

2

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

LICITAÇÃO CDHU Nº 011/24

*[Handwritten signature]*

1

*[Handwritten signature]*

## Relato 1: Colégio Medianeira 2021 - "Reimagine"

### Problema de Comunicação

No complexo panorama educacional brasileiro, surge o Colégio Medianeira, pertencente à renomada Rede Jesuíta de Educação, composta por 17 instituições distribuídas por todo o território nacional. A sua história se entrelaça com a tradição e a excelência, representando não apenas uma escolha de ensino, mas um legado de conhecimento e valores.

No entanto, mesmo imersa nessa tradição, o Medianeira depara-se com um desafio tão comum quanto complexo: a evasão de alunos. Em um cenário em que novas escolas, modernas, internacionais e bilíngues, despontam como alternativas sedutoras, a instituição busca reinventar-se para manter-se relevante e atrativa aos olhos das famílias.

Emerge então a necessidade de um novo posicionamento, não apenas para combater a evasão, mas para reavivar a tradição do Medianeira e reafirmar sua posição como uma referência educacional. Esse desafio não se limita apenas à atração de novos alunos, mas também à manutenção de sua imagem como um referência de valores e tradição.

Após um diagnóstico e análise profunda do Medianeira e concorrência, constatamos que o problema reside não na essência da instituição, mas na sua forma. Não é a metodologia de ensino, já moderna e eficaz, nem os valores, imbuídos na sua essência jesuíta, que precisam ser questionados. É a estrutura física, que quando comparada com outras instituições do mercado, clama por renovação.

### Planejamento Publicitário

A solução encontrada foi uma reformulação completa do ambiente escolar, através de um novo projeto arquitetônico. Esse projeto abrangente contemplou uma área considerável de 54.000 m<sup>2</sup>, revendo desde as áreas de convivência até as salas de aula, com o objetivo de torná-las mais adequadas aos padrões contemporâneos de aprendizado.

Elaboração:



---

Luiz Henrique Tastardi  
Diretor de Criação  
WD Marketing Ltda

Referendo do Cliente:



---

Vinícius Soares Pinto  
Diretor de Comunicação  
Colégio Medianeira



A nova arquitetura foi concebida para promover a integração e a colaboração, com espaços abertos e versáteis que estimulassem a criatividade e a interação entre os alunos. A partir desse processo de transformação, foi desenvolvida uma campanha publicitária estratégica, cujo foco era ressaltar as mudanças e atrair a atenção do público-alvo.

Após a transformação, a campanha, embasada no conceito de imaginação, convidava os espectadores a visualizarem o novo Medianeira, destacando como a escola havia se reinventado para oferecer uma experiência educacional ainda mais enriquecedora e inovadora. Desafiando a noção convencional da escola, a campanha inspirou todos a reimaginarem o Medianeira, não apenas destacando a grandiosidade das reformas, mas também reforçando o compromisso da escola com a excelência educacional.

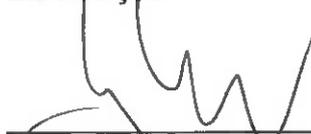
### Resultados

Os resultados foram notáveis: a reforma iniciada pelo terceiro ano teve um impacto imediato na redução da evasão de alunos.

À medida que as reformas foram concluídas em todas as séries, o interesse pelo colégio cresceu exponencialmente, resultando em um aumento expressivo no número de matrículas. Além disso, a taxa de evasão diminuiu consideravelmente, demonstrando o sucesso da campanha em reafirmar o Medianeira como uma escolha de excelência para famílias em busca de educação de qualidade.

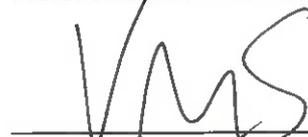
Os resultados dessa jornada foram marcantes. Não se limitaram apenas a números, mas refletiram na renovação da alma da escola e no resgate do orgulho de pertencer à comunidade Medianeira.

Elaboração:



Luiz Henrique Tastardi  
Diretor de Criação  
WD Marketing Ltda

Referendo do Cliente:



Vinicius Soares Pinto  
Diretor de Comunicação  
Colégio Medianeira



## 1. Trailer 3'

Ficha Técnica

Agência: WD Marketing

Cliente: Colégio Medianeira

Título: Manifesto Reimagine

Data de produção: Novembro 2021

Dimensão original: Trailer 3'

Período de veiculação: Dezembro 2021

Veículo/espço: Youtube

### Problema/Solução

A campanha "Reimagine" de Medianeira enfrentava o desafio de iniciar com um impacto significativo, capaz de transmitir a mudança de discurso, posicionamento e transformação arquitetônica da escola, além de destacar sua visão para o futuro. Era essencial provocar o sentimento de que a tradicional escola havia sido reimaginada e estava pronta para uma nova era.

Para atender a esse desafio, optou-se por lançar um trailer de 3 minutos, concebido para transmitir uma mensagem abrangente e inspiradora. O trailer foi estrategicamente veiculado nas redes sociais do Medianeira e no YouTube, com impulsionamento para alcançar o público-alvo desejado. Essa peça audiovisual funcionou como um convite para que as pessoas vissem e sentissem as transformações em curso na instituição.

O trailer oferece uma visão resumida do que o Medianeira visualiza para o futuro, convidando o público a reimaginar o papel da escola em suas vidas e a explorar pessoalmente as mudanças em andamento. Com essa abordagem, a campanha "Reimagine" não apenas comunicou a evolução da escola, mas também despertou o interesse e a curiosidade do público, convidando-os a fazer parte dessa jornada de transformação educacional.



## 2. Rélogio

Ficha Técnica

Agência: WD Marketing

Cliente: Colégio Medianeira

Título: Reimagine Projetos

Data de produção: Novembro 2021

Dimensão original: Relógio de rua (1,20m x 1,80m)

Período de veiculação: Dezembro 2021

Veículo/espço: Clear Channel

### Problema/Solução

O Colégio Medianeira, situado em uma região mais afastada do centro da cidade e dos bairros de seu público-alvo, enfrentava o desafio de se tornar uma escolha considerada por aqueles que já conheciam a instituição, mas não a enxergavam como uma opção viável. Diante desse cenário, a estratégia escolhida foi posicionar relógios de rua em locais frequentados pelo público-alvo, buscando assim estar presente no caminho dos potenciais alunos e suas famílias.

Essa iniciativa tinha como objetivo convidar o público a reimaginar o Colégio Medianeira, fazendo uma alusão não apenas aos projetos escolares, mas também às transformações grandiosas, como a recente reforma da instituição. Ao colocar os relógios de rua em locais estratégicos, a escola desejava inspirar uma reflexão sobre o potencial do colégio e seu papel na vida dos estudantes e da comunidade.

Essa abordagem não apenas aumentou a visibilidade do Colégio Medianeira entre seu público-alvo, mas também reforçou sua imagem como uma instituição comprometida com o progresso e a excelência educacional. O impacto dessa estratégia foi evidente pelo aumento no interesse e na procura por informações sobre a escola, demonstrando assim a eficácia dessa iniciativa em reimaginar o futuro do colégio e atrair novos alunos.



### 3. Ponto de Ônibus

Ficha Técnica

Agência: WD Marketing

Cliente: Colégio Medianeira

Título: Reimagine Grade Curricular

Data de produção: Novembro 2021

Dimensão original: Ponto de Ônibus (2,00m x 1,00m)

Período de veiculação: Dezembro 2021

Veículo/espço: Clear Channel

#### Problema/Solução

O Colégio Medianeira enfrentava o desafio de combater o equívoco comum de que suas metodologias educacionais eram ultrapassadas, simplesmente por ser uma instituição antiga. Muitos potenciais alunos e suas famílias não estavam cientes de que a escola adotava práticas modernas e inovadoras em seu currículo. Diante dessa percepção equivocada, era essencial encontrar uma estratégia que permitisse alcançar um público mais amplo e transmitir a mensagem correta sobre a abordagem educacional do colégio.

A solução adotada foi a instalação de peças publicitárias nos pontos de ônibus, visando uma capilaridade semelhante à dos relógios de rua. Essas peças tinham como objetivo não apenas aumentar a visibilidade do Colégio Medianeira, mas também desafiar as percepções equivocadas sobre suas metodologias de ensino. A mensagem transmitida destacava a modernidade e atualidade do currículo da escola, convidando o público a "Reimaginar a sua grade curricular".

Ao escolher os pontos de ônibus como local de veiculação das peças, o Colégio Medianeira buscava atingir um público diversificado e representativo da comunidade, incluindo tanto pais quanto alunos em potencial. Essa estratégia foi eficaz em desafiar os preconceitos existentes e destacar a qualidade e a relevância da abordagem educacional do colégio. Como resultado, houve um aumento significativo no interesse pela instituição e uma mudança positiva na percepção do público em relação à sua modernidade e inovação.





#### 4. Página dupla revista

Ficha Técnica

Agência: WD Marketing

Cliente: Colégio Medianeira

Título: Reimagine Inovação

Data de produção: Novembro 2021

Dimensão original: Página dupla revista (40.4cm x 26.6cm)

Período de veiculação: Dezembro 2021

Veículo/espço: Revista Veja

#### Problema/Solução

##### Problema/Solução

O Colégio Medianeira enfrentava o desafio de comunicar as mudanças e inovações em sua abordagem educacional para seu público-alvo. Muitas pessoas ainda mantinham a percepção equivocada de que o Medianeira não era uma escola inovadora, devido à sua longa história e localização. Era crucial encontrar uma maneira eficaz de transmitir a mensagem de que o colégio estava passando por transformações significativas e oferecendo uma educação moderna e atualizada.

Para resolver esse problema, foi decidido veicular anúncios em revistas relevantes para o público-alvo do Medianeira. Essas revistas eram escolhidas por serem amplamente lidas pelas famílias e comunidades ligadas à escola, proporcionando uma oportunidade única de alcançar aqueles que precisavam ser informados sobre as inovações da instituição. Os anúncios destacavam as mudanças e melhorias recentes no Medianeira, convidando o público a "Reimaginar a Inovação" na escola.

Ao escolher veicular os anúncios em revistas de relevância para o público-alvo, o Medianeira buscava garantir que sua mensagem chegasse diretamente às mãos daqueles que mais se beneficiariam das mudanças na escola. A estratégia era mostrar que, apesar das percepções anteriores, o Medianeira estava comprometido com a inovação e o progresso educacional. Como resultado, houve uma mudança positiva na maneira como o público via o colégio, com uma maior valorização de sua abordagem moderna e inovadora.





## 5. Outdoor

Ficha Técnica

Agência: WD Marketing

Cliente: Colégio Medianeira

Título: Reimagine Inovação

Data de produção: Novembro 2021

Dimensão original: Outdoor (9,00m x 3,00m)

Período de veiculação: Dezembro 2021

Veículo/espço: Outdoor dentro do próprio colégio

O Colégio Medianeira enfrentava o desafio de atrair o público para visitar a escola e conhecer suas mudanças e metodologias inovadoras. Muitas pessoas ainda tinham uma visão desatualizada da instituição e não estavam cientes das transformações pelas quais o Medianeira estava passando. Era fundamental encontrar uma maneira impactante de convidar o público a visitar a escola e experimentar em primeira mão as inovações educacionais que estavam sendo implementadas.

Para resolver esse problema, foi decidido instalar um outdoor localizado na frente da escola. A escolha estratégica desse local permitia que o anúncio fosse visto por todos que passassem pela região, especialmente aqueles que residiam nas proximidades e estavam em busca de opções educacionais para suas famílias. O outdoor apresentava uma mensagem provocativa e convidativa, convidando as pessoas a "Reimaginar a Metodologia" do Medianeira. A ideia era despertar a curiosidade e o interesse do público, incentivando-os a visitar a escola e descobrir pessoalmente as mudanças que estavam ocorrendo.

Ao escolher essa abordagem, o Medianeira buscava garantir que sua mensagem alcançasse aqueles que estavam mais próximos da escola e, portanto, mais propensos a considerá-la como uma opção educacional. O objetivo era criar uma experiência memorável que inspirasse o público a visitar o colégio, conhecer suas metodologias inovadoras e fazer parte dessa transformação educacional. Como resultado, houve um aumento significativo no número de visitantes à escola, com muitas famílias interessadas em explorar as oportunidades oferecidas pelo Medianeira.



## Relato Approval Fácil 2022 - "Do Nada"

### Problema de Comunicação

A Approva Fácil é uma verdadeira disruptora no mercado imobiliário brasileiro, trazendo uma solução inovadora para um problema antigo: a burocracia e a lentidão no processo de obtenção de crédito para a compra de imóveis, principalmente para o público baixa renda. Ao conectar-se diretamente ao sistema de aprovação de crédito da Caixa Econômica Federal, o aplicativo torna o acesso ao financiamento imobiliário mais acessível e ágil do que nunca.

O conceito por trás da Approva Fácil é simples, mas poderoso: tornar o acesso à moradia mais acessível e descomplicado para todos os brasileiros. Imagine poder realizar o sonho da casa própria de forma descomplicada e rápida, sem a necessidade de enfrentar pilhas de documentos e esperar semanas por uma resposta. Com apenas alguns cliques, é possível preencher os dados necessários e ter o crédito avaliado e aprovado, abrindo as portas para a realização desse grande objetivo de vida.

No entanto, apesar dos inúmeros benefícios oferecidos pela Approva Fácil, muitas pessoas ainda não estão cientes da existência dessa solução revolucionária. O desafio era superar essa falta de conhecimento e conscientizar o público sobre a facilidade e conveniência de utilizar o aplicativo para obter crédito imobiliário.

### Planejamento Publicitário

Foi aí que a estratégia publicitária entrou em cena, com uma abordagem criativa e impactante. Em vez de seguir o padrão tradicional das campanhas publicitárias, decidimos surpreender as pessoas quando menos esperassem. Anúncios foram estrategicamente colocados em locais de grande circulação, como supermercados e shoppings, capturando a atenção dos potenciais compradores no momento em que estavam mais receptivos.

Elaboração:



Luiz Henrique Tastardi  
Diretor de Criação  
WD Marketing Ltda

Referendo do Cliente:



Delmo Simões  
CEO  
Approva Fácil S/A

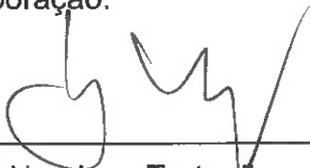
O conceito por trás da campanha era transmitir a sensação de que a oportunidade de adquirir uma casa própria estava ao alcance de todos, "Do Nada, você de casa própria". A ideia era criar uma conexão emocional com o público, mostrando que a realização desse sonho poderia acontecer de maneira inesperada e surpreendente, graças à praticidade e eficiência da Approva Fácil.

A campanha não se limitou apenas aos anúncios em locais físicos. As redes sociais e outras plataformas digitais também desempenharam um papel crucial na disseminação da mensagem da Approva Fácil. Vídeos cativantes e conteúdo envolvente foram criados para educar e informar o público sobre os benefícios do aplicativo, gerando um buzz positivo e aumentando o interesse dos potenciais compradores.

### Resultados

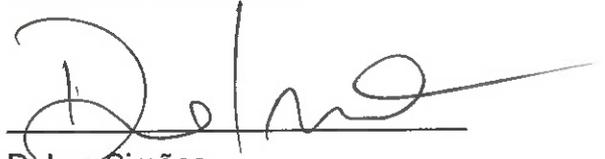
Os resultados superaram todas as expectativas. A campanha alcançou e até mesmo ultrapassou as metas de venda estabelecidas no Rio de Janeiro, impulsionando o crescimento da Approva Fácil e solidificando sua posição como uma solução inovadora e confiável no mercado imobiliário. Com o sucesso da campanha, a empresa conseguiu uma segunda rodada de investimentos e expandiu suas operações para São Paulo muito antes do previsto, demonstrando o impacto positivo e a eficácia da estratégia adotada.

Elaboração:



Luiz Henrique Tastardi  
Diretor de Criação  
WD Marketing Ltda

Referendo do Cliente:



Delmo Simões  
CEO  
Approva Fácil S/A



## 1. Spot Rádio 30"

Ficha Técnica

Agência: WD Marketing

Cliente: Approva Fácil

Título: Casa Própria

Data de produção: Agosto 2022

Dimensão original: Spot Rádio 30"

Período de veiculação: Setembro 2022

Veículo/espaco: Rádio Melodia FM 97,5

### Problema/Solução

A plataforma Approva Fácil enfrentava o desafio de conscientizar o público sobre sua existência, funcionalidades e benefícios. Muitas pessoas não tinham conhecimento dessa ferramenta que poderia auxiliá-las na realização do sonho da casa própria. Era crucial encontrar uma maneira eficaz de transmitir essa mensagem e mostrar como a Approva Fácil poderia facilitar o processo de aquisição de imóveis.

Para resolver esse problema, foi escolhido lançar a campanha com um spot de rádio de 30 segundos, veiculado diariamente nas regiões onde o público-alvo da Approva Fácil estava concentrado. Reconhecendo que o rádio ainda é uma ferramenta muito eficaz para alcançar esse público, essa escolha estratégica permitiria que a mensagem chegasse de forma direta e impactante aos ouvintes.

O spot de rádio transmitia a sensação de que a oportunidade de adquirir uma casa própria estava ao alcance de todos, com a frase "Do Nada, você de casa própria". A ideia por trás dessa mensagem era criar uma conexão emocional com o público, mostrando que a realização desse sonho poderia acontecer de maneira inesperada e surpreendente, graças à praticidade e eficiência da Approva Fácil.

Ao escolher essa abordagem, a Approva Fácil buscava educar e engajar o público sobre os benefícios da plataforma, incentivando-os a explorar essa oportunidade de tornar realidade o sonho da casa própria. Como resultado, houve um aumento significativo na conscientização sobre a Approva Fácil e uma maior adesão à plataforma por parte daqueles que buscavam uma solução simples e eficiente para a compra de imóveis.

## 2. Banner

Ficha Técnica

Agência: WD Marketing

Cliente: Approva Fácil

Título: Aluguel

Data de produção: Agosto 2022

Dimensão original: Banner (980px x 120px)

Período de veiculação: Setembro 2022

Veículo/espço: Google

### Problema/Solução

Para aumentar o engajamento da campanha da Approva Fácil, era crucial estar presente na palma da mão do público-alvo, mostrando situações que só seriam possíveis com a casa própria para criar consideração e incentivar a ação. Era necessário transmitir a mensagem de forma eficaz e persuasiva, destacando os benefícios de adquirir um imóvel e incentivando o público a considerar essa opção.

Para atingir esse objetivo, foi escolhido utilizar banners digitais no Google Ads, uma plataforma amplamente utilizada pelo público-alvo da Approva Fácil. Essa escolha estratégica permitiria que a mensagem fosse exibida de forma direcionada e impactante para aqueles que estivessem pesquisando sobre questões relacionadas à compra de imóveis ou buscando soluções para deixar de pagar aluguel.

Nos banners digitais, a mensagem central enfatizava a ideia de que o público-alvo não precisaria mais pagar aluguel, mas sim poderia optar por pegar um empréstimo com parcelas mais baratas e, assim, começar a viver na casa própria. Essa abordagem visava despertar o interesse e a consideração do público, mostrando as vantagens tangíveis de se tornar proprietário de um imóvel e encorajando-os a dar o próximo passo em direção à realização desse objetivo.

Ao utilizar essa estratégia, a Approva Fácil buscava não apenas aumentar o engajamento da campanha, mas também educar e informar o público sobre as opções disponíveis para realizar o sonho da casa própria. Como resultado, houve um aumento significativo no tráfego para o site da Approva Fácil, bem como um aumento nas consultas e solicitações de informações sobre os serviços oferecidos pela plataforma.



### 3. Painel Shopping

Ficha Técnica

Agência: WD Marketing

Cliente: Approva Fácil

Título: Playground

Data de produção: Agosto 2022

Dimensão original: Painel

Período de veiculação: Setembro 2022

Veículo/espço: Shopping Nova Iguaçu

#### Problema/Solução

Para aumentar o engajamento da campanha da Approva Fácil e alcançar efetivamente o público-alvo, era essencial estar presente nos locais de movimentação e interação desse público. Compreendendo a importância de se comunicar de maneira assertiva e impactante, foi decidido utilizar painéis publicitários em shoppings da região, locais frequentados por indivíduos em busca de lazer, entretenimento e também de informações sobre produtos e serviços.

Essa estratégia permitiria que a mensagem da Approva Fácil fosse visualizada por um grande número de pessoas, enquanto estavam em um ambiente propício para absorver informações e considerar novas oportunidades. Os painéis publicitários seriam posicionados estrategicamente em áreas de grande circulação dentro dos shoppings, garantindo uma ampla visibilidade para a campanha.

Ao criar os painéis, optou-se por utilizar mais um desdobramento de situações que só seriam possíveis vivendo na casa própria. Em um dos painéis, por exemplo, a mensagem seria ilustrada com uma cena de uma família feliz brincando em um playground, transmitindo a ideia de que a realização desse sonho proporcionaria momentos de alegria e convivência em um ambiente seguro e familiar.

Essa abordagem visa não apenas despertar o interesse do público, mas também criar uma conexão emocional, mostrando as vantagens e os benefícios tangíveis de se tornar proprietário de um imóvel por meio da Approva Fácil. Com essa estratégia, espera-se não apenas aumentar o engajamento da campanha, mas também gerar interesse e consideração entre o público-alvo, incentivando-os a buscar mais informações e dar o próximo passo em direção à conquista da casa própria.

#### 4. Painel Supermercado

Ficha Técnica

Agência: WD Marketing

Cliente: Approva Fácil

Título: Churrasco

Data de produção: Agosto 2022

Dimensão original: Painel

Período de veiculação: Setembro 2022

Veículo/espço: Supermercado Guanabara

#### Problema/Solução

Para continuar o planejamento da campanha da Approva Fácil, era necessário estar presente em mais locais estratégicos onde o público-alvo frequentemente circulava e realizava atividades cotidianas. Considerando a relevância dos supermercados como pontos de encontro e compras para as famílias, foi decidido implementar ações publicitárias nesses estabelecimentos, utilizando mais um desdobramento de situações que só seriam possíveis vivendo na casa própria.

Os supermercados oferecem um ambiente propício para alcançar o público-alvo em um momento de relaxamento e planejamento das necessidades familiares, tornando-se um local ideal para transmitir a mensagem da Approva Fácil. Com essa estratégia, a campanha seria capaz de alcançar um grande número de pessoas em um ambiente familiar e receptivo.

Ao criar os materiais publicitários para os supermercados, optou-se por destacar situações que ressaltassem os benefícios de possuir uma casa própria. Por exemplo, uma das mensagens retratava uma família reunida em um churrasco no quintal de sua própria casa, transmitindo a ideia de momentos felizes e de convívio que só seriam possíveis em um lar próprio.

Essa abordagem visa não apenas despertar o interesse do público, mas também criar uma conexão emocional, mostrando as vantagens e os benefícios tangíveis de se tornar proprietário de um imóvel por meio da Approva Fácil. Ao associar a mensagem à experiência de desfrutar momentos especiais em família, a campanha busca gerar consideração e incentivar o público-alvo a buscar mais informações sobre a realização do sonho da casa própria com a Approva Fácil.

## 5. Stand de Vendas

Ficha Técnica

Agência: WD Marketing

Cliente: Approva Fácil

Título: Stand de Vendas

Data de produção: Agosto 2022

Dimensão original: Stand de Vendas

Período da Ação: Setembro 2022

Veículo/espço: Shopping Nova Iguaçu, Estacionamento Supermercado Guanabara

### Problema/Solução

Para completar o ciclo do funil de vendas e converter o público-alvo em usuários ativos da plataforma Approva Fácil, era crucial criar pontos de contato direto e imediato onde os interessados pudessem se inscrever e experimentar os benefícios do serviço. Diante dessa necessidade, optamos por implementar stands de venda temporários em locais de grande movimentação, como shoppings e ruas movimentadas, como parte de nossa estratégia de conversão.

Esses stands foram estrategicamente posicionados para alcançar um grande número de pessoas e captar a atenção do público desprevenido. A mensagem transmitida era clara: a oportunidade de realizar o sonho da casa própria estava ao alcance de todos, e a Approva Fácil tornava esse processo rápido e acessível.

Ao oferecer a possibilidade de inscrição imediata no aplicativo da Approva Fácil, os stands de venda temporários permitiam que os interessados dessem o primeiro passo rumo à conquista de sua própria casa. Essa abordagem prática e direta visava não apenas aumentar a conscientização sobre a plataforma, mas também incentivar a ação imediata por parte do público.

Ao participar do processo de inscrição no local, os clientes potenciais experimentavam a facilidade e a conveniência de utilizar a Approva Fácil, o que contribuía significativamente para a conversão e fidelização desses usuários. Essa estratégia completa o ciclo do funil de vendas, garantindo que o público-alvo seja conduzido desde o conhecimento inicial até a ação prática, culminando na realização do sonho da casa própria.

Relato 1: Colégio Medianeira 2021 "Reimagine"

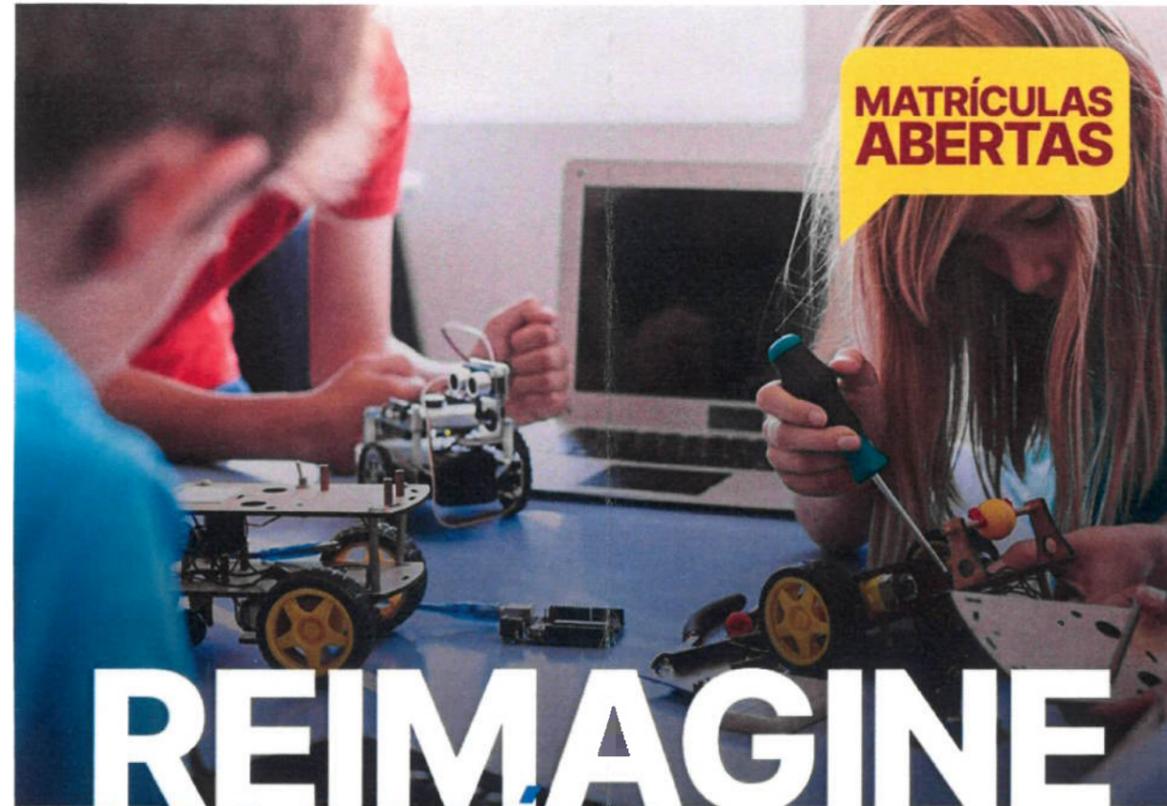
1. Trailer 3'

Relato 2: Aprova Fácil 2022 "Do Nada"

1. Spot Rádio 30"

2. Banner





# REIMAGINE

## UM COLÉGIO QUE INSPIRA OS ALUNOS A PENSAR EM NOVAS SOLUÇÕES.

VOCÊ PRECISA CONHECER

**NOVO**  
COLÉGIO  
**Medianeira**

MUITO MAIS  
DO QUE  
VOCÊ PODE  
IMAGINAR



Rede Jesuíta  
de Educação



# REIMAGINE UM COLÉGIO QUE PERMITE PERSONALIZAR A GRADE CURRICULAR.

VOCÊ PRECISA CONHECER

**NOVO** COLÉGIO  
**Medianeira**

MUITO MAIS  
DO QUE  
VOCÊ PODE  
IMAGINAR



Rede Jesuíta  
de Educação



# REIMAGINE UM COLÉGIO COM UM MODELO INTERATIVO PARA UM MUNDO EM TRANSFORMAÇÃO.

VOCÊ PRECISA CONHECER

E preciso reimaginar para acompanhar a transformação do mundo. Se atualizar, é o elo entre 65 anos de tradição e um futuro que acontece desde hoje. Esse é o Novo Medianeira. A transformação do modelo acadêmico para 4.0 já está em prática e aplicada desde o Medianeirinha, com a mundialmente reconhecida metodologia Reggio Emilia, passando pelo modelo de projetos interdisciplinares como o STEM, que integra Ciências, tecnologia, Engenharia e matemática em uma mesma disciplina, até chegar ao terceiro, focando em habilidades sócio emocionais para enfrentar a vida adulta.

UMA ATUALIZAÇÃO  
▲ ACADÊMICA,  
▲ ESTRUTURAL  
● E TECNOLÓGICA.

NOVO COLÉGIO  
**Medianeira**

MUITO MAIS  
DO QUE  
VOCÊ PODE  
IMAGINAR



Rede Jesuíta de Educação

7

# REIMAGINE UM COLÉGIO COM METODOLOGIA PARA CRIAR ALUNOS INOVADORES.

VOCÊ PRECISA CONHECER

NOVO COLÉGIO  
**Medianeira**

MUITO MAIS  
DO QUE  
VOCÊ PODE  
IMAGINAR



Rede Jesuíta  
de Educação

**MATRÍCULAS  
ABERTAS**

8

# DO NADA

Do nada mesmo.  
Entrada em até 60x  
Aprovação em 24h



# VOCÊ NO PLAY COM SEUS FILHOS!



Aponte a câmera  
do seu celular para  
esse QR CODE e veja  
que É POSSÍVEL.



Mais de 18 mil opções de imóveis incríveis  
para você escolher na palma da sua mão.

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

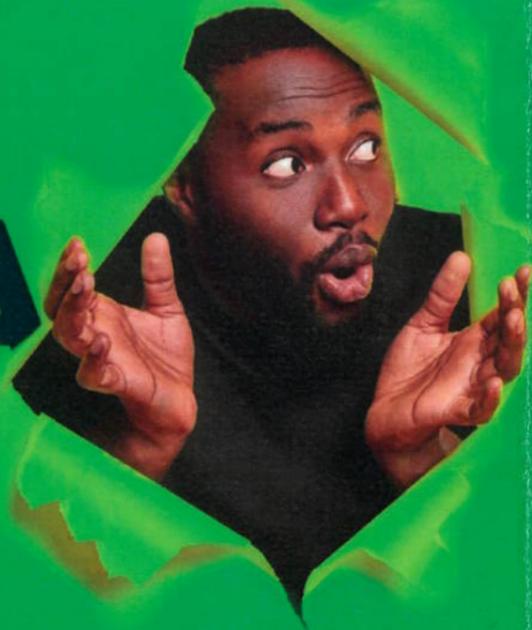


# APPROVA

FÁCIL

# DO NADA

Do nada mesmo.  
Entrada em até 60x  
Aprovação em 24h



# VOCÊ NA CHURRASQUEIRA COM OS AMIGOS!



Aponte a câmera  
do seu celular para  
esse QR CODE e veja  
que **É POSSÍVEL.**



Mais de **18 mil opções de imóveis incríveis**  
para você escolher na palma da sua mão.

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



# APPROVA

FÁCIL



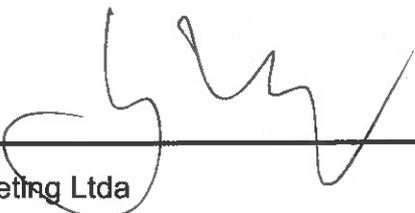
**PROCESSO Nº 10.49.011**

**LICITAÇÃO Nº 011/24 - Serviços de Propaganda e Publicidade**

PÁGINA DE ENCERRAMENTO

INVÓLUCRO No. 3 – OUTROS COMPONENTES DA PROPOSTA TÉCNICA  
RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

São Paulo, 13 de novembro de 2024

  
\_\_\_\_\_  
WD Marketing Ltda

CNPJ 05.404.904/0001-04

Luiz Henrique Arouche de Toledo Tastardi – Representante Legal

CPF 147.373.998-50

