

M E G  M E G

MANUAL DE GERENCIAMENTO DE CRISE

ALBA 

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	03
MEMBROS DO COMITÊ	07
CONTATOS	10
ASPECTOS VULNERÁVEIS	13
PROTOCOLO E PLANO DE CONTINGÊNCIA	16

INTRODUÇÃO

IMPORTANT!

O QUE É UMA CRISE?

Crise é um - ou mais - acontecimento negativo que afeta a organização de forma direta ou indireta. Um momento difícil que pode abalar a imagem, o financeiro, a reputação e até a estrutura da empresa.

Diferente do que muitos imaginam, a crise não acontece apenas por grandes ou repentinas situações, mas também por questões recorrentes e mal administradas, que podem se tornar desfavoráveis para a empresa diante dos seus públicos, sejam eles consumidores, funcionários, parceiros, fornecedores, agentes públicos, comunidade, acionistas ou concorrentes.

O objetivo deste material é, através da projeção e análise de vulnerabilidades, auxiliar nos protocolos a serem seguidos nos momentos de crise, com o intuito de assegurar uma passagem pelos danos da maneira mais amena possível. Através do manual de gerenciamento de crise, busca-se estabelecer ações e direcionamentos para solucionarmos eventuais crises na organização.

a**C**ontecimentos

pa**R**a

destru**I**r

Sua

empr**E**sa

POR QUE SUA EMPRESA PRECISA PENSAR NESTE ASSUNTO?

No passado, as crises eram mais lentas, já que dependiam do jornalismo tradicional para se estender. No entanto, hoje em dia com o avanço da internet tudo ocorre de maneira instantânea, algo acontece e dentro de segundos, milhares de pessoas já estão informadas, fazendo com que o assunto seja impulsionado, alimentado ou até mesmo agravado.

O consumidor passou a ser mais exigente e opinativo, além de ter descoberto uma ouvidoria poderosa, chamada: Mídias Sociais. Um lugar que ele se sente à vontade para expressar suas opiniões e críticas.

Assim, as novas tecnologias e a mudança no comportamento do consumidor imprimiram uma nova velocidade para as crises.

Por isso é fundamental estarmos preparados para enfrentar as adversidades do mercado e, isto significa, antecipar-se a possíveis crises para gerenciá-las com estratégia e sem o mínimo de danos.



PARA QUE SERVE O MANUAL?

O manual é um guia prático, que tem o objetivo de prevenir, identificar e superar crises atuais ou futuras, por meio da padronização de procedimentos e ações preventivas, emergenciais e corretivas que a empresa precisa tomar, além de contar com o levantamento de aspectos vulneráveis que podem ocasionar uma crise. Com isso, trabalhamos com estratégias para garantir a reparação da imagem e reputação da organização.

LEMBRETE:

a crise pode ser evitada e superada!

MEMBROS DO COMITÊ



MEG  MEG

DANIELA CEZAR FERREIRA FORLI

Cargo: Diretora de Operações (Sócia)

Telefone pessoal: (11) 98752-5564



MEG  MEG

JESSICA BLANCO

Cargo: Diretora de Criação (Founder)

Telefone pessoal: (11) 99368-1233



ALBA 

BEATRIZ PEREIRA

Cargo: Diretora de Planejamento Estratégico

Telefone pessoal: (11) 96806-7927



ALBA 

ELLEN MARTINS

Cargo: Diretora de Gerenciamento de Crise

Telefone pessoal: (11) 94031-1192



ALBA

GABRIELLA LEOPOLDINO

Cargo: Diretora de Comunicação Organizacional

Telefone pessoal: (11) 98645-0877



ALBA

MARIA JÚLIA RAMOS

Cargo: Diretora de Branding

Telefone pessoal: (11) 99953-5647



ALBA

MIRELLY LAUBE

Cargo: Diretora de Comunicação Digital

Telefone pessoal: (11) 96875-7743

CONTATOS

CONTATOS

De maneira estratégica, visando a segurança nos processos e geolocalização da empresa, os públicos de contato são escolhidos devido à proximidade com a Meg & Meg. Desse modo, quando necessário o suporte será rápido e eficaz.

Endereço atual da Meg & Meg: Rua cunha, 111, CJ 93, Vila Clementino.

GOVERNO

Subprefeitura Vila Mariana



3397-4100 | Central 156



Rua José de Magalhães, 500 - CEP 04026-000 Vila Clementino - São Paulo/SP



https://www.prefeitura.sp.gov.br/cidade/secretarias/subprefeituras/vila_mariana/



Segunda a sexta-feira, das 8h às 17h

BOMBEIROS



Central 193



R. Domingos de Moraes, 2329 – CEP 02012-020 Vila Mariana



<http://www.corpodebombeiros.sp.gov.br/>



24h

POLÍCIA



11 5549-8293 | 5082-4250 | 5579-3691 | 5571-0133



Av. Onze de Junho, 89 – CEP 04041-050, Vila Clementino - São Paulo/SP



www.policiacivil.sp.gov.br

FORNECEDORES

Contato com os fornecedores através de encontros presenciais, chamadas online, telefones pessoais ou e-mail corporativo.

CLIENTES

Contato através dos canais oficiais de comunicação: Instagram da Meg & Meg, WhatsApp corporativo e e-mail de suporte (oi@megemeg.com.br). Além disso, também existem formas menos usuais para contato com esse público, elas são: Facebook, Telegram, Tik Tok, Pinterest e Youtube.

CONTATOS

FUNCIONÁRIOS

Contato presencial ou através dos canais oficiais de comunicação interna: telefone pessoal e e-mail corporativo.

HOTEL

Hotel Residencial Pantanal Vila Mariana



: (11) 5549 - 7787



R. Afonso Celso, 402 – CEP 04119-001, Vila Mariana, São Paulo - SP



<http://www.residencialpantanal.com.br/>



Recepção 24h

SAÚDE

Hospital Santa Cruz



·(11) 5080 - 2000



R. Santa Cruz, 398 – CEP 04122-000, Vila Mariana, São Paulo - SP



<http://www.hospitalsantacruz.com.br/>



24h

SAÚDE

Posto de Saúde Santa Cruz



(11) 5084 - 4295



·R. Santa Cruz, 1191 – CEP 04121-001, Vila Mariana, São Paulo - SP



<http://www.cidadao.sp.gov.br/servico.php?serv=304284>



Segunda a sexta-feira, das 7h às 19h

SUPORTE

Correios



(11) 3003 - 0100



R. Domingos de Moraes, 2253 – CEP 04035-001, Vila Mariana, São Paulo - SP



<http://correios.com.br/>



Segunda a sexta-feira, das 9h às 17h

ASPECTOS VULNERÁVEIS

CHECK-LIST:

Atenção!

Os itens abaixo precisam ter cuidado redobrado para que sejam evitadas crises.



SUSTENTABILIDADE

Olhando para o segmento das papelarias, um ponto importante que sempre deve ficar atento é a questão da sustentabilidade, que apesar da Meg & Meg utilizar alguns produtos sustentáveis, e sempre olhando para esse cenário ecológico, o papel (celulose) ainda é fruto de desmatamento, sendo um tabu para as empresas, e alvo de ONGs.



PRESENÇA DIGITAL

Por ser uma empresa presente no digital, a empresa pode sofrer ataques (haters) por meio de comentários ou não ter boas relações com possíveis influenciadores que foram contratados para fazer publicidade dos produtos nesse meio. Isso pode gerar uma crise de imagem que poderá repercutir de maneira rápida e talvez, sem proporção.



PANDEMIA

No cenário atual, em que a pandemia da COVID-19 trouxe mudanças permanentes para as pessoas e empresas. Além de ser um fator importante para a saúde das pessoas, também tem a economia, que foi duramente afetada pela pandemia.



FORNECEDORES

Por trabalhar com muitos fornecedores, a empresa pode sofrer problemas com os produtos, que podem chegar até a Meg com defeitos, sendo necessário a refacção, atrasando as entregas ou gerando conflitos com os consumidores. Além disso, pode haver problemas em acordos entre as partes, o que pode gerar um conflito interno - ou público.

CHECK-LIST:

Atenção!

Os itens abaixo precisam ter cuidado redobrado para que sejam evitadas crises.



QUESTÕES LEGAIS

É necessário estar atento aos tributos em cima dos produtos e serviços comercializados e das obrigações fiscais para evitar qualquer crise em níveis Federal, Estadual e Municipal. Caso não sejam cumpridas essas questões citadas anteriormente, a empresa poderá receber uma multa ou até sofrer o bloqueio de bens.



CONSUMIDORES

Um dos problemas que pode causar uma crise grave, seriam os produtos com defeitos entregues pelos fornecedores. Ou até mesmo a entrega como os produtos são realizados, podem influenciar os consumidores e possíveis compradores.



FUNCIONÁRIOS

É importante que os funcionários sejam embaixadores da empresa, não propagadores de notícias ruins. Por isso, é importante tomar cuidado em toda a forma de criar relacionamento com esse público pois, por exemplo, caso haja um caso de demissão, ele pode divulgar informações da empresa que podem afetar sua imagem.



FAKE NEWS

Atualmente, vivemos em um mundo em que as informações circulam muito rápido, e nem sempre conseguimos acompanhar tudo. E junto com as informações, vem a era das Fake News, notícias falsas que levam as pessoas a acreditarem em informações incorretas, com intuito de enganar o público.

PROTOCOLO E PLANO DE CONTINGÊNCIA

A CRISE:

Essa é uma situação hipotética, que pode ou não acontecer.

Com uma alta presença digital nas redes sociais, a Meg & Meg sempre mostra seu dia-a-dia nos stories do Instagram, relevam novos produtos e conversam com seu público diretamente do seu escritório na Vila Mariana.

Mesmo com a pandemia, o escritório continua funcionando, mas agora com uma redução do número de pessoas e com os cuidados determinados pela OMS (Organização Mundial da Saúde).

No entanto, em um dia da semana as meninas precisavam tirar uns materiais pessoais do escritório, já que a Meg mudará de local. Devido a isso, todas acabaram se encontrando e por conta da emoção do momento tiraram a máscara e se juntaram para tomar um café da tarde.

Como isso não acontecia a muito tempo, registraram aquelas horas com muitas fotos e gravaram stories mostrando para suas clientes que estavam juntas. Porém não demonstraram nenhum cuidado com a saúde e ao cenário da COVID-19 que assola o Brasil, causando reações em seus seguidores.

Muitos ficaram surpresos com a aglomeração e a falta do uso de máscaras, demonstrando revolta em ver uma marca de grande influência exibir descuido, desleixo e negligência, além da irresponsabilidade dos funcionários manifestando suas opiniões através do direct e de comentários nos posts

O TIME!

Não se preocupe!
Com essa equipe, tudo vai se resolver.



Daniela
Fiori



Jessica
Blanco



Raquel
Pepineli



Karina
Queiroz



Beatriz
Pereira



Ellen
Martins



Gabriella
Leopoldino



Maria Júlia
Ramos



Mirelly
Laube



LEMBRETE:

Responsáveis por avaliar as situações e tomar as decisões:

- Assessoria de Imprensa
- Jessica Blanco
- Daniela Forli

SITUAÇÕES PROVÁVEIS

Durante a crise algumas situações prováveis podem acontecer em seu percurso. Listamos duas para a Meg já ir se preparando:

SURGIMENTO DE COMENTÁRIOS NEGATIVOS

Mediante a algum descuido nas redes sociais ligado às medidas de contenção do contágio da Covid-19, uma das situações que pode se desdobrar é o surgimento de diversos questionamentos e críticas nos comentários das redes da instituição.



RESPOSTA A SITUAÇÃO:

No momento em que vivemos, é notável o poder que as redes sociais possuem tanto para conquistar como para afastar clientes. É fundamental que a empresa tenha o costume de responder seus seguidores, comportamento que não deve ser diferente neste momento de adversidade.

1. Análise de Social Media identificando os principais pontos: quais comentários são mais recorrentes? Os comentários são muito abrangentes ou seguem um questionamento padrão sobre o ocorrido?
2. É importante que as respostas sejam personalizadas para cada canal. A comunicação em todos os canais da marca devem adotar um caráter mais sério devido a gravidade dos impactos da pandemia na vida dos brasileiros, deve ser clara e breve, porém seguindo o mesmo padrão de postagens do canal. A estratégia no caso da Covid-19 deve ser passiva, a empresa deve comunicar as medidas que estão sendo tomadas para segurança e prevenção do contágio. Não tenha medo de reconhecer o erro e se desculpar.
3. As respostas devem ser personalizadas para cada comentário, fuja de respostas “ctrl+c; ctrl+v”. Os seguidores da marca se enxergam próximos a ela, é importante que eles se sintam ouvidos e com um canal de contato seguro. Respostas mais curtas e mais abertas devem ser dadas nos próprios comentários, em caso de maiores explicações opte por mandar o restante de maneira privada, caso sejam casos pontuais, ou divulgação da resposta através de conteúdo em uma postagem, caso sejam apontamentos levantados por mais de um consumidor.

SITUAÇÕES PROVÁVEIS

Durante a crise algumas situações prováveis podem acontecer em seu percurso. Listamos duas para a Meg já ir se preparando:

QUEDA NO ENGAJAMENTO DA MEG & MEG

Em casos de insatisfação do consumidor com algo em relação a marca, é comum reportar esse descontentamento com a marca de maneira pública, principalmente nos comentários das suas redes sociais. E se a crise chegar até o perfil da Meg?



RESPOSTA A SITUAÇÃO:

O Instagram da Meg é o principal canal de comunicação entre a empresa e seus consumidores, para resolução da situação temos que nos atentar a alguns pontos importantes.

Em primeiro lugar: atenção ao comportamento dos seguidores. A crise apresentou algum impacto direto no engajamento dos consumidores com as redes sociais da empresa? Se não, tenha uma retratação mais ampla e abordagem de maneira mais suave e continue com o fluxo da produção de conteúdo de maneira que se torne algo mais sutil, mas ainda representativo.

Caso a crise tenha impactado ou se estendido para as redes da empresa, é necessário uma retratação personalizada para cada canal impactado, não só para o Instagram e uma diminuição no fluxo de conteúdo postado normalmente. A abordagem sobre o ocorrido deve ser séria, mas sem destoar do estilo já adotado pela marca.

Sigam os padrões de comunicação já seguidos pela marca nas principais plataformas, mas falem de maneira breve e clara e sempre convidem as pessoas para lerem mais sobre o conteúdo que será postado no blog, levando em consideração que é o local que melhor aceita uma postagem de muitos caracteres.

BOATOS PROVÁVEIS

Xô, fake news!

A grande influência das redes sociais trouxe uma onda forte de boatos, também conhecidos por “fake news”. Essas informações falsas que soam como verdade podem destruir a imagem da marca, por isso é importante que o time de crise monitore esse assunto e tenha uma estratégia para resolução dos boatos.

Alguns boatos possíveis para a Meg & Meg são:

Funcionárias da Meg & Meg diagnosticadas com COVID e continuarem trabalhando no escritório

É possível que existam boatos sobre a segurança da equipe Meg. Por exemplo: as funcionárias da Meg continuarem trabalhando juntas no escritório, mas serem diagnosticadas com COVID após um tempo e isso prejudica a saúde dos mesmos.

Equipe Meg & Meg diminuir a real importância da pandemia

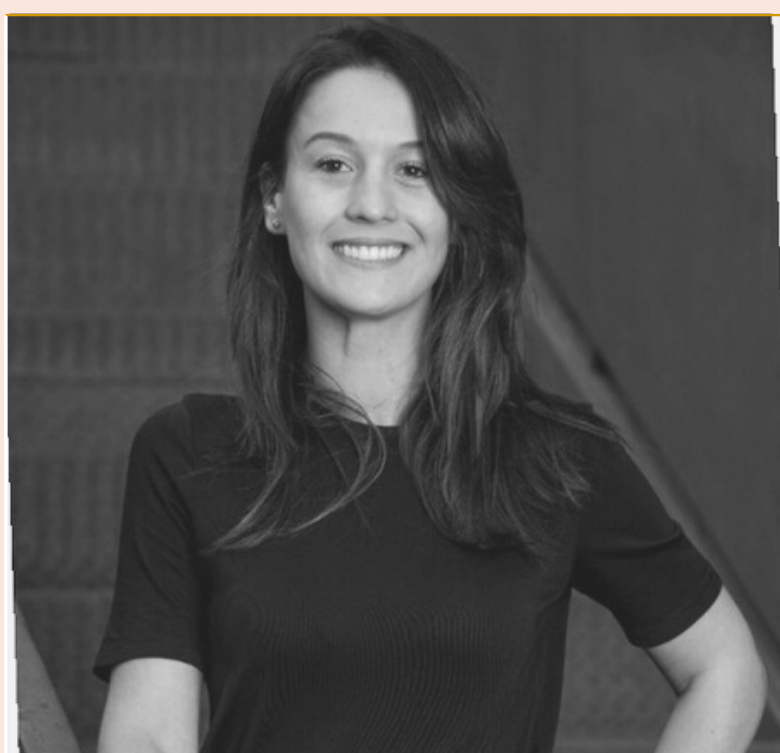
Algumas funcionárias continuam indo até o escritório para trabalhar e, por isso, o encontro entre elas acontece com frequência. Isso pode gerar um sentimento duvidoso no público quanto a importância que a equipe dá para os efeitos da pandemia e orientações da OMS.

As sócias não estão tomando nenhuma medida em relação a segurança dos funcionários da pandemia

Na grande maioria do tempo, as funcionárias podem trabalhar home office, porém em momentos de lançamento de coleção ou eventos online, é solicitado a presença no escritório. Logo, existe a preocupação de como a equipe Meg aborda o tema com o grupo de risco e também como faz a circulação desses funcionários com segurança.

PORTA-VOZES!

São os responsáveis por se pronunciar para os públicos, diante de uma crise, em nome da marca.



DANIELA CEZAR FERREIRA FORLI
Cargo: Diretora de Operações (Sócia)

M E G & M E G



JESSICA BLANCO
Cargo: Diretora de Criação (Founder)

M E G & M E G



M E G & M E G

PÚBLICOS

Eles que serão comunicados!

São determinados públicos de interesse que vão estar envolvidos diretamente ou indiretamente em assuntos de uma organização.

No caso do cenário apontado, os públicos de interesse da Meg & Meg são:

SEGUIDORES

Os seguidores da Meg são essenciais uma vez que eles podem influenciar e são fundamentais para o comércio da organização.

FUNCIONÁRIOS

Os empregados da empresa são aqueles que sabem todo o processo desenvolvido internamente, eles podem ser um público decisivo em uma crise. Por isso, a comunicação entre os funcionários é importante em diversos momentos.

PARCEIROS

Neste público, visa a parceria com os influenciadores e outras empresas que contribuem com divulgação da Meg & Meg.

CONSUMIDORES

Esse público visa os consumidores finais da marca, aqueles que pretendem comprar os produtos, não apenas curtir os posts das mídias.

MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Por onde serão comunicados

Os meios de comunicação são diferentes formas como os conteúdos são utilizados para a realização do processo comunicacional da organização. E assim, os públicos conseguem identificar as mensagens que a empresa quer passar.

Os principais meios de comunicação que podem ser utilizados são as mídias sociais, com suas vendas fortes na pandemia se tornam meios fundamentais para dialogar com o público externo em uma crise.

INSTAGRAM

Sua mídia com maior seguidores, onde divulgam novos produtos e novidades da Meg. Que acompanham dia a dia as novidades da empresa, e segue de perto os anúncios.

TELEGRAM

Com a finalidade de divulgar as novidades em primeira mão e promoções para um grupo exclusivo de consumidores e seguidores da marca, este pode ser também uma plataforma importante para a ação ser tomada.

YOUTUBE

A plataforma que atualmente é utilizada para divulgar novos produtos, e bastidores das produções da Meg, pode ser utilizada para uma declaração oficial do porta-voz.

BLOG

Utilizado para anunciar produtos novos, dicas de como usar, entre outros conteúdos, aqui pode se usar também para divulgação do posicionamento da Meg.

E-MAIL CORPORATIVO

Neste caso específico, visa a comunicação entre os funcionários no momento da crise. Importante para deixar os colaboradores cientes da situação que a empresa está enfrentando.

ADVOGADO?



É recomendado?

O cenário apresentado corresponde a problemas de imagem e reputação, por isso não é necessário convocar um advogado para ler o plano.

Assim, as ações a serem tomadas, que serão apresentadas abaixo, serão aliadas para reparação da imagem da marca, além de somar na reconstrução da reputação.

COLETIVA DE IMPRENSA?

Será necessário?

Coletiva de imprensa é uma estratégia utilizada pelas assessorias de comunicação, com a finalidade de divulgar informações referente a uma determinada situação ou ação para os jornalistas de um determinado veículo de comunicação (Folha de S. Paulo, Estado de S. Paulo, Veja, UOL, entre outros).

Devido ao tamanho do alcance dos cenários, que são desenvolvidos por meio das mídias sociais, não será necessária uma coletiva de imprensa, e a situação em questão não aponta como público de interesse, uma vez que não chegue nos veículos de imprensa.



AÇÃO

Se uma crise acontecer, o que podemos fazer?

PRONUNCIAMENTO NOS CANAIS OFICIAIS DA EMPRESA E NOS PERFIS DAS SÓCIAS

A divulgação do posicionamento da Meg é fundamental em um momento de crise. Por isso, uma declaração concisa e segura é importante para a recuperação da imagem da organização. Assim é necessário posicionar nas mídias citadas acima. Uma nota curta, sem abertura para duplo entendimento. Com os seguintes conteúdos: Reconhecer o problema, se posicionar, retratação e medidas a serem tomadas referente a crise. O último deve ser reforçado à medida que passa a semana.

Além disso, o pronunciamento oficial deve ser vinculado ao perfil na conta do Instagram dos porta-vozes, a fim de obter maior alcance.



NOTA OFICIAL

Em situações de crise, as empresas emitem uma nota em escrito para se pronunciarem sobre o assunto em questão.

Segue um exemplo com base na possível crise:

POSICIONAMENTO OFICIAL

Vimos, por meio deste, nos posicionar sobre os últimos ocorridos em que levaram o nome da Meg & Meg e sua equipe.

A Meg acredita que a transparência é um dos caminhos para se ter relacionamentos sólidos, confiáveis e duradouros e nós valorizamos tudo o que construímos até hoje com o apoio de cada um dos nossos seguidores.

Nos últimos dias fomos alvo de ataques por conta da aglomeração e a ausência de uma das recomendações da Organização Mundial da Saúde (OMS) para se conter o vírus do COVID-19. Em um momento de descuido, onde o time Meg estava reunido, aparecemos sem nossas máscaras em nossos stories do Instagram e essa ação causou desapontamento – com razão – de muitas pessoas que nos acompanham e gostam do nosso trabalho.

Estamos aqui para assumir o nosso erro e pedimos desculpas a cada pessoa que se ofendeu com a situação. Sabemos que não estamos passando por dias fáceis e que a nossa atitude pode ter ferido ou despertado dores em muitas pessoas.

De agora em diante redobramos nossos cuidados e voltaremos a não ter mais encontros e ocasiões como esta.

Atenciosamente,

Equipe Meg

M E G  M E G

M E G  M E G

PREVISÃO DE RESOLUÇÃO

Como sabemos o tempo de disseminação nas redes sociais é curto, portanto é necessário cada vez mais uma rápida identificação da possibilidade de crise e resolução do problema para que os impactos sejam os mais amenos possíveis.

Pensando nesse cenário, a Meg deve adotar como padrão o tempo de resposta para os primeiros indícios de crise de 3 horas, em casos mais elaborados, o tempo máximo para respostas deve ser 10 horas, fator que evidencia a importância de um comitê de crise exclusivo para essa resolução. A ausência de resposta ou respostas inconsistentes abrem margem para mais questionamentos dos internautas

Considerando o cenário analisado e partindo do ponto de que a crise se discorrerá sem grandes complicações, o conflito poderá ser solucionado a médio prazo. Reforçamos que caso haja complicações, como erros recorrente esse tempo tende a sofrer variações.

FATO RELEVANTE

Desde 2015, a Meg & Meg trabalha com o propósito de tornar o dia a dia das pessoas mais leve, organizado e feliz. A equipe Meg conta com ajuda de seus fornecedores para entregar o melhor aos consumidores, dessa maneira, a marca conseguiu se estabelecer e crescer no mercado, contando também com um grande apoio e aceitação do público alvo desde o início da loja.

Após live feita no perfil oficial da marca no Instagram, os seguidores iniciaram um movimento de julgamento sobre a não utilização de máscara e possível aglomeração da equipe no escritório. Desde então a marca vem sofrendo uma queda no engajamento e nas vendas.

O comitê de crise foi acionado e já está com ações em prática para que esses conflitos entre a marca e o público, por conta de uma questão pública, não aconteça novamente. As ações adotadas foram: pronunciamento oficial das sócias sobre o que acontecer, dando detalhes ao público; pronunciamento nas mídias sociais particulares de cada integrante da equipe; divulgação contínua das medidas adotadas para o trabalho da equipe com segurança; monitoramento das métricas e análise semanal de danos e ganhos.

A Meg & Meg nasceu no ambiente online e, por isso, tem grande presença digital, o que facilita a comunicação com o público. Por isso, as ações são de maioria digitais, gerando menor gasto. Por fim, o tempo médio para resolução e posicionamento da marca é de 10 horas a fim de diminuir os impactos da crise.

AÇÕES PÓS-CRISE

É muito importante que exista um planejamento para o momento pós- crise, assim a Meg & Meg terá maior respaldo para lidar com a situação e então poder reconstruir sua reputação.

Divulgação contínua das medidas adotadas

Após o momento da crise, a Meg precisará continuar comunicando seu público sobre as atitudes adotadas de forma clara, frequente e objetiva. Assim, as pessoas poderão acompanhar a real mudança da marca e não duvidar da nova postura adotada pela equipe para gerenciar a crise ocorrida.

Ações de aproximação da marca com o público

Série no Instagram, formato IGTV, e Youtube para contar ao público mais da Meg & Meg por trás das câmeras. Mostrando todos os cuidados que a equipe toma, como funciona o revezamento no escritório e também conscientizar as pessoas sobre a pandemia da COVID-19.

Análise dos danos e ganhos

Somado a novas posturas adotadas e comunicadas de forma eficiente ao público de interesse, é importante que a Meg & Meg faça uma análise de danos e ganhos para então visualizar o cenário real que a marca está inserida. Uma vez que isso é feito, a equipe de gerenciamento de crise poderá trabalhar em pontos específicos e melhorar a imagem da organização.

ALBA 

OBRIGADA!

agencia.albacomunicação@gmail.com

M E G  M E G