



B R A S I L



SENADO FEDERAL

SENADO FEDERAL

Coordenação de Processamento Externo de Licitações
CONCORRÊNCIA Nº 001/2026

RE PER TÓ RIO

DEBRITO.
BRASIL

DEBRITO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA.

SCN Quadra 01 - Bloco C - Conjuntos 2004/2007

Asa Norte - CEP 70711-030 – Brasília-DF

Tel.: (61) 3043-1600 – CNPJ. 00.000.424/0003-18



FILME TV – PEÇA 1

Filme TV 60"

Serviço Social do Transporte (Sest) e Serviço Nacional de Aprendizagem do Transporte (Senat)

Título: Campanha Institucional 2025



FILME TV – PEÇA 2

Filme TV 30"

Conselho Federal de Engenharia e Agronomia – Confea

Título: Valorização Profissional – Fase 2

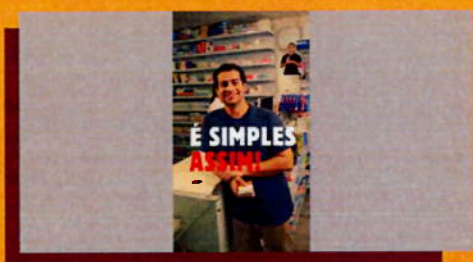


FILME TV – PEÇA 3

Filme TV 60"

Sebrae Nacional

Título: Empreendedorismo Feminino 2025



INTERNET – PEÇA 4

Vídeo 45"

Ministério da Saúde

Título: Always On 2025 – Programa Farmácia Popular

2



INTERNET – PEÇA 5

Ação com Influenciador 36"

Conselho Federal de Engenharia e Agronomia –
Confea

Título: Fiscalização 2023



CINEMA – PEÇA 6

Filme 30"

Ministério da Saúde

Título: Campanha Dia Mundial de Combate à Aids



TELEVISÃO – PEÇA 7

Filme TV 60"

Sebrae Nacional

Título: Compre do Pequeno 2023

SEST SENAT

RÁDIO – PEÇA 8

Jingle 30"

Serviço Social do Transporte (Sest) e Serviço
Nacional de Aprendizagem do Transporte (Senat)

Título: SEST SENAT 30 Anos



DOOH – PEÇA 9

Digital Out-of-Home

Ministério do Turismo – Mtur

Título: Salão e Feirão do Turismo 2025



OOH 2,22 x 2,03m – PEÇA 10

Mobiliário Urbano

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas

Empresas do Estado de Goiás – Sebrae-GO

Título: Tem demais em todo canto de Goiás

FILME TV 60" – PEÇA 1**CLIENTE: SEST SENAT****PRODUTO: CAMPANHA INSTITUCIONAL 2025****Problema**

O transporte é o que move o Brasil e é o que faz o país andar. Está nas estradas, nas cidades, nos portos e aeroportos, garantindo que pessoas e produtos cheguem ao seu destino todos os dias. Apesar dessa importância, o setor e seus profissionais nem sempre recebem o reconhecimento que merecem. O transporte é parte essencial da economia e da vida de todos os brasileiros, mas muitas vezes passa despercebido.

O SEST SENAT, instituição que atua há mais de 30 anos em prol do desenvolvimento do transporte, tem o compromisso de valorizar esse segmento e as pessoas que o tornam possível. Mais do que oferecer qualificação, saúde e bem-estar, o SEST SENAT quer reforçar o orgulho de pertencer a um setor que literalmente move o país.

Solução

Para fortalecer essa mensagem, nasce a campanha institucional "Com T de transporte, de trabalho e de todos os brasileiros", estrelada pelo cantor Daniel, filho de caminhoneiro, que empresta sua voz e imagem para representar a força com o carisma e o sentimento de pertencimento que unem o transporte ao Brasil.

A campanha é um tributo a todos que fazem o país seguir em frente: caminhoneiros, motoristas, trabalhadores e trabalhadoras que se dedicam todos os dias.

Com um tom emocional e inspirador, o filme reforça o papel essencial do SEST SENAT na valorização do transporte e de seus profissionais, mostrando que há sempre um SEST SENAT pronto para apoiar quem quer crescer, aprender e seguir em movimento.

O filme institucional, veiculado em TV e mídias digitais, convida o público a reconhecer: quem move o Brasil é o transporte, e o SEST SENAT está junto em cada passo desse caminho.

FICHA TÉCNICA

Agência:	DEBRITO BRASIL
Cliente:	Sest Senat
Título/Campanha:	Campanha Institucional 2025
Atendimento/Criação:	Lorena Carvalho, Renata Comin, Paulo Renato, Nilton Barbosa e Igor Sá
Mídia/Produção:	Kelly Nunes, Lorena Oliveira, Rodrigo Cavalcante, Joelma Rosa e Fernanda Bersan
Aprovação:	Jorge Dieb, Gueldon Dias e Livia Cerezoli
Data de Produção:	Julho/2025
Período de Veiculação:	Agosto/2025
Veículo:	TV Globo, TV Record e SBT

*Peça apresentada em *pen drive*.

FILME TV 30" – PEÇA 2

CLIENTE: CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA

PRODUTO: VALORIZAÇÃO PROFISSIONAL – FASE 2

Problema

Os profissionais registrados no Confea enfrentam um cenário de desvalorização crescente, agravado pela concorrência desleal de pessoas sem habilitação técnica e pela falta de reconhecimento da importância estratégica da engenharia para a segurança e o desenvolvimento do país. Ao mesmo tempo, o Brasil vive uma escassez de engenheiros e de mão de obra técnica qualificada, reflexo da baixa procura pelos cursos de engenharia. Essa desvalorização é intensificada pela sociedade, que não tem conhecimento da importância da engenharia e da atuação de profissionais não habilitados, o que compromete a qualidade e a segurança de obras e projetos, e tantas outras situações.

Para fortalecer e valorizar o exercício profissional, garantindo maior reconhecimento, a campanha, que contou com duas fases, foi criada para que de modo lúdico a sociedade entendesse que o papel desses profissionais é proteger a sociedade e promover o desenvolvimento nacional.

Solução

Para enfrentar o desafio da desvalorização profissional, foi criada a campanha com o conceito "O profissional da engenharia muda a história", que resgata a magia dos contos de fadas para mostrar o impacto real dos profissionais da engenharia, agronomia e geociências na vida das pessoas. A campanha conecta histórias infantis ao cotidiano desses profissionais, mostrando que, com conhecimento técnico, até os contos de fadas ganham finais mais seguros e felizes. Em duas fases, um dos filmes que a campanha trouxe como referência — A Branca de Neve e os Sete Anões — mostra que, com a ajuda de um geocientista, os sete anões encontrariam a mina de ouro facilmente.

Com leveza e criatividade, a campanha reforça uma mensagem essencial: profissionais valorizados constroem histórias mais seguras, sustentáveis e prósperas — no mundo dos contos e, principalmente, na vida real.

FICHA TÉCNICA	
Agência:	DEBRITO BRASIL
Cliente:	Conselho Federal de Engenharia e Agronomia - Confea
Título/Campanha:	Valorização Profissional Muda a História – Fase 2
Atendimento/Criação:	Helena Pessoa/ Ádan Augusto, Márcio de Abreu
Mídia/Produção:	Iandra Carvalho, Allan Cesar/ Rodrigo Cavalcante e Joelma Rosa
Aprovação:	Marina Mattus
Data de Produção:	Outubro/2024
Período de Veiculação:	12 de dezembro de 2024 a 17 de março de 2025
Veículo:	Telecine, GNT, Multishow, SporTV, Globo News, Canal Viva, ESPN, Netflix e Disney Plus

*Peça apresentada em *pen drive*.

FILME TV 60" – PEÇA 3**CLIENTE: SEBRAE NACIONAL****PRODUTO: EMPREENDEDORISMO FEMININO 2025****Problema**

Apesar dos inúmeros desafios enfrentados, o empreendedorismo feminino continua a crescer de forma significativa no Brasil. Seja por paixão, seja por necessidade, esta é uma realidade cada vez mais presente.

A jornada empreendedora é repleta de desafios em todas as suas etapas: desde tirar a ideia do papel, expandir o negócio, repaginar a marca, até tomar decisões estratégicas e ousadas.

O Sebrae Delas, programa do Sebrae voltado para as empreendedoras brasileiras, se posiciona como facilitador para as mulheres que desejam empreender do zero, ampliar ou transformar os seus negócios. Ele tem como objetivo fortalecer o protagonismo feminino, apoiando as empreendedoras em cada passo de sua trajetória. E nenhum momento é melhor do que agora, por isso, o objetivo do Sebrae com esta campanha é ajudar a mulher a parar de deixar para depois o seu sonho de ser empreendedora, de mudar de vida, de fazer a diferença.

Solução

Nossa hora é agora. Por meio deste conceito, nasce o convite para que cada mulher descubra que a transformação começa com uma decisão: acreditar em si mesma, enfrentando desafios e celebrando conquistas. É um chamado para deixar o "ainda não" e abraçar o "por que não?". Trata-se de coragem, ação e, acima de tudo, da certeza de que nenhuma mulher está sozinha neste caminho.

O filme manifesto de 60", como principal peça da campanha, foi veiculado na TV fechada, no Globo Impacto, no Top 5 Canais (Multishow, GNT, GloboNews, SporTV e Viva), gerando 3 milhões de impactos.

FICHA TÉCNICA

Agência:	DEBRITO BRASIL
Cliente:	Sebrae Nacional
Título/Campanha:	Empreendedorismo Feminino 2025
Atendimento/Criação:	Danielle Coutinho, Camila Oliveira, Carolina Senna e Bruna Chagas
Mídia/Produção:	Bruna Kraemer e Joelma Rosa
Aprovação:	Karla Nayra, Henrique Nabuco e Eduardo Duarte
Data de Produção:	Fevereiro/2025
Período de Veiculação:	08 a 22 de Março/2025
Veículo:	TV Globo, TV Record, SBT, Bandeirantes, TV AXN, Multishow, GNT, GloboNews, SporTV e Viva

*Peça apresentada em *pen drive*.

INTERNET - VÍDEO 45" – PEÇA 4**CLIENTE: MINISTÉRIO DA SAÚDE****PRODUTO: CAMPANHA ALWAYS ON 2025 – PROGRAMA FARMÁCIA POPULAR DO BRASIL****Problema**

Criado em 2004, o Programa Farmácia Popular do Brasil nasceu com o objetivo de ampliar o acesso da população a medicamentos essenciais.

Em fevereiro de 2025, o Ministério da Saúde anunciou um marco: a gratuidade total de 41 itens oferecidos pelo Farmácia Popular. A partir desta data, todos os medicamentos e insumos passaram a ser oferecidos gratuitamente a toda a população, consolidando o programa como um dos principais instrumentos de acesso à saúde pública no Brasil.

Diante desta expansão, surge a necessidade de divulgar amplamente esta nova fase do programa, com foco na gratuidade total, no fortalecimento da política de saúde pública e no cuidado com as populações mais vulneráveis — mulheres, idosos e pessoas em situação de vulnerabilidade social.

Solução

Para atender ao objetivo central de informar e engajar a população, a DeBRITO BRASIL desenvolveu uma campanha 100% digital, com linguagem acessível, tom jovem e forte aderência às dinâmicas das redes sociais.

A campanha Always On foi estruturada em blocos temáticos, permitindo: segmentação eficaz do conteúdo, de acordo com o público-alvo; facilidade de compreensão das informações; fluxo contínuo e estratégico durante todo o período de veiculação.

A peça é um vídeo vertical, ideal para plataformas, como Instagram Reels, TikTok e YouTube Shorts, com linguagem visual dinâmica e acessível. Utilizando recursos gráficos, trilha sonora envolvente e locução direta, o conteúdo é apresentado de forma clara e segmentada, com destaque para a ampliação e para a gratuidade total dos itens do Programa Farmácia Popular.

A construção do vídeo em blocos informativos facilita a assimilação da mensagem principal — “todos os medicamentos e insumos agora são gratuitos para toda a população” —, reforçando o cuidado do Governo Federal com a saúde pública.

FICHA TÉCNICA

Agência:	DEBRITO BRASIL
Cliente:	Ministério da Saúde
Título/Campanha:	Campanha Always On 2025 – Programa Farmácia Popular do Brasil
Atendimento/Criação:	Vanessa Monteiro e Pablo Seabra
Mídia/Produção:	Thiago Ribeiro, Rodrigo Cavalcante e Joelma Rosa
Aprovação:	Poliana Oliveira, Kamila Mota e Rafael Atuchi
Data de Produção:	Abril/2025
Período de Veiculação:	Maior/2025
Veículos:	TikTok, Kwai Brasil, Teads, Webads e Simpleads - Internet

*Peça apresentada em *pen drive*.

AÇÃO COM INFLUENCIADOR 36" – PEÇA 5

CLIENTE: CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA

PRODUTO: FISCALIZAÇÃO 2023

Problema

O Sistema Confea/Crea reúne 27 Conselhos Regionais, possui mais de 80 anos de atuação ininterrupta e representa três importantes categorias profissionais do país: a Engenharia, a Agronomia e as Geociências, com mais de 1 milhão de profissionais registrados. O Conselho Federal de Engenharia e Agronomia (Confea), juntamente com os 27 Conselhos Regionais de Engenharia e Agronomia (Creas), é a instância superior da fiscalização do exercício das profissões inseridas no Sistema Confea/Crea. A entidade autárquica, dotada de personalidade jurídica de direito público, tem como principal objetivo zelar pela defesa da sociedade e do desenvolvimento sustentável do país, observando os princípios éticos profissionais das categorias que representa. E um dos problemas enfrentados pelo Sistema é o entendimento da sua atuação prática na segurança da sociedade por parte da população e até por alguns profissionais das áreas que representa.

Solução

Como resposta, a DeBRITO BRASIL desenvolveu uma campanha — com o objetivo de mostrar a importância da fiscalização na realização de obras na cidade ou no campo — de forma didática, mas bem-humorada, para aproximar a comunicação da população e despertar o interesse desta para saber mais sobre a atuação do Sistema Confea/Crea. Além do mix de mídia da campanha, trabalhamos com o *Quarteto da Amarração*, um perfil com mais de 4 milhões de seguidores e que faz humor nas redes sociais com paródias de músicas cantadas, em uma obra inacabada, cenário ideal para abordar o tema da fiscalização. Por isso, foi desenvolvida uma música que foi encenada por eles e que teve mais de 188 mil impressões em 1 (um) dia e já acumula mais de 19 mil interações.

FICHA TÉCNICA

Agência:	DEBRITO BRASIL
Cliente:	Conselho Federal de Engenharia e Agronomia – Confea
Título/Campanha:	Fiscalização 2023
Atendimento/Criação:	Danielle Coutinho e Pablo Seabra
Mídia/Produção:	Carla Bertin e Joelma Rosa
Aprovação:	Felipe Pasqualini
Data de Produção:	7 de junho/2023
Período de Veiculação:	13 de junho/2023
Veículos:	Instagram, TikTok e YouTube

*Peça apresentada em *pen drive*.

FILME 30" – PEÇA 6**CLIENTE: MINISTÉRIO DA SAÚDE****PRODUTO: CAMPANHA DO DIA MUNDIAL DE COMBATE À AIDS****Problema**

No dia 1º de dezembro, o mundo se une na luta contra o HIV/Aids, destacando a importância da prevenção, do diagnóstico e tratamento dessa doença que ainda não possui cura, mas que pode ser controlada com medidas preventivas e terapêuticas. Em todo o planeta, ações de mobilização são realizadas para conscientizar a população sobre a gravidade do HIV/Aids e promover a educação sobre formas de transmissão, prevenção combinada, sinais e sintomas. O Ministério da Saúde, ciente da relevância desse tema, encarregou a DeBRITO BRASIL de desenvolver uma campanha nacional voltada para informar e orientar tanto a população em geral quanto os profissionais de saúde sobre o assunto.

Solução

Considerando o aumento alarmante das taxas de detecção do HIV, especialmente entre os jovens, a DeBRITO BRASIL desenvolveu uma campanha nacional com o intuito de comunicar que a Aids não tem cura, mas tem prevenção e tratamento. A agência trouxe um conceito assertivo, presente em todas as peças da campanha, mostrando que o tratamento é gratuito no SUS, sendo possível ter uma vida normal mesmo com Aids. A campanha se integra organicamente à conversa com o público-alvo, abordando sensibilização, alerta, orientação e incentivo à prevenção. Aproveitando o simbolismo do "Dezembro Vermelho", a DeBRITO BRASIL procurou mobilizar a população sobre a importância crucial da prevenção, do diagnóstico e tratamento do HIV/Aids, com ênfase no uso da camisinha e na adoção de medidas de prevenção combinada. Em um mundo onde as formas de relacionamento são cada vez mais diversas e as nomenclaturas associadas a elas se multiplicam, o conceito do filme produzido foi mostrar uma variedade de casais, representando diferentes tipos de relacionamentos, demonstrando amor e afeto uns pelos outros. A mensagem transmitida é a de que, independentemente de como rotulamos ou nos envolvemos em relacionamentos, o que realmente importa é estar sempre protegido e consciente para evitar o risco de contrair o HIV.

FICHA TÉCNICA

Agência:	DEBRITO BRASIL
Cliente:	Ministério da Saúde
Título/Campanha:	Campanha do Dia Mundial de Luta Contra a Aids 2023
Atendimento/Criação:	Vanessa Monteiro e Pablo Seabra
Mídia/Produção:	Soraia Duarte e Rômulo Oliveira
Aprovação:	Maria Elisa Andries, Yole Mendonça, Cláudio Evaristo, Juliana Vieira, Nathália Gardini e Rafael Atuchi
Data de Produção:	Novembro/2023
Período de Veiculação:	Dezembro/2023
Veículo:	Rede Cinemark

*Peça apresentada em *pen drive*.

FILME TV 60" – PEÇA 7**CLIENTE: SEBRAE NACIONAL****PRODUTO: COMPRE DO PEQUENO****Problema**

Conscientizar a população sobre a importância das pequenas empresas e posicionar o empreendedorismo como protagonista do desenvolvimento socioeconômico e ferramenta para uma sociedade mais igualitária.

Solução

No filme de 60", acompanhamos a cantora, atriz e apresentadora Negra Li em uma jornada de apoio aos pequenos negócios da sua região. A peça é um musical embalado pela adaptação do clássico "Rap da Felicidade", um funk que marcou e continua a marcar época na cultura do país. "O Rap da Felicidade" se torna o "Rap dos Pequenos Negócios", e a Negra Li passa a corporificar todos os brasileiros que fazem a diferença para o crescimento dos pequenos negócios. Com muita brasilidade, diversidade e letra que fala sobre pertencimento, mostramos o orgulho que é apoiar esses empreendimentos que são o motor da transformação social e econômica do Brasil.

FICHA TÉCNICA

Agência:	DEBRITO BRASIL
Cliente:	Sebrae Nacional
Título/Campanha:	Vai comprar? Compre do pequeno negócio.
Atendimento/Criação:	Paulo Bortolotti e Pablo Seabra
Mídia/Produção:	Carla Bertin e Rômulo Oliveira
Aprovação:	Gleber Naime, Marcelo Porlan, Henrique Nabuco e Eduardo Duarte
Data de Produção:	setembro/2023
Período de Veiculação:	1 a 16 de outubro/2023
Veículo:	Globo, Record, RedeTV, Bandeirantes, SBT, TV Brasil, Globo News, CNN, Band News, Record News, Canal Viva, Multishow, AXN, Discovery, Discovery Home&Healthy, Universal TV, Warner Channel e GNT.

*Peça apresentada em *pen drive*.

JINGLE 30" – PEÇA 8

CLIENTE: SEST SENAT

PRODUTO: SEST SENAT 30 ANOS

Problema

Com três décadas de atuação, o Sest Senat tem alcançado grandes resultados e realizado entregas estratégicas que contribuem de maneira significativa para o desenvolvimento do setor de transporte brasileiro. No entanto, a instituição ainda segue sem reconhecimento e também desconhecida pelo público em geral. Nesse cenário, o grande desafio era explicar o que é o Sest Senat e o que ele faz.

Solução

Foi criada uma campanha com peças *online* e *offline* e um *jingle* que fortalece a marca, que reforça a atuação da instituição, evidencia o que ela faz, por que faz e como contribui para a sociedade. Além disso, a campanha ressaltou a experiência adquirida pelo Sest Senat ao longo dos anos, apresentando resultados e trazendo reconhecimento.

A peça, cantada por uma voz masculina, se utiliza de um ritmo bem popular, que busca a identificação com profissionais do transporte de diversos segmentos. A música retrata a visão de um caminhoneiro que dirige pelas estradas e observa tudo do alto de sua cabine – “Eu sigo nessa estrada/e vejo aqui de cima/essa terra que eu levo aqui no peito”. A letra também posiciona o Sest Senat como parceiro dos profissionais do transporte e conclui dizendo que há 30 anos a instituição apoia, cuida, capacita e transforma a realidade desses trabalhadores, movimentando a vida de quem move o país.

FICHA TÉCNICA

Agência:	DEBRITO BRASIL
Cliente:	Sest Senat
Título/Campanha:	Sest Senat 30 Anos
Atendimento/Criação:	Renata Comin e Pablo Seabra
Mídia/Produção:	Carla Bertin e Joelma Rosa
Aprovação:	Livia Cerezoli, Jorge Augusto Dieb e Gueldon Brito
Data de Produção:	Abril/2023
Período de Veiculação:	21 a 28 de maio/2023
Veículos:	Cidade 107,1 FM, Gazeta FM, Mix FM – Maceió, Cidade FM, Pajuçara FM, Jovem Pan FM – Manaus, Itapoan FM, Rádio Metrópole, Jovem Pan FM, Clube, Rádio Tropical FM, Gazeta FM, Rádio Positiva FM, Itatiaia FM, Caiobá FM e Band FM

*Peça apresentada em *pen drive*.

DOOH – PEÇA 9**CLIENTE: MINISTÉRIO DO TURISMO****PRODUTO: SALÃO E FEIRÃO DO TURISMO 2025****Problema**

A campanha do Salão e Feirão do Turismo de 2025, para o Ministério do Turismo, possuía alguns desafios estratégicos, como:

- Percepção limitada do turismo nacional: muitos brasileiros enxergam o turismo como algo pouco acessível, e a maioria o associa aos destinos mais tradicionais, sem considerar a riqueza cultural, natural e gastronômica do país.

- Baixo engajamento com eventos presenciais: após a pandemia, eventos presenciais perderam protagonismo, e o Salão do Turismo nos últimos anos estava apresentando uma queda no número de participantes, apesar de gratuito e com ampla programação cultural e artística.

Diante disso, o Salão e Feirão do Turismo precisavam ser percebidos como uma grande vitrine do turismo do Brasil com objetivo principal de fortalecer a promoção e o incentivo às viagens dentro do país. Um ambiente físico e virtual que reúne todo o trade turístico em um só espaço e que é uma oportunidade para apresentar os atrativos turísticos para a população.

Solução

A DeBRITO BRASIL reformulou a abordagem com a campanha “Viaje e Veja o Brasil como Você Nunca Viu”, que trouxe uma narrativa mais sensível, inclusiva e inspiradora, apresentando os diversos tipos de turismo que o país oferece. Um dos principais meios de divulgação foi o DOOH.

A mídia exterior permitiu o aumento da visibilidade e frequência da mensagem, atingindo o público-alvo espontaneamente durante sua rotina e, principalmente, quando fora de casa. Devido à importância da temática da campanha, foi fundamental estar presente com formatos de mídia onde grande parte da população circula.

No DOOH foram veiculadas telas nas estações rodoviárias, nas estações de metrô, nos aeroportos, além de mubs e os megapainéis.

Estima-se que tivemos mais de 66 milhões de impactos em todos os formatos veiculados, totalizando uma média de 15 mil inserções durante o período de campanha.

A peça convida o público a viajar, ver e viver o novo. Um chamado para experimentar tudo o que a diversidade cultural do Brasil oferece. Uma amostra de que o comum também pode ser extraordinário.

FICHA TÉCNICA

Agência:	DEBRITO BRASIL
Cliente:	Ministério do Turismo – Mtur
Título/Campanha:	Salão e Feirão do Turismo 2025
Atendimento/Criação:	Lorena Carvalho, Paulo Renato, Pablo Seabra, Warley Oliveira e Rafael Lima
Mídia/Produção:	Cecilia Crespo, Soraia Duarte, Thiago Ribeiro, Luísa Jaccoud, Rodrigo Cavalcante, Joelma Rosa, Márcio Adriano, Fernando Ferreira e Adailza Costa
Aprovação:	Fábio Pinheiro, Antônio Serra, Renato Albuquerque e Fabiola Lima
Data de Produção:	Agosto/2025
Período de Veiculação:	Agosto/2025
Veículos:	JC Decaux, I7Mídia, IMídiaX, The LED, NOOH, RZK Digital, Plus Mídia, Insight Mídia e Eletromídia

*Peça apresentada em *pen drive*.

DEBRITO.**OOH 2,22 X 2,03M – PEÇA 10****CLIENTE: SEBRAE GOIÁS****PRODUTO: INSTITUCIONAL – TEM DEMAIS EM TODO CANTO DE GOIÁS****Problema**

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Estado de Goiás (Sebrae Goiás), entidade privada brasileira de serviço social, que objetiva a capacitação e a promoção do desenvolvimento econômico, além da competitividade de micro e pequenas empresas, estimulando o empreendedorismo no país, solicitou à agência uma campanha institucional que reforçasse a presença do Sebrae como instituição que apoia o empreendedor em todos os 246 municípios de Goiás (entre eles 12 escritórios regionais, agentes locais de inovação, consultores credenciados e estrutura de atendimento *online*).

Solução

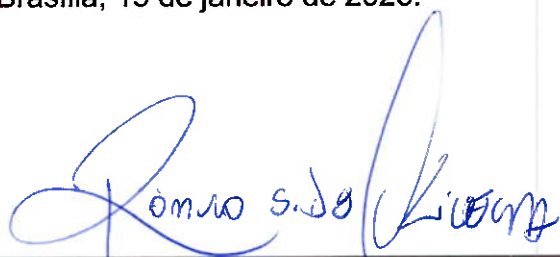
Como resposta, a DeBRITO BRASIL desenvolveu uma campanha com o objetivo de promover maior visibilidade da marca, posicioná-la como instituição que apoia e defende os interesses dos pequenos negócios de Goiás e ainda aumentar o envolvimento dos micro e pequenos empreendedores com a instituição. Foi sugerida então uma linha criativa que leva em consideração o regionalismo, a pluralidade, o bom humor e a identidade regional e dos segmentos. A variedade de nichos, portes de empresas e canais de atendimento do Sebrae faz parte do conceito: TEM DEMAIS EM TODO CANTO DE GOIÁS. Foi elaborado um plano de mídia por meio do qual se falou com todo o estado de Goiás mediante identificação com cada região e segmentos em meios de comunicação.

FICHA TÉCNICA

Agência:	DEBRITO BRASIL
Cliente:	Sebrae Goiás
Título/Campanha:	Tem demais em todo canto de Goiás
Atendimento/Criação:	Renata Comin e Pablo Seabra
Mídia/Produção:	Soraia Duarte e Rômulo Oliveira
Aprovação:	Ivan Lucas e Carime Mamede
Data de Produção:	Novembro/2023
Período de Veiculação:	3 a 20 de dezembro/2023
Veículo:	A13 – busdoor

Declaramos o encerramento da apresentação do Invólucro 3 –
Proposta Técnica – Repertório, composto de 16 páginas, incluindo esta.

Brasília, 19 de janeiro de 2026.



DEBRITO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA
Rômulo Silva de Oliveira
Diretor de Operações/Procurador

PROCURAÇÃO



Pelo presente instrumento particular, **DEBRITO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA**, com sede em SCN Quadra 01, Bloco C, nº 85, Conjuntos 2001/2007- Asa Norte – Brasília – DF, CEP 70711-030, inscrita no **CNPJ nº 00.000.424/0003-18**, por seu representante legal ao final assinado, **CÉSAR MARTINS DE BRITO**, brasileiro, publicitário, portador da cédula de identidade RG nº 15.813.233-6 SSP/PR, inscrito no CPF nº 076.360.368-60, nomeia e constitui como seus procuradores: **MARCUCE MERCÊS LUZ**, brasileiro, publicitário, portador da cédula de identidade RG 07589981-71 SSP/BA, inscrito no CPF nº 009.258.815-89, e/ou **RÔMULO SILVA DE OLIVEIRA**, brasileiro, publicitário, portador da cédula de identidade RG nº 2.034.360 SSP/DF, inscrito no CPF nº 727.621.521-00, e/ou **RODRIGO CUNHA CAVALCANTE**, brasileiro, publicitário, portador da cédula de identidade RG nº 2.302.292 SSP/DF, inscrito no CPF: 005.208.091-90, e/ou **DANIELLE OLIVEIRA COUTINHO**, brasileira, publicitária, portadora da cédula de identidade RG 8478025-82 SSP/BA, inscrita no CPF nº 006.708.905-45, e/ou **HELENA D'ALMEIDA COUTO PESSÔA**, brasileira, publicitária, portadora da cédula de identidade RG nº 3501712 SSP/DF, inscrita no CPF nº 056.046.931-46, e/ou **VANESSA MONTEIRO DA SILVA**, brasileira, publicitária, portadora da cédula de identidade RG nº 5869785 SSP/GO, inscrita no CPF nº 058.303.961-81, e/ou **LORENA LUCIA DUARTE DE CARVALHO NOBRE**, brasileira, publicitária, portadora da cédula de identidade RG nº 08.031.457-05 SSP/BA, inscrita no CPF nº 815.571.325-34, com poderes específicos para representá-lo perante o **SENADO FEDERAL**, no transcurso do processo licitatório realizado na modalidade **Concorrência nº 001/2026**, podendo para tanto apresentar e assinar documentação e propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de propostas e habilitação, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

Brasília, 23 de dezembro de 2025

15º
Tabelião

CÉSAR MARTINS DE BRITO

SÓCIO-DIRETOR

CPF: 076.360.368-60

DEBRITO BRASIL COMUNICAÇÃO LTDA



Tem Sebrae na vinícola da Nathália? Tem demais.

Sebrae Coiás.
Empreender
com você para
empreender mais.

SEBRAE

     @sebraecoias
0800 570 0800
sebraego.com.br



Nathália Assunção
Vinícola Assunção
Cocalzinho/GO

REPERTÓRIO - PEÇA 10
Formato: 2,22 x 2,03m

