

Ofício 0564/PR

Brasília, 06 de setembro de 2005.

Ao Excelentíssimo Senhor
DELCÍDIO AMARAL
Senador da República
Presidente da COMISSÃO PARLAMENTAR MISTA DE INQUÉRITO.
Subsecretaria de Apoio às Comissões Especiais e Parlamentares de Inquérito
Brasília - DF

Assunto: **Informações sobre contratos de assessoria de imprensa ou comunicação.**

Senhor Presidente,

Em atendimento ao Ofício de Nº. 0645/2005 – CPMI, do dia 25 de agosto de 2005, protocolado na Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos, no dia 26 de agosto de 2005, estamos encaminhando, cópia impressa, em anexo, informações referentes às prestações de serviços de assessoria de imprensa ou comunicação no período de 2000 a 2005, realizados por intermédio de contratos com agências de publicidade.

Nesta oportunidade, coloco-me à disposição para prestar qualquer esclarecimento adicional que eventualmente seja do interesse dessa CPMI.

Respeitosamente,

JANIO CEZAR LUIZ POHREN
Presidente

RQS nº 03/2005 - CN CPMI - CORREIOS
Fls Nº <u>0947</u>
Doc. <u>3594</u>

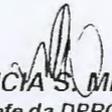
IDENTIFICAÇÃO DO ORGAO OU ENTIDADE  CORREIOS CÓDIGO	PLANILHA DE AÇÕES DE DIVULGAÇÃO (Não preencher os campos cód./protocolo)	NÚMERO 0668/2004 DATA 15/07/2004	PROTOCOLO
TIPO DE CAMPANHA Institucional	TÍTULO: ASSESSORIA DE IMPRENSA E CONSULTORIA EM COMUNICAÇÃO		
PEÇA Assessoria e Consultoria	FORMATO: Diversos	PERÍODO DE VEICULAÇÃO: Julho/2004 a Junho/2005	
AGÊNCIA/FORNECEDOR LINK	PRODUÇÃO - R\$ 151.200,00	MÍDIA - R\$ (Discriminação abaixo)	

DISCRIMINAÇÃO DO VALOR DA MÍDIA (utilizar anexo se necessário)

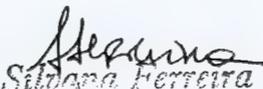
CÓDIGO	NOME DO VEÍCULO	CIDADE	UF	R\$
	RF Comunicação e Consultoria LINK	Brasília Salvador	DF BA	144.000,00 7.200,00

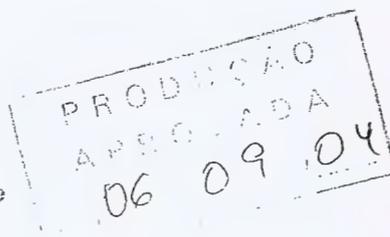
OBSERVAÇÕES, JUSTIFICATIVAS E ESCLARECIMENTOS

Anexo: Briefing.

CIDADE/UF BRASÍLIA/DF	CONTATO FAX:426-2036 TEL:426-1563	EMISSOR	SOLICITANTE
		 M. LAURENCIA S. MENDONÇA Chefe da DPRO	 JOSÉ OTAVIANO PEREIRA Chefe do DMARK

ESPAÇO RESERVADO A SECOM/PR – SECRETARIA DE AVALIAÇÃO, PROMOÇÃO E NORMAS


Silvana Ferreira
Secretaria de Comunicação e Publicidade




Maria Mendes
Secretaria de Avaliação, Promoção e Normas

A concordância da SECOM/PR – Secretaria de Avaliação, Promoção e Normas com a Ação de Comunicação caracterizada nesta Planilha limita-se aos aspectos técnico-publicitários e não exime a responsabilidade administrativa dos dirigentes da Entidade que a propõe.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS

Fls Nº 0948

3594
Doc.

BRIEFING

REF PLANILHA N. 0668/04

CAMPANHA: ASSESSORIA DE IMPRENSA E CONSULTORIA EM COMUNICAÇÃO**HISTÓRICO:**

Os Correios são uma Empresa com presença nacional em todos os 5.560 municípios brasileiros. Têm contato com mais de 40 milhões de domicílios e estabelecimentos comerciais e possui serviços de extrema importância que presta no campo das comunicações e logística postal, mantendo uma intensa e constante interação com a população brasileira. Seu portfólio de produtos e serviços, seus novos projetos e investimentos e seus resultados estão permanentemente motivando matérias na imprensa em geral. Muitos assuntos sobre os Correios geram pautas positivas, mas devido à disputa do mercado e à existência de empresas concorrentes, há temas que são distorcidos ou geram críticas por parte de alguns veículos de comunicação.

JUSTIFICATIVA:

Uma Empresa com o porte e as características dos Correios necessita estabelecer um canal de comunicação eficiente e constante com as pessoas e o mercado onde atua, visando dirimir dúvidas, dar maior conhecimento à população de seus produtos e serviços. Para melhor desenvolver esse canal de comunicação, bem como estabelecer contato eficiente e constante com meios de comunicação, ampliando sua presença na mídia, os Correios contratarão uma empresa especializada em assessoria de imprensa, a RF Comunicação e Consultoria. Os trabalhos, a serem realizados pela RF, constituir-se-ão em reuniões periódicas com a equipe da Divisão de Imprensa dos Correios para a troca de informações sobre as ações desenvolvidas e o planejamento de ações futuras. Haverá acompanhamento do calendário de eventos da Empresa para planejar com antecedência a estratégia de divulgação. Será estabelecido contato constante com as pessoas diretamente envolvidas na disseminação dos fatos. Além disso, relatório mensal será elaborado, objetivando informar as ações e os resultados alcançados no esforço de divulgação dos Correios.

VALOR:

Custo Fornecedor:	R\$ 144.000,00
Custo Interno:	R\$ 7.200,00
Honorário:	R\$ -
Custo Final:	R\$ 151.200,00

AGÊNCIA:

LINK

OP - 062/2004**VEÍCULO/ FORNECEDOR:**

- RF Comunicação e Consultoria/DF.

PEÇA:

- Assessoria de imprensa e consultoria especializada em Comunicação, incluindo reuniões periódicas com a Divisão de Imprensa dos Correios, acompanhamento do calendário de eventos dos Correios para planejar com antecedência a estratégia de divulgação, contato constante com as pessoas envolvidas na divulgação dos fatos e a elaboração de relatório mensal para informar as ações e resultados alcançados no esforço de divulgação dos Correios. O serviço será executado durante o período de 01/07/2004 a 30/06/2005. Pagamento será efetuado mensalmente em parcelas de R\$ 12.600,00. RF Comunicação e Consultoria/DF/R\$ 144.000,00



CUSTOS

DESCRIÇÃO	VALOR (R\$)
RF Comunicação e Consultoria	144.000,00
Honorários	7.200,00
Custo Final	151.200,00

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 0950
Doc. 3594

RF COMUNICAÇÃO & CONSULTORIA

Brasília, 18 de junho de 2004

Ao
Dr MAURÍCIO SANTANA
MD. Diretor da
LINK COMUNICAÇÃO E PROPAGANDA

RF COMUNICAÇÃO & CONSULTORIA LTDA. encaminha à Link Comunicação e Propaganda a seguinte proposta de trabalho para Assessoria de Imprensa da Empresa Brasileira de Correios - ECT:

1. Assessoria de Imprensa e Consultoria especializada em Comunicação e Política, com ênfase nas áreas de interesse e atuação específicos da Empresa Brasileira de Correios – ECT. Essa consultoria constará de reuniões periódicas com a equipe da Divisão de Imprensa dos Correios para troca de informações sobre ações desenvolvidas e planejamento de ações futuras.
2. Acompanhamento do calendário de eventos dos Correios para planejar com antecedência a estratégia de divulgação.
3. Contato constante com o pessoal dos Correios diretamente envolvido na divulgação dos fatos.
4. Elaboração de relatório semanal analisando o cenário político nacional, contextualizando os fatos e sugerindo estratégias de comunicação para a Empresa. Trata-se de textos especializados, de interpretação e análise, com acompanhamento meticoloso da conjuntura nacional.

Por tais serviços, RF COMUNICAÇÃO & CONSULTORIA LTDA. propõe contrato anual, com remuneração mensal no valor de R\$ 12 mil (doze mil reais).

Sendo o que se apresenta para o momento, receba nossos votos de estima e consideração.

Atenciosamente,


RUY FABIANO
DIRETOR

RF - Comunicação e Consultoria S. C Ltda



POLIMÍDIA

CONSULTORIA E COMUNICAÇÃO

Ilmo. Sr.
MAURÍCIO SANTANA
Diretor da Link Comunicação e Propaganda

Polimídia Consultoria e Comunicação Ltda. vem, por meio desta, encaminhar proposta de trabalho de Assessoria de Imprensa para a Empresa Brasileira de Correios - ECT.

Oferecemos serviços de Assessoria de Imprensa, focados nas áreas de interesse da Empresa Brasileira de Correios - ECT, constando de reuniões periódicas com a Divisão de Imprensa da Empresa para avaliação de ações desenvolvidas e planejamento de futuras.

Nossa equipe acompanhará o calendário de eventos da Empresa para planejar estratégias de divulgação, o que implica contato permanente com o setor da ECT Correios diretamente envolvido em divulgação.

Elaboraremos relatório mensal para informar ações e resultados alcançados na divulgação dos serviços da ECT.

Por esses serviços relacionados, **Polimídia Consultoria e Comunicação Ltda.** propõe contrato anual, com remuneração mensal no valor de R\$ 15 mil (quinze mil reais).

Sem mais para o momento, firmamo-nos atentamente,



FERNANDO LEMOS
Diretor

RQS nº 03/2005 - CN CPMI - CORREIOS
Fis Nº 0952
Doc. 3594

37 982 584/0001-58
POLIMÍDIA - CONSULTORIA
E COMUNICAÇÕES LTDA.

SAS/Sul. Ed. Q5 Bl. N.º 07 Salas 301 a 308
ED. OAB - CEP 70438-900
Brasília DF

SAS Q.5, BL. N-7, Sala 301/308
ED. OAB - Brasília/DF - CEP 70438-900
Telefones: (61) 322 5118 / 322 5421 - Fax: (61) 322 7838

Brasília, 17 de junho de 2004

Ilmo. Sr.

MAURÍCIO SANTANA

Diretor da Link Comunicação e Propaganda

ABC - Agência Brasileira de Comunicação, empresa especializada na prestação de serviços de Assessoria de Imprensa e Comunicação, tem o prazer de encaminhar a V.Sa. a presente proposta de trabalho para ser desenvolvida junto à Empresa Brasileira de Correios – ECT.

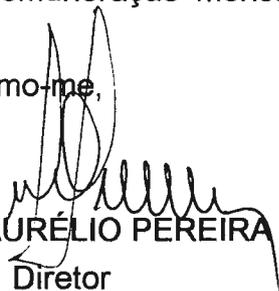
Trata-se de serviços de Assessoria de Imprensa direcionados às áreas de interesse da Empresa Brasileira de Correios – ECT. Deles, constam reuniões semanais com a Divisão de Imprensa da Empresa para planejamento e avaliação de ações estratégicas de comunicação e divulgação.

Essas ações estratégicas terão como referência o calendário de eventos da ECT, e resultarão de contatos permanentes entre nossa equipe e o setor da Empresa diretamente envolvido em divulgação.

Para informar dos resultados na divulgação dos serviços da ECT, a **ABC** elaborará relatório mensal, a ser entregue à Direção da ECT.

Por esses serviços, que envolvem contratação de pessoal especializado, **ABC** propõe contrato anual, com remuneração mensal no valor de R\$ 16 mil (dezesesseis mil reais).

Sem mais para o momento, firmo-me,


MARCO AURÉLIO PEREIRA
Diretor

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 0953
3594
Doc. _____

Planejamento de Comunicação na Imprensa para 2004

1. Cenário

Os Correios, por sua presença nacional em todos os 5.560 municípios brasileiros, por seu contato com mais de 40 milhões de domicílios e estabelecimentos comerciais e, principalmente, pelos serviços de extrema importância que presta no campo das comunicações e da logística postal, tem uma intensa e constante interação com a população brasileira.

Uma empresa com essas características, naturalmente, necessita se comunicar com as pessoas e com o mercado onde atua. Seu portfólio de produtos e serviços, seus novos projetos e investimentos e seus resultados estão permanentemente motivando matérias na imprensa em geral. Se por um lado, os assuntos mencionados geram pautas positivas, por outro lado, também, existem temas onde a Empresa é objeto de críticas e interpretações distorcidas feitas, sobretudo, pela constante e natural disputa de mercado onde muitos atores atuam cada qual querendo alcançar ao máximo os seus objetivos.

2. Principais pautas

2.1 – Divulgação de produtos e serviços

O serviço postal, aparentemente, é bastante simples, mas o conjunto das operações envolve uma complexidade que merece e precisa ser constantemente explicitada para a população. É senso comum que o serviço postal se constitui do envio de cartas, telegramas e encomendas. Entretanto, o portfólio do Correio brasileiro é bem maior. São mais de 100 produtos e serviços que são oferecidos no mercado e que, em sua maioria, são desconhecidos do público, por falta de uma comunicação adequada.

Além disso, existem alguns produtos e serviços que merecem destaque muito especial:

- a) “Família” Sedex – Além do Sedex tradicional, os Correios operam outras modalidades de entrega de encomendas expressas, como o e-Sedex, responsável pela entrega de cerca de 70% da entrega das vendas feitas pelo comércio eletrônico na Internet e o Sedex 10, um “case” de sucesso em que um número muito próximo de 100% dos objetos são entregues dentro do prazo definido. Nesse segmento, existe um grande quantidade de peculiaridades caracterizadoras dos serviços que o mercado precisa conhecer para se motivar a usar o serviço.
- b) Exporta Fácil – Trata-se de serviço que deve ganhar notoriedade para ajudar o País a aumentar a participação de pequenos exportadores na pauta de exportação e que consiste no encaminhamento pelos Correios de mercadorias com valor unitário de até US\$ 10 mil.

RQS nº 03/2005 - CN CPMI - CORREIOS
Fls Nº <u>0954</u>
3594
Doc. _____

2.5 – Correiosnet

Esse é um novo cenário que, progressivamente, vai se descotinando nas atividades da Empresa. Até agora já se constituem em realidade concreta e em pleno processo de expansão o Shopping Virtual e o Endereço Eletrônico Permanente, pelos quais os pequenos lojistas podem se alojar no portal dos Correios e as pessoas podem ter um endereço eletrônico gratuito para o envio e o recebimento de mensagens pela Internet.

2.6 – Investimentos em Tecnologia da Informação

A Empresa está empenhada em ampliar a sua capacidade produtiva mediante o uso intensivo de tecnologia da informação em sua plataforma de trabalho. Milhões de reais tem sido investidos na modernização da sua estrutura: rede corporativa com mais de 6 mil pontos conectados; implantação progressiva de um sistema de gestão integrada (Projeto ERP), automação industrial com 86 sistemas de triagem automatizada de objetos, sistema de automação da rede de atendimento, administração automatizada de almoxarifados, rastreamento de veículos e objetos, uso progressivo do software livre, etc.

2.7 – Temas que podem gerar notícias negativas

Existem alguns temas recorrentes que têm gerado notícias negativas e que devem ser enfrentados com planejamento e ações reativas, sempre com informações sólidas e esclarecedoras. Lei postal, confusão entre o fim do monopólio em certas atividades econômicas e a exclusividade dos serviços postais prevista no art. 21 inciso X da Constituição, correio híbrido postal, uso do serviço postal para o tráfico de objetos proibidos, eventuais falhas na prestação de serviços, etc

3. Trabalho a ser desenvolvido

Para que realmente os Correios possam dirimir dúvidas, estar mais presentes nos noticiosos e dar maior conhecimento à população de seus produtos e serviços, é preciso o apoio de empresa de assessoria de imprensa que apresente proposta contemplando:

- a) a realização de reuniões periódicas com a equipe da Divisão de Imprensa dos Correios para a troca de informações sobre as ações desenvolvidas e o planejamento de ações futuras;
- b) o acompanhamento do calendário de eventos dos Correios para planejar com antecedência a estratégia de divulgação;
- c) o contato constante com as pessoas diretamente envolvidas na divulgação dos fatos



- c) Banco Postal – É o serviço prestado pelos Correios como correspondente bancário do Brasil e que já está em operação em 4.500 agências, localizadas em 3.800 municípios, dos quais 1.250 não tinha nenhuma agência bancária até a chegada desse novo serviço dos Correios.
- d) Correiosonline – Os Correios já oferecem hoje um grande número de serviços disponibilizados em seu site (www.correios.com.br) e que podem ser operados de forma virtual.

2.2 Patrocínios culturais e esportivos

- a) os Correios, no campo esportivo, são o patrocinador oficial dos esportes aquáticos e das diversas modalidades da seleção brasileira de futsal;
- b) no plano cultural, a Empresa tem tido uma participação bastante expressiva no apoio de manifestações culturais, em todo o País, de cinema, artes plásticas, teatro, dança (por exemplo, a Escola do Teatro Bolshoi no Brasil);
- c) nessa política de patrocínios culturais, é importante passar para a população que a Empresa adota um sistema de cadastramento das solicitações via Internet, mediante a divulgação de regras e princípios de modo a democratizar o acesso a esse tipo de apoio;
- d) eventos esportivos e culturais – a Empresa tem necessidade de planejar e promover uma ampla divulgação de eventos que levam a marca “Correios”, seja no âmbito corporativo, seja em eventos de âmbito regional;

2.3 – Projetos Sociais

Os Correios, ao lado do seu compromisso de buscar sempre mais a lucratividade, competitividade e a produtividade como empresa moderna e tecnologicamente equipada para responder aos desafios de um mercado cada vez mais exigente, tem, também e sobretudo, um compromisso de atuar como empresa que apóia e viabiliza ações de natureza social do governo. São muitos os serviços que a Empresa já presta (pagamento a aposentados e pensionistas, participação no programa Fome Zero, parceiro de vários Ministérios como Fazenda, Saúde, Agricultura, Educação, etc,) e muitos outros em formatação que devem ser divulgados.

2.4 – Lançamento de novos produtos e serviços

A empresa, com o objetivo de buscar constantemente novas formas de atender às necessidades do mercado e buscar o aumento da receita operacional, está permanentemente lançando novos produtos e serviços tais como Cartório 24 horas, Selo Personalizado, Telegrama via Internet, Sedex Hoje, Sedex Mundi, etc.



- d) a elaboração de relatório mensal para informar as ações e resultados alcançados no esforço de divulgação dos Correios.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 0957
3594
Doc. _____

DOC.
000722

OP- 013/200

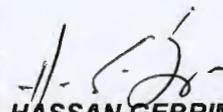
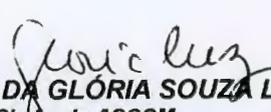
IDENTIFICAÇÃO DO ORGÃO OU ENTIDADE CORREIOS CÓDIGO	PLANILHA DE AÇÕES DE DIVULGAÇÃO (Não preencher os campos cód./protocolo)	NÚMERO 198/01 DATA 04/04/01	PROTOCOLO 10-05
TIPO DE CAMPANHA: Corporativa	TÍTULO: COMPANHIA DE NOTÍCIAS - CDN		
PEÇA: Serviços de assessoria de imprensa	FORMATO:	PERÍODO: Fev/2001 a Fev/2002	
AGÊNCIA/FORNECEDOR: Ogilvy	PRODUÇÃO - R\$ R\$ 109.200,00	MÍDIA - R\$ (Discriminação abaixo)	

DISCRIMINAÇÃO DO VALOR DA MÍDIA (utilizar anexo se necessário)

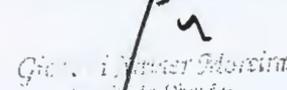
CÓDIGO	NOME DO VEÍCULO	CIDADE	UF	R\$
	1. Companhia de Notícias	São Paulo	SP	109.200,00

OBSERVAÇÕES, JUSTIFICATIVAS E ESCLARECIMENTOS

Anexo: Briefing

CIDADE/UF BRASÍLIA/DF	CONTATO FAX:426-2036 TEL:426-1563	IDENTIFICAÇÃO E ASSINATURA DO SOLICITANTE	
		 HASSAN GEBRIM Presidente	 MARIA DA GLÓRIA SOUZA LUZ Chefe da ASCOM

ESPAÇO RESERVADO À SECOM/PR - SECRETARIA DE AVALIAÇÃO PROMOÇÃO E NORMAS


Gláucia Inês de Moraes
Chefe de Divisão
Secretaria de Publicidade
Secretaria de Comunicação do Governo/PR

PRODUÇÃO
APROVADA
Em 30/05/2001

A concordância da SECOM/PR - Secretaria de Avaliação Promoção e Normas com a Ação de Comunicação Caracterizada nesta Planilha limita-se aos aspectos técnico-publicitários e não exime a responsabilidade administrativa dos dirigentes da Entidade que a propõe.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS

Fls. Nº 0958

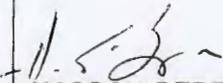
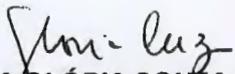
Doc. 3594

IDENTIFICAÇÃO DO ORGÃO OU ENTIDADE CORREIOS CÓDIGO	PLANILHA DE AÇÕES DE DIVULGAÇÃO (Não preencher os campos cód./protocolo)	NÚMERO 316/01 DATA 04/05/01	PROTOCOLO 2505
TIPO DE CAMPANHA: Corporativa	TÍTULO: COMPANHIA DE NOTÍCIAS – CDN.		
PEÇA: Contrato para prestação de serviços de assessoria de imprensa.	FORMATO:	PERÍODO DE VEICULAÇÃO: Fev/2001 a fev/2002	
AGÊNCIA/FORNECEDOR: Giacometti	PRODUÇÃO - R\$ R\$ 109.200,00	MÍDIA - R\$ (Discriminação abaixo)	

DISCRIMINAÇÃO DO VALOR DA MÍDIA (utilizar anexo se necessário)

CÓDIGO	NOME DO VEÍCULO	CIDADE	UF	R\$
	1. Companhia de Notícias - CDN	São Paulo	SP	109.200,00

OBSERVAÇÕES, JUSTIFICATIVAS E ESCLARECIMENTOS
Anexo: Briefing

CIDADE/UF BRASÍLIA/DF	CONTATO FAX:426-2036 TEL:426-1563	IDENTIFICAÇÃO E ASSINATURA DO SOLICITANTE	
		 HASSAN GEBRIM Presidente	 MARIA DA GLÓRIA SOUZA LUZ Chefe da ASCOM

ESPAÇO RESERVADO À SECOM/PR – SECRETARIA DE AVALIAÇÃO, PROMOÇÃO E NORMAS

Giovani Xavier Moreira
Chefe de Divisão
Secretaria de Publicidade
Secretaria de Comunicação de Governo/PR

PRODUÇÃO
APROVADA
Em 30/05/2001

A concordância da SECOM/PR – Secretaria de Avaliação, Promoção e Normas com a Ação de Comunicação Caracterizada nesta Planilha limita-se aos aspectos técnico-publicitários e não exime a responsabilidade administrativa dos dirigentes da Entidade que a propõe.

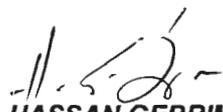
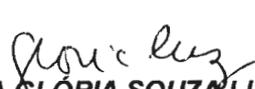
RQS nº 03/2005 - CN CPMI - CORREIOS
Fls. N ^o 0959
3594
Doc. _____

IDENTIFICAÇÃO DO ORGÃO OU ENTIDADE CORREIOS CÓDIGO	PLANILHA DE AÇÕES DE DIVULGAÇÃO (Não preencher os campos cód./protocolo)	NÚMERO 200/01 DATA 04/04/01	PROTOCOLO 10.05
TIPO DE CAMPANHA: Corporativa	TÍTULO: COMPANHIA DE NOTÍCIAS – CDN.		
PEÇA: Contrato para prestação de serviços de assessoria de imprensa.	FORMATO:	PERÍODO DE VEICULAÇÃO: Fev/2001 a fev/2002	
AGÊNCIA/FORNECEDOR: Fischer	PRODUÇÃO - R\$ R\$ 109.200,00	MÍDIA - R\$ (Discriminação abaixo)	

DISCRIMINAÇÃO DO VALOR DA MÍDIA (utilizar anexo se necessário)

CÓDIGO	NOME DO VEÍCULO	CIDADE	UF	R\$
	1. Companhia de Notícias - CDN	São Paulo	SP	109.200,00

OBSERVAÇÕES, JUSTIFICATIVAS E ESCLARECIMENTOS
Anexo: Briefing

CIDADE / UF BRASÍLIA/DF	CONTATO FAX:426-2036 TEL:426-1563	IDENTIFICAÇÃO E ASSINATURA DO SOLICITANTE  HASSAN GEBRIM Presidente  MARIA DA GLÓRIA SOUZA LUZ Chefe da ASCOM	
----------------------------	---	--	--

ESPAÇO RESERVADO À SECOM/PR – SECRETARIA DE AVALIAÇÃO, PROMOÇÃO E NORMAS


 Giovanni Xavier Martins
 Diretor: Divisão
 Secretariado de Publicidade
 Secretaria de Comunicação do Governo/PR

PRODUÇÃO
APROVADA
Em 30/05/2001

A concordância da SECOM/PR – Secretaria de Avaliação, Promoção e Normas com a Ação de Comunicação Caracterizada nesta Planilha limita-se aos aspectos técnico-publicitários e não exime a responsabilidade administrativa dos dirigentes da Entidade que a propõe.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº 0960
3594
Doc. _____

CDN – COMPANHIA DE NOTÍCIAS

Proponente: CDN- Companhia de Notícias – Cláudio Paiva/diretor de desenvolvimento de negócios.

Local: São Paulo/SP

Período: 14/02/01 a 13/02/02

Valor Inicial Proposto: R\$ 60.900,00/mês
Total: R\$ 730.800,00/ano

Valor Negociado: R\$ 26.000,00/mês
Total: R\$ 312.000,00/ano

Distribuídos da seguinte forma:

Agência: Fischer

Período: 14/02/01 a 13/06/01

Custo: R\$ 104.000,00
Comissão de agência: (5%) R\$ 5.200,00
Custo final: R\$ 109.200,00

Agência: Giacometti

Período: 14/06/01 a 13/10/01

Custo: R\$ 104.000,00
Comissão de agência: (5%) R\$ 5.200,00
Custo final: R\$ 109.200,00

Agência: Ogilvy

Período: 14/10/01 a 13/02/02

Custo: R\$ 104.000,00
Comissão de agência: (5%) R\$ 5.200,00
Custo final: R\$ 109.200,00

Justificativa:

Agregar à imagem da ECT toda amplitude, relevância e abrangência das operações e expertises relativas à instituição.

Serviços:

Assessoria e consultoria estratégica de comunicação, com foco inicial em relações com mídia; análise estratégicas; atendimento.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº <u>0961</u>
3594
Doc. _____

COMPANHIA DE NEGÓCIOS – CDN

Produto/Serviço: Imagem Institucional

Assunto: Relações com a mídia

Período: fev/2001 a fev/2002

Justificativa:

A ECT, pela sua abrangência nacional e quantidade/qualidade de serviços prestados em todo território brasileiro, representa um esforço de integração nacional, contando com alto reconhecimento da população. Apesar das dimensões continentais do País e das carências de meios de transportes em algumas regiões, os Correios oferecem aos seus clientes serviços de alta qualidade, que posicionam a empresa entre as mais eficientes do mundo.

Todavia, apesar de positiva, a imagem da empresa, ao longo dos anos, vem sendo construída de uma maneira empírica, sem nenhum planejamento formal de curto, médio ou longo prazo.

No momento que a ECT enfrenta uma concorrência bastante acirrada, especialmente no setor de encomendas expressas, foi identificada a necessidade da empresa posicionar corretamente e estrategicamente sua comunicação com a mídia nacional e os formadores de opinião, agregando toda a amplitude, relevância e abrangência das operações e expertises relativas à própria instituição.

Com base nessa necessidade foram contratados os serviços da Companhia de Notícias – CND, com o objetivo de colher subsídios para embasar a formulação de um plano de ação contendo estratégias de comunicação destinadas a projetar, em espaços qualificados da imprensa, a marca ECT como de uma empresa moderna, ágil, eficiente e perfeitamente integrada ao mercado virtual.

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls. Nº 0962
Doc. 3594

COMPANHIA DE NOTÍCIAS - CDN
Protocolo 1291/01

Proposta:

Prestação de serviços de assessoria e consultoria estratégica de comunicação, com foco inicial para a atividade de Relações com a Mídia. O objetivo do trabalho da CDN será divulgar os serviços oferecidos pela ECT obtendo assim maior exposição na mídia por meio de ações pró-ativas.

Contrapartida:

Tais serviços são oferecidos mediante um acompanhamento profundo e detalhado do noticiário da mídia, tendo como produto um relatório mensal de Auditoria de Imagem.

Valor: R\$327.600,00

Período: 12 meses

Local: São Paulo/SP

Proponente: CDN – Companhia de Notícias

Indicação: não consta na proposta

RQS nº 03/2005 - CN CPMI - CORREIOS
Fis Nº <u>0963</u>
3594
Doc. _____



EMPRESA BRASILEIRA DE CORREIOS E TELÉGRAFOS

Do: Chefe da Divisão de Imprensa da ASCOM/PR
Ao: Chefe da ASCOM/PR

CI/DIMP/ASCOM/PR- 407/2001

Área Reservada ao Protocolo

ASSUNTO: Atesto dos serviços prestados pela CDN

Brasília, 15 de março de 2001.

Refiro-me à carta proposta nº AC 203/00, de 1º de fevereiro de 2001, pela qual a Companhia de Notícias – CDN apresenta a proposta de assessoria e consultoria estratégica de comunicação aos Correios.

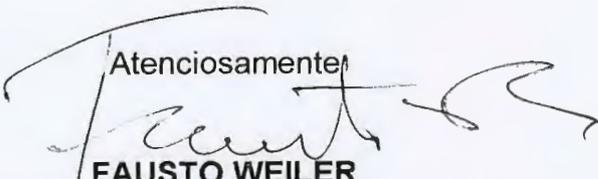
Os honorários propostos para os serviços, detalhados na referida carta proposta, são de R\$ 26 mil/mês.

Os trabalhos tiveram início efetivo no dia 14 de fevereiro. Portanto, o pagamento relativo ao mês de fevereiro deve ser proporcional aos dias trabalhados.

Tem a presente comunicação o objetivo de confirmar e atestar que os serviços estão sendo executados, a contento, conforme o previsto. Basicamente, os trabalhos da CDN estão concentrados em dois focos: 1) Relações com a Mídia e 2) Auditoria de Imagem.

Com relação a Relações com a Mídia, as atividades estão sendo desenvolvidas em perfeita sintonia com a Divisão de Imprensa dos Correios e estão sendo documentadas em relatórios semanais; quanto à Auditoria de Imagem, já foi produzido o primeiro relatório relativo à segunda metade do mês de fevereiro. Está prevista para o final deste mês uma reunião com os dirigentes dos Correios para mostrar a presença da empresa na mídia durante parte do mês de fevereiro e o mês de março. Os relatórios estão arquivados na Divisão de Imprensa.

Atenciosamente


FAUSTO WEILER

Chefe da Divisão de Imprensa dos Correios

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS

Fls Nº 0964

3594

Doc. _____



1.291
09/03/01

companhia de notícias

Carta Proposta nº: AC203/00

São Paulo, 01 de fevereiro de 2001

Para
Hassan Gebrim
Presidente
ECT – Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos

Prezado senhor,

Conforme solicitação, a CDN – Companhia de Notícias apresenta a proposta de serviços que se segue.

Esperando sinceramente podermos contribuir para o desenvolvimento e expansão de seus negócios, despedimo-nos agradecendo a oportunidade do contato.

Colocamo-nos à sua inteira disposição para quaisquer esclarecimentos.

Atenciosamente,

Luiz Lanzetta
Sócio vice-presidente

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº <u>0965</u>
Doc. <u>3594</u>



1. Credenciais CDN

➤ **Expertise no atendimento a empresas de serviços e do setor público.**

A CDN – Companhia de Notícias mantém em seu portfólio diversos clientes que atuam no segmento de serviços e setor público. Podemos citar Vésper, BNDES, ANP – Agência Nacional de Petróleo, Banco do Brasil, Prefeitura de Vitória e Comunidade Solidária.

Por isso, a agência acredita reunir a experiência e a habilidade necessárias para rapidamente familiarizar-se com o negócio da **Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos - ECT**, sem encontrar qualquer dificuldade no que diz respeito à absorção dos assuntos que serão objeto do nosso trabalho e tampouco no relacionamento com os segmentos da mídia com a qual a **ECT** deverá se comunicar.

➤ **Outros atributos importantes**

- Agência de comunicação com 14 anos de atuação no mercado.
- Líder no mercado brasileiro de agências de Comunicação e Relações Públicas.
- Cerca de 50 clientes, entre empresas, órgãos governamentais, entidades do setor público e privado, tais como: McDonald's, Carrefour, Lucent Technologies, BMW, Gillette, Pfizer, Odebrecht, Chase Manhattan, Amil, Chocolates Garoto e Perdigão, entre outras.
- Equipe própria: 120 profissionais, a maior parte jornalistas oriundos das principais redações do país.
- Sede em São Paulo e unidades no Rio de Janeiro, Brasília e Porto Alegre, além de parceiros tradicionais nas principais cidades brasileiras e em mercados latino-americanos, como Buenos Aires e Santiago do Chile (Nueva Comunicación) e Cidade do México (Zimat).
- Atuação internacional: rede de representantes nos EUA, Europa e Japão. No Brasil, jornalistas com fluência em inglês e espanhol habilitados a realizar trabalhos no exterior.



- Cases de sucesso: Relações com a Mídia (**Pfizer-Viagra**: Prêmio Aberje 99; **Chocolates Garoto**: Prêmio Aberje 99; **Gillette-Mach 3**), Gerenciamento de Crises (**Abifarma, Levi's, Kibon-Unilever, Gillette**), Conteúdo para Internet (**Alfabetização Solidária**: Top 3 Ibest 2000), entre outros.
- Ampla rede de contatos com a imprensa (TV, jornais, revistas, agências de notícias e veículos online).
- Infra-estrutura altamente qualificada: hardware e softwares atualizados (textos, planilhas, Internet, apresentações, design, scans), fornecimento de clipping via e-mail, agilidade na distribuição de textos e press releases, fornecedores de qualidade para serviços fotográficos, de design, produção gráfica, tradução e promoção.

2. Entendimento da missão

A **Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos** representa o esforço de integração nacional, contando com alto reconhecimento da população. Segundo pesquisa realizada pelo Instituto Gallup de Opinião Pública, em abril de 1997, nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo, a ECT é a instituição de maior confiabilidade no Brasil. Presente nos 5.700 municípios, oferece à população mais de 16 mil pontos de atendimento, 25 mil caixas de coleta e 827 centros de operação, transportando anualmente 7,4 bilhões de objetos postais, entre cartas, encomendas, impressos e mensagens temáticas, a **ECT** liga o território nacional a mais de 2000 países. Apesar das dimensões continentais do país e das carências de meios de transporte em algumas regiões, a instituição oferece aos seus clientes serviços de alta qualidade, que posicionam a empresa entre as mais eficientes do mundo.

Os números e serviços prestados pela **Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos** não deixam dúvidas quanto a sua grandiosidade e importância para a soberania do país, porém a instituição necessita posicionar corretamente e estrategicamente sua comunicação com a mídia nacional e os formadores de opinião. O principal objetivo da proposta de trabalho apresentada pela CDN é agregar à imagem da **ECT** toda a amplitude, relevância e abrangência

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fis Nº <u>0967</u>
3594
Doc. _____

das operações e expertises relativas à própria instituição. Para isso, entendemos que a **ECT** necessita de um parceiro que aporte uma visão estratégica ao seu relacionamento com a mídia, capaz não apenas de administrar e superar eventuais crises, mas de antecipar movimentos da mídia, identificar oportunidades e prestar aconselhamento com base em planejamento de curto, médio e longo prazos.

A proposta de serviços que se segue visa suprir as necessidades de comunicação e exposição da **ECT** junto aos diversos públicos e formadores de opinião. A seguir, apresentamos o método de trabalho da CDN, bem como os nossos procedimentos e ações na fase inicial de serviços. Por fim, a proposta apresenta também um orçamento e um termo de aceite.

3. Serviços propostos

➤ **Assessoria e consultoria estratégica de comunicação, com foco inicial em Relações com a Mídia.**

A CDN propõe a **ECT** a prestação de serviços de assessoria e consultoria estratégica de comunicação, com foco inicial para a atividade de Relações com a Mídia. O objeto do trabalho da CDN será divulgar os serviços oferecidos pelo cliente, com ênfase para os diferenciais acima citados.

Os serviços serão prestados por meio da formalização de um contrato que estabelecerá um "retainer-fee" básico inicial. Além do trabalho de Relações com a Mídia, ao longo de nossa parceria outros serviços de Comunicação poderão ser disponibilizados à **ECT**. Nossa equipe de atendimento estará atenta para identificar eventuais necessidades e oferecer as soluções adequadas.

Para iniciar suas relações com a **ECT**, a CDN destacará uma equipe de atendimento formada por profissionais especializados em comunicação no setor de serviços e empresas públicas. Inicialmente, esta equipe realizará um trabalho de imersão nas necessidades de comunicação da empresa, com o objetivo de colher subsídios para embasar a

RQS nº 03/2005 - CN CPMI - CORREIOS
Fis. Nº <u>0968</u>
35 9 4
Doc. _____

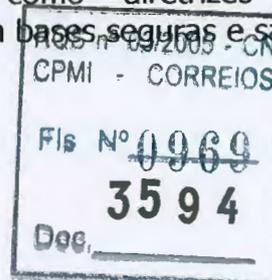
formulação de um plano de ação contendo estratégias de comunicação destinadas a projetar, em espaços qualificados da imprensa, de forma positiva, a marca da **ECT**.

A CDN deverá dar visibilidade aos negócios do cliente por meio da promoção de contatos com interlocutores preferencias das editorias de economia, negócios, empresas, além das páginas dedicadas à cobertura de serviços, nacional e outras da mídia impressa e online. Também serão exploradas as páginas e publicações focadas em setores relacionados aos negócios, atividades e investimentos da empresa. Outros espaços específicos também serão contemplados, como os que a mídia eletrônica (rádio e TV) reservam para temas relacionados as atividades promovidas pela **ECT**.

Ao mesmo tempo, a busca de exposição na mídia por meio de ações pró-ativas deverá gerar, como resposta, uma demanda de consultas de jornalistas qualificados a respeito de diversos temas relacionados aos negócios da empresa. Esta demanda deverá ser valorizada e atendida com presteza, pois ela será um importante vetor para a conquista do status de referência no setor.

O conteúdo e estratégias específicas para o programa de relações com a mídia a ser implementado para a **ECT** serão definidos após a fase inicial de imersão. Em tese, pode-se definir desde já que o programa de RM será implementado por meio do seguinte método de trabalho:

- Levantamento detalhado de informações sobre o negócio, abrangendo tópicos como os dados gerais sobre a atuação e desempenho da empresa; segmentos de negócios; portfólio de investimentos; filosofia e conceitos e atuação; públicos estratégicos; posicionamentos de mercado; parceiros e negócios relacionados, entre outros.
- Definição, aproximação e treinamento, por meio de um *Media Workshop* (evento a ser explicado na seqüência) com os dirigentes e porta-vozes da empresa.
- Proposição de normas de postura de porta-vozes, limites, contornos e formulação de mensagens-chave, e também de normas de conduta para atendimento à imprensa, entendidas como diretrizes para o estabelecimento de relações com a mídia em bases seguras e saudáveis.





- Elaboração de "position papers" e "statements" para as questões relevantes e sensíveis que poderão ser levantadas e divulgadas junto à imprensa.
- Identificação de possíveis focos de crise, com o conseqüente treinamento específico dos porta-vozes envolvidos, inclusive por meio de entrevistas simuladas e elaboração de peças do tipo "Questions & Answers".
- Definição de mecanismos para a captação permanente de informações relevantes para a imprensa.
- Formação e atualização constante de banco de dados com textos, imagens e fotos.
- Formação e atualização constante de mailings específicos para a **ECT**, com eleição de veículos, espaços e interlocutores preferenciais na imprensa.
- Criação, apuração e implementação permanente de sugestões de pautas e notas exclusivas para a imprensa.
- Ocupação de espaços qualificados nos meios de comunicação por meio da oferta de sugestões de pauta diferenciadas, notas e artigos assinados.
- Aproximação dos porta-vozes da empresa com jornalistas formadores de opinião (editores, repórteres, colunistas) por meio do agendamento de entrevistas e/ou encontros.
- Recepção, triagem e encaminhamento das solicitações da imprensa.
- Elaboração de press kits, textos básicos e específicos.
- Disponibilização de banco de dados relativo a jornalistas e veículos de todo o País.
- Gerenciamento de terceiros, como fotógrafos e estúdios de design gráfico, para a produção de material de apoio à divulgação, como fotos e pastas.
- Envio diário de clipping do noticiário, colhido da grande imprensa, por e-mail.



- O clipping diário da imprensa especializada e demais veículos de interesse será coletado por empresas de clipping terceirizadas e serão enviados (da mesma forma anteriormente descrita) após serem selecionados pela equipe de atendimento.
- Produção de relatórios semanais de balanço das atividades desenvolvidas.
- Produção de relatórios bimestrais de avaliação de desempenho e evolução da imagem do cliente na mídia.

➤ **Análises Estratégicas**

A CDN propõe ainda os serviços de sua unidade de Análises Estratégicas, com a finalidade de enfatizar o caráter estratégico da comunicação da **ECT**. Tais serviços são oferecidos mediante um acompanhamento profundo e detalhado do noticiário da mídia, tendo como produto um relatório mensal de Auditoria de Imagem. A descrição do relatório é feita a seguir.

Auditoria de Imagem

Auditoria de Imagem consiste de um serviço continuado de análise da inserção da ECT na mídia, que avalia em bases mensais a evolução da imagem da empresa tendo como base sua exposição na mídia. Permite a formulação de análises em perspectiva, com a identificação de tendências de comportamento do noticiário. A metodologia de análise do clipping considera a exposição dos temas da **ECT** nos veículos de mídia impressa de expressão nacional.

O relatório é estruturado em capítulos que correspondem, cada um deles, a segmentos, setores de atuação ou grupos de assuntos em que o clipping é classificado. A análise por setores é precedida de um capítulo onde as principais conclusões do período são apresentadas.

Considera-se no relatório, basicamente, a evolução da exposição pública do cliente em termos quantitativos e qualitativos. A

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº <u>0971</u>
3594
Doc. _____

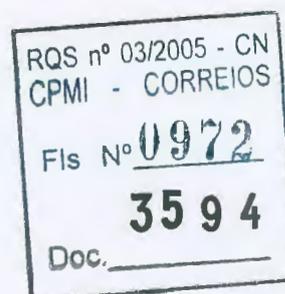
evolução quantitativa é demonstrada por meio de indicadores que expressam o grau de exposição na grande imprensa; a evolução qualitativa indica em que medida as veiculações realizadas contribuem, de forma positiva ou negativa, para a imagem corporativa do cliente, tendo como parâmetro de julgamento os atributos de imagem definidos em seu planejamento estratégico de comunicação.

O relatório de Auditoria de Imagem é apresentado em uma reunião mensal, com a participação da equipe de atendimento ao cliente.

4. Atendimento

A estrutura inicial de atendimento montada para a **ECT**, demonstrada graficamente na próxima página, permitirá que o cliente desfrute de:

- Interlocutores claramente definidos.
- Atendimento imediato full time a qualquer tipo de demanda.
- Posições estratégicas do atendimento ocupadas por profissionais especializados em comunicação no setor de serviços e empresas públicas.
- Garantia de agilidade na oferta de soluções para problemas de comunicação complexos e/ou delicados que exijam enfoques multidisciplinares.
- Qualidade de todas as ações garantida por procedimentos de controle de processo.
- Equipe de back-office altamente treinada, motivada e servida de todos os recursos necessários para o cumprimento de suas tarefas.



Estrutura de atendimento



RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls. Nº **0973**
Doc. **3594**

5. Orçamento

Para executar os serviços acima propostos, a CDN propõe a formalização de um contrato de 12 meses com a **ECT**, que poderá ser renovado por até três vezes, no todo ou em parte, mediante interesse das partes. O contrato também poderá ser interrompido a qualquer instante mediante mera formalização à outra parte com antecedência mínima de 30 dias.

O honorário para os serviços propostos pela CDN é de R\$ 26.000,00/mês (vinte e seis mil reais mensais).

Observações importantes:

A CDN é uma agência de comunicação que se propõe a atender todas as demandas de comunicação do cliente. No entanto, solicitamos sua atenção para a necessidade de observação do escopo de serviços incluídos neste orçamento. Neste caso específico, os valores acima propostos não incluem despesas com viagens e refeições a serviço do cliente, telefonemas internacionais, trabalhos fotográficos e de vídeo, serviços especiais de couriers, clipagem de reportagens de rádio e TV, cópias impressas de clipagem, traduções, serviços de publicações e produção gráfica, serviços especiais de reprografia e gerenciamento de fornecedores contratados pela CDN. Todas as despesas e serviços adicionais serão orçados previamente e contratados a partir da autorização do cliente. Também não estão incluídos outros serviços profissionais de comunicação da CDN além do programa de Relações com a Mídia, tais como *Media Workshop*, pesquisas e sondagens, produção de conteúdo para internet, organização de eventos, Análises Estratégicas e outros. O orçamento também não inclui o uso sistemático dos serviços das unidades CDN no Rio de Janeiro e Porto Alegre, que, se necessários, serão orçados mediante demanda específica.

PS: esta proposta orçamentária é válida por 30 dias.



Na expectativa de que a proposta aqui apresentada seja bem recebida, despedimo-nos e colocamo-nos à disposição para quaisquer esclarecimentos.

Atenciosamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Cláudio Paiva". The signature is written in a cursive style with a vertical line extending downwards from the end.

Cláudio Paiva
Diretor de Desenvolvimento de Negócios
CDN – Companhia de Notícias

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls Nº <u>0975</u>
Doc. <u>3594</u>

000722

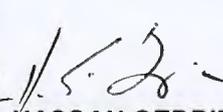
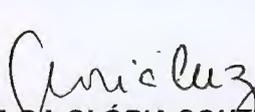
OP - 007/200

IDENTIFICAÇÃO DO ORGÃO OU ENTIDADE CORREIOS	PLANILHA DE AÇÕES DE DIVULGAÇÃO (Não preencher os campos cód./protocolo)	NÚMERO 080/2002 DATA 04/02/02	PROTOCOLO 04.04
CÓDIGO	TÍTULO: COMPANHIA DE NOTÍCIAS - CDN		
TIPO DE CAMPANHA Corporativa	FORMATO: Conforme briefing anexo	PERÍODO DE VEICULAÇÃO: 15/03/2002 A 14/03/2003	
PEÇA Conforme briefing anexo	PRODUÇÃO - R\$ 378.000,00	MÍDIA - R\$ (Discriminação abaixo)	
AGÊNCIA/FORNECEDOR Fischer			

DISCRIMINAÇÃO DO VALOR DA MÍDIA (utilizar anexo se necessário)

CÓDIGO	NOME DO VEÍCULO	CIDADE	UF	R\$
	Companhia de Notícias	São Paulo	SP	378.000,00

SERVAÇÕES, JUSTIFICATIVAS E ESCLARECIMENTOS
Anexo: Briefing

CIDADE/UF BRASÍLIA/DF	CONTATO FAX:426-2036 TEL:426-1563	IDENTIFICAÇÃO E ASSINATURA DO SOLICITANTE	
			
		HASSAN GEBRIM Presidente	MARIA DA GLÓRIA SOUZA LUZ Chefe da ASCOM

ESPAÇO RESERVADO À SECOM/PR - SECRETARIA DE AVALIAÇÃO PROMOÇÃO E NORMAS

A concordância da SECOM/PR - Secretaria de Avaliação Promoção e Normas com a Ação de Comunicação Caracterizada nesta Planilha limita-se aos aspectos técnico-publicitários e não exime a responsabilidade administrativa dos dirigentes da Entidade que a propõe.

05 04 2002

ROS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS

Fis Nº **0976**

Doc. **3594**

BRIEFING

REF PLANILHA N. 080/02

CAMPANHA: COMPANHIA DE NOTÍCIAS – CDN.**HISTÓRICO:**

A Companhia de Notícias é uma agência de comunicação com 14 anos de atuação no mercado. Entre os clientes da empresa estão órgãos não governamentais e entidades do setor público e privado. Possui atuação internacional com rede de representantes nos EUA, Europa e Japão.

JUSTIFICATIVA:

A ECT, devido sua abrangência nacional e ao universo de serviços prestados em todo o território brasileiro, sabe poder contar com alto reconhecimento da população. A despeito das dimensões continentais do país e das carências dos meios de transporte, os Correios oferecem aos seus clientes serviços de alta qualidade, que posicionam a empresa entre as mais eficientes do mundo. No momento que a ECT enfrenta uma concorrência bastante acirrada, especialmente no setor de encomendas expressas, foi identificada a necessidade da empresa posicionar correta e estrategicamente sua comunicação com a mídia nacional e os formadores de opinião. Com base nessa necessidade foram contratados os serviços da Companhia de Notícias – CDN, com o objetivo de colher subsídios para embasar a formulação de um plano de ação contendo estratégias de comunicação destinadas a projetar, em espaços qualificados da imprensa, a marca ECT como de uma empresa moderna, ágil, eficiente e perfeitamente integrada ao mercado virtual.

OP – 007/2002**AGÊNCIA:**

Fischer América.

VEÍCULO/ FORNECEDOR:

Companhia de Notícias – CDN.

PEÇA:

Contratação anual de serviço de assessoria de imprensa para o Programa de Relações com a Mídia, no período de 15/03/2002 a 14/03/2003.

CUSTOS

DESCRIÇÃO	VALOR (R\$)
Companhia de Notícias	360.000,00
Honorários	18.000,00
Custo Final	378.000,00



COMPANHIA DE NOTÍCIAS - CDN

Assunto: contratação anual de serviço de assessoria de imprensa.

Agência: FISCHER.

Período: 15 de março de 2002 a 14 de março de 2003.

Negociação:

Valor Proposto:	R\$ 360.000,00
5% de honorário	R\$ 18.000,00
Valor final	R\$ 378.000,00

Histórico:

A Companhia de Notícias é uma agência de comunicação com 14 anos de atuação no mercado. Entre os clientes da empresa estão órgãos não governamentais e entidades do setor público e privado. Possui atuação internacional com rede de representantes nos EUA, Europa e Japão.

Justificativa:

A ECT, devido sua abrangência nacional e ao universo de serviços prestados em todo o território brasileiro, sabe poder contar com alto reconhecimento da população. A despeito das dimensões continentais do país e das carências dos meios de transporte, os Correios oferecem aos seus clientes serviços de alta qualidade, que posicionam a empresa entre as mais eficientes do mundo.

No momento que a ECT enfrenta uma concorrência bastante acirrada, especialmente no setor de encomendas expressas, foi identificada a necessidade da empresa posicionar correta e estrategicamente sua comunicação com a mídia nacional e os formadores de opinião.

Com base nessa necessidade foram contratados os serviços da Companhia de Notícias – CDN, com o objetivo de colher subsídios para embasar a formulação de um plano de ação contendo estratégias de comunicação destinadas a projetar, em espaços qualificados da imprensa, a marca ECT como de uma empresa moderna, ágil, eficiente e perfeitamente integrada ao mercado virtual.



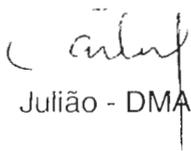
ASSESSORIA DE IMPRENSA - CDN

Assunto: Possibilidade de renovação do serviço de assessoria de imprensa prestado pela CDN, via contrato com as agências de publicidade – FISCHER.

Em 15 de janeiro/2001, o assunto foi apresentado ao Presidente da ECT por meio do documento anexo.

Após o tratamento do assunto com o Ministério das Comunicações, aquela autoridade definiu pela não renovação da autorização existente, que se encerrará no dia 14 de fevereiro de 2003.

Brasília, 5/2/03.


Juliano - DMARK

COMPANHIA DA NOTÍCIA – CDN

GABINETE DA PRESIDÊNCIA

A prestação dos serviços atuais de assessoria de imprensa junto à CDN foi autorizada via agência de publicidade – FISCHER AMERICA COMUNICAÇÃO TOTAL LTDA. por meio da Planilha – 080/2002, 4/2/2002, nas seguintes condições:

- Período de veiculação da Planilha – 15/3/2002 a 14/3/2003;
- Valor mensal – R\$ 30.000,00 + 5% de honorários, que totaliza R\$ 31.500,00 mensais e R\$ 378.000,00 anual.

Este é o segundo ano de vigência desses serviços, que se iniciaram em 14/2/2001, com valor mensal de R\$ 26.000,00.

A FISHER foi autorizada pela ECT a prestar os serviços atuais por meio da OP – 007/2002, no período de 15/2/2002 a 14/2/2003, coincidente com o período constante da proposta da CDN respectiva.

O contrato com a FISCHER foi rescindido por meio de uma ação administrativa tomada pela ASCOM, em 31/7/2002, pela CT/ASCOM/AC-0377/2002, após consulta à área jurídica e o de acordo do Presidente da ECT.

Os compromissos assumidos com a FISCHER durante a vigência do contrato foram mantidos e vêm sendo cumpridos até a conclusão dos serviços.

Opções para decisão:

Manter a continuidade da prestação dos serviços, até o término do período autorizado – data-limite 14/2/2003;

Avaliação técnica do DMARK

Não há necessidade de renovar a prestação dos serviços, porque a ECT conta com uma equipe de profissionais em comunicação tanto no DMARK como nas maiores Diretorias Regionais e esta estrutura tem capacitação para realizar os serviços que vêm sendo prestados.



cdn

companhia de notíc

Proposta
Final

PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL 2002



RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fls N° <u>0981</u>
3594
Doc. _____

2 / 2

EMPRESA BRASILEIRA DE CORREIOS E TELÉGRAFOS**PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL 2002**

O presente documento propõe um plano de comunicação para os Correios a ser implementado em 2002. Os objetivos e ações foram definidos com base nos rumos pretendidos pela presidência da empresa e balizados pelo acompanhamento do processo de comunicação dos Correios ao longo de 2001 pela CDN – Companhia de Notícias.

O que se segue são sugestões de ações para que a área de comunicação possa dar visibilidade ao processo de modernização empreendido pelos Correios, ao mesmo tempo em que destaca o papel social e cultural da empresa.

1. CENÁRIO

Enquanto 2001 foi um ano de montagem de infra-estrutura e de investimentos, 2002 será o ano no qual os Correios deverão apresentar à sociedade os produtos e serviços já disponíveis.

Não se pode perder de vista a existência de um projeto de Lei Postal em tramitação no Congresso, tema polêmico e que provocará profundas mudanças no mercado. Os Correios e seus funcionários devem se mostrar aptos a enfrentar esta nova realidade.

A CDN percebeu que existe a necessidade de uma maior integração entre as áreas de Marketing, Publicidade e Imprensa, para otimizar os investimentos realizados pelos Correios em ações culturais e sociais.



2. OBJETIVOS

As ações de comunicação para 2002 visarão os seguintes objetivos:

- Fortalecer a imagem Institucional dos Correios enquanto empresa de integração nacional.
- Divulgar o perfil de empresa moderna, eficiente e inovadora do ponto de vista tecnológico.
- Ressaltar o importante papel social dos Correios e seu apoio ao esporte e à cultura.
- Destacar o seu aspecto humano, por meio da divulgação de atividades desenvolvidas por seus funcionários e colaboradores.

3. AÇÕES

Para atingir esses objetivos, a CDN propõe as seguintes ações:

3.1 Encontro com jornalistas e formadores de opinião

A CDN sugere a aproximação dos executivos da empresa com jornalistas formadores de opinião e especialistas em tecnologia e logística. O objetivo é tornar estes profissionais referências na área em que atuam e fonte de consulta para jornalistas para comentar temas do mercado, mesmo que não envolvam diretamente os Correios.

3.2 Sugestão de pautas de tecnologia

Produção de pautas com enfoque no avanço tecnológico promovido pelos Correios. Os temas poderão enfocar:

- a) Matérias institucionais sobre os investimentos realizados pelos Correios em tecnologia, os resultados alcançados até agora, os objetivos pretendidos e novos projetos.
- b) Matérias específicas sobre os produtos e serviços lançados, seus desempenhos e benefícios.



3.3 Balanços periódicos sobre o desempenho dos produtos e serviços

Levantamento mensal do desempenho de alguns produtos e serviços dos Correios para se tornarem índices referenciais do mercado no qual atuam. Sugestão de produtos:

- a) e-Sedex – A divulgação mensal do volume entregue no período e em quais localidades. Como os Correios respondem por 70% das entregas, certamente será uma referência de como estão as vendas pela Internet.
- b) Sedex 10 – Divulgação mensal ou bimestral do volume de entregas realizadas e do gráfico de crescimento/estabilização.
- c) Exporte Fácil – Divulgação mensal, bimestral ou trimestral do volume exportado, quais os principais produtos, origem e destino.
- d) Objetos Postais – Divulgação do volume de objetos postais transportados pelos Correios em determinados períodos do ano (Natal, Dia das Mães etc).

3.4 Patrocínios culturais e esportivos

- a) Cronograma área cultural: Levantar o cronograma de patrocínios culturais previstos pelos Correios para 2002 e preparar uma estratégia de divulgação, que deverá contar com uma entrevista coletiva. Não é necessário divulgar os valores totais investidos. O objetivo é demonstrar transparência e planejamento. Tal cuidado tem significado especial em ano eleitoral, quando a sociedade em geral levanta dúvidas em relação aos investimentos públicos.
- b) Cronograma área esportiva: Adotar o mesmo procedimento sugerido acima.
- c) Eventos: Planejar com antecedência a divulgação do evento, em conjunto com a assessoria do projeto/personalidade beneficiado, zelando para que os Correios sejam obrigatoriamente mencionados nas entrevistas coletivas e individuais, press kit, notas e textos, para que também seja citado nas matérias veiculadas.
- d) Hot Site: Criar uma comunicação interativa para os principais eventos, como um hotsite, no qual seriam fornecidas informações sobre o evento, fotos, textos e mesmo imagens para “plano de fundo” do desktop.



- e) Eventos regionais: Convocar a assessoria de imprensa regional dos Correios para que faça a divulgação dentro dos parâmetros pré-determinados.

3.5 Projetos sociais

Definir ação continuada de divulgação com os parceiros. Para isso, é necessário acompanhamento das etapas de implantação dos eventos.

3.6 Lançamento de produtos e serviços

Preparação de estratégias de divulgação para lançamento de novos produtos ou serviços. Para isso, é necessário que a CDN seja comunicada com antecedência – duas semanas, no mínimo – de sua realização. Entre os lançamentos previstos estão:

- a) Banco Postal
- b) Terminais de acesso à Internet
- c) Certificação digital
- d) Telegramas digitais e com imagem
- e) Filatelia (novos selos)

3.7 Temas que podem gerar crises

As franquias e a Lei Postal são temas que podem gerar notícias negativas para a imagem dos Correios. Para evitar ou amenizar críticas, CDN sugere que a Comunicação Social da empresa, ao prever crises iminentes planeje antecipadamente as ações a serem adotadas. Caso a crise ocorra, é necessário ter agilidade para tomar as atitudes necessárias.

3.8 Humanização da empresa

Sugestão de pautas diferenciadas relacionadas aos funcionários dos Correios (especialmente os carteiros) e ao universo de trabalho. Por exemplo:

- a) Carteiros-artistas: Divulgar a arte feita por carteiros em diferentes regiões do País.
- b) Remessas a locais remotos: Pauta sobre a emissão de cargas diferenciadas (livros didáticos, encomendas expressas) a regiões distantes dos grandes centros urbanos.
- c) Ações sociais: Carteiro Amigo (aleitamento materno); Campanha de Natal, na qual funcionários tentam atender as solicitações de cartas postadas por crianças ao Papai Noel.



3.9 Revistas

O serviço de Análise Estratégica, prestado pela Companhia de Notícias, detectou em 2001 uma baixa exposição dos Correios nas revistas de circulação nacional (7%), em comparação aos grandes jornais. Para tentar sanar este déficit, daremos especial atenção à divulgação de notas e pautas para as principais revistas semanais.

4. METODOLOGIA DE TRABALHO

Para realizar efetivamente as ações propostas anteriormente, todas as ações de Marketing e de Comunicação dos Correios deverão ser acompanhadas de perto pela área de imprensa. O entrosamento entre as diversas áreas é essencial para que sejam alcançados os resultados almejados.

A CDN propõe a seguinte metodologia de trabalho:

4.1 Reuniões sistematizadas

- a) Semanalmente: Realização de reuniões semanais, com a participação de todos os setores da Ascom, para troca de informações sobre as ações desenvolvidas.
- b) Calendário: Acompanhamento do calendário de eventos dos Correios para planejar com antecedência a estratégia de divulgação.
- c) Eventos: Reunião com as pessoas diretamente envolvidas no projeto para elaboração de estratégia de comunicação com antecedência de, pelo menos, duas semanas.

4.2 Porta-Vozes

Uma das formas agilizar a comunicação é a criação de porta-vozes temáticos. Seriam diretores que falariam sobre suas áreas de atuação e assessores destacados para atender os jornalistas.

De qualquer forma, as entrevistas ou atendimento à imprensa só poderão ser realizados mediante a intermediação inicial da Assessoria de Comunicação dos Correios e CDN.

- a) Auditoria de Imagem: A CDN reforça a necessidade de participação dos executivos e porta-vozes da empresa nas reuniões mensais de apresentação do relatório.



4.3 Treinamento

- a) Media Training: Os porta-vozes devem ser preparados para dar entrevistas. A CDN sugere a realização de um Media Training para a construção de mensagens básicas pelos executivos da empresa. Em seguida, todo o discurso a ser adotado será harmonizado em torno destas mensagens.
- b) Pautas: Promover o treinamento dos profissionais da Ascom para que possam detectar os fatos que podem se transformar em notícias e a melhor forma de apresentar as pautas para a imprensa.
- c) Regionais: O treinamento deve ser estendido aos responsáveis pela área de comunicação nas regionais. Eles devem ser orientados sobre a necessidade de responder com presteza e educação às solicitações para evitar que o interlocutor fique sem um posicionamento da empresa. A recomendação inclui a resposta a cartas de leitores publicadas na imprensa.

4.4 Internet

A CDN sugere a potencialização do site dos Correios como um veículo eficiente de comunicação com a imprensa. Ações propostas:

- a) Sala da Imprensa: Criação de um espaço virtual no qual o jornalista pode se cadastrar e receber, em primeira mão e por e-mail, as notícias divulgadas pelos Correios.
- b) Imagens: A sala de imprensa ofereceria acesso à íntegra dos textos e também às imagens pertinentes, cuja reprodução seria gratuita, desde que citada a fonte.
- c) Exporte Fácil: No site dos Correios, o Exporte Fácil poderia cadastrar os usuários mais assíduos e seus produtos, como forma de divulgação dos produtos nacionais no exterior.

4.5 Pró-atividade

A CDN considera que a pró-atividade é essencial para a obtenção de espaços na imprensa favoráveis aos Correios. Os profissionais da área de Comunicação Social devem estar atentos para fatos que possam virar notícia e



se empenhar em obter os dados necessários para a confecção de textos e definição de qual a melhor forma de divulgação.

5. SUGESTÕES

A CDN observou, durante o primeiro ano de consultoria, a necessidade de adoção de algumas medidas internas que poderiam aperfeiçoar o processo de comunicação da empresa. A CDN sugere:

5.1 Assessoria de Imprensa

- a) Fortalecimento e reestruturação temática da Assessoria de Imprensa, de forma a desafogar o fluxo de demandas – concentrando a atenção para o planejamento de assuntos prioritários – e garantir maior proatividade. Isto implicaria em um maior número de profissionais na área de Imprensa, que seriam subdivididos em temas (filatelia, cultura, tecnologia, pessoal etc).
- b) Acompanhamento, pela Assessoria de Imprensa, de projetos ou produtos que oportunamente terão relevância para inserção na mídia.

5.2 Manual de Comunicação

Elaboração de um Manual de Comunicação Social para fornecer, aos funcionários da empresa, informações e ferramentas necessárias para o desenvolvimento da Comunicação Empresarial dos Correios. O manual teria ainda como objetivo a uniformização no trato da comunicação, a compreensão das rotinas de captação, produção e disseminação de informação, regulamentando, também, algumas das medidas propostas por este Planejamento Estratégico.

5.3 Pesquisa

Criação de um produto, pelos Correios, que reflita as tendências do comércio eletrônico no país. A idéia é produzir uma pesquisa mensal entre os principais portais parceiros, de forma a elaborar e divulgar as tendências das transações realizadas pela Internet.



5.4 Cultura

Exigir maior contrapartida dos patrocinados, como a inclusão da marca Correios em alguns eventos, explorando também a potencialidade social do projeto, a exemplo do que ocorre com a Escola do Teatro Bolshoi no Brasil. Este procedimento garantiria respaldo, transparência e credibilidade à política cultural da empresa.

6. ORÇAMENTO

A CDN propõe um contrato de 12 (doze) meses de prestação de serviços, renovável segundo interesse das partes, a partir do dia 15 de fevereiro de 2002. Os honorários para os serviços profissionais da CDN serão os seguintes:

- **Programa de Relações com a Mídia:** R\$ 30.000,00/mês (trinta mil reais mensais).

Observações importantes:

A CDN é uma agência de comunicação que se propõe a atender todas as demandas de comunicação do cliente. No entanto, solicitamos sua atenção para a necessidade de observação do escopo de serviços incluídos neste orçamento. Neste caso específico, os valores acima propostos não incluem outros serviços profissionais de comunicação da CDN além do programa de Relações com a Mídia. Também estão excluídas do orçamento as eventuais despesas com viagens e refeições a serviço do cliente, telefonemas internacionais, trabalhos fotográficos e de vídeo, serviços especiais de couriers, clipagem de reportagens de rádio e TV, cópias impressas de clipagem, traduções, serviços de publicações e produção gráfica, serviços especiais de reprografia e gerenciamento de fornecedores contratados pela CDN. Todas as

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fis Nº <u>0989</u>
Doc. <u>3594</u>

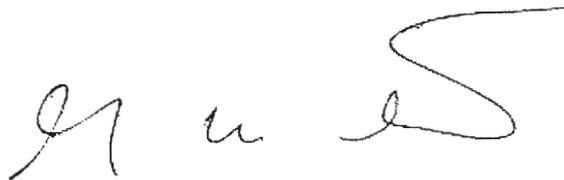
cdn

companhia de notícias

despesas e serviços adicionais serão orçados previamente e contratados a partir da autorização do cliente.

Na expectativa de que a proposta aqui apresentada seja bem recebida, despedimo-nos e colocamo-nos à disposição para quaisquer esclarecimentos.

Atenciosamente,



Luiz Lanzetta
Sócio vice-presidente
CDN – Companhia de Notícias



cdn

companhia de notícias

TERMO DE ACEITE

Na hipótese de aprovação da presente proposta, o interessado abaixo discriminado deverá assinar e datar este termo de aceite, autorizando o início dos serviços, em caráter precário, sem prejuízo das providências relativas à celebração do instrumento contratual. Solicitamos ainda a remessa à CDN deste termo de aceite, devidamente assinado e datado, pelo fax (11) 3816 7371, aos cuidados de Ana Claudia Pais, Desenvolvimento de Negócios.

Estou de acordo com o conteúdo técnico e comercial da proposta da CDN – Companhia de Notícias e autorizo o fornecedor a iniciar sua prestação de serviços sem prejuízo das providências relativas à celebração do instrumento contratual.

Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos

Data: / /

RQS nº 03/2005 - CN
CPMI - CORREIOS
Fis Nº <u>0991</u>
Doc. <u>3594</u>