

Breve Histórico

A DNA foi criada em 1982 em Belo Horizonte, Minas Gerais.

Concebida como uma agência de criação, a DNA surgiu seguindo a tendência mundial da propaganda naqueles anos: uma agência de pequena escala e número autolimitado de clientes, uma empresa enxuta e de funcionamento integrado, apta a interagir e propor soluções eficientes e ágeis aos seus clientes.

Os resultados colhidos em todos esses anos de atuação comprovam o acerto deste direcionamento.

Hoje, a DNA se apresenta como uma agência de trabalhos cada vez mais inovadores e criativos, solidamente alicerçados em planos de comunicação e de marketing que refletem absoluto conhecimento dos produtos e serviços com os quais trabalha.

Daniel Freitas, José Reis e Xico Castilho, seus fundadores, souberam imprimir à agência um estilo que conseguiu ser pessoal, sem ser personalista; marcante, sem ser dogmático ou autoritário. O resultado foi uma agência cujos trabalhos se tornaram referenciais para o mercado. Mais que isso: uma agência que é alvo da simpatia e da admiração de todo bom profissional de comunicação, inclusive da concorrência. Essas características se refletem, historicamente, no desempenho criativo e econômico-financeiro da agência. São 22 anos de mercado. 22 anos de criação inovadora, atendimento planejado e trabalhos de qualidade.

Por que DNA

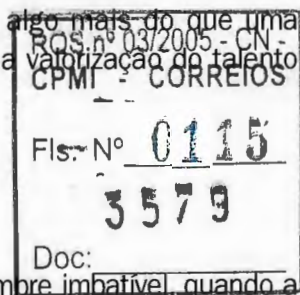
DNA quer dizer ácido desoxirribonucléico, a molécula portadora da vida, síntese da criação. DNA é a própria identidade criativa.

Ao escolher este nome para sua agência, Daniel Freitas buscava algo mais do que uma marca original e fácil de memorizar. O que se pretendia, de fato, era firmar a valorização do talento criador.

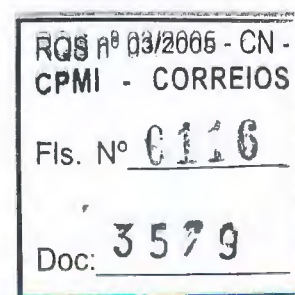
Histórias de Conquistas

Desde a fundação, a DNA firmou um conceito de potência criativa, sempre imbatível, quando a Agência se tornou campeã do ranking em Minas Gerais, classificando-se entre as mais premiadas do Brasil:

- Short List com duas peças avulsas e duas campanhas no Prêmio Folha/MM 2004/2005.
- Short List com 3 peças no Clube de Criação de São Paulo 2004.
- Short List no Cannes Lions 2004 com um anúncio da Fiat.
- Grand Prix em merchandising, jornal e revista no Clube de Criação de Minas Gerais 2004, mais 3 ouros e 2 pratas.
- Grande Prêmio de Comercial do Ano no Colunistas Brasília 2004 para o filme Banda do Banco do Brasil, além de 2 pratas e 1 bronze.



- Finalista no Prêmio Abril Central 2004 com anúncios para Eletronorte e Banco do Brasil.
- Prata no Colunistas Centro-Leste de melhor aproveitamento de mídia para o jornal Estado de Minas.
- Ouro nacional na Central de Outdoor 2004 com a campanha da Faculdade Pitágoras.
- Prêmio Anuário do Clube de Criação de São Paulo – 2003 com anúncio para o jornal Estado de Minas.
- Diretor de Arte do Ano e Diretor de Criação do Ano no Anuário do Clube de Criação de Minas Gerais – 2003.
- Agência mais premiada no Anuário do Clube de Criação de Minas Gerais de 1999 e 2002.
- 5 vezes Grand Prix do Prêmio Abril.
- Pentacampeã (1993, 1994, 1995, 1998 e 1999) do prêmio Profissionais do Ano da Rede Globo. Finalista no Profissionais do Ano Nacional, na categoria Campanha.
- Agência do Ano no Prêmio Colunistas Regional Centro-Leste (1992, 1995, 1997, 1998, 2002).
- Prêmio Associação Mineira de Propaganda: Agência do Ano em 1993 e 1995.
- Prêmio ILAFA de peças impressas - Tema Ecológico 1996.
- Prêmio ILAFA de campanha de produtos - 1996.
- Prêmio Minas Ecologia 1996.
- Galo de Ouro no Festival de Gramado - 1996.
- Lâmpada de Ouro no 20º Festival Brasileiro de Propaganda e 1º Festival Internacional de Propaganda - 1998.
- Prêmio Agência Destaque no 20º Festival Brasileiro de Propaganda e 1º Festival Internacional de Propaganda - 1998.
- Prêmio Força do Rádio 1999 - com o cliente Cemig.
- Prêmio Destaque do Ano Alterosa Cinevídeo/1999 - com o cliente Pré-vestibular Pitágoras.



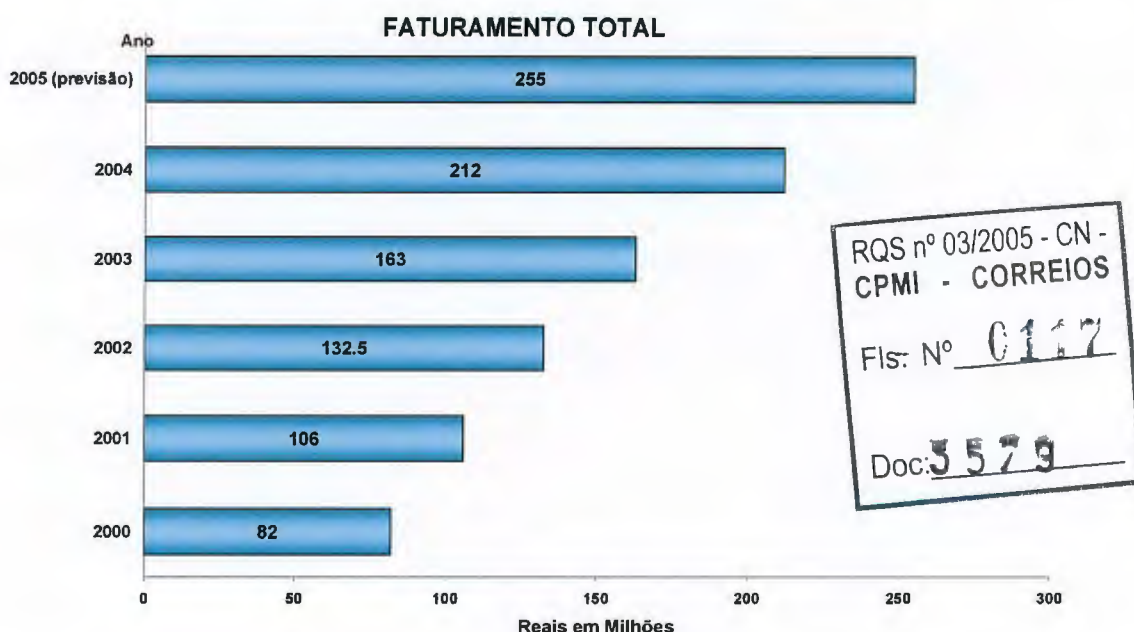
Os números da DNA

22 anos construindo marcas fortes tornaram a DNA referência no mercado, figurando entre as mais premiadas do país.

A propaganda criativa gera resultados para os clientes e para a própria agência.

Todas essas conquistas, transformadas em números, apontam para um contínuo e consistente crescimento. O desempenho criativo e econômico-financeiro da agência é o reflexo deste crescimento.

A DNA Propaganda é a 27ª agência brasileira em faturamento bruto e a única agência mineira entre as 50 maiores do País*.



Instalações, infra-estrutura e recursos materiais

O corpo funcional da DNA é composto por 118 profissionais.

A sede da DNA, em Belo Horizonte, tem 2.000 m² de área total e 1.600 m² de área construída, e ocupa três andares do prédio localizado na Rua Aimorés, 981.

A filial da DNA no Distrito Federal tem área de 540,59 m² e fica localizada no 6º andar do Edifício Corporate Financial Center. A de São Paulo está localizada na Avenida Ibirapuera, 2.120, 13º andar. A estrutura das filiais é completa, contando com planejamento, criação, estúdio, atendimento, mídia, produção gráfica, RTVC, operações e suporte administrativo e financeiro.

Tecnologia, uma ferramenta de trabalho da DNA

A DNA é equipada com o que existe de mais moderno em informática aplicada a seu negócio. Seus departamentos operam de forma integrada em rede (Ethernet); a matriz em BH e as filiais em Brasília e São Paulo estão interligados via FPT – File Transfer Protocol, com conexão remota via Internet.

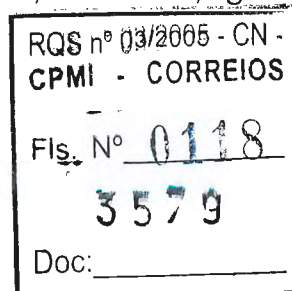
Principais executivos

Francisco Marcos Castilho (Xico Castilho) – Presidente – Advogado e jornalista por formação acadêmica, publicitário por profissão. Em maio de 1985, ingressou na DNA Propaganda como Redator. Foi promovido, em seguida, a diretor de Criação. Desde 2002 é presidente da agência, além de dar suporte no atendimento aos clientes. Em 1998, foi eleito “Profissional de Propaganda do Ano” no Prêmio Colunistas. Ganhou os principais prêmios de publicidade brasileira. É presidente da ABAP – Associação Brasileira de Agências de Publicidade, Capítulo Minas Gerais, membro do Instituto de Acompanhamento Publicitário – IAP, e membros da 6ª Câmara do CENP – Comitê Executivo das Normas-Padrão.

– **Margareth Maria de Queiroz Freitas** – Vice-Presidente de Operações, Atendimento e Mídia – Formada em Comunicação Social, habilitação em Propaganda, pela PUC-MG. Em 1982, ano de fundação da DNA, ingressou na agência como coordenadora de Mídia. Em 1987 trabalhou no setor de Atendimento da Rádio Itatiaia, atuando junto às principais agências e anunciantes de Belo Horizonte. Em 1988 voltou para a DNA, assumindo a Diretoria de Mídia. Fez inúmeros cursos e estágios ligados ao seu setor. Em 1995 foi eleita Mídia do Ano pela Associação Mineira de Propaganda, por indicação direta do mercado publicitário. Em 1996, foi eleita profissional de mídia pela AMPC – Associação Mineira de Propaganda. Em 1997, assumiu a diretoria de contas de varejo e produtos da agência. Sob sua coordenação foi lançado o Celular Card da Telemig Celular, recorde de vendas nesse segmento em 1999 em todo o Brasil. Em 2002, assumiu a Vice-presidência da agência. Diretora do Sinapro-MG, Sindicato das Agências de Minas Gerais.

– **Paulino Ribeiro** – Diretor Administrativo – Trabalhou nas principais agências de Minas Gerais. Foi professor da cadeira de Mídia da PUC-MG, fundador do Grupo de Mídia de Minas Gerais e do Sindicato dos Publicitários. Na DNA desde 1992, atuou como diretor de Operações e coordenou o núcleo de atendimento ao jornal Estado de Minas nas áreas institucional, produto, circulação e informática. Em 2001, assumiu como diretor administrativo.

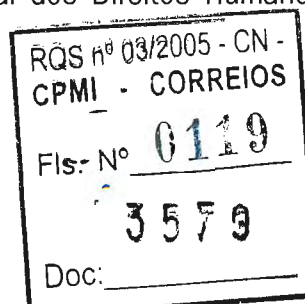
– **Luiz Eduardo Moreira Seara** – Diretor de Atendimento – Formado em Arquitetura pelo Instituto Bennett de Ensino, do Rio de Janeiro. Iniciou suas atividades profissionais na Standard Belo Horizonte, como tráfego e RTVC. Em 1984 passou para a SMP&B Propaganda, tendo sido eleito “Tráfego do Ano” pela AMP, exercendo ainda as funções de gerente e diretor de Operações e diretor de Desenvolvimento de Novos Negócios. Em 1992 transferiu-se para a DNA Propaganda como gerente operacional. Em 2001, assumiu a Supervisão de Atendimento e, em 2002, a Diretoria de Atendimento. Principais clientes atendidos: Banco Agrimisa, Mercantil do Brasil, BH Shopping, BEMGE, ASBACE (Associação Brasileira dos Bancos Com. Estaduais), Cemig, Governo do Estado de Minas Gerais, TV Record-Minas, Água de Cheiro, Biobrás, Usiminas, Grupo Klabin, Banco do Brasil, Acesita, Jornal Estado de Minas, Açominas, Construtora Canopus, Ponteio Lar Shopping, Tenco Construtora, Shopping Cidade, Itatiaia Móveis, Rede Pitágoras, Kanechomn, Água de Cheiro, Fiat, Telemig Celular, Amazônia Celular.



– **Paulo B. Assunção Filho** – Diretor Comercial – Formado em Administração de Empresas pelo UNICENTRO NEWTON PAIVA, em 1976. Pós-graduado em Administração de Recursos Humanos pelo IPADE/UFGM, em 1986. Cursos extracurriculares nas áreas de gerência e marketing e participação em seminários e eventos, nacionais e internacionais. Experiência nas áreas comercial, vendas, marketing e relações com o mercado; gerenciamento de processos e direção de áreas operacionais; desenvolvimento de produtos; implantação de Programa de Qualidade Total; elaboração de programas de endomarketing. Trabalhou na Líder Táxi Aéreo de 1974 a 1997, exercendo, entre outros, os cargos de diretor de Vendas e diretor administrativo. De 1998 a 2000, foi diretor superintendente da Total Linhas Aéreas. De 2000 a 2001, foi Consultor da Premier Táxi Aéreo e Diretor de Mercado e Negócios Corporativos da Gol Transportes Aéreos. Em 2002, transferiu-se para a DNA Propaganda para exercer a função de diretor comercial.

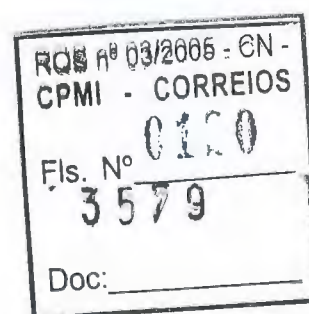
– **Luis Carlos Pauletto** – Diretor de Criação Nacional– Começou a carreira em 1977, em São Paulo e passou por todo departamento de Criação até chegar na Young & Rubicam, em 1980, onde passou a ser diretor de arte atendendo clientes como Johnson&Johnson, Tetra Pak, Denorex. Depois foi para a Catho Johnson, do grupo Young & Rubicam, atendendo Philco Hitachi, Adidas, Du Pont. Em 1989, se transferiu para a Leo Burnett, atendendo Goodyear, Gatorade, (UDB) Black Label, Red Label, Black and White, Kellogg's, Philip Morris, Procter & Gamble. Em 1996, foi para a Z+G Grey, onde passou a ser diretor de Criação, atendendo a várias contas internacionais, como 3M, Procter & Gamble, Mercedes-Benz, Bosh. Em 1997, montou a ID Young & Rubicam, sendo diretor de Criação, para atender a conta da DuPont/Lycra, entre outras. Depois montou a D+ Comunicação Total, do grupo Fischer, atendendo ao Banco Bozano Simonsen e Wickbold. Em 2000 ingressou na Publicis Norton como diretor de Criação das contas da Nestlé, Siemens, Hp Computadores, entre outras. Em 2004 transferiu-se para a DNA.

– **Márcia Greci** – Diretora de Criação São Paulo – Formada em Letras/ Lingüística pela Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. Iniciou sua carreira como redatora em 1976 na Salles/DMB&B. Em 1988, já na Denison Bates, trabalhou como redatora e, a partir de 1995, passou a diretora de Criação. Em 2001, transferiu-se para a Ogilvy como diretora de Criação da conta Hipermercados Extra. Foi diretora do Clube de Criação de São Paulo por dois anos consecutivos. Na DNA desde junho de 2003. Prêmios e Menções: Clube de Criação de São Paulo, Colunistas e Festival de Londres e Nova Iorque. Principais clientes atendidos: Ford, Refinações de Milho Brasil (Sopas Knorr e Óleo Mazola), Danone, Cica/Pomarola, Etti, Requeijão Poços de Caldas, Bradesco, Papel Higiênico Neve, Tok Pinho, Brastemp, Villares/Atlas, Bardahl, Hering, Brastemp, Melitta, Eveready, Umbro, Continental 2001, Crefisul, Samsung, BMW, Eletrolux, Embrapa, Embratur, Energizer, IBGE, New Balance, Plano Melhor, Receita Federal, O Site, Suarez, União Cultural, Land Rover, Comunidade Solidária, Parceria Contra as Drogas, Secretaria Nacional dos Direitos Humanos, Correios, Banco do Brasil.



- **Beto Ramazzina** – Diretor de Criação Brasília – Começou sua carreira em 1976, na Proeme. Ali ficou nove anos, até a fusão com a SSC&B Lintas, tendo sido redator júnior, redator e diretor de Criação associado das contas Johnson&Johnson, Unilever, Tabacow, GE, Philips, Purina, Nivea, Cica, Credicard, Tostines, Levi's e Heublein (Smirnoff, Old Eight, Drury's). De 1987 a 1992, foi diretor de comerciais na 5.6 Produções Cinematográficas. Em 1992, depois de uma rápida passagem pela DPZ como diretor de Criação da conta McDonald's, transferiu-se para a Leo Burnett Brasil como diretor de Criação associado e, mais tarde, passou a vice-presidente executivo de Criação. Contas: Gradiente, Fiat, Kellogg's, Goodyear, Gatorade, United Distillers (Black Label, Red Label, Black&White), United Airlines, Philip Morris, Bankboston, LG Electronics. Em 1999, teve uma rápida passagem pela D+ Comunicação Total. Em 2000, se associou à Sam Studios, produtora de som, e, em 2003, à UPgrade Comunicação Total, onde permaneceu até dezembro de 2004, respondendo pela criação da Ripasa, Ripax, Shoppings West Plaza, Plaza Sul e Paulista, Opportunity Asset Management, Caraigá, Sorocred, Biedronka (maior cadeia de discount stores da Polônia) e FeiraNova (2ª maior rede de hipermercados de Portugal). Em março de 2005 transfere-se para a DNA/Brasília.

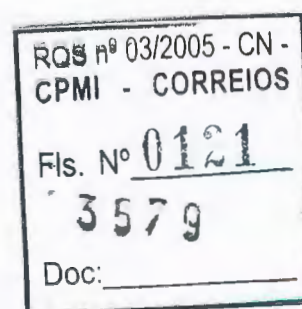
- **Orlando Videira** – Diretor de Atendimento Brasília – Formado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda, pela Universidade Gama Filho, Rio de Janeiro. Pós-graduado em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro. Passagens pelas agências Norton Publicidade (atual Publicis Salles Norton) e Caio Domingues e Associados (incorporada pela DPZ), ambas no Rio de Janeiro, atuando na área de Atendimento. Posteriormente atuou como gerente comercial da Jovem Pan FM e ainda como executivo de contas da TV Globo Minas, ambas em Belo Horizonte. Em 2004 transferiu-se para a DNA/Brasília.



Número de funcionários por departamentos

MATRIZ BELO HORIZONTE	
Atendimento, Planejamento, Mídia, Operações e Produção	
Diretor de Atendimento	1
Supervisor de Atendimento	1
Atendimento	
Gerentes de Contas	5
Assistente de Atendimento	2
Planejamento	
Gerente de Planejamento	1
Pesquisa e Planejamento	2
Mídia	
Gerentes de Mídia	6
Assistentes de Mídia	4
Operações - Controles de Operações	
2	
Produção	
Produtores Gráficos	2
Produtores de RTVC	2
Assistente de RTVC	1
Criação	
Diretor de Criação	1
Diretores de Arte	5
Redatores	4
Programadores Visuais	7
Arte-finalista	1
Revisora	1
Comercial - Diretor Comercial	
1	
Imprensa/Relações Públicas	
Jornalista	1
Informática - Técnico	
1	
Jurídico - Assessor	
1	
Administração	
Diretor Administrativo	1
Gerente Financeiro	1
Gerente Administrativo	1
Gerente de Controler	1
Assistentes Financeiros	4
Faturista	1
Checking	2
Assistente Contábil	1
Controler	1
Arquivista	1
Suporte Administrativo	10
(Secretárias, Recepcionistas, Telefonistas, Motoristas)	
Total	76

FILIAIS BRASÍLIA E SÃO PAULO	
Atendimento, Planejamento, Mídia, Operações e Produção	
Diretor de Atendimento Regional	1
Gerentes de Contas	5
Planejamento	
Gerente de Planejamento	1
Mídia	
Supervisor de Mídia	1
Gerentes de Mídia	4
Assistentes de Mídia	1
Operações	
Controle de Operações	1
Produção	
Produtores Gráficos	2
Assistente de Produção Gráfica	1
Produtor de RTVC	1
Criação	
Diretores de Criação Regionais e Redatores	2
Redatores	2
Diretores de Arte	5
Chefe de Estúdio	1
Programadores Visuais	4
Arte-finalista	1
Revisor	1
Administração	
Gerente Administrativo-Financeiro	1
Assistente de Checking	2
Suporte Administrativo	
(Recepcionistas, Telefonistas, Motoristas)	5
Total	42
Total geral	118



Cientes atuais, o maior patrimônio

A DNA agregou ao seu portfólio de clientes, ao longo de 22 anos, empresas de pequeno, médio e grande portes, entidades e órgãos governamentais e instituições comunitárias. A diversidade de atuação e de objetivos desses clientes permitiu à DNA acumular experiências em vários setores da atividade privada e da administração pública. Isso assegura à Agência atuar com adequação, segurança e profundidade na parceria com seus clientes da indústria, comércio varejista, serviços, órgãos públicos, etc.

Cliente	Atividade	Início de atendimento
Agropalma	Indústria de óleo vegetal	2003
Aliança do Brasil	Seguros	2005
Amazônia Celular	Telecomunicação móvel	2001
ANSEF – Associação Nacional dos Servidores da Polícia Federal	Associação	2001
Banco do Brasil	Serviços financeiros	1994
CBMM	Mineração	2005
Cheese Cake	Alimentício	2004
Construtora Canopus	Construção civil	1993
DiamondMall (Rede Renasce)	Varejo	1998
Eletronorte	Energia	2001
Faculdade Pitágoras	Ensino Superior	2003
Fiat Automóveis - Minas Gerais	Varejo Regional	2000
Fiat Automóveis	Pós-Venda Nacional	2000
Gerdau Açominas	Siderurgia	1995
Greenwich Schools	Escola de idiomas	2000
INED	Educação	2003
Itambé	Alimentos	2003
Itatiaia Móveis	Indústria moveleira	1988
Instituto Pitágoras	Ensino fundamental/médio	2003
Jornal Estado de Minas	Comunicação	1991
MG Master (Centauro/Almax/By Tennis)	Vestuário/Material Esportivo	2004
Ministério do Trabalho e Emprego	Serviço público	1996
Odebrecht	Construção civil	2003
Pré-Vestibular Pitágoras	Curso Pré-vestibular	2003
Rede Pitágoras	Ensino	1992
Secretaria de Estado de Saúde	Serviço Público	2004
Secretaria de Estado M. Ambiente	Serviço Público	2004
Telemig Celular	Telecomunicação móvel	1998
TV Alterosa	Comunicação	1992

RQS Nº 03/2005 - CN -
CPMI - CORREIOS
Fis. Nº 0122
3579
Doc: _____

Cientes já atendidos

Cliente	Atividade	Atendimento	
		Início	Término
Wembley	Roupas masculinas	1984	1997
Motorauto	Concessionária Chevrolet	1984	2000
M. Roscoe S.A.	Construtora	1987	1994
Rolla Tecidos	Varejo	1988	1996
Arapuã	Varejo	1990	1996
Café Puro Grão	Torrefação e moagem de café	1991	1993
Eurocar Ltda	Venda de veículos importados	1991	1993
Incra	Serviço público	1991	1993
Construtora NJR	Construtora	1991	1995
Arezzo	Calçados	1992	1994
FIEMG	Federação das Indústrias	1992	1994
BEMGE	Serviços Financeiros	1992	1994
Cera Ingleza	Higiene e limpeza	1992	1997
Concreta Centralbeton	Fabricação de argamassas	1992	1997
Prefeitura de Sete Lagoas	Serviço público	1993	1994
Prefeitura de M. Claros	Serviço público	1993	1994
Temperos Pirata	Indústria alimentícia	1993	1995
Ponteio Lar Shopping	Decoração de interiores	1993	1995
Matsulfur	Fábrica de cimentos	1993	1997
Acesita	Siderurgia	1993	2000
Cia. Vale do Rio Doce	Mineração	1993	2001
Sasse Seguradora	Seguradora da CEF	1994	1995
Governo de Minas Gerais	Serviço público	1994	1996
Loteria Mineira	Loteria	1994	1996
Supermercado Bretas	Varejo	1994	1997
Vox Populi	Pesquisa	1994	1999
Shopping Cidade	Varejo	1995	1996
Câmara Municipal de Betim	Serviço público	1995	1997
Multicanal	TV por assinatura	1995	1997
MEC	Serviço público	1995	1997
Engetron	Indústria eletrônica	1995	1999
CMI	Imobiliário	1996	1997
Clarity	Indústria de cosméticos	1996	1997
Telemig (hoje Telemar)	Telecomunicações	1996	1998
Governo de Minas Gerais	Serviço público	1996	1998
Cemig	Serviço público	1996	1998
Grupo Asamar	Construção Civil	1997	1999
Prefeitura Municipal de Betim	Serviço público	1997	1999
Elmo Calçados	Varejo	1997	2003
Alphaville Lagoa dos Ingleses	Imobiliário	1997	2003
Ale Combustíveis	Distribuidora de Combustíveis	1998	2003
Grupo Maquiné	Hotelaria	1998	2003
Instituto Vizibelli	Centro Oftalmológico	1999	2000
RM Sistemas	Informática	1999	2001
Extra - Minas Gerais	Hipermercados	2000	2001
Terra Network	Internet	2000	2005
Capicilin	Cosméticos	2001	2002
Água de Cheiro	Perfumaria	2002	2003
Kanechomn	Cosméticos	2002	2004



Clientes governamentais

CONTAS DO GOVERNO FEDERAL

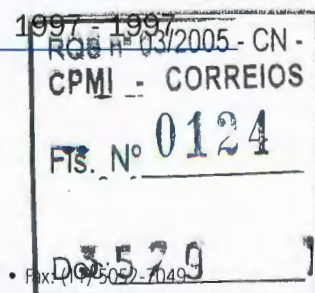
Órgão	Atendimento	Agências
Incra	1991 - 1993	DNA
Cia Vale do Rio Doce	1993 - 2001	Contemporânea/DNA
MEC – Ministério da Educação	1995 - 1997	Salles/DNA
Banco do Brasil	1994	Giovanni/Atual/Master/DNA
Banco do Brasil	1997	Denison/Fischer/Master/DNA
Banco do Brasil	2001	Lowe/Grottera/DNA
Banco do Brasil	2003	D+/Ogilvy/DNA
Ministério do Trabalho e Emprego	1996	Salles/DNA
Ministério do Trabalho e Emprego	2003	Artplan/DNA
Eletronorte	2001	DNA

CONTAS DO GOVERNO ESTADUAL DE MINAS GERAIS

Órgão	Atendimento
Bemge - Banco do Estado de Minas Gerais	1992 - 1994
Cemig - Companhia Energetica de Minas Gerais	1996 - 1998
Loteria Mineira	1994 - 1996
Secretaria de Estado da Fazenda	1996 - 1998
Secretaria de Estado do Planejamento	1996 - 1998
Secretaria da Saúde	2004 - 2005
Secretaria do Meio Ambiente	2004 - 2005

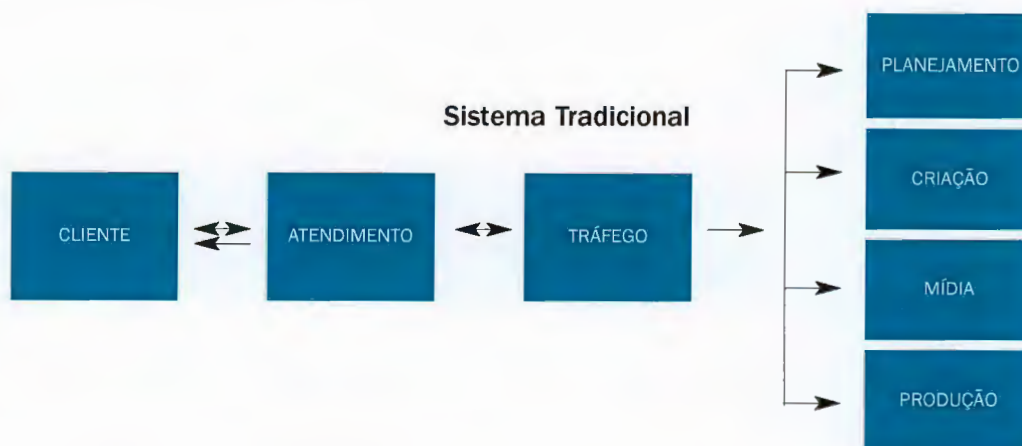
CONTAS DE GOVERNOS MUNICIPAIS

Órgão	Atendimento
Prefeitura Municipal de Sete Lagoas	1993 - 1994
Prefeitura Municipal de Montes Claros	1993 - 1994
Câmara Municipal de Betim	1995 - 1997
Prefeitura Municipal de Betim	1997 - 1997



Filosofia Empresarial

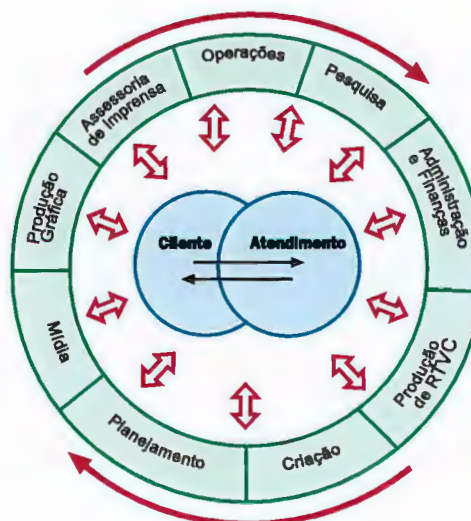
O grande diferencial da DNA, o que a distingue das demais agências, o que a fez crescer e vencer são os procedimentos e os métodos de trabalho adotados.



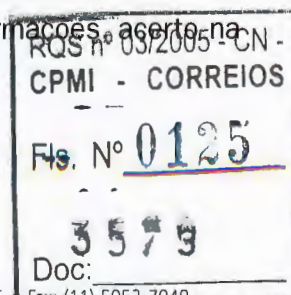
As inovações da DNA começam pela forma de atender cada cliente. No sistema tradicional, o atendimento é feito exclusivamente pela figura do contato, o que geralmente torna o relacionamento e o atendimento muito rígidos.

O sistema da DNA é mais flexível e promove o atendimento ao cliente através de um núcleo integrado (criação, mídia, planejamento, produção), sob a supervisão de um profissional de atendimento.

Sistema adotado pela DNA



Essa forma de Atendimento Integrado garante maior circulação de informações, acerto na definição de prioridades e agilidade e eficácia nas decisões.



Para cumprir seus objetivos conceituais de atendimento, a DNA vem sempre aprimorando seu modelo operacional já consagrado nas maiores e melhores agências do mundo. A base desse processo são os Núcleos de Atendimento, formados por pelo menos um representante de cada departamento da Agência, sob coordenação dos gerentes de contas. A grande inovação está no processo. A Agência gira em torno do cliente, que acessa e interage com todos os departamentos.

Criação com Planejamento

Apoiada nessa modalidade de atendimento, a DNA se preocupa também com a elaboração de planos de comunicação e marketing que possibilitem uma antevisão do desempenho de cada empresa, criando dessa forma condições de segurança e determinação para a implementação das ações necessárias.

A DNA entende que a comunicação publicitária é parte do mix da comunicação social e de marketing e que só alcança seus melhores resultados se for trabalhada de forma integrada e complementar às outras técnicas e ferramentas afins: Propaganda/ Merchandising; Pesquisa; Jornalismo/Assessoria de Imprensa; Relações Públicas/ Relações Comunitárias; Promoção/ Marketing de Relacionamento; Endomarketing; Webmail e demais ferramentas da Rede Internet.

Criação no Atendimento

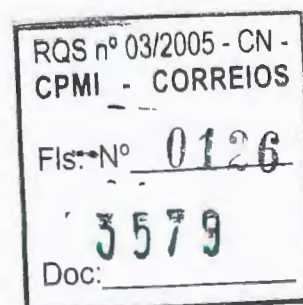
Sendo a DNA uma agência fundada e dirigida por profissionais de criação, é natural que eles tenham desenvolvido um modelo especial de gestão criativa para a DNA, com ênfase no estímulo à criatividade.

Mas o que realmente difere a DNA nesse particular de outras agências é que na DNA os profissionais de criação são treinados e estimulados a participarem intensamente do atendimento aos clientes.

Formação Profissional. O maior patrimônio da DNA

A DNA também investe na formação técnica e profissional dos seus colaboradores, patrocinando a sua participação em cursos, seminários e festivais ligados à atividade publicitária, em Minas, no Brasil e no exterior.

A DNA adota uma política permanente de concessão de estágios profissionalizantes, monitorados e acompanhados pelos profissionais da Agência.



Ferramentas de pesquisa:

A DNA dispõe de estudos e pesquisas que permitem analisar, comparar, simular, precisar e otimizar os esforços de comunicação, garantindo maior eficácia em mídia. A DNA é, hoje, a maior agência compradora de pesquisas em Minas Gerais e uma das principais do país, com um investimento anual de, aproximadamente, R\$ 984.000,00.

Objetivos das pesquisas:

Subsidiar os profissionais das áreas de mídia, planejamento, criação e atendimento na análise de mercado para a correta execução do plano de comunicação de seus clientes. São as principais fontes de informação sobre:

- os meios de comunicação: penetração, exposição, perfil;
- os veículos de comunicação: audiência, circulação, tiragem, penetração, perfil;
- o comportamento e os hábitos das pessoas em relação aos produtos ou serviços, os meios e veículos;
- o perfil do consumidor dos produtos, serviços ou marcas.

Instrumental disponível:

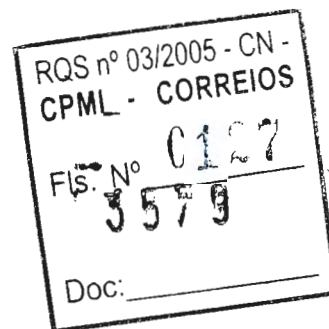
Pesquisas de audiência e hábitos de consumo

IBOPE:

Rádio: *Ibope Easymedia* – Software que apresenta dados de audiência em diferentes targets, share e qualificação da audiência, dados de alcance para vários períodos, superposição de alcance etc. Base de dados mensal (base trimestre móvel), nove mercados (Grande São Paulo, Grande Rio de Janeiro, Grande Belo Horizonte, Grande Porto Alegre, Grande Recife, Grande Curitiba, Grande Brasília, Grande Salvador, Grande Fortaleza).

Jornal: *Ibope Easymedia* – Software que apresenta dados de leitura habitual ou diária dos jornais em diferentes targets, segmentação, distribuição, frequência de leitura, custo por mil, custo por ponto e etc. Base de dados mensal (base trimestre móvel), nove mercados (Grande São Paulo, Grande Rio de Janeiro, Grande Belo Horizonte, Grande Porto Alegre, Grande Recife, Grande Curitiba, Grande Brasília, Grande Salvador, Grande Fortaleza).

Televisão: *Ibope Media Quis* – Software para estudo de índices de TV, que possibilita análises de programação, blocos de 25 minutos, curvas de audiência, 32 targets padrão. Base de dados semanal e mensal, dez capitais (Grande São Paulo, Grande Rio de Janeiro, Grande Belo Horizonte, Grande Porto Alegre, Grande Recife, Grande Curitiba, Grande Brasília, Grande Salvador e Grande Fortaleza) e Mercado Nacional.



Televisão: Ibope Planview – Software que permite a análise/avaliação do alcance e da frequência de planos de mídia de TV para targets específicos. As análises fornecem informações sobre o número total de inserções, custo total, custo por mil e custo por GRP, alcance total e eficaz, distribuição de frequências, frequência média e eficaz, GRP total e eficaz, audiência, alcance e frequência média acumulada. Base de dados mensal, dez capitais (Grande São Paulo, Grande Rio de Janeiro, Grande Belo Horizonte, Grande Porto Alegre, Grande Recife, Grande Curitiba, Grande Brasília, Grande Salvador, Grande Fortaleza) e Mercado Nacional (faixa horária).

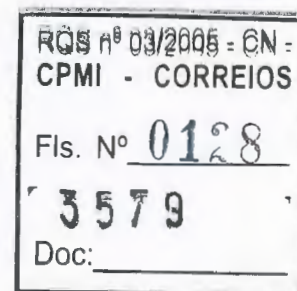
Target Group Index

O mais completo conjunto de informações sobre o consumidor brasileiro, o TGI oferece uma visão detalhada do público-alvo objetivado. Reunindo, em um mesmo banco de dados, informações sobre perfil socioeconômico, hábitos de consumo, consumo de mídia, opiniões, atitudes e atividades diárias, o TGI possibilita análise completas e multivariadas.

Quem é, o que pensa, como age o consumidor e que mídia e marcas prefere: tudo sobre o consumidor em um único banco de dados. Com o Target Group Index é possível traçar um perfil minucioso do público-alvo e da concorrência, com dados socioeconômicos, hábitos de consumo de produtos e de mídia e o fundamental: informações sobre seu comportamento, atitudes e atividades diárias.

Essas informações permitem:

- posicionar corretamente o produto;
- direcionar a abordagem criativa;
- otimizar a verba de mídia;
- ter certeza de que o consumidor será atingido pela comunicação;
- aumentar a participação do produto no mercado;
- maximizar o seu negócio.



IVC – Instituto Verificador de Circulação

Jornais e Revistas: IVC – Mídia Impressa – Software e relatórios que fornecem informações juradas (dados fornecidos pelo próprio veículo e autenticados pelo IVC), de acordo com o tipo de circulação (paga, mista ou gratuita), com as médias mensais de circulação, exemplares destinados a assinantes, vendas avulsas e todos os itens pertinentes à circulação. Periodicidade: mensal. Dados de todos os veículos filiados ao IVC (314 revistas e 71 jornais)

IPSOS-MARPLAN

Os Estudos Marplan utilizam as pesquisas Single Source, ou seja, base única e integrada de informações de mídia e consumo de produtos e serviços, cujos dados, por serem coletados com a mesma amostra, permitem cruzamentos diretos entre hábitos comportamentais de consumo dos meios e uma vasta série de informações sobre produtos, serviços e marcas, indicações de estilo de vida e desejos de consumo, além dos dados sociodemográficos tradicionais.

Os Estudos Marplan são realizados em 9 grandes mercados que são: Grandes São Paulo, Rio de Janeiro, Porto Alegre, Belo Horizonte, Salvador, Recife, Curitiba e São José dos Pinhais, Brasília-DF, Fortaleza.

Sisem Suíte Integrada: Sistema de gerenciamento de Banco de Dados que permite comparar a penetração/alcance dos veículos e a qualificação das suas audiências, em targets específicos, cruzando estas informações com o consumo de produtos/serviços, ou assuntos de interesse, frases atitudinais, itens de posse no lar e individual e hábitos de lazer, intenções de compra, etc., com a possibilidade de analisar marcas de cerca de 187 categorias de produtos/serviços.

Sisem Simulação de Revistas e Jornais: – Sistema de simulação de programações de mídia impressa – revistas – cujo “target” pode ser constituído de segmentos populacionais criado pelo próprio usuário, dentro das possibilidades oferecidas pelo banco de dados. Permite ao usuário obter dados comparativos dos diferentes planos simulados, como: total de impactos, custo por mil, GRP, cobertura e alcance, audiência líquida, frequência média, custo total, impactos por título e distribuição de frequência.

OUTROS:

Anuário de Mídia e Mídia Dados: Publicações anuais com dados de mídia e mercado.

Banco de Dados:

Jove: Televisão – Tabela de preços - Mercado nacional

Ibope Mídia: Televisão / Rádio / Jornal – Banco de dados de audiência e índices de leitura

Controle da Concorrência e Mídia:

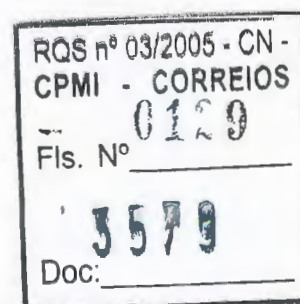
Arquivo da Propaganda

Gedáblio - (Nacional)

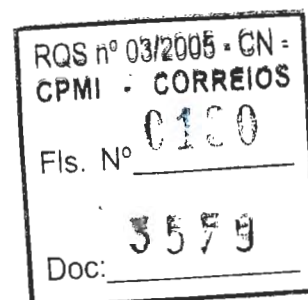
Contromídia Norte

Controle da Concorrência SP

Digital Informática



PORTFOLIO GRÁFICO



**Chegou o leite
Multivitaminado
Itambé Premium.**
É vitamina que não acaba mais.



RQS Nº 03/2005 - CN -
CPMI - CORREIOS

Fls. Nº 0191

3579

Doc:



O MELHOR DO LEITE PARA SUA FAMÍLIA
www.itambe.com.br SAC: 0800 703 486

Hoje é um bom dia para lembrar que a água
é um bem infinito. Enquanto dure.

Ao longo da história, a humanidade descobriu inúmeras aplicações para a água. Agora é hora de gente descobrir novos métodos de conservação para garantir às futuras gerações o acesso a este bem inestimável. A Eletronorte está fazendo sua parte, investindo cada vez mais em programa de preservação ambiental e proteção dos rios da Amazônia, a maior bacia hidrográfica do planeta. A gente acredita que só assim as comemorações do dia 22 de março serão regadas a muita água. Hoje e amanhã. Homenagem da Eletronorte ao Dia Mundial da Água.

 **Eletronorte**
Pura energia brasileira

 **Eletrobrás**
Energia elétrica brasileira S.A.

 **Ministério de
Minas e Energia**

 **BRASIL**
UM PAÍS DE TODOS
GOVERNO FEDERAL

 **DNA**

Anúncio de revista

Doc:

3579

Fis. Nº 0122

REIOS
- CN -

O tempo
todo com
você



O jeito mais simples
de ir ao banco. Desde
que você consiga tirar
seu filho do videogame.

Você faz suas transações bancárias
num clique, no bb.com.br. Com toda
comodidade e segurança.

bb.com.br BB Responde 0800 78 5678

Atendimento



ROS nº 03/2005 - CN -
CPMI - CORREIOS

Fis. Nº 0124

Doc: 3579



DOBLÔ ADVENTURE. FUJA PARA A VIDA.

CONCESSIONÁRIAS
FIAT
DE MINAS GERAIS

RQS nº 091 - CN
CPMI - CORREIOS
Fis. Nº 0135
Doc: 3579



CONCESSIONÁRIAS
FIAT
PARTICIPANTES

STILO 2005. AGORA COM CÂMBIO AUTOMÁTICO.

RQS nº 03/2005 - CN -
CPMI - CORREIOS
Fis. Nº 0106
Doc: 3579

DNA

Anúncio de jornal

OS AMERICANOS NÃO TÊM LEGENDAS.

MATRÍCULAS ABERTAS 3296 1399

Greenwich
SCHOOLS
Escola de Idiomas

RAS nº 03/2005 - CN -
CPMI - CORREIOS

Fls. Nº 0127

3579

Doc: _____

RQS nº 03/2005 - CN -
CPMI - CORREIOS
Fis. Nº 0138
Doc: 3579

★ FISIOTERAPIA ★

AGORA, NA FACULDADE PITÁGORAS

INSCRIÇÕES ATÉ 22/9. VESTIBULAR: 26/9.
AULAS EM OUTUBRO. 0800 283 1010



INSCRIÇÕES ABERTAS

do maternal ao ensino médio



PITÁGORAS
COLÉGIOS

TIMBIRAS 3274.6399
CIDADE JARDIM 3344.3099

RCS nº 03/2005 - CN -
CPMI - CORREIOS
Fls. Nº 0139
Doc: 3579



FISIOTERAPIA

Mais um curso da Faculdade Pitágoras.



PITÁGORAS
FACULDADE

Inscrições até 6/4 • Aulas em maio • 0800 283 1010

CPMI - CORREIOS
Fls. Nº 0140
3579

ROS nº 03/2005 - CN -
CPML - CORREIOS

Fis. Nº **0141**

Doc: **3579**

A preservação do
meio ambiente começa
nas pequenas ações.
Preserve.

5 de junho.
Dia Mundial do
Meio Ambiente.

MINAS GERAIS
GOVERNO DO ESTADO
MEIO AMBIENTE E
DESENVOLVIMENTO
SUSTENTÁVEL
PRESERVE O QUE TEMOS



Anúncio de jornal



Com a
doação
de órgãos,
a vida
continua.

Para milhares de pessoas, a esperança está em um único gesto: na doação de órgão. No Brasil, são quase 60 mil pacientes que necessitam de um transplante para continuar vivendo. Seja um doador e ajude a mudar esta realidade. E não se esqueça: se você quiser doar órgãos, comunique à família. Se você tem um doador na família, atenda à vontade dele.

SEJA UM DOADOR
E COMUNIQUE A
SUA FAMÍLIA.



MG
Transplantes
0800 883 2323

MINAS GERAIS
GOVERNO DO ESTADO
Controlado em todo tempo

RQS nº 03/2005 - CN -
CPMI - CORREIOS

Fls. Nº

DNA Anúncio de revista

Doc: 3579

1

As mariposas são
borboletas malvestidas.

Primavera-Verão

DiamondMall

Transforme-se

www.diamondmall.com.br Central de Atendimento ao Cliente: (31) 3330-9686

DNA

Anúncio de revista

RGB Hº 05/10/10
CPMH - COORDENADOR

FIS. Nº

0143

Doc: 3579



DiamondMães.
Tudo o que sua mãe mais quer,
além de você.



www.diamondmall.com.br



Outdoor aplique

ROS nº 03/2006 - CN -
CPM - CORREIOS

Fis. Nº 0144

3579

RQS nº 03/2005 - CN -
CPMI - CORREIOS
Fig. Nº 0145
3579
Doc: _____

DNA

Ter estilo é
ficar na moda
do seu jeito.

Lançamento coleção 2005



541288 / FEM
Adidas A3 Megaride W



541285 / MASC
Adidas Climacool Revolution



541002 / MASC
Nike Shox Turbo Oz



SEU TÊNIS, SEU ESTILO



541180 / MASC
Adidas A3 Megaride Syn

Bele Horizonte: BH Shopping, Shopping Del Rey, Minas Shopping, Shopping DiamondMail, Shopping Pátio Savassi. **Brasília:** Shopping Pátio Brasil, Park Shopping, Shopping Conjunto Nacional, Terraço Shopping. **Taguatinga:** Alameda Shopping, Taguatinga Shopping. **Curitiba:** Park Shopping, Shopping Estação, Crystal Plaza Shopping. **Rio de Janeiro:** Barra Shopping, Norte Shopping, Shopping Igatemi, Shopping Rio Sul, Shopping Tijuca. **Vitória:** Shopping Vitória.

SAC: 0800 704 0800 www.bytennis.com.br

SEGURANÇA A 4KM DO BH SHOPPING



Vale dos Cristais. O novo bairro da cidade.

A Odebrecht, a maior construtora da América Latina, está lançando o Vale dos Cristais. Infra-estrutura completa, muita segurança, espaço e comodidade a apenas 4 km do BH Shopping, em pista dupla, pela estrada de Nova Lima – MG-030. Venha morar em um paraíso, com áreas previstas para construção de centros empresariais e esportivos, cercado de natureza e a 15 minutos da Savassi.

Incorporação

ODEBRECHT
Empreendimentos Imobiliários

Em parceria com


anglo gold
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Administração


ITAMBÉ
IMÓVEIS

Vendas


GRIBEL
IMÓVEIS
(31) 3280-8080

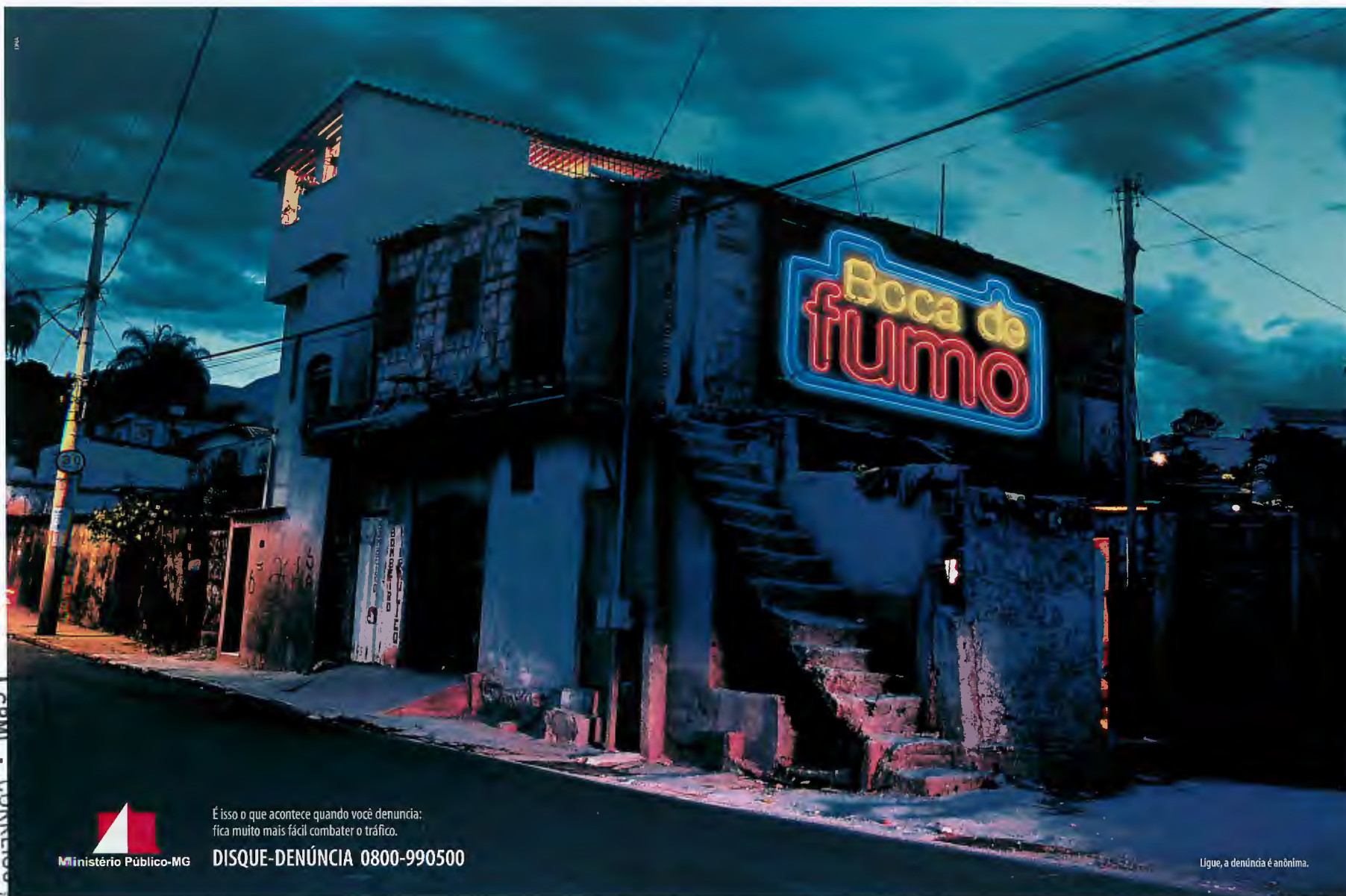
DNA

Anúncio de revista

Fls. Nº 0146

CPMI - CORREIOS

3579



É isso o que acontece quando você denuncia:
fica muito mais fácil combater o tráfico.

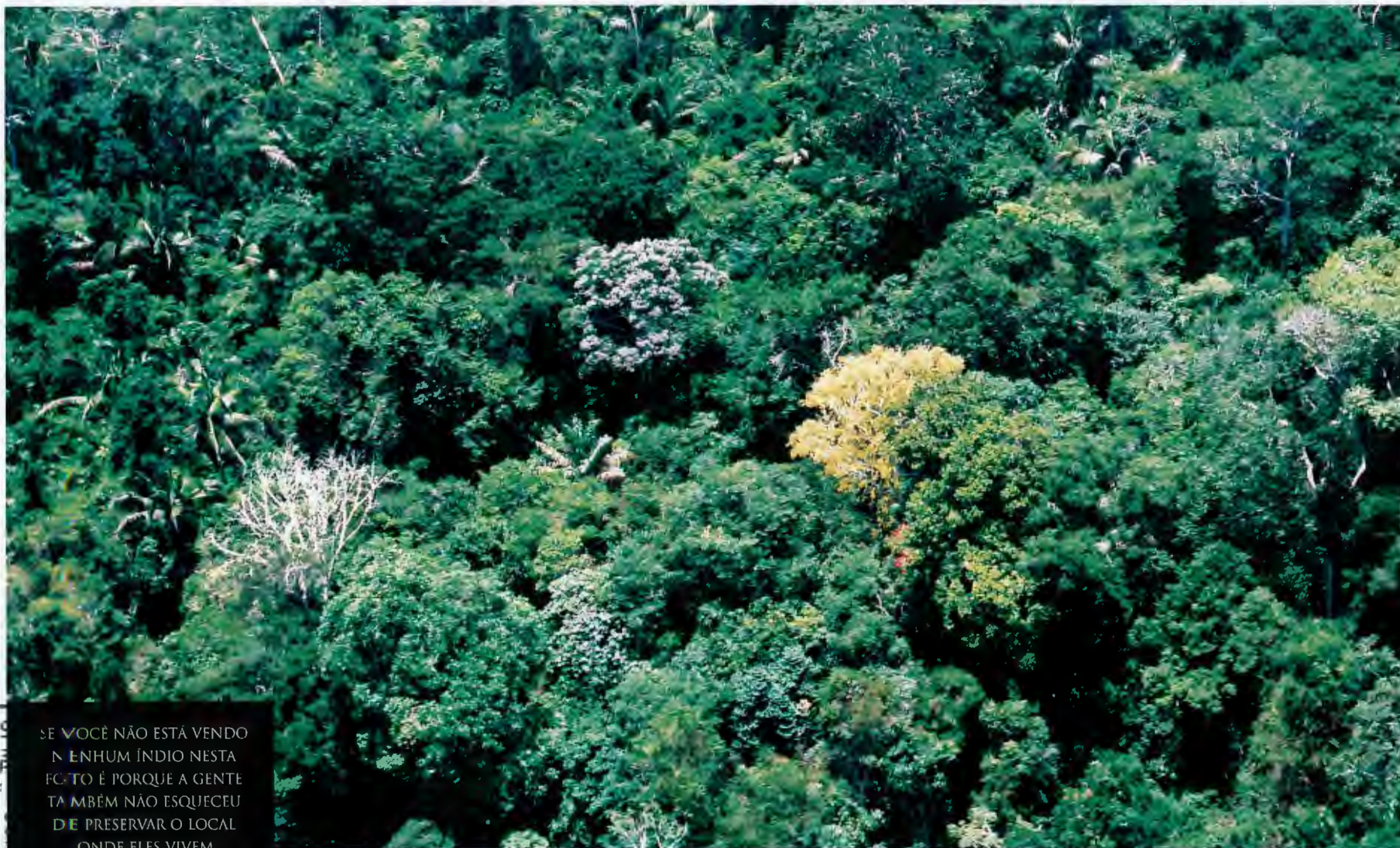
DISQUE-DENÚNCIA 0800-990500

Ligue, a denúncia é anônima.



Anúncio de revista

CPM - CONCURSO
Fis. Nº 0147
3579



SE VOCÊ NÃO ESTÁ VENDO
NENHUM ÍNDIO NESTA
FOTO É PORQUE A GENTE
TAMBÉM NÃO ESQUECEU
DE PRESERVAR O LOCAL
ONDE ELES VIVEM.

19 DE ABRIL. DIA DO ÍNDIO.

A Eletronorte cuida do homem da Amazônia tanto quanto preserva a floresta em que ele vive. Um bom exemplo são os programas que, em parceria com a Funai, oferecem todo apoio às nações Parakanã e Waimiri Atroari. Esquecidos no passado, eles recuperaram suas terras, sua cultura e hoje têm a maior taxa de natalidade entre as comunidades indígenas. E é protegendo a natureza

e os seus habitantes que a Eletronorte, alinhada às políticas do Governo Federal, contribui para que o Dia do Índio tenha sempre boas razões para ser lembrado. É assim que se constrói um País para todos.

www.eletronorte.gov.br

Eletronorte
Pura energia brasileira

Eletrobrás

Ministério de
Minas e Energia

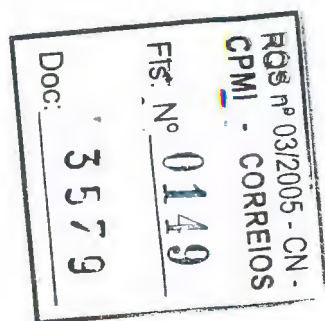
BRASIL
UM PAÍS DE TODOS
GOVERNO FEDERAL

Cinema,
teatro,
bares,
restaurantes,
shows,
dicas de passeios
e muito mais.

DIVIRTA-SE

ESTADO DE MINAS

O Grande Jornal dos Mineiros



Tem coisa melhor
para fazer no
final de semana.



Megamídia

AGROPALMA NO COMIDA DÍ BUTECO

FAZENDO HISTÓRIA

Tô eu aqui, tomando essa cervejinha, olhando essa ~~gente~~ 'gente bonita'... Ô costela de Adão bem empregada! Aliás, a costelinha de porco tã tava muito gostosa. Vou pedir mais um belisquete, já que eu não posso beliscar outras coisas. Êta comida boa!

Diz o garçom que é por causa de uma nova gordura vegetal, da AGROPALMA. Sem desmerecer o cozinheiro, claro.

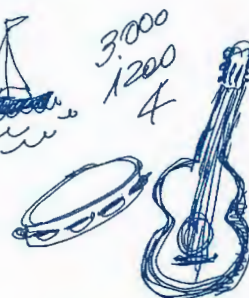
Parece que essa gordura vegetal não tem um tal de TRANS, que faz um mal danado... Viu? Tô sabendo tudo.

E daqui a pouco não vou lembrar mais de nada!

Garçom, outra cerveja!

Essa sim!
Um brinde!

SERJÃO
2004
U-UUU!!



Gorduras Vegetais e Margarinas zero Trans

Doc: _____

3579

Fis. Nº 0150

RGS nº 032005 - CN -
CPMI - CORREIOS

DNA

papel de bandeja

www.agropalma.com.br



**MAIS TECNOLOGIA,
MAIS VELOCIDADE.**

GSM Edge de última geração:
alta velocidade de transmissão de dados.

1



**CHEGOU GSM EDGE TELEMIG CELULAR.
AGORA SIM!**

Além da tecnologia GSM Edge de última geração e da maior e mais veloz cobertura que Minas já viu, você ainda tem chip com mais memória que um chip comum. Além disso, cliente Telemig Celular muda para GSM quando quiser, sem mudar o número do celular. Saiba mais: www.telemigcelular.com.br.
GSM Edge Telemig Celular. A evolução, agora com você.

3



A MAIOR COBERTURA.

Mais de 300 localidades até 31 de dezembro.

2

RAS nº 08/2005 - LCP

CPMI - CORREIOS

Fis. Nº 0121

Doc: 3579

DNA Anúncio seqüencial
de revista (3 páginas)



RQS nº 03/2005 - CN -
CPMI - CORREIOS
Efe. Nº **0152**
Doc. **3579**

Kodak
Royal
PAPER



Kodak
Royal
PAPER

RI 20022005-CN-
C-2105
F12 1100 22
63579



Kodak
Royal
PAPER

