 mil mudas serão plantadas em parques estaduais.

São Paulo, setembro de 2022

O presente relato é verídico e estou de acordo.

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

CNPJ: 59.952.259/0001-85

Leonardo Waideman Liebana

Diretor do Departamento de Comunicação



VÁLIDO SOMENTE COM O SELO DE AUTENTICIDADE





**Cliente:** Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo - ALESP  
**Peça:** Vídeo para Internet  
**Título:** Alesp Preserva  
**Formato:** 45"  
**Data de produção:** novembro de 2021  
**Período de Veiculação:** novembro de 2021  
**Veículos:** Youtube e Facebook



Peça apresentada dentro do pendrive



Todas as versões numa só agência



**Le Monde Avenue**  
Rua Paschoal Bardaro, 1075 - 9º andar  
Jd. Botânico - Ribeirão Preto/SP  
[versãobr.com.br](http://versãobr.com.br) > 16 3913.8861



**Cliente:** Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo - ALESP

**Peça:** Spot

**Título:** Alesp Preserva

**Formato:** 30"

**Data de produção:** novembro de 2021

**Período de Veiculação:** novembro de 2021

**Veículos:** 86 rádios no estado de São Paulo, como Jovem Pan Presidente Prudente, CBN Araraquara e Metropolitana Taubaté.



Todas as versões numa só agência



**Le Monde Avenue**  
Rua Paschoal Bardaro, 1075 - 9º andar  
Jd. Botânico - Ribeirão Preto/SP  
[versao.br](http://versao.br) > 16 3913.8861



**Cliente:** Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo - ALESP  
**Peça:** Adesivo  
**Título:** Alesp Preserva  
**Formato:** 18x132cm  
**Data de produção:** dezembro de 2021



Todas as versões numa só agência



**Le Monde Avenue**  
Rua Paschoal Bardaro, 1075 - 9º andar  
Jd. Botânico - Ribeirão Preto/SP  
[versaoobr.com.br](http://versaoobr.com.br) > 16 3913.8861



**Cliente:** Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo  
**Peça:** Landing page  
**Título:** Alesp Preserva  
**Formato:** 1024x768px  
**Data de produção:** Novembro de 2021





PEÇA  
PREMIADA  
BRONZE

**Cliente:** Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo - ALESP

**Peça:** Anúncio de jornal

**Título:** Alesp Preserva

**Formato:** 12,5x19,5cm

**Data de produção:** novembro de 2021

**Período de Veiculação:** dezembro de 2021

**Veículo:** UVESP - Jornal do Interior

**A preservação do meio ambiente começa pela nossa casa**

**Alesp preserva**  
PROGRAMA DE RESPONSABILIDADE E VALORIZAÇÃO AMBIENTAL

O **Alesp Preserva** é um programa da Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo que está ajudando, por meio de diversas e importantes ações, a construir um planeta mais sustentável para todos.

**Co2**  
**Carbono Zero**  
Neutralização da emissão de carbono com o plantio de milhares de árvores

**Eficiência no custo da água**  
Criação de soluções para reduzir o custo da conta de água em 60%

**Eficiência Energética**  
Instalação de placas de captação de energia solar no telhado da Alesp, reduzindo o custo em 60% na conta de energia elétrica

**Alesp sem Papel**  
O projeto vai eliminar, até o fim de 2022, o uso de papel no âmbito administrativo do Legislativo Paulista

**Tudo isso é Alesp Preserva.**  
Acesse [alesppreserva](#) e saiba como o programa está transformando a relação da Casa do Povo paulista com a natureza.

**Alesp**  
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE SÃO PAULO

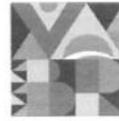
Assembly of São Paulo



Todas as versões numa só agência



**Le Monde Avenue**  
Rua Paschoal Bardaro, 1075 - 9º andar  
Jd. Botânico - Ribeirão Preto/SP  
[versao.br.com.br](#) > 16 3913.8861



**Cliente**

Prefeitura Municipal de Ribeirão Preto

**Campanha**

Orgulho de Ribeirão

**Conceito**

“Suas histórias fazem a nossa história.”

**Problema específico de comunicação:**

No mês de aniversário de Ribeirão Preto, foi criada uma campanha que tem o orgulho como fio condutor. Nesse contexto, o sentimento foi relacionado à cidade de Ribeirão, tendo a população como protagonista e o trabalho da Prefeitura aparecendo de forma sutil, entrelaçado à história de vida das pessoas.

**Solução proposta:**

A campanha apresentou cinco histórias reais de pessoas que vivem na cidade. Nesse contexto, cada perfil valoriza as diferentes facetas de Ribeirão e bandeiras do cliente, ressaltando os motivos particulares para se sentirem pertencentes e terem escolhido viver na cidade.

As peças enaltecem o orgulho, posicionando a Prefeitura como porta-voz desse sentimento, além de ser responsável pela boa qualidade de vida de quem mora em Ribeirão. Do ponto de vista da identidade visual, as peças valorizam a imagem dos personagens além de reforçar como a cidade acolhe bem diferentes perfis, mostrando que Ribeirão é o destino para quem quer estudar, empreender, ter oportunidades. Como processo de trabalho, foi feita uma busca ativa por personagens, entrevistas aprofundadas para conhecer as histórias de vida das pessoas e a relação delas com a cidade para construção do roteiro de captação.

**Perfil dos personagens:**

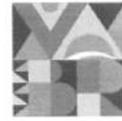
1. Estudante universitária da USP; 2. Senhora que fez tratamento de câncer pelo SUS; 3. Paulistana que mudou com a família para Ribeirão; 4. Motoboy que ressalta a importância das obras de mobilidade; 5. Comerciante no centro da cidade, que ressalta a importância da modernização dessa região do município.

**Resultados:**

Em pesquisa qualitativa foram realizados seis grupos com diferentes perfis socioeconômicos para avaliação da campanha (mulheres e homens das classes B, C e D). Como resultado, ressalta-se que: “a campanha conseguiu evocar um forte sentimento de pertencimento e orgulho entre os cidadãos, especialmente em relação à rica oferta cultural, oportunidades educacionais e a facilidade de locomoção comparada a cidade maiores como São Paulo. Todos se sentem protagonistas na história da cidade”.

A campanha foi veiculada, majoritariamente, online, com destaque as redes sociais da Prefeitura (Instagram, Youtube e Facebook); publicidade em





plataformas de áudio e games. Em relação à comunicação, a mídia programática incluiu a veiculação das seguintes peças: áudio (spot), display mobile game e três vídeos "teaser" (de 15s cada), com o objetivo de levar os internautas para os vídeos completos no Facebook da Prefeitura. Dos resultados, pode-se destacar mais de 2,5 milhões de impressões totais, mais de 1.900 cliques nas peças, com destaque para as 153.492 escutas completas e CTR de 0,21% do spot veiculado no Spotify. Além disso, houve uma entrega de visualizações completas 20,7% acima do esperado nos vídeos "teaser" veiculados em diferentes portais, com 362 mil visualizações.

Já em relação aos resultados nas redes sociais, a campanha teve um alcance significativo – mais de 580 mil internautas - impactando mais que a estimativa do universo de contas do Meta Ads para Ribeirão Preto (427.700), o que pode significar que, além dos moradores, viajantes e visitantes também tenham sido alcançados. A frequência de exibição dos anúncios também foi alta e indica que cada pessoa foi impactada em média 6 vezes por alguma peça criativa da campanha. Também é oportuno pontuar que os vídeos completos das histórias tiveram um bom desempenho, com uma taxa de visualização de média de 25% e destaque para um vídeo "teaser" que alcançou 71%, trazendo um resumo de todas as cinco histórias veiculadas. A partir da análise dos comentários em mídias sociais foi possível observar que os temas mais recorrentes no engajamento alcançado por comentários nas publicações foram: saúde pública, segurança, revitalização do centro, condições do asfalto, educação e incentivo familiar, temáticas diretamente relacionadas ao conteúdo dos vídeos propostos.

renescatena@ribeiraopreto.sp.gov.br

Assinado  
  
Rene Arthur Scatena  
D4Sign

---

**PREFEITURA DE RIBEIRÃO PRETO**  
**Rene Scatena**  
**Secretário da Casa Civil**



**Versão Br > Comunicação e Marketing**

Le Monde Empresarial  
Rua Paschoal Bardaro, 1075 - 9º andar  
Jd. Botânico - CEP 14021-655 - Ribeirão Preto/SP

versao@versaobr.com.br @versaobr.com.br



**Cliente:** Prefeitura de Ribeirão Preto  
**Peça:** Vídeo para internet  
**Título:** Websérie Orgulho Ribeirão - episódio Ana Laura  
**Formato:** 2'09"  
**Data de produção:** Maio de 2024  
**Data de veiculação:** Junho de 2024  
**Veículos:** Facebook e Instagram



Todas as versões numa só agência



**Le Monde Avenue**  
Rua Paschoal Bardaro, 1075 - 9º andar  
Jd. Botânico - Ribeirão Preto/SP  
[versaoobr.com.br](http://versaoobr.com.br) > 16 3913.8861



**Cliente:** Prefeitura de Ribeirão Preto  
**Peça:** Anúncio de revista  
**Título:** Orgulho Ribeirão  
**Formato:** Página inteira  
**Data de produção:** Maio de 2024  
**Data de veiculação:** Junho de 2024  
**Veículo:** Revista Revide

**orgulhorp** ...

**Ser feliz é  
viver num lugar  
que te acolhe e  
funciona bem**

Ribeirão é assim: tem toda a infraestrutura de uma cidade grande, sem perder a gentileza e o sorriso aberto tão marcantes do interior.

**sua história faz  
a nossa história**

**Seu Carlos**  
Vive em Ribeirão  
desde 1949

*ribeirão vive  
no seu sorriso*

Nossa cidade abraça todas as histórias. Quem visita, volta. Quem nasce aqui ou vem de fora, fica. Fica para empreender, aprender, crescer.

E tudo isso, claro, é motivo de muito orgulho.

**RIBEIRÃO  
PRETO**  
GLOBAL E ACOLHEDORA

prefeiturarp/ f @



Todas  
as versões  
numa só  
agência



**Le Monde Avenue**  
Rua Paschoal Bardaro, 1075 - 9º andar  
Jd. Botânico - Ribeirão Preto/SP  
[versao.br](http://versao.br) > 16 3913.8861



**Cliente:** Prefeitura de Ribeirão Preto  
**Peça:** Vídeo para internet  
**Título:** Websérie Orgulho Ribeirão - episódio Regina  
**Formato:** 2'41"  
**Data de produção:** Maio de 2024  
**Data de veiculação:** Junho de 2024  
**Veículos:** Facebook e Instagram



Peça apresentada dentro do pendrive



Todas as versões numa só agência



**Le Monde Avenue**  
Rua Paschoal Bardaro, 1075 - 9º andar  
Jd. Botânico - Ribeirão Preto/SP  
[versãobr.com.br](http://versãobr.com.br) > 16 3913.8861



**Cliente:** Prefeitura de Ribeirão Preto  
**Peça:** Spot  
**Título:** Orgulho Ribeirão  
**Formato:** 30"  
**Data de produção:** Maio de 2024  
**Data de veiculação:** Junho de 2024  
**Veículos:** Spotify



Peça apresentada dentro do pendrive



Todas as versões numa só agência



**Le Monde Avenue**  
Rua Paschoal Bardaro, 1075 - 9º andar  
Jd. Botânico - Ribeirão Preto/SP  
[versãobr.com.br](http://versãobr.com.br) > 16 3913.8861



**Cliente:** Prefeitura de Ribeirão Preto  
**Peça:** Vídeo para internet  
**Título:** Websérie Orgulho Ribeirão - episódio Robson  
**Formato:** 2'23  
**Data de produção:** Maio de 2024  
**Data de veiculação:** Junho de 2024  
**Veículos:** Facebook e Instagram



Peça apresentada dentro do pendrive



Todas  
as versões  
numa só  
agência



**Le Monde Avenue**  
Rua Paschoal Bardaro, 1075 - 9º andar  
Jd. Botânico - Ribeirão Preto/SP  
[versao.br.com.br](http://versao.br.com.br) > 16 3913.8861



## TERMO DE ENCERRAMENTO

Este caderno contém 16 (dezesesseis) folhas numeradas de 1 a 16 e serve como RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO, para a COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO HABITACIONAL E URBANO DE SÃO PAULO | Concorrência Nº 011/2024.

Ribeirão Preto, 13 de novembro de 2024.



---

Versão Br Comunicação e Marketing LTDA.  
Gustavo Henrique Teixeira de Castro  
Id: 06.833.826-8 IFP-RJ.  
CPF: 832.704.427-34  
Sócio - Diretor

04.491.116/0001-21

VERSÃO BR COMUNICAÇÃO  
E MARKETING LTDA.

RUA PASCHOAL BARDARO, 1075 - SL. 91  
JARDIM BOTÂNICO - CEP 14021-655

RIBEIRÃO PRETO - SP

Versão Br Comunicação e Marketing LTDA.

CNPJ: 04.491.116/0001-21

End: Rua Paschoal Bardaro, 1075 – 9º andar • Jd. Botânico

Tel: 16-3913-8861

E-mail: [licitacao@versaobr.com.br](mailto:licitacao@versaobr.com.br)



Todas  
as versões  
numa só  
agência



Le Monde Avenue

Rua Paschoal Bardaro, 1075 - 9º andar  
Jd. Botânico - Ribeirão Preto/SP  
[versaobr.com.br](http://versaobr.com.br) > 16 3913.8861



*Handwritten signature in blue ink, with a red vertical line extending downwards.*





**Versão BR**  
COMUNICAÇÃO E MARKETING

**Versão BR Comunicação e Marketing Ltda.**

CNPJ: 04.491.116/0001-21

Rua Paschoal Bardaro, 1075 - Le Monde Empresarial - 9º andar

Jd. Botânico - CEP 14021-655 - Ribeirão Preto/SP

(16) 3913.8861 • [versaobr.com.br](http://versaobr.com.br)

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