

ESCOLA POLITÉCNICA DA UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO

DEPARTAMENTO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

TRABALHO DE FORMATURA

AUMENTANDO A EFICIÊNCIA DE UMA EMPRESA DE MÍDIA NO CINEMA

ALUNO: ANDRÉ DE ASSIS MEIRELLES VILLELA

ORIENTADOR: MARCELO PESSOA

1994

TF1999
V714a

AGRADECIMENTOS

Este trabalho seria impossível sem a ajuda de diversas pessoas:

Prof Marcelo Pessoa pela orientação e ajuda;

Rubens Martins Villela Neto e Fábio Martorelli Vessoni, pela oportunidade de estágio oferecida e pela confiança depositada;

Denise Autran C. C. Machado, pela ajuda, incentivo e carinho;

Alessandro de Azevedo da Paris Ltda, que me forneceu apoio na obtenção de dados;

Professores, funcionários e colegas da Escola Politécnica, que foram reponsáveis pela minha formação profissional.

A todos os meus sinceros agradecimentos.

• "elaborado pelo Autor"

• representações gráficas (ex. pg 17) explicações

• necessidades de informação pg 19

SUMÁRIO

Este trabalho se refere ao projeto, desenvolvimento e implantação de sistemas de informações informatizados com intuito de aumentar a qualidade e produtividade dos serviços prestados pela empresa onde o trabalho se realiza, tornando-a mais eficiente e ágil.

ÍNDICE

Capítulo 1 - Apresentação do Trabalho

1.1 - Introdução, Objetivos e Escopo do Trabalho.....	2
1.2 - Conteúdo dos Capítulos	3

Capítulo 2 - Apresentação da Empresa

2.1 - História.....	6
2.2 - Estrutura Organizacional.....	7
2.2 - Produto e Mercado.....	11
2.3 - Funcionamento Geral.....	11
2.4 - Condições de estágio	12

Capítulo 3 - Planejamento Estratégico de Informações

3.1 - Introdução.....	14
3.2 Levantamento de Informações.....	16
3.2.1 1º Fase.....	18
3.2.2 2º Fase.....	19
3.3 Modelagem de Dados.....	26
3.3.1 Entidades, Atributos, Tuplas e Chaves.....	26
3.3.2 Relacionamento e Cardinalidade.....	36
3.3.3 Modelo de Entidade-Relacionamento de Chen.....	38

Capítulo 4 - Projeto

4.1 - Introdução.....	40
4.2 - Normalização.....	40
4.2.1 - 1º Forma Normal.....	40

4.2.2 - 2º Forma Normal.....	43
4.2.3 - 3º Forma Normal.....	44
4.2.4 - 4º Forma Normal.....	45
4.2.5 - Modelo de dados	46
4.3 - Atividades.....	48
4.3.1 - Diagrama de Fluxo de Dados.....	48
4.3.1.1 - Fluxo de Dados, Processos, Agentes Externos e Armazenamentos.....	48
4.3.1.2 - A construção de um DFD apartir do diagrama funcional.....	50

Capítulo 5 - Construção, Implantação e Resultados

5.1 - Introdução.....	55
5.2 - Linguagem Escolhida.....	55
5.3 - Técnicas de Programação.....	55
5.4 - Apresentação geral do sistema	56
5.4.1 - Módulo Útil.....	57
5.4.2 - Módulo Parâmetros	57
5.4.3 - Módulo de Movimentação.....	59
5.4.4 - Módulo de Cálculos	62
5.4.5 - Módulo de Relatórios.....	63
5.4.6 - Módulo Fim	63
5.5 - Testes preliminares e Implantação	63
5.6 - Resultados	64

Capítulo 6 - Sistema de Controle e Programação de Fitas

6.1 - Introdução.....	69
6.2 - Planejamento Estratégico	69
6.2.1 - Levantamento das informações.....	69
6.2.2 - Modelagem de dados.....	75
6.3 - Análise da Área de negócios e Projeto do Sistema	79
6.3.1 - Diagrama de Fluxo de Dados.....	79
6.4 - Construção do Sistema.....	83
6.4.1- Apresentação Geral do Sistema	84
6.4.1.1- Sistema de controle de fitas.....	84
6.4.1.2- Sistema de programação de cinemas	85
6.4.2 - Teste Preliminares e implantação	89
6.5 - Resultados	90

Capítulo 7 - Conclusão

7.1 Conclusão	93
---------------------	----

Bibliografia	95
---------------------------	-----------

Anexo I - Procedimento de Entrevista	96
---	-----------

Anexo II - Exemplos de pedidos de Inserção (P.I.)	100
--	------------

Anexo III - Outputs Solicitados ao sistema de controle de pedido de inserção	107
---	------------

Anexo IV - Outputs gerados pelo sistema de controle de pedido de inserção	124
--	------------

Anexo V - Outputs solicitados ao sistema de controle e programação de fitas	143
--	------------

Anexo VI - Outputs gerados pelo sistema de controle de fitas 158

Anexo VII - Outputs gerados pelo sistema de programação de fitas 161

CAPÍTULO 1

APRESENTAÇÃO DO TRABALHO

APRESENTAÇÃO DO TRABALHO

1.1 - INTRODUÇÃO, OBJETIVOS E ESCOPO DO TRABALHO

Através de estudo e análise da empresa em que será realizado o trabalho, detectou-se um sério problema de produtividade e qualidade nos serviços prestados. Um dos fatores considerados como determinante deste problema foi o sistema de informação da empresa que é totalmente informal, despadronizado, sem procedimentos pré-estabelecidos, lento e ineficaz. Motivo ao qual nos levou a estudar a possibilidade de desenvolver um sistema de informação informatizado.

A informática ao longo das últimas décadas vem se desenvolvendo com uma rapidez extraordinária, o ritmo desse desenvolvimento vem crescendo de ano para ano. As máquinas ou hardwares estão aumentando o poder de processamento, aumentando a memória e diminuindo seus preços assustadoramente, tornando esta tecnologia acessível a um público cada vez maior, desenvolvendo-se em uma ferramenta indispensável em qualquer empresa moderna que pretenda ser competitiva no mercado. Porém o que se observa é que os sistemas específicos ou softwares específicos, isto é, aqueles que são projetados para uma específica empresa ou tarefa, vem apresentando uma série de problemas que está agravando e dificultando a informatização das empresas, prejudicando a qualidade dos serviços e produtos. Esta situação foi denominada de crise do software. Ela é caracterizada pela detecção dos seguintes problemas :

- os custos relativos dos componentes de Hardware vêm decrescendo drasticamente, ao passo que os custos relativos dos softwares vem crescendo na mesma proporção;
- os custos de manutenção de um sistema são em geral duas a quatro vezes maior do que o planejado, correspondendo a 67% do tempo total gasto no ciclo de vida tradicional dos sistemas;
- os sistemas não são confiáveis e seu nível de qualidade é baixo, sendo muito freqüente a insatisfação do usuário, já que de um modo geral o sistema não atende as suas necessidades;

- o tempo utilizado para o desenvolvimento de novos sistemas, principalmente os de alta complexidade, é muito grande.

Podemos afirmar que a grande causa dessa crise é a não utilização de técnicas, ferramentas e metodologias formais de nível ótimo e de total confiabilidade para o projeto do sistema.

A engenharia da informação através da utilização de técnicas similares às da Engenharia tradicional procura tratar as informações necessárias para o funcionamento ótimo do empreendimento, de forma exata e com conceitos formais.

O objetivo deste trabalho será utilizar técnicas, metodologias e ferramentas da engenharia de informação, apoiadas nos conceitos da engenharia de produção, no desenvolvimento de sistemas de processamentos de dados, para que estes apresentem uma qualidade ótima, rompendo o ciclo de vida dos sistemas tradicionais, tornando a empresa mais produtiva, mais eficiente e aumentando, assim, a qualidade do serviço prestado.

Deve-se ressaltar que este trabalho é de grande importância para a empresa já que os sistemas projetados processarão informações vitais à empresa, agilizando e tornando mais confiáveis e padronizados os resultados, além de servirem de apoio a tomada de decisões a níveis gerenciais e operacionais.

1.2 - CONTEÚDO DOS CAPÍTULOS

No capítulo 1 é realizado uma pequena introdução fixando os objetivos e o escopo do trabalho e sua importância para a empresa. Depois é mostrado uma pequena visão do que é tratado em cada capítulo.

O capítulo 2 mostra a história, a estrutura organizacional, o produto, o funcionamento geral e o mercado da empresa onde está se realizando o trabalho. Neste capítulo é abordado também as condições do estágio.

O capítulo 3 foi destinado ao planejamento estratégico de informações. Ele identifica a missão, os objetivos, metas e desafios da empresa vinculando-os com os fatores críticos de sucesso, para determinar as informações necessárias para permitir o alcance dessa gama de propósitos de longo, médio e curto prazo. Com estas informações será determinado um primeiro modelamento de dados.

No capítulo 4 foi realizado a análise da área do negócio e o projeto do sistema, onde é feito o refinamento e detecção dos problemas nas entidades determinadas pelo planejamento estratégico, obtendo um modelo de dados estáveis. Teremos, ainda, uma análise estruturada das atividades da área na qual o trabalho será realizado, feito através de um diagrama de fluxo de dados.

No capítulo 5 foi realizada a construção do sistema através do estabelecimento do modelo físico dos dados e das atividades que estarão à disposição dos usuários para acesso e registro das transações de sua área de negócio. É mostrado também, o funcionamento do sistema, como foi a sua implantação e os resultados obtidos.

O capítulo 6 apresenta o planejamento, a análise, projeto e construção de dois sistemas de menor porte: Sistema de controle de fitas e Sistema de Programação de fitas que serão utilizados na área de Programação e Controle da Produção. Eles procuram seguir as mesmas metodologias, técnicas e ferramentas utilizadas no primeiro sistema, apresentando os resultados após as suas implantações.

O capítulo 7 é destinado a conclusão do trabalho, sendo feito uma análise sobre os objetivos planejados e alcançados.

CAPÍTULO 2

APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

APRESENTAÇÃO DA EMPRESA

2.1 - HISTÓRIA

Como o trabalho apresenta informações importantes e algumas vezes estratégicas o nome da empresa será omitido, criando-se um nome fictício de PARIS LTDA para referir-se a mesma.

A Paris Ltda nasceu da idéia, de sua fundadora, de tornar mais viável economicamente a mídia nos cinemas, para isso ela desejava que os comerciais fossem passados em videoteipe, ao invés do tradicional 35mm. O grande impacto dessa mudança seria no custo da produção e exibição dos filmes, já que os comerciais em 35mm exigem uma produção específica e de alto custo, enquanto que no videoteipe o custo é menor e o mesmo comercial produzido para a televisão poderia ser veiculado nos cinemas.

O primeiro passo para realização do projeto foi adquirir capital para a compra dos aparelhos para projetar os comerciais em fitas de vídeo. Com este intuito fez-se contato com uma grande empresa do setor alimentício que acreditou na idéia, patrocinando a compra dos primeiros aparelhos, tendo como recompensa um contrato de 2 anos de veiculação de seus comerciais em 85 salas.

O segundo passo para viabilizar o projeto era convencer os donos dos cinemas, os exibidores, a acreditarem na idéia. Para isto a empresa projetou um sistema em que o exibidor não necessitaria de qualquer investimento inicial, através do japan leasing que será explicado a seguir, mesmo assim, muitos exibidores não se sensibilizaram com a idéia.

O equipamento para projetar os comerciais em fitas de vídeo foi comprado de uma conceituada empresa de equipamentos de projeção que possuía o mais confiável e moderno, que compreendem um projetor, um controle remoto e um player Umatic. Por possuir um alto preço foi feito um leasing. O financiamento, em 42 meses, foi deixado a cargo de uma empresa especializada. O sistema de pagamento foi feito de modo que os exibidores fossem pagando na medida que recebessem a receita gerada pelos comerciais, tornando o investimento inicial dos exibidores nulo e o projeto mais atraente. Para realização da instalação e manutenção a Paris fez um acordo de parceria com a empresa que vendeu os projetores e outra especializada em manutenção.

A mídia no cinema é específica e eficaz, possuindo um índice de recall de 91%. Ela proporciona uma regionalização e segmentação, atingindo, em especial, o público jovem, de alto poder aquisitivo. Como o mercado estava carente de uma mídia que proporcionasse estas características, apartir do momento em que a Paris fixou-se no mercado, ela teve um crescimento em um ritmo muito elevado . Os exibidores começaram a acreditar na empresa e o mercado começou a anunciar no cinema . Das iniciais 30 salas com aparelhos em São Paulo, a empresa possui hoje em dia 200 salas com aparelhos, em vários pontos do Brasil; a receita que em 1991 era de US\$ 300 mil, agora em 1994 é estimada em US\$ 12 milhões.

A Empresa não realiza só a comercialização da tela, mas explora todo o espaço geográfico do cinema, a ante-sala, a sala de projeção e a tela. Para ocupar toda esta área a empresa implementa degustações e ações promocionais envolvendo produtos cujos comerciais estejam veiculando na tela.

2.2 - ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

Na próxima página apresentaremos o organograma da empresa, que foi elaborado pelo autor depois de um estudo sobre a estrutura organizacional da empresa. Deve-se salientar que este organograma não corresponde fielmente a realidade da empresa já que a mesma não possui uma estrutura formal de departamentos, responsabilidades e atividades, mas foi a estrutura que mais se aproximou do funcionamento da empresa.

Organograma da Paris Ltda

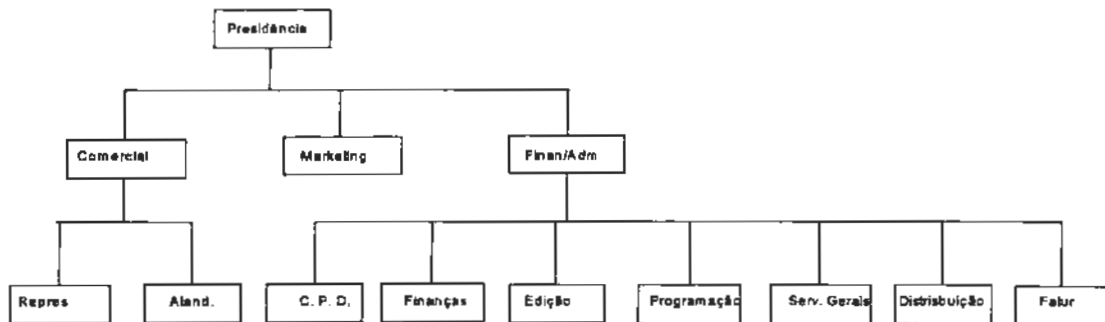


Figura 2.1 - Organograma da Paris Ltda

(Elaborado pelo Autor)

Através da análise do organograma e do funcionamento da empresa , faremos algumas críticas sobre a estrutura organizacional :

- O que se observa na empresa é que a maioria das atividades está concentrada na diretoria de Finanças/Administrativa , que não consegue exercer todas suas funções. Isto tem como consequência uma desorganização, que é causada por atividades que não possuem responsáveis direto, resultando um acúmulo de funções e responsabilidades à presidente da Paris, impedindo-a de administrar melhor a empresa.
- Os funcionários atuam e participam de quase todas as áreas e etapas do processo, tornando o processo improdutivo.
- A ausência de níveis de delegação, ou ainda a delegação indiscriminada vem dificultar e complicar ainda mais as relações hierárquicas e funcionais, gerando conseqüentemente a perda de controles gerenciais.
- Não há relação entre o cargo e função exercida pelo funcionário
- A identificação de atribuições gera descontentamento e insatisfação por parte dos funcionários, além de prejudicar sua especialização e responsabilidade.

Pelas críticas apresentadas verifica-se a necessidade de uma brusca mudança no sistema organizacional da empresa, porém esta questão não está incorporada no escopo do trabalho e não seria possível realizá-la, pois ela necessitaria de uma empresa especializada no ramo. Por isso, o trabalho poderá perder muito do seu potencial já que a informatização da empresa depende basicamente de como ela funciona, se ela funciona de modo ineficaz a informatização retratará e enfatizará esta questão. Porém este trabalho fará implementações que atenuaram os problemas organizacionais, solucionando alguns deles, fazendo com que o seu potencial seja bem explorado.

As principais funções de cada área são:

PRESIDÊNCIA

Estabelecer filosofias e diretrizes da empresa, visando crescimento, maiores lucros, qualidade na prestação de serviço e satisfação do mercado consumidor. Responsabilidade direta por todas as áreas.

DIRETORIA COMERCIAL

Definir metas de comercialização, supervisionar as atividades de vendas de espaço comercial em cinemas visando atingimento de metas pré-estabelecidas.

REPRESENTANTES COMERCIAIS

Intermediar as negociações da empresa junto ao mercado de outras praças, efetuando contato com os clientes apresentando-lhe propostas de comercialização em cinema.

ATENDIMENTO

Atender agências / Clientes, prestando-lhe informações sobre programação dos cinemas, tabela de preço, planos de comercialização da empresa etc..

DIRETORIA DE MARKETING

Executar campanhas publicitárias, visando ampliar as relações com o mercado anunciante, conciliando suas necessidades com os interesses da empresa.

DIRETORIA ADMINISTRATIVA/FINANCEIRA

Estabelecer diretrizes e estratégias para administrar recursos financeiros, através de planejamento orçamentário visando a maximização dos lucros da empresa. Controlar, supervisionar e projetar o funcionamento administrativo da empresa.

CENTRO DE PROCESSAMENTO DE DADOS (C.P.D.)

Processa as informações utilizadas pela empresa, emitindo vários relatórios para diversas áreas da empresa. É responsável, também, pela área de informática da empresa.

PROGRAMAÇÃO E CONTROLE DA PRODUÇÃO OU PROGRAMAÇÃO

Efetuar o encaixe dos comerciais destinados a exibição nas salas de cinemas em período solicitado pela agência/cliente, procurando obedecer as mídias programadas nos cinemas respeitando o espaço comercial disponível.

EDIÇÃO DE COMERCIAIS

Editar as fitas enviadas pelas agências/clientes efetuando verificações prévias das qualidades de áudio e vídeo necessárias.

DISTRIBUIÇÃO DE FITAS

Distribuir e retirar fitas de comerciais junto aos cinemas, acompanhando a veiculação dos comerciais pelas exibidoras

FATURAMENTO

Analisar os contratos de veiculação de comerciais , efetuando cálculos para emissão e/ou processamento do faturamento nas respectivas datas.

FINANCEIRO

Controlar e administrar recursos financeiros, fluxo de pagamentos e recebimentos. Determinar e acompanhar planos de investimento e contratos com terceiros.

SERVIÇOS GERAIS

Administrar atividades de serviços gerais, supervisionar a prestação de serviços de terceiros de copa, limpeza e de folha de pagamento. Controlar a aquisição e consumo de materiais de escritório. Controlar e enviar a documentação referente registro, pagamento e benefício a empresa administradora.

A empresa possuía um total de 35 funcionários na época do estudo, sendo alguns deles autônomos. Percebe-se que não há uma grande preocupação na contratação de funcionários, já que a área de contratação é legada a segundo plano, não possuindo um plano de carreira e de salários. Os funcionários de modo geral possuem 2º grau completo, alguns possuindo formação superior.

2.2 - PRODUTO E MERCADO

A Paris é um veículo de comunicação que não produz , apenas faz a elaboração da faixa comercial dos anúncios nos cinemas e por isso a sua atividade é basicamente a prestação desse serviço.

O mercado é constituído pelas agências e pelos próprios clientes. Por enquanto a empresa possui pouca preocupação com concorrentes já que ela é a única que presta este tipo de serviço, possuindo contratos de exclusividade com várias empresas exibidoras.

2.3 - FUNCIONAMENTO GERAL

De modo muito simplificado a figura abaixo representa o funcionamento da empresa. Como pode ser visto, basicamente a Paris recebe dos clientes e/ou agências as fitas com as propagandas e os pedidos de inserção (ver anexo II) que determinam quais cinemas e o período que a(s) propaganda(s) serão veiculadas, ela processa todas as informações recebidas e gera uma fita com as propagandas para cada cinema (faixa comercial) e envia estas fitas aos cinemas caso estes se localizem em São Paulo, caso contrário uma empresa transportadora fica responsabilizada por este transporte. Os exibidores mencionados são os donos dos cinemas. O funcionamento da empresa será detalhado ao longo do trabalho.

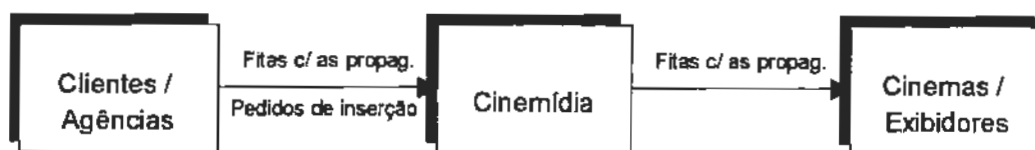


Figura 2.2 - Fluxo do funcionamento da empresa

(Elaborado pelo Autor)

2.4 - CONDIÇÕES DE ESTÁGIO

O estágio está sendo realizado na empresa MV2 - Sistemas de Informação Ltda que é uma empresa pequena contando com um grupo de 5 pessoas. É especializada em consultoria de bancos de dados, projeto e construção de sistemas.

A Paris Ltda contratou a MV2- Sistemas de Informação Ltda para executar a sua informatização. O estágio foi direcionado a execução deste trabalho, que está sendo realizado por um grupo de 3 pessoas, contando o estagiário. Pelo pequeno porte da empresa o estagiário teve ampla participação durante o projeto e execução do trabalho, sendo o único do grupo voltado somente a esta tarefa.

Por ser um projeto que necessita de muitas informações a equipe de trabalho teve a total liberdade de atuação dentro da empresa.

CAPÍTULO 3

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE INFORMAÇÕES

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE INFORMAÇÕES

3.1 - INTRODUÇÃO

Como foi definido por Michael E. Porter em seu artigo " La Gestión Estratégica " planejamento estratégico é o processo utilizado para desenvolver e manter uma correspondência entre os objetivos e as capacitações de uma empresa e suas possibilidades mercadológicas. Apartir dessa definição pode-se definir alguns propósitos do planejamento estratégico :

- Estabelecimento de diretrizes gerais;
- Obter sinergia de esforços;
- Caminhos para tentar atingir objetivos;
- Pontos que redundam em vantagens competitivas.

Pode-se perceber que o planejamento estratégico é de fundamental importância às empresas, nele se baseia a sua estratégia e todos os planos e projetos que serão desenvolvidos para alcançar os objetivos. Por isso é fundamental que este seja executado da melhor forma possível. Para que isto aconteça é necessário que os planejadores possuam o maior volume de informações pertinentes. Portanto, é necessário um planejamento estratégico de informações que apoie o planejamento estratégico empresarial. Caso não haja uniformidade de conceitos para se atingir os propósitos globais, sucederá um desencontro de objetivos desafinados, desintegrados e sem nenhuma interação ocasionando uma independência negativa.

Os objetivos do Plano Estratégico de Informações (PEI) são :

- Investigar as oportunidades de ganho de vantagens competitivas através do melhor uso da tecnologia;
- Estabelecer objetivos e fatores críticos do sucesso da empresa;
- Facilitar a consecução dos objetivos empresariais através da análise dos fatores críticos ao sucesso;

- Determinar quais informações podem auxiliar a gerência em operar o negócio de forma mais eficaz;
- Priorizar a construção de sistemas de informação;
- Criar modelo funcional e estrutura de dados.

O grande problema encontrado para realizar o planejamento estratégico de informação está no imediatismo, na falsa idéia dos empresários que planejamento é perda de tempo e no conceito retrógrado e ultrapassado que não é possível planejar no Brasil, por causa da incerteza política, econômica e social. Assim, neste trabalho como em muitos outros, houve necessidade de muita negociação para convencer os dirigentes da necessidade do PEI.

A área em que será realizado o trabalho é o setor de centro de processamento de dados (C.P.D.). Esta área é a mais crítica com relação aos sistemas de informação, pois ela alimenta a maioria das áreas da empresa. E depois de analisar o sistema que estava processando as informações, verificou-se que este não estava atendendo as necessidades da empresa e da área. Este sistema foi construído em uma linguagem ultrapassada e a empresa que o projetou definhou, por isso a sua manutenção é praticamente inviável o que o torna um perigo constante ao funcionamento da Paris. Este fato pode ser comprovado dias antes da implantação do projeto onde o sistema antigo deu problema. Além disso uma série de fatores como: a velocidade no processamento e a omissão da segunda parte do relatório de faturamento por exibidor (ver anexo III), que é o mais importante da empresa; falta de flexibilidade, a não existência de uma série de relatórios entre outros tornam o sistema insatisfatório, prejudicando a qualidade dos serviços prestados pela empresa. Ele gerava 7 relatórios: Faturamento por Exibidor (incompleto), Analítico por Exibidor, Disponibilidade e Saldo por Cinema, Japan Leasing, Comissão de Representante e Contas a receber, sendo que este último não era utilizado, pois algumas PI's eram pagas adiantadas e por isso não deviam sair no relatório. Como isto não foi projetado pelo sistema o relatório era gerado com valores errados e por isso ele era feito pelo setor financeiro de modo manual. Deve-se ressaltar que o sistema projetado, incorporará as funções deste sistema e muitas outras atividades e informações que serão detectadas nos tópicos seguintes e que não estavam sendo atendidas.

3.2 LEVANTAMENTO DE INFORMAÇÕES

A primeira parte do PEI será realizada com o objetivo de determinar as estratégias empresariais, as necessidades de informações e problemas enfrentados pela empresa e pela área onde o sistema será implantado. A metodologia utilizada pode ser vista na próxima página.

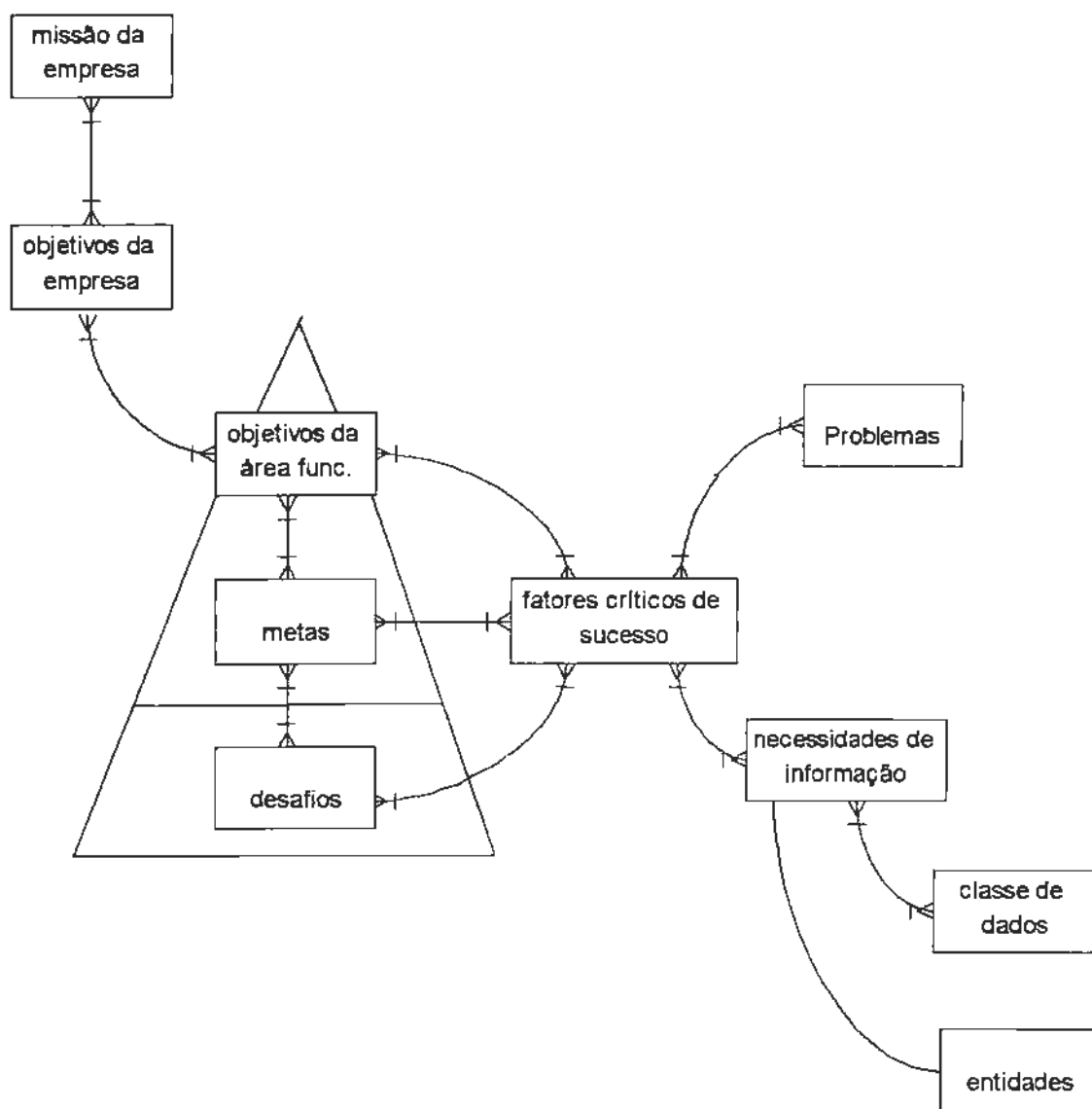


Figura 3.1 - Metodologia aplicada no Planejamento Estratégico

(Extraído de Feliciano Neto, Furlan e Higa, 1988)

Esta primeira etapa do planejamento estratégico será dividida em duas fases. Na primeira serão realizadas reuniões com os dirigentes para identificar a missão, os objetivos, os fatores críticos de sucesso, os problemas e as necessidades de informações da empresa. A segunda fase será composta de entrevistas com os funcionários e o "gerente" do setor de C.P.D. com o objetivo de determinar os objetivos, as metas, os

desafios, os fatores críticos de sucesso, os problemas e necessidades de informações da área.

3.2.1 1º FASE

Depois de uma série de reuniões com os dirigentes foi verificado que o planejamento estratégico empresarial possuía muitas falhas como a falta de objetivos claramente especificados e disseminados, determinando, assim, as informações necessárias ao prosseguimento do trabalho. Deve-se ressaltar que algumas das questões colocadas nas reuniões não eram conhecidas dos dirigentes como os fatores críticos de sucesso, por isso houve necessidade de muitas reuniões, análises e explicações para chegar nas conclusões apresentadas abaixo:

MISSÃO DA EMPRESA

- Ampla utilização da área geográfica dos cinemas como espaço para veiculação publicitária incluindo promoção de produtos , eventos , etc...

OBJETIVOS

- Atendimento dos atuais clientes da melhor forma;
- Ampliação do número dos mesmos;
- Crescimento de faturamento;
- Distribuição de espaço;
- Melhor qualidade do produto.

FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO (pontos decisivos para o desempenho da empresa)

- Competente equipe de vendas;
- Venda da disponibilidade de espaço em todos os cinemas da rede, incluindo praças costumeiramente de difícil veiculação;
- Programação correta , eliminando possíveis choques de produtos nas veiculações vendidas;
- Qualidade e tempo hábil para a elaboração de fitas;

- Distribuição precisa das fitas;
- Cobrança bancária atenta;
- Faturamento para exibidores no prazo;
- Propaganda maciça nos meios de comunicação;
- Atendimento de primeira linha a clientes , agências e exibidores;
- Informatização dos setores administrativo / financeiro / vendas;
- Acesso a programação dos cinemas.

NECESSIDADES DE INFORMAÇÃO

- Informatização completa da empresa, agilizando o acesso as informações;
- Especifica os relatórios / área.

}?

PROBLEMAS

- Dificuldade de vendas de alguns cinemas da rede para os clientes , ocasionando saldos devedores para exibidores;
- Chegada dos mapas reservas e fitas fora do prazo ideal para veiculação;
- Inexistência de um sistema de informação padronizado e ágil.

3.2.2 2º FASE

A segunda fase foi realizada através de entrevistas com os funcionários da área do centro de processamento de dados (C.P.D.) e das áreas que serão alimentadas de informações pelo mesmo. Para auxiliar esta atividade foi utilizado um questionário de levantamento de informações seguindo a metodologia apresentada no livro "Como elaborar e Implementar Planejamento Estratégico de Sistema de Informação" de José Davi Furlan. O procedimento da entrevista pode ser visto no anexo I .

Através do preenchimento do questionário pelos funcionários que estarão interagindo direta ou indiretamente com o sistema, serão obtidas todas as informações necessárias para o desenvolvimento do trabalho. Este apresentará as relações entre os objetivos da empresa e os objetivos da área de C.P.D., verificando se os mesmos estão

compatíveis; os fatores críticos de sucesso da área serão então fixados de forma a atingir os objetivos da área, sendo mostrado a relação entre ambos; os problemas mais significativos para que os fatores críticos de sucesso possam ser atingidos serão detectados e por fim as necessidades de informação serão obtidas apartir dos fatores críticos de sucesso. O resultado das entrevistas serão mostradas nas próximas páginas através de um questionário padrão preenchido que incorpora a análise de todas as entrevistas. O termo PI mencionado no questionário é a abreviação de Pedido de Inserção que corresponde ao pedido realizado pelas agências ou clientes para inserção de propagandas em um determinado período em especificados cinema(s). Ele constitui o banco de dados mais importante do sistema já que é apartir de suas informações que serão gerados a maioria dos out-puts. No anexo II é mostrado exemplos de PI's. As peças mencionado nestas PI's são um dos nomes dados as propagandas.

8

1. Ampliar sua linha de produtos

[illegible]

Objetivos Área Funcional

88

2.

9

5. Treinar os funcionários em informática

4. Prover segurança / dados da empresa

3. Alimentação do banco de dados de P I S

2. Alimentar e receber informações

1. Acomp. / Suporte no proces. de informat.

Fatores Críticos de Sucesso

1. Equipamentos que atendam as necessidades quanto a capacidade e qualidade

2. Eficiência / agilidade no cadastramento das informações (dados)

3. Conhecimento dos softwares instalados

4. Softwares que atendam as necessidades dos diversos setores

5. Eficiência/ agilidade no recebimento e transmissão de informações

6. Mão de obra especializada no setor de informática

7. Integração do sistema nos diversos setores

Fatores Críticos de Sucesso

8.									
7. Integração do sistema (todos setores)									
6. Mão de obra especializada para setor									
5. Efic./agil. receb. e transm. de informações									
4. Softwares atendam necess/des (setores)									
3. Conhecimento dos softwares instalados									
2. Eficiência / agilidade cadastram/ dados									
1. Equipam/ to qto(capacidade / qualidade)									
Problemas	1. Falta de hardware (quantidade / qualidade)	x	x				x		x
	2. Falta de softwares adequados		x	x	x	x	x	x	
	3. Falta de espaço (sala completa - mesas / armários / telefones...)		x						
	4. Demora no recebimento e transmissão das informações dos setores		x			x		x	
	5. Adequação do softwares existentes aos novos produtos		x		x				
	6.								
	7.								
	8.								

8

7. Integração do sistema (todos setores)

6. Mão de obra especializada para setor

5. Efic./agil. receb. e transm. de informações

4. Softwares atendand necess/des (setores)

3. Conhecimento dos softwares instalados

2. Eficiência / agilidade cadastram/o dados

1. Equiparm/to qto (capacidade / qualidade)

Necessidades de Informação

10. Relatório de comissão dos representantes

11. Relatório analítico por PI

12. Relatório analítico por exibidor

13. Relatório de contas a receber

14. Relatório de confirmação de exibição

[illegible]

3.3 MODELAGEM DE DADOS

A modelagem de dados será feita com o intuito de permitir um fácil entendimento e diálogo com o usuário sobre o projeto do sistema. Ele será, por isso, representado graficamente através do modelo de entidade-relacionamento de Chen. Este modelo propicia rápida memorização e absorção de conceitos, além de apresentar perfeita compatibilidade na transferência para o modelo físico.

O modelo de dados conterá as informações básicas necessárias para que todos os propósitos da área sejam atingidos e todas as atividades sejam suportadas pelo modelo.

Para representarmos este gráfico devemos antes depurar as entidades, classes de dados e atributos apartir das informações fornecidas no questionário.

3.3.1 ENTIDADES, ATRIBUTOS, TUPLAS E CHAVES

As entidades são objetos concretos ou abstratos onde serão armazenados as informações necessárias para amparar o projeto. No modelo físico, a entidade é denominada arquivo, enquanto no diagrama de fluxo de dados é associada com o depósito de dados.

Os atributos são elementos de dados que formam as entidades. Assim, para uma entidade Fornecedor teremos por exemplo atributos código, razão social, CEP , endereço, etc...

Uma tupla é uma estrutura de atributos que residem em uma entidade. Tomando novamente o exemplo acima, teremos que uma tupla desta entidade fornecedor poderia ser Casa Toni (código), Casa Toni Comércio de Tintas Ltda (razão social), 05050-060 (CEP), Praça cívica 27 (endereço). Quando transposta ao modelo físico do sistema, a tupla estará contida em um registro de um arquivo que absorveu a entidade.

O atributo-chave ou simplesmente chave da tupla corresponde ao(s) atributo(s) que torna(m) a tupla personalizada e individualiza. Depois de identificadas as entidades serão verificadas as chaves e assim poderá se ter uma noção mais detalhada de uma chave.

Para padronizar a terminologia será utilizada a tabela da próxima página na nomenclatura dos atributos.

Sigla	Significado
Cd	Código
Ds	Descrição
Dt	Data
Nm	Nome
Nr	Número
Qt	Quantidade
Sg	Sigla
Tp	Tipo
Tx	Taxa
VI	Valor

Tabela 3.1 Nomenclatura Básica de Atributos

(Extraído de Feliciano Neto, Furlan e Higa, 1988)

Apartir das necessidades de informações obtidas no questionário serão determinadas as entidades e seus atributos para o sistema projetado.

- 1) Dados Completos referente ao PI e alterações de PI (ver anexo II)

PI
Attributes Type
<1-1> Nr-Contr.Int
<1-1> Tp-contrato
<1-1> Cd-cliente
<1-1> Nm-raz_soc
<1-1> Nm-Endereço
<1-1> Nr-C.G.C.
<1-1> Nm-Cidade
<1-1> Cd-Estado
<1-1> Cd-agência
<1-1> Cd-repres.
<1-1> Nr-ano-cines_ini
<1-1> Nr-cinesem-inicial
<1-1> Nr-ano-cines_fin
<1-1> Nr-cinesem-final
<1-1> tp-produto
<1-1> Tp-pgto
<1-1> VI-com-agenc
<1-1> Nr-autoriz.
<1-1> Dt-venc
<1-1> Dt-pgto
<1-1> VI-autoriz.
<1-1> Nr-duplicata
<1-m> Cd-propaganda
<1-m> Nm-Título
<1-m> Nr-duração
<1-m> Nm-produto
<1-n> Nm-cinema
<1-n> Nm-cidade
<1-n> Cd-estado
<1-n> Cd-propaganda
<1-n> Tp-caract
<1-n> Tp-cinesem1
<1-n> Tp-cinesem2
<1-n> Tp-cinesem3
<1-n> Tp-cinesem4
<1-n> Tp-cinesem5
<1-n> VI_unit

Figura 3.2 Atributos da entidade PI

(Elaborado pelo Autor)

Serão explicados a seguir os atributos que merecem algum tipo de comentário ou explicação.

O atributo Nr-contr.Int corresponde ao número do contrato interno que é realizado pela Paris para facilitar o controle das PI's. Tp-contrato existe para diferenciar a PI de um mapa reserva. Eles são distintos, pois o mapa contém dados não autorizados, isto é, ainda necessita de confirmação para realmente serem oficializados.

Os atributos Nr-Ano_cines_ini, Nr-cinesem-inic, Nr-cinesem_final e Nr-ano-cines_fin estão relacionados ao sistema de datas utilizados pela Paris. Ela utiliza as chamadas cinesemanas que são as semanas de veiculação das propagandas. Elas começam na sexta-feira de uma semana e terminam na quinta-feira de outra semana. Assim, teremos um total de 52 cinesemanas em um ano. As PI's compreendem um mês que pode ter 4 ou 5 cinesemanas. Então, para determinar o período de veiculação da PI deve-se determinar a cinesemana inicial e final e os anos correspondentes. As cinesemanas do ano de 1993 podem ser vistas no anexo III.

Tp-produto é utilizado para definir qual é o tipo de produto da PI, suportando os vários produtos da empresa.

O atributo Tp-pgto irá determinar o tipo de pagamento que pode ser realizado de dois modos: permuta e espécie. A permuta como o próprio nome diz evidência que a empresa cedeu a PI em questão em troca de outro benefício não monetário. A espécie é o pagamento em dinheiro.

Vl-com-agenc é o valor da porcentagem da comissão da agência sobre o valor autorizado. Tp-caract representa o tipo da característica da propaganda que pode ser normal ou bonificação. Por último temos Tp-cinesem1, Tp-cinesem2, Tp-cinesem3, Tp-cinesem4 e Tp-cinesem5 que indicarão por um X quais das 5 cinesemanas do mês cada propaganda será veiculada em cada cinema. Deve-se lembrar que cada PI possui no máximo 5 cinesemanas e que o intervalo de cinesemanas já foi estipulado. Assim, a cinesem1 representa a cinesemana inicial da PI, e as demais as subseqüentes até o intervalo definido na PI. Por exemplo, se uma PI possui o seguinte intervalo: cinesemana de 23 a 24 do ano de 1994, o Tp-cinesem1 representará a cinesemana 23 e Tp-cinesem2 representará a cinesemana 24, não havendo significado os outros Tp-cinesems. Se Tp-cinesem1 for "X" a propaganda veiculará na cinesemana 23.

O atributo chave desta entidade será a primeira instância o número do contrato interno. Ele pode ser o atributo chave porque nunca duas PI's poderão ter o mesmo número de contrato interno.

Apartir das informações necessárias na PI verifica-se a necessidade da existência de outras entidades:

- Agências;

- Representantes (o relatório de comissão de representante também indica esta necessidade);
- Cinesemanas (representará o período de cada cinesemana);
- Cinemas (os relatórios de saldo e disponibilidade por cinema também comprovam a necessidade desta entidade).

Outra grande fonte de necessidades de informações é o relatório de faturamento por exibidor. Este relatório é o principal gerado pelo sistema. Ele contém as informações sobre o faturamento do exibidor, os descontos considerados e quanto será pago a cada exibidor. Ele pode ser visto no anexo III que contém também os outros outputs que deverão ser gerados pelo sistema.

Apartir da identificação destas entidades foi realizado um levantamento das necessidades de informações para determinar os respectivos atributos associados .

Clientes	
Atributos	Types
<1-1>	Cd-cliente
<1-1>	Nm-razao_soc
<1-1>	Nm-endereço
<1-1>	Nm-bairro
<1-1>	Nr-cep
<1-1>	Nm-cidade
<1-1>	Sg-estado
<1-1>	Nr-CGC
<1-1>	Nr-Insc_est
<1-1>	Nr-Insc_mun
<1-1>	Nr-tel
<1-1>	Nr-fax
<1-1>	Tx-B_V_E

Figura 3.3 Atributos da entidade Clientes

(Elaborado pelo Autor)

Nesta entidade o único atributo que merece comentário é o Tx-B_V_E. Ele representa uma porcentagem de desconto que alguns clientes especiais possuem na veiculação de suas propagandas (B.V.E. - Bonificação de Veiculação Especial). Este será utilizado no relatório de faturamento por exibidor. O atributo chave será o Cd-cliente.

Agências
Attributes Types
<1-1>Cd-agência
<1-1>Nm-razao_soc
<1-1>Nm=endereço
<1-1>Nm-bairro
<1-1>Nr-cep
<1-1>Nm-cidade
<1-1>Sg-estado
<1-1>Nr-CGC
<1-1>Nr-Insc_est
<1-1>Nr-Insc_mun
<1-1>Nr-tel
<1-1>Nr-fax
<1-1>Tx-B_V

Figura 3.4 Atributos da entidade Agências

(Elaborado pelo Autor)

Novamente o atributo Tx-B_V é o único que se mostra difícil de se entender. Ele representa a porcentagem de desconto que a agência possui sobre a veiculação de suas propagandas (B.V. - Bonificação de Veiculação). Este atributo será utilizado no relatório de faturamento por exibidor. A chave da tupla será o Cd-agência.

Representantes
Attributes Types
<1-1>Cd-repres.
<1-1>Nm-nome
<1-1>Tx-comissão
<1-1>Nr-desconto

Figura 3.5 Atributos da entidade Representantes

(Elaborado pelo Autor)

Nr-desconto é um atributo que verificará se o representante possuirá sua comissão descontando a bonificação de veiculação das agências ou não. Ele será de vital importância no relatório de comissão de representante. O atributo chave será Cd-repres.

	Cinsemanas
	Attributes Types
	<1-1>Nr-ano
	<1-1>Dt-inicial

Figura 3.6 Atributos da entidade Cinsemanas

(Elaborado pelo Autor)

Esta entidade terá como função determinar o período de cada cinesemana apartir do ano e da data da primeira cinesemana do ano (Dt-inicial). Isto é possível já que determinado a primeira cinesemana de um ano, e sabendo que uma cinesemana possui 7 dias e uma ano possui 52 cinesemanas, fica fácil calcular o período de cada cinesemana. A chave desta entidade é o Nr-ano.

	Cinemas
	Attributes Types
	<1-1>Cd-exibid.
	<1-1>Cd-cinema
	<1-1>Nm-cinema
	<1-1>Nm-ender.
	<1-1>Nm-bairro
	<1-1>Nm-região
	<1-1>Nr-cep
	<1-1>Nm-cidade
	<1-1>Sg-estado
	<1-1>Nr-tel
	<1-1>Nr-fax
	<1-1>Nr-lotação
	<1-1>Tp-aparelho
	<1-1>Nr-aparelho
	<1-1>Dt-inst_apar.
	<1-1>Nr-parc_paga
	<1-1>Nr-parc_tot
	<1-1>VI-parcelas
	<1-1>VI-manutenção
	<1-1>Nr-temp_disp.

Figura 3.7 Atributos da entidade Cinemas

(Elaborado pelo Autor)

Cd-exibid. é necessário para identificar de qual exibidor é o cinema. Nr- lotação é a quantidade de pessoas que cabem no cinema. Tp-aparelho será o atributo que mostrará se o cinema possui um aparelho comprado ou cedido. Caso o cinema possua o aparelho comprado, apartir das informações do relatório de japan leasing, há a necessidade dos atributos Nr-parc_paga, Nr-parc_tot e Vl-parcelas, que são respectivamente as parcelas pagas, o totais de parcelas e o valor das parcelas do leasing. O atributo Vl-manutenção torna-se necessário devido ao relatório de faturamento que incorpora essa despesa. Nr-tempo_disp representa o tempo máximo que o cinema pode passar de propaganda. Este tempo normalmente é de 360 s ou 6 minutos.

Esta entidade terá a chamada chave concatenada. Este tipo de chave se caracteriza por possuir mais de um atributo. Isto acontece quando um único atributo não consegue personalizar a tupla. O que ocorre neste caso é que o código do cinema pode ser igual para dois cinemas, necessitando do código do exibidor para personalizar a tupla. A chave seria, então, Cd-exib e Cd-cinema, não podendo existir um código do exibidor com dois códigos de cinemas iguais.

A entidade exibidores foi identificada apartir das necessidades de informações do relatório de faturamento e analítico por exibidor, e pela entidade cinema que depende do código do exibidor.

Exibidores	
Atributes	Types
<1-1>	Cd-exibid.
<1-1>	Nm-razao_soc
<1-1>	Nm-endereço
<1-1>	Nm-bairro
<1-1>	Nr-cep
<1-1>	Nm-cidade
<1-1>	Sg-estado
<1-1>	Nr-CGC
<1-1>	Nr-Insc_est
<1-1>	Nr-Insc_mun
<1-1>	Nr-tel
<1-1>	Nr-fax
<1-1>	Tx-comissão
<1-1>	Nm-contato

Figura 3.8 Atributos da entidade Exibidores

(Elaborado pelo Autor)

Da entidade exibidores, Tx-comissão representa a porcentagem de comissão que o exibidor terá que desembolsar para a Paris, sobre o total de venda das propagandas menos a comissão da agência. A chave é o atributo Cd-exib.

Quando os cinemas estão fora de São Paulo existe a necessidade de enviar as fitas com os comercias através de empresas transportadoras. Isto pode ser evidenciado no relatório de faturamento por exibidor que deve incorporar estas despesas. Por isso, existe a necessidade desta entidade.

Transportadoras
Attributes Types
<1-1>Cd-transp.
<1-1>Nm-razao_soc
<1-1>Nm-endereço
<1-1>Nm-bairro
<1-1>Nr-cep
<1-1>Nm-cidade
<1-1>Sg-estado
<1-1>Nr-CGC
<1-1>Nr-Insc_est
<1-1>Nr-Insc_mun
<1-1>Nr-tel
<1-1>Nr-fax

Figura 3.9 Atributos da entidade Transportadoras

(Elaborado pelo Autor)

A chave desta entidade será o Cd-transp.

Temos a necessidade de criar uma entidade de descontos. Esta entidade estaria diretamente ligada ao relatório de faturamento. O que ocorre é que para cada relatório de um determinado exibidor teremos vários tipos de descontos para se chegar no valor pago a cada um. Alguns destes descontos como o de manutenção e japan leasing são fixos e já estão incorporados na entidade cinema, porém outros como a elaboração da faixa comercial, não são fixos e precisam alimentar o relatório.

Descontos
Attributes Types
<1-1>Cd-exibid.
<1-1>Dt-relatorio
<1-1>VI-elab_faixa
<1-1>VI-outros1
<1-1>Ds-outros1
<1-1>VI-outros2
<1-1>Ds-outros2
<1-n>Cd-transp
<1-n>VI-transp

Figura 3.10 Atributos da entidade Descontos

(Elaborado pelo Autor)

O Cd-Exib e a Dt-relatório serão atributos que serão utilizados para identificar o correspondente relatório. O relatório de faturamento possui na sua segunda parte (como pode ser visto no anexo III) dois tipos de descontos. O primeiro tipo corresponde ao desconto sobre o valor líquido faturado, o segundo sobre o valor líquido recebido. Às vezes existem despesas incomuns que devem ser consideradas sobre o valor faturado e sobre o valor líquido, por isso existe a necessidade dos atributos associados a outros1 e outros2. O primeiro será descontado sobre o valor faturado e o segundo será descontado sobre o valor líquido recebido. Esta entidade terá chave concatenada formada pelos atributos Cd-exib e Dt-relatório.

Por último devemos ter uma entidade de índices. Ela se torna necessário já que o japan leasing e a manutenção foram estipulados em dólares. Assim, eles necessitam ser transformados em reais.

Índices
Attributes Types
<1-1>Cd-índice
<1-1>Ds-índice
<1-n>Dt-índice
<1-n>VI-índice

Figura 3.11 Atributos da entidade Índices

(Elaborado pelo Autor)

Deve-se ressaltar que esta entidade permite entrar com qualquer tipo de índice permitindo uma flexibilidade de mudança de política da empresa. O atributo chave é o Cd-índice.

3.3.2 RELACIONAMENTO E CARDINALIDADE

Antes de mostrarmos a primeira modelagem dos dados, deverá ser determinado o relacionamento entre as entidades e a cardinalidade existente.

O relacionamento entre duas entidades existe quando elas apresentam interdependência, isto é, determinada tupla de uma delas originará ou se associará a 1 ou n tuplas da outra. Para identificarmos os relacionamentos basta verificarmos a existência de atributos comuns nas tuplas, isto é possível pela padronização utilizada na nomenclatura dos atributos.

Após a identificação do relacionamento, a próxima etapa será determinar a cardinalidade, isto é, quantas tuplas da entidade A estão associadas com uma tupla da entidade B, e vice-versa.

Existem quatro tipos de cardinalidades que são representadas graficamente e estão apresentadas na próxima página com os respectivos significados:





Cardinalidade	Significado
	0 ou 1 ocorrência, indicando que o relacionamento é opcional e, se existir, associará uma única tupla.
	1 e somente uma ocorrência, indicando que a tupla relacionada é única e sempre existirá.
	0 a n ocorrências, indicando que o relacionamento é opcional e, se existir, associará várias tuplas
	1 a n ocorrências, indicando que sempre há o relacionamento, podendo associar de 1 a várias tuplas.

Tabela 3.2 Simbologia de Correspondência

(Extraído de Feliciano Neto, Furlan e Higa, 1988)

Analisando as entidades determinou-se os seguintes relacionamentos e cardinalidades.

- Cinesemanas está associada ao PI com 1 a n ocorrências;
- Exibidores está associado aos Cinemas com 1 a n ocorrências;
- Cinemas está associado ao PI com 1 a n ocorrências;
- Clientes está associado ao PI com 1 e somente uma ocorrência;
- Agências está associado ao PI com 1 e somente uma ocorrência;
- Representantes está associado ao PI com 1 e somente uma ocorrência;
- Transportadoras está associado ao Descontos com 0 a n ocorrências.

Deve-se ressaltar que a entidade Índices apesar de não estar relacionada a nenhuma outra entidade, será utilizada para transformar os valores de dólar em reais.

3.3.3 MODELO DE ENTIDADE-RELACIONAMENTO DE CHEN

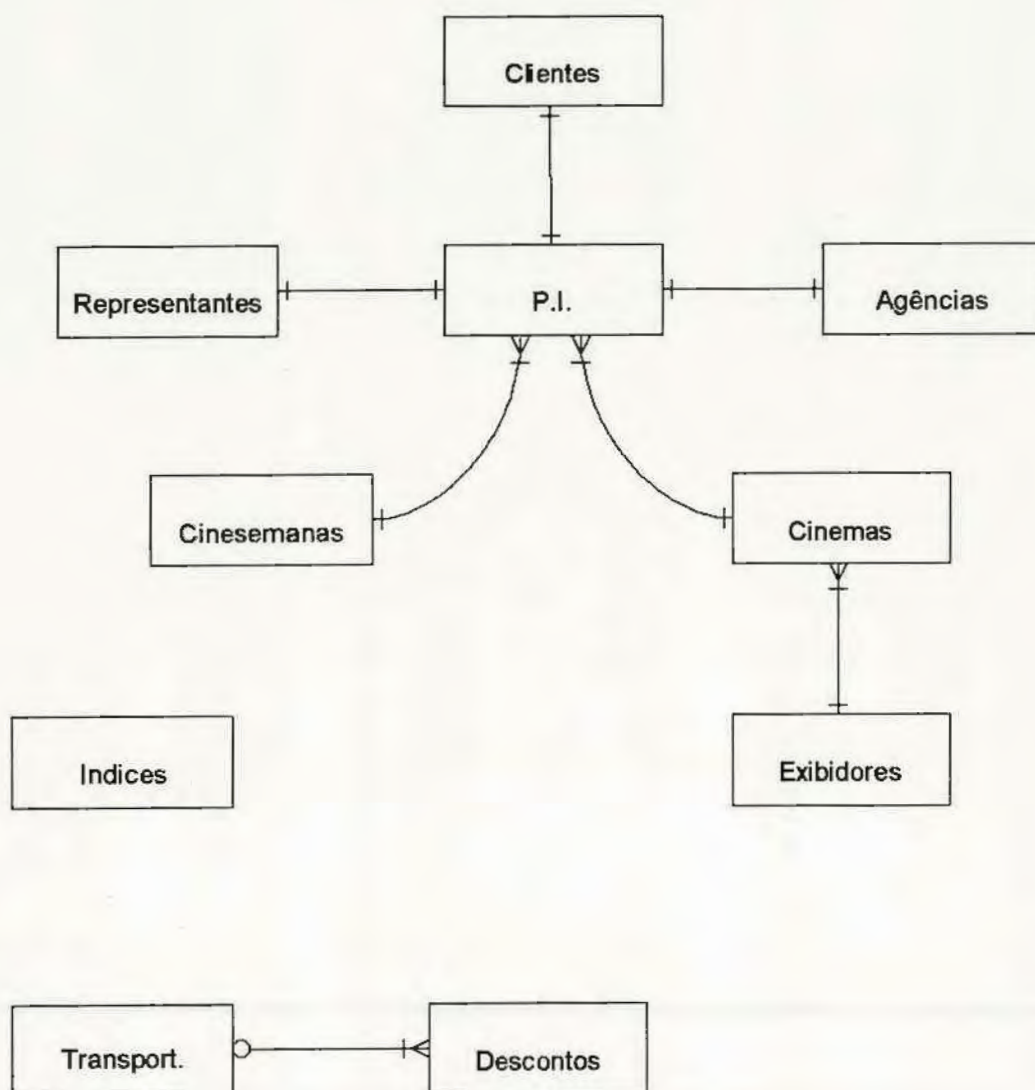


Figura 3.12 Modelo de entidade relacionamento de Chen
(Elaborado pelo Autor)

CAPÍTULO 4

ANÁLISE DA ÁREA DE NEGÓCIO

ANÁLISE DA ÁREA DE NEGÓCIO

4.1 - INTRODUÇÃO

Esta etapa do trabalho consistirá em refinar e detectar problemas nas entidades determinadas pelo planejamento estratégico obtendo um modelo de dados estáveis. E realizar um análise estruturada das atividades da área na qual o trabalho será realizado.

4.2 - NORMALIZAÇÃO

Para determinar um modelo de dados estável, existem várias técnicas utilizadas. Iremos utilizar a mais adequada ao nosso caso que é a normalização .

Segundo Feliciano Neto, Furlan, Higa "A normalização é um processo formal passo a passo que examina os atributos de uma entidade, com o objetivo de evitar anomalias observadas na inclusão, exclusão e alteração de tuplas específicas."

Esse processo permite eliminar grupos repetitivos, dependências parciais de chaves concatenadas, dependências transitivas, dados redundantes e dependências multivaloradas, colaborando significativamente para a estabilidade do modelo. A normalização possui 4 etapas que serão aplicadas para o modelo estudado.

4.2.1 - 1ª FORMA NORMAL

A primeira forma normal determina uma normalização da tupla, de forma que o relacionamento entre a sua chave e o seus atributos seja unívoca, ou seja, para cada chave há ocorrência de uma e somente uma informação de cada atributo.

Caso se verifique que haja mais ocorrências, será necessário criar outra entidade que se relacionará a primeira. Esta entidade criada possuirá chave concatenada já que para se relacionar a entidade que a criou, herdará um atributo chave.

Analisando as entidades e seus atributos verificamos que três entidades possuíam este problema.

A entidade PI possui uma estrutura na qual os atributos : Cd-propaganda, Nm-título, Nr-duração, Nm-produto, tem relacionamento de <1-m> como pode ser visto na página 28; Nm-cinema, Nm-cidade, Cd-estado, Cd-propaganda, Tp-caract, Nr-cinesemanas possuem um relacionamento de <1-n> indicando ser diferente do relacionamento anterior. Portanto, teremos que criar duas outras entidades. Assim, teremos a seguinte estrutura após a primeira normalização :

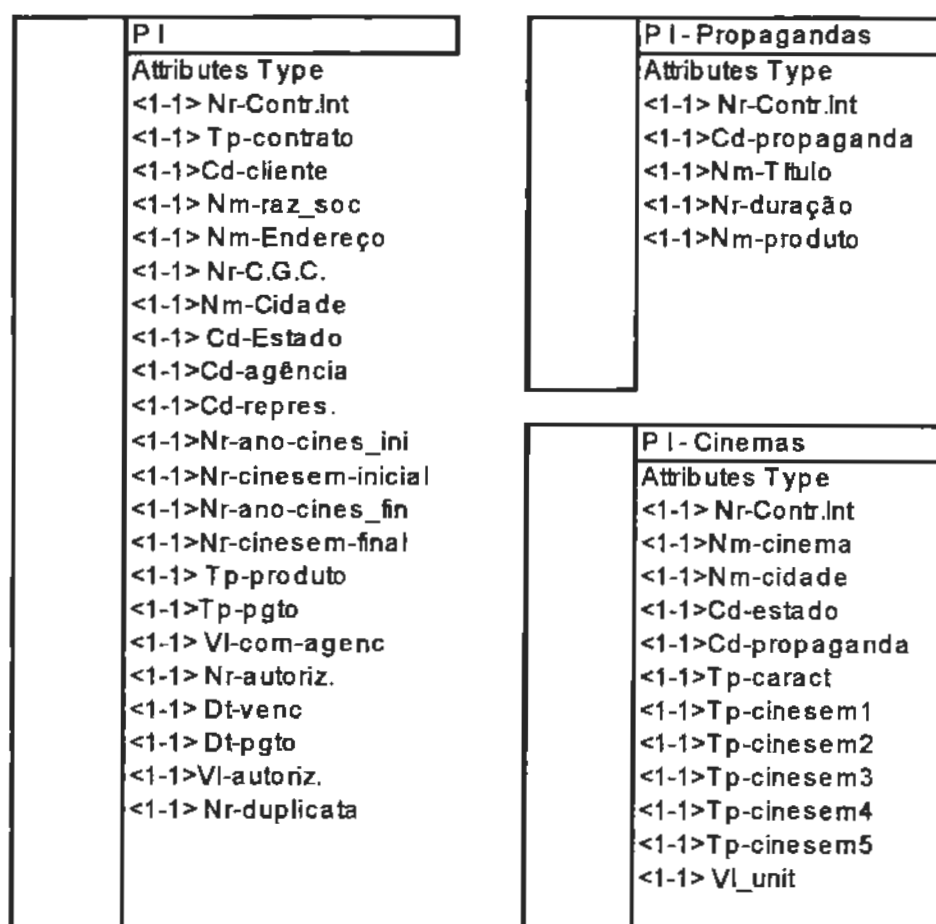


Figura 4.1 As entidades PI, PI-propagandas e PI-Cinemas e seus Atributos após a primeira forma normal

(Elaborado pelo Autor)

A chave da entidade PI-Filmes, será os atributos Nr-Contr.Int. mais o Cd-propaganda. Já a chave da entidade PI-Cinemas será Nr-cont.Int., Nm-cinema e Nm-cidade, é importante lembrar que apenas o nome do cinema não identifica o mesmo já que existem vários cinemas com o mesmo nome. O atributo que provém da entidade PI, NrContr.Int, e que torna-se parte da chave é denominado chave estrangeira.

A entidade Desconto possui os seguintes atributos sem um relacionamento unívoco Cd-transp. e Vl-transp. que possuem um relacionamento do tipo <1-n>. Teremos para esta entidade a seguinte configuração depois da primeira normalização :

Descontos	Descontos-transp
Attributes Types	Attributes Types
<1-1>Cd-exibid.	<1-1>Cd-exibid.
<1-1>Dt-relatorio	<1-1>Dt-relatorio
<1-1>Vl-elab_faixa	<1-1>Cd-transp
<1-1>Vl-outros1	<1-1>Vl-transp
<1-1>Ds-outros1	
<1-1>Vl-outros2	
<1-1>Ds-outros2	

Figura 4.2 As entidades Descontos e Descontos_transp e seus Atributos após a primeira forma normal

(Elaborado pelo Autor)

Deve-se ressaltar que como a entidade Desconto possui uma chave concatenada formada por Cd-exib e Dt-relatório, a entidade filha, Descontos-transp irá possuir estes dois atributos chaves, denominados estrangeiros, mais um atributo chave próprio que será o Cd-transp. Assim, a chave será Cd-exib, Dt-relatório e Cd-transp.

A Entidade Índices possui os seguintes atributos com um relacionamento <1-n>, Dt-índice e Vl-Índice. A estrutura desta entidade após a normalização será a mostrada na próxima página:

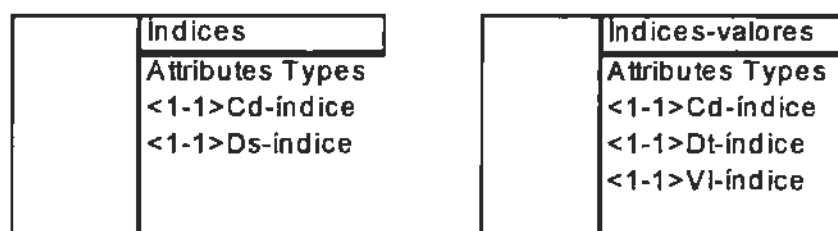


Figura 4.3 As entidades Índices e Índices-valores e seus Atributos após a primeira forma normal

(Elaborado pelo Autor)

A entidade criada Índices-valores possuirá a chave formada pelos atributos Cd-Índice e Dt-índice.

4.2.2 - 2º FORMA NORMAL

A segunda forma normal consiste em submeter a tupla a uma análise para verificar se todos os atributos estão diretamente dependentes da chave. Caso verifique-se que os atributos possuem uma dependência parcial, eles serão destacados da tupla original e residirão em uma outra entidade.

Verificando as tuplas das entidades, que submeteram-se a primeira forma normal, constata-se que a entidade PI deverá passar por esta segunda etapa da normalização.

Os atributos Nm-raz_soc, Nm-Endereco, Nr-C.G.C., Nm-cidade, Cd-Estado da entidade PI, não estão diretamente relacionados a chave Nr-Contr.Int., existe uma dependência parcial. Estes atributos estão diretamente relacionados ao código do cliente e deverão estar na entidade de clientes. Apartir do código do cliente é possível obter todas as informações sobre o mesmo apartir da entidade Clientes. Teremos após a 2º forma normal a entidade PI da seguinte maneira:

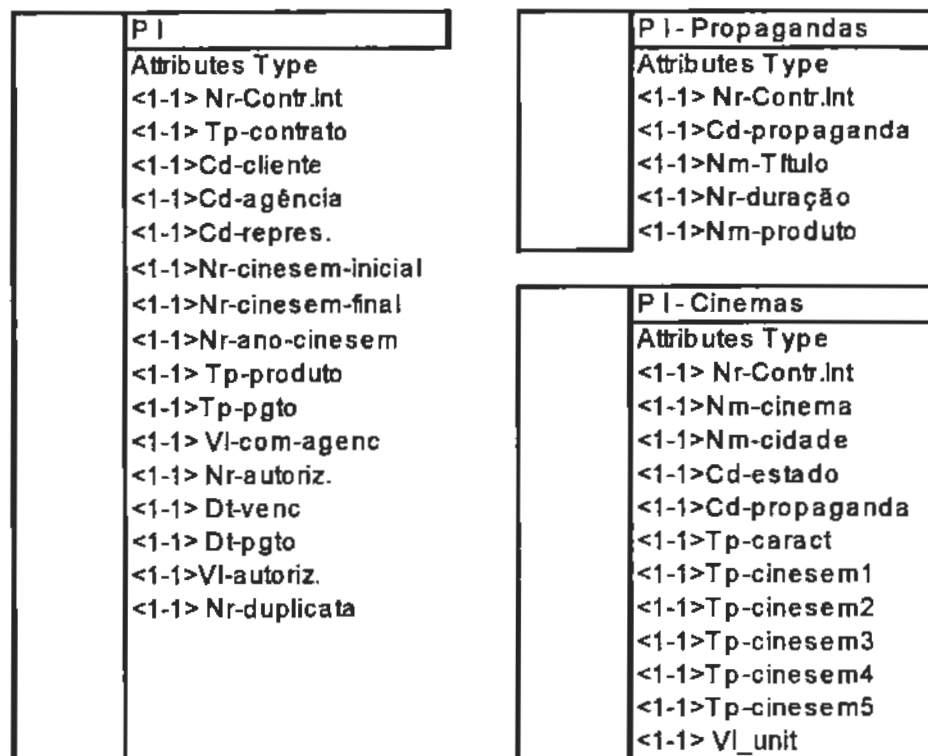


Figura 4.4 As entidades PI, PI-propagandas e PI-Cinemas e seus Atributos após a segunda forma normal

(Elaborado pelo Autor)

4.2.3 - 3ª FORMA NORMAL

Algumas vezes as tuplas podem ter atributos que não são dependentes direto da chave da mesma, mas sim por transitividade, através de outros atributos residentes na mesma tupla referenciada. Quando isto acontece devemos aplicar a terceira forma normal sobre a tupla considerada a fim de estabilizar o modelo de dados e reduzir necessidades de manutenção. Analisando novamente as entidades, observamos que apenas a entidade PI-cinemas possui este tipo de anomalia.

Esta entidade possui o atributo VI-unit que corresponde ao valor unitário da propaganda. Porém, este valor é calculado a partir do valor autorizado (VI-autoriz.) que está na entidade PI. Para calcular o valor unitário divide-se o valor autorizado pela soma de tempo de todas as propagandas nas cinesemanas consideradas e depois multiplica o

resultado pelo tempo da propaganda. Assim, este atributo não é necessário, não depende diretamente da chave e por isso pode ser retirado da entidade. Após a 3º Forma Normal obteremos a seguinte estrutura:

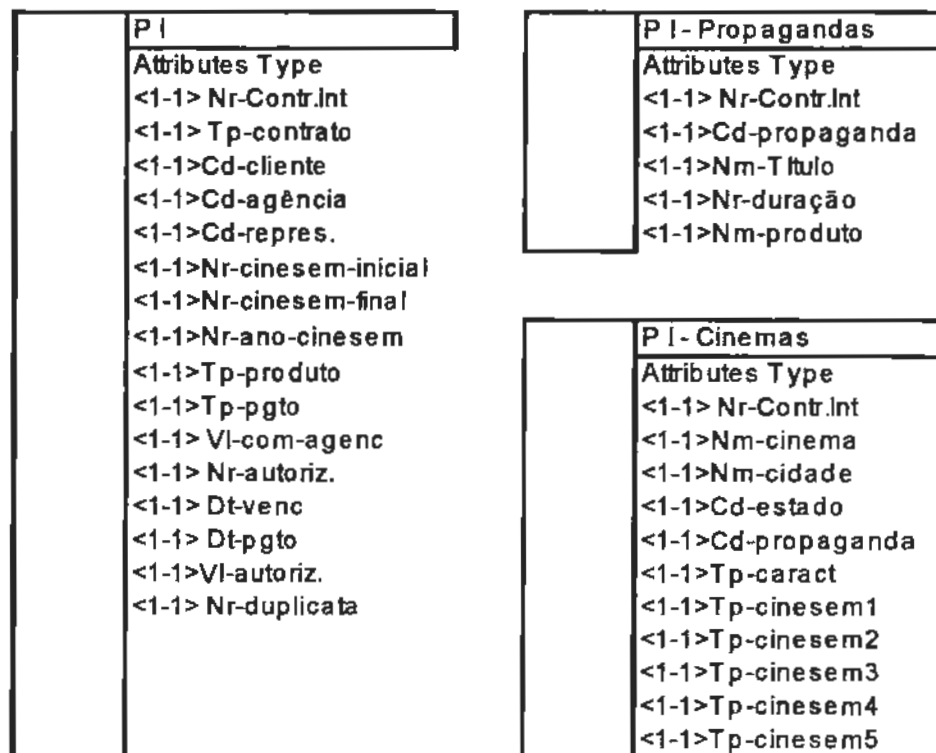


Figura 4.5 As entidades PI, PI-propagandas e PI-Cinemas e seus Atributos após a terceira forma normal

(Elaborado pelo Autor)

4.2.4 - 4º FORMA NORMAL

A quarta forma normal procura corrigir a anomalia proveniente de determinadas tuplas que podem conter atributos não chave que apresentam múltiplos valores à mesma

chave, enquanto outros permanecem invariáveis. Se isto ocorrer haverá um desmembramento em n tuplas, residentes em n entidades, sendo n igual ao número de atributos não-chaves constantes da tupla original que apresentam multivaloração.

Analisando as entidades do sistema verificou-se que nenhuma delas possuía esta anomalia.

4.2.5 - MODELO DE DADOS

O modelo de dados após a normalização é mostrado na próxima página :

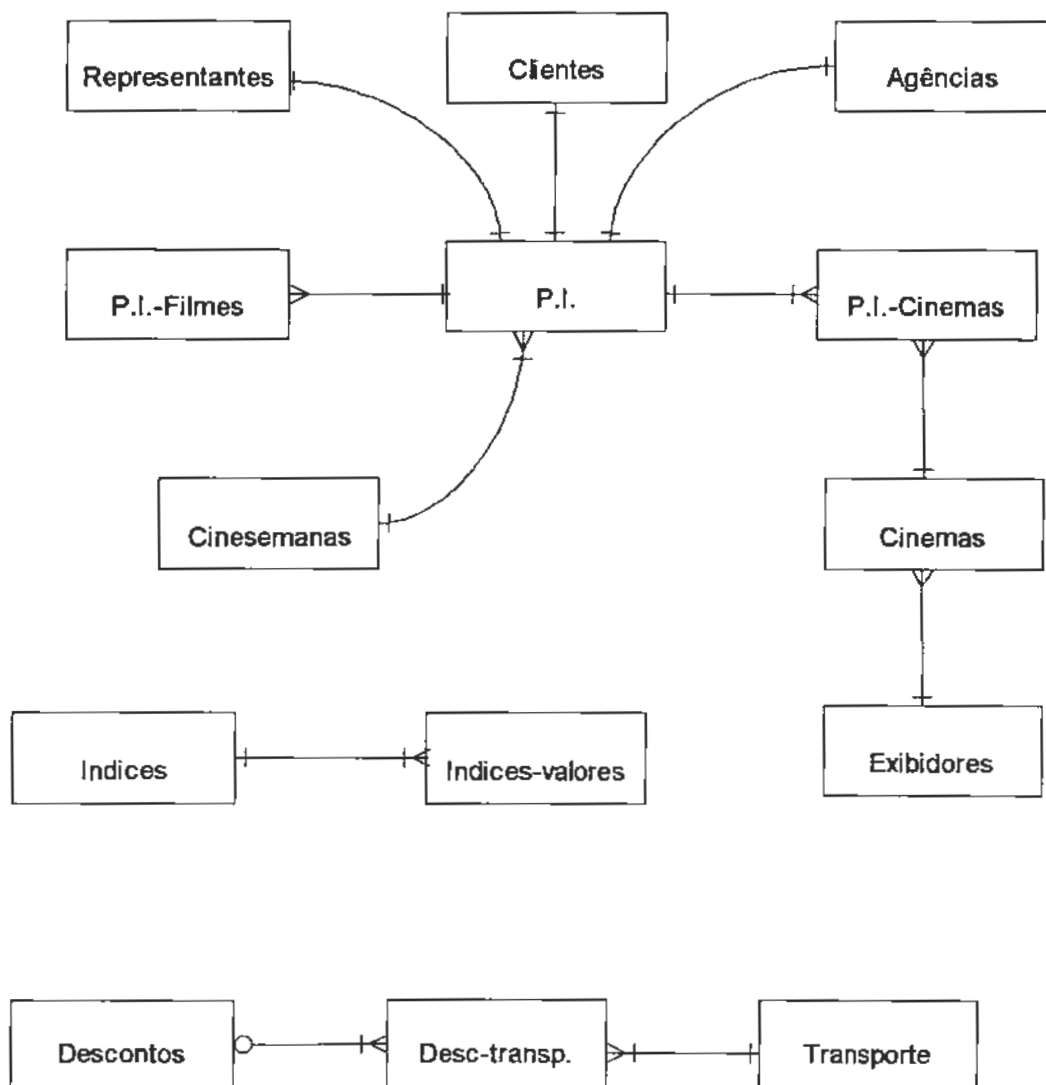


Figura 4.6 Modelo de entidade relacionamento de Chen após a normalização
(Elaborado pelo Autor)

4.3 - ATIVIDADES

Iremos realizar um estudo sobre as atividades desenvolvidas pela empresa que deverão ser executadas pelo sistema. Para tornarmos o trabalho mais simples e mais fácil de ser compreendido iremos decompor as atividades em atividades elementares até atingirmos um nível de detalhamento onde possamos descrever uma atividade com poucas linhas de procedimento. Isto será de grande utilidade para realizarmos uma modelagem precisa do problema real.

Para estudarmos as atividades utilizaremos a análise estruturada que é uma técnica de modelagem da realidade com especificações precisas, permitindo uma validação do modelo junto ao usuário. Esta técnica baseia-se nos Diagramas de Fluxos de Dados (D.F.D.).

4.3.1 - DIAGRAMA DE FLUXO DE DADOS

O diagrama de fluxo de dados é uma ferramenta Top-Down, isto é, inicia o estudo do problema no nível mais alto de abstração e se estende sucessivamente para os níveis de maior detalhamento. Eles utilizam recursos gráficos para realizar uma modelagem de processos, evitando múltiplas interpretações por utilizar apenas quatro símbolos gráficos de modo padronizado. Estes símbolos irão representar os seguintes componentes: Fluxo de Dados, Processos, Agentes Externos e Armazenamentos.

4.3.1.1 - Fluxo de Dados, Processos, Agentes Externos e Armazenamentos

Fluxo de dados é um componente que flui entre os componentes de um DFD e é utilizado para transportar dados. Ele é representado através de uma seta, contendo o nome do fluxo de dados, conforme pode ser visto na ilustração da próxima página.



Figura 4.7 Simbologia e exemplo de um fluxo de dados

(Elaborado pelo Autor)

O fluxo de dados pode possuir uma seta de dois sentidos indicando haver passagem de dados tanto de ida quanto de volta entre os elementos.

Processos são procedimentos que visam transformar os dados de entrada em dados de saída. Eles podem ser de qualquer tipo de natureza como aritmética, lógica, etc... e são representados através de um retângulo com as bordas arredondadas, com o nome do processo escrito no seu interior conforme é ilustrado abaixo.

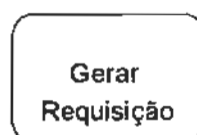


Figura 4.8 Simbologia e exemplo de um processo

(Elaborado pelo Autor)

Agentes Externos são todas as organizações, sistemas ou pessoas que interagem com o sistema através do envio ou recebimento de fluxo de dados. Os procedimentos executados por estes agentes não são estudados pelo sistema, isto é, estão fora do seu escopo. Ele é representado por um quadrado, com o nome do agente externo escrito no seu interior, conforme é ilustrado abaixo.



Figura 4.9 Simbologia e exemplo de um Agente Externo

(Elaborado pelo Autor)

Os depósitos de dados são os locais onde os dados serão preservados por um determinado período. Isto ocorre quando existe um lapso de tempo entre a execução de dois processos, sendo necessário armazená-los para posterior utilização dos mesmos. Ele é representado por um retângulo sem a linha lateral direita, com o nome do depósito escrito em seu interior. Ele representa a entidade no modelo de dados. Sua ilustração é mostrada abaixo:

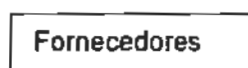


Figura 4.10 Simbologia e exemplo de um depósito de dados

(Elaborado pelo Autor)

4.3.1.2 - A construção de um DFD a partir do diagrama funcional

O diagrama funcional consiste em uma decomposição hierárquica das atividades possibilitando uma visão mais abrangente de um certo processo gerencial. Para o caso do CPD da empresa estudada teremos o seguinte diagrama funcional:

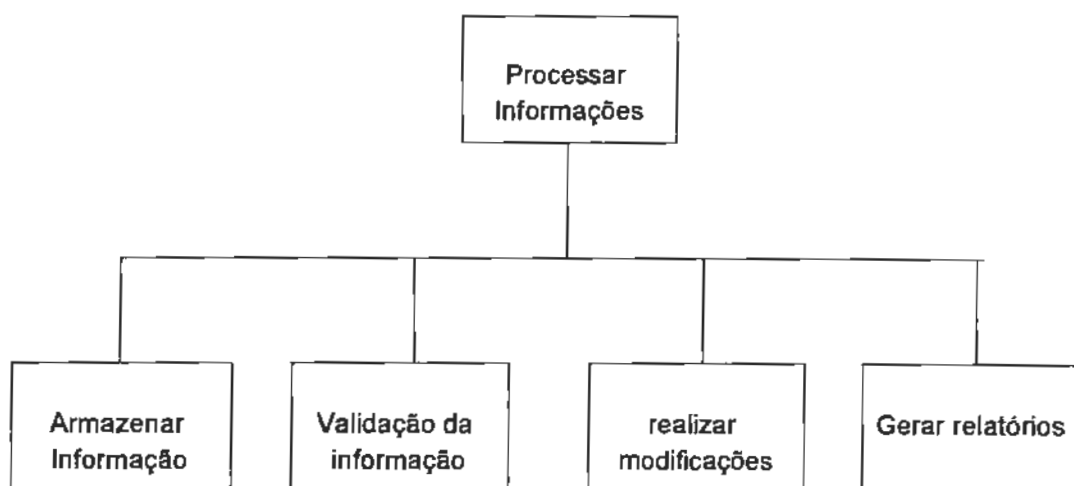


Figura 4.11 Diagrama Funcional da Área de C.P.D.

(Elaborado pelo Autor)

Os DFD's deverão manter a consistência com os diagramas funcionais complementando-os com o fluxo de dados que serão passados entre os processo e os dados que serão armazenados. E, assim, poderá se ter uma visão abrangente do processo juntamente com o seu detalhamento.

Os DFD's deverão possuir vários níveis conforme o diagrama funcional. No caso em estudo, este possuirá apenas dois níveis. O primeiro que também é chamado de diagrama de contexto conterá o processo gerencial de processamento das informações, as entidades externas e os fluxos de dados entre elas. Este é mostrado abaixo:

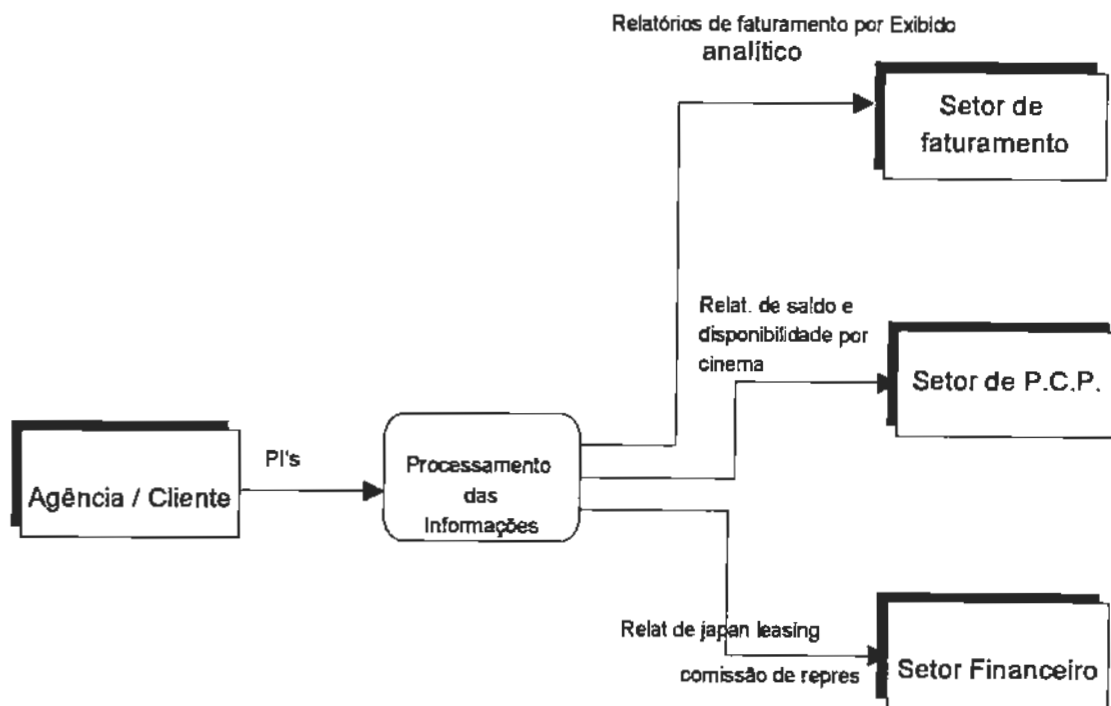


Figura 4.12 D.F.D. de primeira ordem

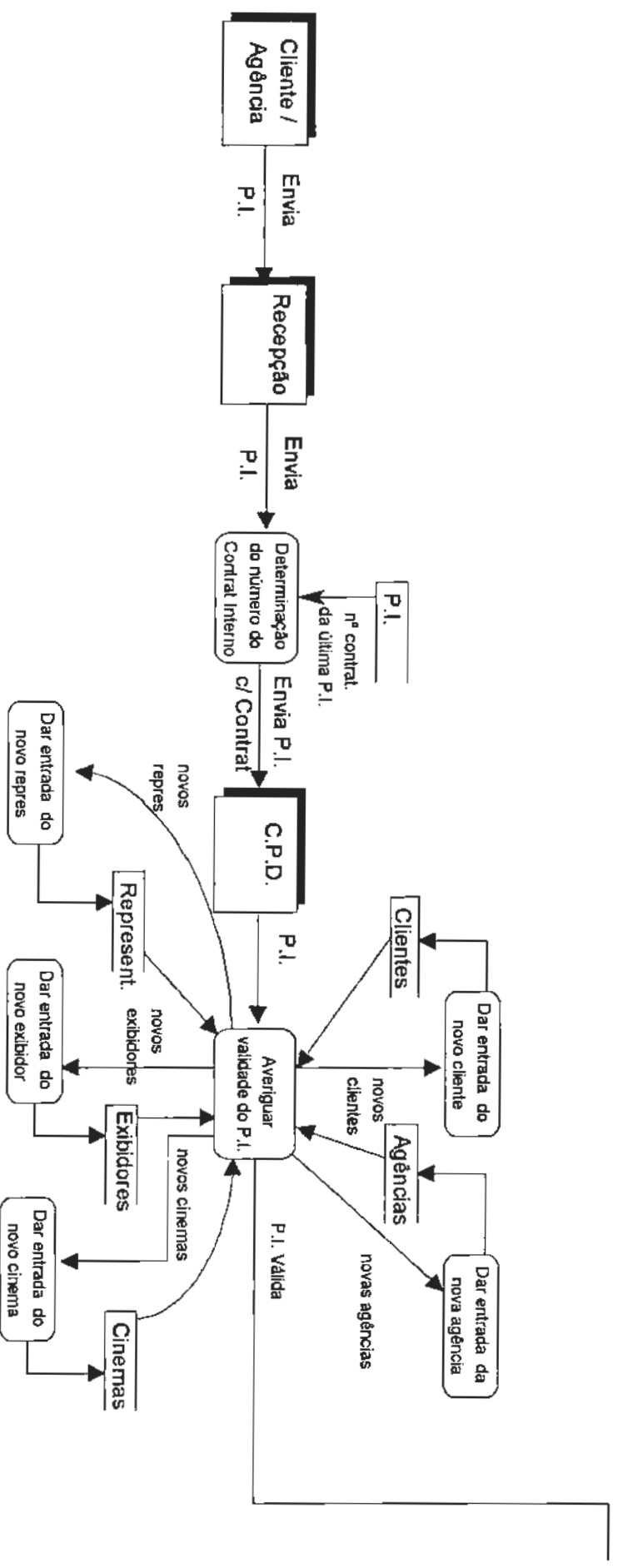
(Elaborado pelo Autor)

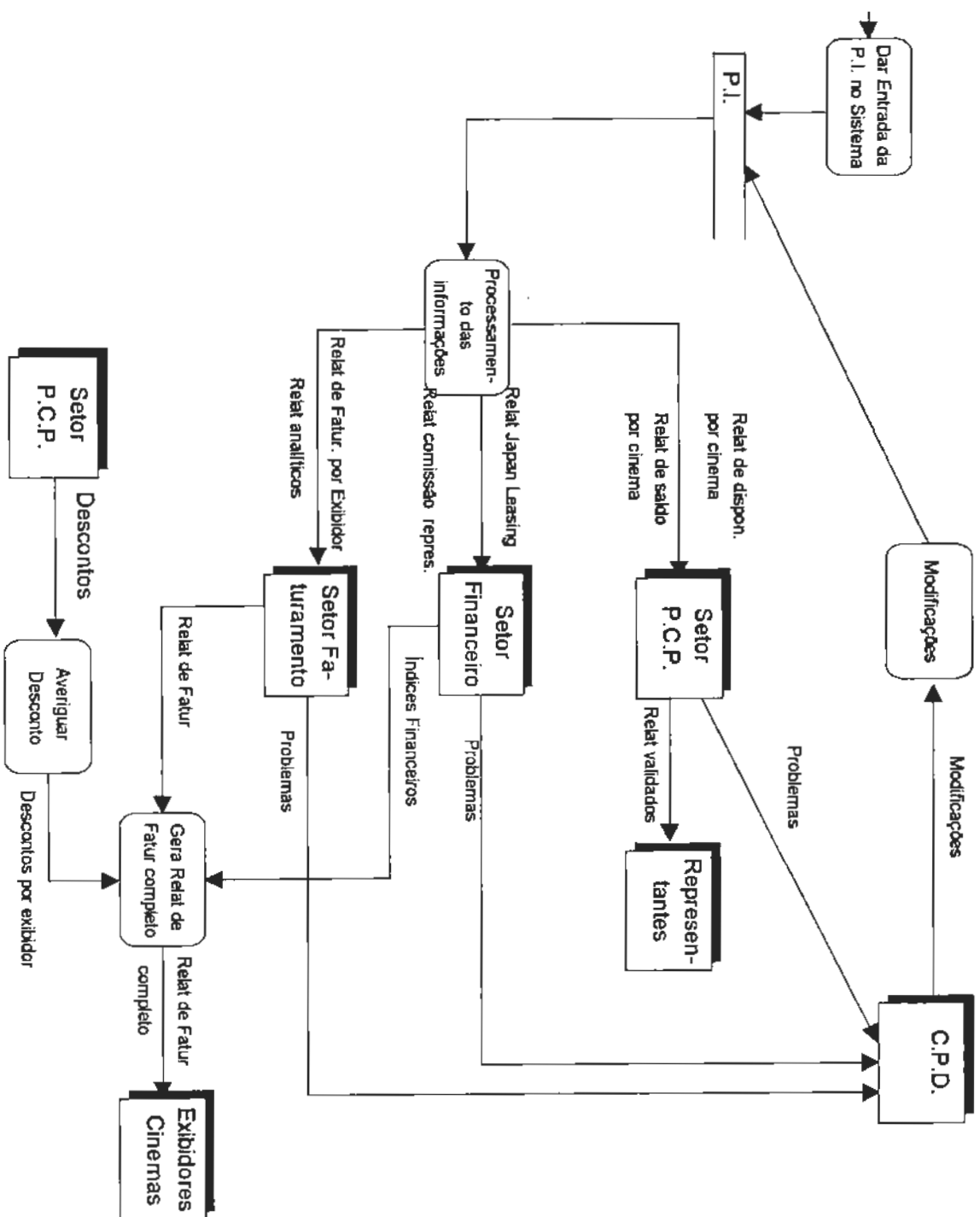
Este primeiro nível do DFD permite fazer uma análise do processo como um todo, verificando-se os limites do sistema e o seu funcionamento geral. Como pode ser visto a principal função do C.P.D. é processar as informações e gerar relatórios para todas as áreas.

O segundo nível do DFD mostrará com maior detalhamento o processo indicando no primeiro nível de modo que este alcance uma especificação adequada. Ele mostra como eram as atividades ligada ao setor de CPD quando a empresa trabalhava com o antigo sistema.

O segundo nível do DFD é mostrado na próxima página e na página seguinte é descrito os processos contidos.

Diagrama de Fluxo de Dados





O processo inicia-se quando a PI chega na Paris. Ela é recebida pela recepção que determinará um número de contrato interno que será utilizado para o controle da mesma. Este número é sequencial, por isso deve-se consultar a última PI entrada. Depois ela é enviada ao departamento de CPD, onde será verificado a validade da mesma. Caso ela não possua um cliente e/ou agência e/ou cinemas e/ou exibidor e/ou representante, será feito o cadastramento com todas as informações pertinentes. Nesta fase é verificado se a PI não possui dados errados ou inválidos. Depois de validada, a PI será lançada no sistema de processamento de dados, sendo armazenada no depósito de dados que decidimos chamar de PI. As informações contidas neste arquivo serão processadas gerando os vários relatórios do sistema: os relatórios de saldos e disponibilidades por cinema serão enviadas para o setor comercial. Caso este setor verifique alguma irregularidade ou problema, modificações serão transmitidas ao setor de CPD para realizarem na PI. Estes relatórios serão posteriormente enviados aos representantes de modo que estes saibam o espaço que eles podem vender. O processamento dos valores monetários do arquivo de PI gerarão os relatórios de Japan Leasing e o relatório de comissão de representante que serão analisados pelo setor financeiro. Se problemas forem encontrados, serão comunicados ao setor de CPD para correções. Os relatórios de faturamento e analítico por exibidor serão analisados pela área de faturamento, havendo problemas, serão comunicados ao CPD para modificações. O relatório de faturamento que está incompleto será terminado neste setor, recebendo informações dos descontos por exibidor do setor de programação, dos índices financeiros do setor financeiro e dos descontos de bonificação de clientes e agências do CPD. Este relatório será então enviado para os exibidores.

Apartir do DFD e do modelo de dados já possuímos condições de contruir o sistema projetado. Esta fase será explicada no próximo capítulo.

CAPÍTULO 5

CONSTRUÇÃO, IMPLANTAÇÃO E RESULTADOS DO SISTEMA

CONSTRUÇÃO, IMPLANTAÇÃO E RESULTADOS DO SISTEMA

5.1 - INTRODUÇÃO

Depois de determinado o modelo de dados e as atividades que o sistema abrangerá, será realizado a construção propriamente dita do mesmo. Isto é, será estabelecido o modelo físico dos dados e das atividades que estarão à disposição dos usuários para acesso e registro das transações de sua área de negócio.

5.2 - LINGUAGEM ESCOLHIDA

A linguagem escolhida para a construção do sistema foi o Clipper 5.01. Ela foi escolhida por ser uma linguagem poderosa que permite grande flexibilidade, rapidez, programação modular, uma boa interface com o usuário e um hardware menos exigente. Além disso, o programador possui conhecimento e experiência em programação nesta linguagem.

5.3 - TÉCNICAS DE PROGRAMAÇÃO

A técnica utilizada na programação foi uma mescla de programação por objeto e a programação modular. Elas possibilitam reaproveitar as funções utilizadas pelo sistema, diminuindo o número de linhas de programação e facilitando as manutenções.

A empresa em que se realiza o estágio já possui uma plataforma de trabalho que facilitou muito o processo de programação. Esta plataforma de trabalho padroniza todas as telas de entrada e as atividades que a compõem (adicionar, modificar, procurar, deletar, retirar, listar e imprimir); possui uma série de funções que sempre são utilizadas, como verificação de consistência (exemplo: verificar quando o usuário cadastra um cliente se este já está cadastrado) e outros recursos e facilidades que serão explicadas nos próximos itens.

5.4 - APRESENTAÇÃO GERAL DO SISTEMA

O sistema foi dividido em 6 módulos principais: util, parâmetros, movimentação, cálculos e relatórios. Cada módulo principal possui seus submódulos. Um modelo da tela do sistema é mostrado logo abaixo.

----- Sistema de Controle de Pedido de Insercao -----
Util Parametros Movimentacao Calculos Relatorios Fim

F1 - Help F3 - Calc F4 - Opcoes F5 - Acesso Nivel - 1

Figura 5.1 Modelo da tela de entrada do sistema

(Elaborado pelo Autor)

5.4.1 - MÓDULO ÚTIL

O módulo Útil possui a finalidade de processar e apresentar informações gerais sobre o sistema. Ele possui os seguintes submódulos: apresentação, editor, informações, reordenação e instalação. A apresentação apenas mostra o nome do sistema, o nome da empresa, a versão e a sua data. O editor possibilita ver os arquivos na tela, como será melhor explicado posteriormente. Informações apresenta algumas informações como data de hoje, horário e outros. Reordenação irá reordenar os arquivos. Isto se torna necessário quando há algum problema nos índices que costuma ocorrer quando há falta de luz. O último submódulo tem a função de adequar a impressora e papel nos quais serão imprimidos os relatórios.

5.4.2 - MÓDULO PARÂMETROS

O módulo parametros é responsável pela entrada de dados dos arquivos que compõe os parâmetros do sistema, são eles : representantes, agências, clientes, exibidores, cinemas e transportadoras de fitas. Cada arquivo será responsável por um submódulo com o mesmo nome do arquivo. Iremos apresentar e explicar a tela de entrada de exibidores para mostrar como é feita o cadastramento. Deve-se ressaltar que a entrada dos outros arquivos deste módulo são realizadas de modo semelhante. A tela de cadastramento de exibidores é mostrada na próxima página, apresentando um exemplo de um exibidor cadastrado.

----- Sistema de Controle de Pedido de Insercao -----

Util **Parametros** Movimentacao Calculos Relatorios Fim

Cadastro de Exibidores

Codigo : 001	
Razao Social: GRUPO INTERNACIONAL CCO.LTDA - (PARIS)	
Endereco : AV.PACAEMBU, 1.706	
Bairro : PACAEMBU	Cep : 01234-000
Municipio : SAO PAULO	Estado : SP CGC : 60.458.981/0001-47
Insc Est :	Insc Mun : Tel : (0011)864-3155
Fax : (0011)872-4498 Comissao Cinemidia : 35,0% A/C :	

Adiciona	Modif	Procura	Del/rec	Retira	Lista	Imprime
----------	-------	---------	---------	--------	-------	---------

F1 - Help F2 - Menu F3 - Calc F4 - Opcoes Nivel - 1

Figura 5.2 - Tela de Cadastramento dos Exibidores

(Elaborado pelo Autor)

Esta tela possui na sua parte inferior uma série de comandos que possibilitaram cadastrar e manipular este arquivo. O comando **Adiciona** permite que o usuário adicione um novo exibidor ao arquivo, já o comando **Modif** permite modificar os atributos do exibidor mostrado na tela. O comando **Procura** quando acionado solicitará ao usuário entrar com o código do exibidor procurado, caso se entre com um código não existente o computador emitirá uma mensagem avisando o usuário, caso exista o código aparecerá na tela o exibidor com aquele código. Um outro modo de procurar este exibidor é através das teclas ↑, ↓, Page Up e Page Down. Apertando a tecla ↓ aparecerá o registro posterior segundo o arquivo esteja ordenado. No caso do arquivo de exibidor do exemplo mostrado acima, apareceria caso existisse o exibidor com código 002. A tecla ↑ moverá o arquivo para um registro acima enquanto que as teclas Page Up e Page Down movem o arquivo dez registros para cima e baixo respectivamente. O comando

Del/Rec quando acionado, marcará o registro para posterior retirada física do arquivo ou desmarcará-lo caso ele já esteja marcado. O registro deletado aparecerá com um * na frente do seu primeiro atributo. O comando **Retira** como o próprio nome diz retirará os registros do arquivo que estejam marcados para deleção. O comando **Lista** permitirá uma consulta ao arquivo que se esteja cadastrando. Ele mostrará uma tela com todos os atributos e os registros do arquivo, podendo-se andar através dos registros e atributos através das teclas de movimentação. Temos, finalmente o comando **Imprime**. Quando acionado, este comando pedirá ao usuário entrar com o parâmetro inicial e final a ser imprimindo e depois solicitará ao usuário entrar com o destino da impressão, que pode ser Impressora ou arquivo txt. Caso o destino seja o arquivo txt, a listagem dos exibidores e suas entidades poderá ser visualizada no editor do módulo útil.

Antes de continuarmos a explicar os módulos do sistema é importante explicar as funções das teclas F1, F2, F3 e F4 que são mostradas na parte inferior da tela do sistema. A tecla F1 permite acesso a uma pequena explicação do sistema. A tecla F2 permite ao usuário estando dentro de uma janela acionar outra janela. Assim, caso o operador esteja cadastrando uma PI (dentro da janela de cadastramento de PI) e o computador informe que o cinema não está cadastrado (isto é ele é um novo cinema), basta apenas apertar a tecla F2 acionar a janela de cadastramento de cinemas, cadastrar o cinema e quando ele retornar a tela inicial, o cursor estará no mesmo ponto em que ele saiu esperando que ele cadastre o cinema. Assim, não há necessidade de sair da tela de cadastramento de PI. A tecla F3 acessará uma calculadora que poderá ser utilizada a qualquer momento, sendo também possível movê-la. A tecla F4 permite consultas na hora do cadastramento. Caso o usuário esteja cadastrando uma PI e ele não saiba o código da agência, não há necessidade de sair da janela acionar a janela de agências para procurar o seu código, basta pressionar a tecla F4 que abrirá uma nova janela com os códigos e os nomes das agências. O usuário poderá então procurar a agência e selecioná-la.

5.4.3 - MÓDULO DE MOVIMENTAÇÃO

O módulo de movimentação apresenta os arquivos que alimentarão o sistema de informação. São aqueles arquivos que estarão sempre sendo movimentados: PI, PI-Filmes, PI-Cinemas, Desconto, Desconto-Transp., Índices e Índices-Valores. Eles foram colocados em 4 submódulos: Lançamentos de PI (PI e PI-Filmes), Lançamentos de PI-Cinemas (PI-Cinemas), Descontos (Desconto e Desconto-Transp.) e Índices (Índices e Índices-Valores). Os submódulos Lançamentos de PI e Lançamentos de PI-Cinemas apesar de estarem em submódulos diferentes estão totalmente interligados, sendo esta separação realizada apenas pela impossibilidade de colocar as três janelas correspondentes aos três arquivos na mesma tela (cada arquivo normalmente possui uma janela).

Mostraremos abaixo o submódulo de lançamentos de PI explicando como é feito os lançamentos. Os outros submódulos seguem o mesmo processo com alguns pequenos detalhes diferentes que serão explicados posteriormente.

```

----- Sistema de Controle de Pedido de Insercao -----
Util Parametros Movimentacao Calculos Relatorios Fim

Lancamentos de PIs
+-----+
| No. Contrato: 000.001 PI/MR: PI Cliente: ABRIL S/A Agencia: |
| Repres: SAO PA Ano: 1993 C/S Inicial: 43 Final: 47 Tab. Preco: |
| Meios Pag: E Com. Agenc: 20,0% No. Aut: Desc: S Dupl: |
| Venc.: 01/01/94 Valor Aut: 0,00 Pago: N Pagam.: 01/01/94 |
+-----+
|Codigo Titulo          Dur Nome do Produto |
| A QUATRO RODAS       30  ABRIL |
| B SUPER INTERESSANTE 30  ABRIL |
| R REVISTA REJA       30  ABRIL |
+-----+
| Adiciona Modif Procura Del/rec Retira Lista Imprime Cinemas |
+-----+

```

F1 - Help F2 - Menu F3 - Calc F4 - Opcoes

Nivel - 1

Figura 5.3 - Tela do Lançamentos de PI's

(Elaborado pelo Autor)

A grande diferença deste lançamento para o cadastramento do módulo de parâmetros é que neste existem dois arquivos relacionados enquanto no outro existe apenas um. Como consequência a tela apresentará duas partes que apesar de trabalharem em conjunto possuem tratamento diferenciado. Elas são divididas por uma

linha contínua como pode ser visto na página anterior. Os comando são os mesmos do módulo de parâmetros com exceção do comando Cinemas que é uma exclusividade desta tela e que será explicado posteriormente.

Para passar de uma parte da tela para outro basta apenas apertar a tecla **Tab**. Quando se está na parte inferior da tela aparecerá uma linha branca nesta parte da tela, quando se está na parte superior esta linha não aparecerá. Como foi explicado anteriormente cada parte da tela possui tratamento diferenciado, assim, se o usuário estiver na parte de cima da tela e acionar o comando **Modif**, ele poderá modificar apenas os atributos da tela de cima (arquivo PI), caso ele esteja na parte de baixo ele poderá modificar apenas os atributos da tela de baixo (arquivo PI-Filmes). O comando **Imprime** terá o mesmo efeito independente da tela em que se esteja, e listará as PI's e os filmes das mesmas. O comando **Adiciona** na parte de cima da tela integra as duas partes da tela e é também capaz de interligar o submódulo Lançamentos de PI-Cinemas. Quando acionado ele permitirá ao usuário lançar a PI na parte de cima da tela, quando terminar de cadastrar todos os atributos da tela de cima, ele automaticamente passa para a tela de baixo. Depois de lançar todos os filmes daquela PI o usuário pode cadastrar os cinemas bastando para isso colocar o caracter \ no atributo código (da propaganda). Quando isto for feito o computador irá ao submódulo de lançamentos de PI-Cinemas permitindo ao usuário cadastrar os cinemas, filmes e cinesemanas daquela PI. Depois de colocado os cinemas, basta digitar novamente o caracter \ sobre o atributo nome do cinema que o computador retornará ao Lançamentos de PI, permitindo que o usuário cadastre outro PI. Isto permite que o operador lance uma PI de modo rápido, prático e sem erros, otimizando o aproveitamento de seu tempo. O comando **Cinemas** integra este submódulo com o de Lançamentos de PI-Cinemas. Acionado-o ele ativará o submódulo de Lançamentos de PI-cinemas mostrando os cinemas da PI com os quais se estava trabalhando no submódulo anterior, permitindo realizar todas as operações com os mesmos comandos (Adicionar, Modif, etc...). A tela de lançamentos de PI-Cinemas correspondente a tela mostrada de lançamentos de PI é mostrado na próxima página:

----- Sistema de Controle de Pedido de Insercao -----
 Util Parametros Movimentacao Calculos Relatorios Fim

Lancamentos de Pls

No. Contrato : 000.001										Cliente : ABRIL S/A										Agencia :																																																											
Cinema	Municipio	Peca	Caract	43	44	45	46	47																																																																							
ARICANDUVA 5	SAO PAULO	B	N	X																																																																											
ARICANDUVA 6	SAO PAULO	B	N		X																																																																										
ART 1	SALVADOR	A	N			X																																																																									
ART TIJUCA	RIO DE JANEIRO	A	N			X																																																																									
BELAS ARTES 1	SAO PAULO	A	N			X																																																																									
BELAS ARTES 1	SAO PAULO	B	N				X	X																																																																							
BELAS ARTES 1	SAO PAULO	R	N	X																																																																											
Adiciona										Modif										Procura										Del/rec										Retira										Lista										Imprime										Camp									

F1 - Help F2 - Menu F3 - Calc F4 - Opcoes

Nivel - 1

Figura 5.4 - Tela do Lançamentos de PI's

(Elaborado pelo Autor)

5.4.4 - MÓDULO DE CÁLCULOS

O módulo de cálculos possui apenas um submódulo: o de Cinesemanas. A função dele é armazenar o ano e o primeiro dia da primeira cinesemana deste ano. Apartir destes dados ele calcula todos os períodos de datas das cinesemanas do ano que serão utilizados em vários relatórios do sistema.

5.4.5 - MÓDULO DE RELATÓRIOS

O módulo de relatórios possui todos os relatórios exigidos ao sistema projetado. É importante salientar que para tornar os relatórios e consequentemente o sistema mais flexível, todos eles possuem parâmetros de entrada que permitem ao usuário determinar apenas as informações que ele necessite. Assim, por exemplo, no relatório de faturamento por exibidor o usuário deverá entrar a data inicial, final e o exibidor inicial e final, gerando um relatório com um intervalo de datas e segundo um intervalo de exibidores. No antigo sistema, não era possível determinar um intervalo de exibidores e por isso toda vez que tivesse que gerar este relatório, todos os exibidores eram listados mesmo que se desejasse apenas um deles. Neste caso o sistema projetado economiza tempo e papel.

5.4.6 - MÓDULO FIM

Este módulo tem como única função terminar o sistema e voltar ao sistema operacional do computador.

5.5 - TESTES PRELIMINARES E IMPLANTAÇÃO

O sistema ao longo de seu desenvolvimento teve uma participação e acompanhamento intenso da Paris Ltda, já que o sucesso do mesmo só se foi possível devido a integração intensa entre o usuário e o projetista. Por isso, a medida que as telas foram sendo feitas, testes já eram realizados pelos usuários. Assim, os problemas foram detectados e solucionados ao longo do processo de desenvolvimento, o que explica a rapidez e eficiência com que o sistema foi implantado. Os dados dos testes eram reais o que o tornava muito mais eficiente e quando o sistema foi implantado não houve qualquer tipo de adaptação ou mudança brusca já que os usuários já haviam trabalhado e testado o sistema.

5.6 - RESULTADOS

Os resultados foram excelentes na medida em que foram além das expectativas da Paris Ltda.

Todos os relatórios que estavam no outro sistema, estão contidos no projetado e muitos deles foram aperfeiçoados, tornaram-se mais flexíveis, com mais informações e com um layout mais funcional. Os relatórios gerados pelo sistema podem ser visto no Anexo IV - Outputs gerado pelo sistema de controle de inserção.

O principal relatório gerado pela empresa, o de faturamento por exibidor, passou a ser gerado praticamente on line, enquanto que no outro sistema demorava-se aproximadamente 2 horas para serem gerados, os relatórios para todos os exibidores. Além disso, todas as contas finais que incluíam os descontos a serem considerados para cada exibidor eram feitas de modo manual, com o novo sistema passaram a ser feitas automaticamente.

No relatório de disponibilidade por cinemas, foi acrescentado uma tabela estatística com a quantidade de cinemas por faixa de disponibilidade de tempo. O que permite facilmente detectar o nível de utilização dos espaços.

Foram gerados relatórios que antes eram executados manualmente tomando grande parte de tempo dos funcionários e permitindo margem de erro. São eles: Contas a receber e Confirmação de exibição. O primeiro era realizado pelo setor Financeiro e o segundo pelo setor Comercial. Desenvolveu-se um relatório que antes não existia: o relatório de controle de PI. Este relatório sugerido ao cliente permitiu acabar com um problema muito sério que ocorria ocasionalmente na empresa, a perda de PI's. Como não existia qualquer controle das PI's que entravam na empresa, algumas delas acabavam se perdendo ou mesmo sumindo, ocasionando grande problemas. O relatório proposto e implantado funciona de modo muito simples: ele lista as PI's de modo sequencial de seu número do contrato interno, informando as PI's que se perderam; considera-se as PI's que se perderam aquelas em que a ordem sequencial seja quebrada. Por exemplo, se são listadas as PI's 000.987 e 000.989, considera-se que a PI de número de contrato interno 000.988 se perdeu. Isto é possível, porque a primeira atividade que se faz quando a PI chega é se colocar o número do contrato interno sequencial. Este relatório controlando a entrada de PI's solucionou um problema de grande gravidade já que a perda de uma PI resultava às vezes, quando o problema não era detectado a tempo, a não veiculação de urna ou mais propagandas em vários cinemas, o que deixava os clientes/agências profundamente insatisfeitos, podendo ter consequências drásticas como a perda dos mesmos.

Temos outro aspecto incorporado pelo sistema que ajudou muito a empresa a solucionar outro grave problema: o argolamento. Tomando como parâmetro a T.V., a Paris determinou o tempo limite de veiculação de comercial em um cinema, isto é, até quanto tempo uma pessoa está disposta a assimilar a propaganda antes de iniciar o filme. Este tempo foi estipulado em 360 segundos, ou 6 minutos. O argolamento é quando o tempo de propaganda ultrapassa o estipulado. Com o antigo sistema, não havia indicação que este tempo havia ultrapassado quando se lançava uma PI. Os representantes não dispunham também de informações atualizadas para saber se eles poderiam vender ou não as cinesemanas nos cinemas. O que acontecia frequentemente era que os cinemas mais famosos veiculassem até 10 minutos de comercial. Isto causava uma degradação da imagem da empresa no mercado, pois os espectadores se irritavam com o tempo de propaganda prejudicando o anunciante que constantemente reclamava da Paris. Isto foi resolvido no sistema projetado, na medida em que o sistema emite um aviso comunicando o argolamento e medidas são tomadas para que isto não ocorra (principalmente mudança da propaganda para outro cinema que é determinada pela área de P.C.P.).

Além dessas vantagens possibilitadas pelo novo sistema, após a sua implantação outros relatórios foram sendo solicitados a medida em que a Paris Ltda verificava suas necessidades. Assim, foram solicitados 4 outros relatórios: clientes no ar, preço unitário médio, autorização de fiscalização e etiquetas (ver anexo IV).

O relatório de clientes no ar possibilita verificar todos os clientes que estão veiculando propagandas nas cinesemanas desejadas que é uma informação muito importante para a área comercial. O relatório de preço unitário médio possibilita verificar qual o preço médio em que 30 segundos de uma cinesemana está sendo vendida. A Paris Ltda não possuía qualquer controle das vendas das PI's. Através deste relatório pode-se saber qual o preço médio, podendo ser este em dolar ou real, vendido por cada representante, controlando também a atuação de cada representante. Este relatório se torna de extrema importância na medida em que ele detecta se algum representante está vendendo os espaços a um preço muito baixo, o que provavelmente indicaria que ele poderia estar fazendo um acordo com o cliente de modo que ele vendesse o espaço mais barato e para isso estaria recebendo dinheiro ilegal do cliente. As etiquetas foram desenvolvidas com intuito de automatizar as operações de correspondências. Elas podem ser feitas para os clientes, as agências e os exibidores, partindo das informações dos respectivos arquivos. O último relatório requerido o de autorização de fiscalização foi o que mais exigiu esforço, porém o benefício proporcionado validou a sua realização. Este relatório é emitido para permitir aos clientes e/ou agências fiscalizar as propagandas. Nesta autorização é necessário que seja especificado os funcionários responsáveis do exibidor perante a autorização. Para isso, foi necessário criar mais um arquivo para armazenar estes nomes, Exib-func. Além disso, alguns exibidores exigem que a autorização seja feita para cada cinema, enquanto

outros permitem vários cinemas na mesma autorização; alguns exibidores permitem que a própria Paris Ltda emita a autorização para fiscalização e outros não permitem, exigindo que a empresa emita um pedido de autorização de fiscalização para que ele emita a autorização. Assim, dois outros atributos foram colocados no arquivo de exibidores para diferenciarem os exibidores: Tp-autorização e Tp-pedido. O arquivo Exib-func possui a seguinte estrutura:

	Exib-Func.
	Attributes Types
	<1-1>Cd-Exibid
	<1-1>Nm-Func

Figura 5.5 - Estrutura do arquivo de Exib-func

(Elaborado pelo Autor)

Apartir destas modificações foi possível realizar as autorizações. Deve-se ressaltar que este relatório permitiu economizar dois dias de trabalho da semana de duas funcionárias da empresa. Isto ocorria porque, essas funcionárias tinham que digitar dezenas de autorizações por semana, apesar de serem feitas em um editor de texto, várias alterações eram feitas de uma autorização para outra, ocasionando uma perda de tempo excessiva.

Com relação ao tempo de lançamentos de PIs, verificou-se que o novo sistema é muito mais rápido e eficaz. Fez-se até um teste para indicar o aumento de desempenho, lançando-se uma PI e calculando-se o tempo em cada um dos sistemas. O novo sistema foi em torno de 50% mais rápido, e o usuário verificou que a ocorrência de erros é muito menor.

O sistema, portanto, permitiu padronizar uma série de atividades e tarefas, agilizou todo o sistema de informação da empresa, permitiu obter várias informações de grande importância que antes não eram analisadas, diminui a possibilidade de erros e permitiu aos funcionários, ao automatizar as tarefas repetitivas, mais tempo para realizarem as tarefas mais complexas. Portanto, houve uma aumento da qualidade da

produtividade, da confiabilidade e da eficiência. Além disso o sistema conseguiu abranger todas as necessidades de informações da área, diminuindo os problemas, e fazendo com que os objetivos da área fossem alcançados de modo mais eficaz.

CAPÍTULO 6

SISTEMA DE PROGRAMAÇÃO E CONTROLE DE FITAS

SISTEMA DE PROGRAMAÇÃO E CONTROLE DE FITAS

6.1 - INTRODUÇÃO

Finalizado e implantado o sistema de controle de pedido de inserção que iremos chamar simplesmente de CPI, iniciou-se o processo de escolha da próxima área a ser informatizada. Este processo acabou não sendo necessário, já que a Paris tinha conhecimento da área mais crítica e indicou que fosse esta a ser informatizada. A área determinada foi a de programação de fitas ou P.C.P.. Esta não possuía nenhum sistema que processasse as informações, sendo todas operações realizadas manualmente, ocasionando uma série de problemas de qualidade, de falta de informações, de falta de padronização com as PI's lançadas e de flexibilidade. Para prosseguir nesta próxima etapa do projeto, a Paris adquiriu um sistema de rede cliente-servidor, possibilitando que os dados fossem compartilhados entre todas as áreas e viabilizando o novo sistema.

6.2 - PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

O planejamento estratégico para este sistema torna-se mais fácil, já que não será necessário a primeira fase da primeira etapa, que foi desenvolvida no primeiro sistema, que corresponde a determinação das estratégias empresariais, das necessidades de informações e problemas enfrentados pela empresa. O levantamento das informações e a modelagem de dados será realizado seguindo o mesmo princípio do primeiro sistema.

6.2.1 - LEVANTAMENTO DAS INFORMAÇÕES

Seguindo a mesma metodologia utilizada no sistema de controle de pedido de inserção foi realizado entrevistas com os funcionários da área P.C.P.. Neste caso foi necessário realizar também entrevistas com os funcionários da área de edição, pois a programação de fitas será executada pela edição, tendo portanto interesse também na informatização desta. O procedimento de entrevista será o mesmo .

Através do preenchimento do questionário pelos funcionários entrevistados serão obtidas todas as informações necessárias para o desenvolvimento do trabalho. Ele apresentará as relações entre os objetivos da empresa e os objetivos da área de Programação de fitas, verificando se os mesmos estão compatíveis; os fatores críticos de sucesso da área serão então fixados de forma a atingir os objetivos da área, sendo mostrado a relação entre ambos; os problemas mais significativos para que os fatores críticos de sucesso possam ser atingidos e detectados e por fim as necessidades de informação serão obtidas apartir dos fatores críticos de sucesso. O resultado das entrevistas serão mostradas nas próximas páginas através de um questionário padrão preenchido que incorpora a análise de todas as entrevistas.

8

1. Ampliar sua linha de produtos

- ## 2. Ampliar o número de clientes

- ### 3. Satisfazer clientes / produtos oferecidos

- #### 4. Satisfazer os Exibidores

- 5

- 5

- | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33 | 34 | 35 | 36 | 37 | 38 | 39 | 40 | 41 | 42 | 43 | 44 | 45 | 46 | 47 | 48 | 49 | 50 | 51 | 52 | 53 | 54 | 55 | 56 | 57 | 58 | 59 | 60 | 61 | 62 | 63 | 64 | 65 | 66 | 67 | 68 | 69 | 70 | 71 | 72 | 73 | 74 | 75 | 76 | 77 | 78 | 79 | 80 | 81 | 82 | 83 | 84 | 85 | 86 | 87 | 88 | 89 | 90 | 91 | 92 | 93 | 94 | 95 | 96 | 97 | 98 | 99 | 100 | 101 | 102 | 103 | 104 | 105 | 106 | 107 | 108 | 109 | 110 | 111 | 112 | 113 | 114 | 115 | 116 | 117 | 118 | 119 | 120 | 121 | 122 | 123 | 124 | 125 | 126 | 127 | 128 | 129 | 130 | 131 | 132 | 133 | 134 | 135 | 136 | 137 | 138 | 139 | 140 | 141 | 142 | 143 | 144 | 145 | 146 | 147 | 148 | 149 | 150 | 151 | 152 | 153 | 154 | 155 | 156 | 157 | 158 | 159 | 160 | 161 | 162 | 163 | 164 | 165 | 166 | 167 | 168 | 169 | 170 | 171 | 172 | 173 | 174 | 175 | 176 | 177 | 178 | 179 | 180 | 181 | 182 | 183 | 184 | 185 | 186 | 187 | 188 | 189 | 190 | 191 | 192 | 193 | 194 | 195 | 196 | 197 | 198 | 199 | 200 | 201 | 202 | 203 | 204 | 205 | 206 | 207 | 208 | 209 | 210 | 211 | 212 | 213 | 214 | 215 | 216 | 217 | 218 | 219 | 220 | 221 | 222 | 223 | 224 | 225 | 226 | 227 | 228 | 229 | 230 | 231 | 232 | 233 | 234 | 235 | 236 | 237 | 238 | 239 | 240 | 241 | 242 | 243 | 244 | 245 | 246 | 247 | 248 | 249 | 250 | 251 | 252 | 253 | 254 | 255 | 256 | 257 | 258 | 259 | 260 | 261 | 262 | 263 | 264 | 265 | 266 | 267 | 268 | 269 | 270 | 271 | 272 | 273 | 274 | 275 | 276 | 277 | 278 | 279 | 280 | 281 | 282 | 283 | 284 | 285 | 286 | 287 | 288 | 289 | 290 | 291 | 292 | 293 | 294 | 295 | 296 | 297 | 298 | 299 | 300 | 301 | 302 | 303 | 304 | 305 | 306 | 307 | 308 | 309 | 310 | 311 | 312 | 313 | 314 | 315 | 316 | 317 | 318 | 319 | 320 | 321 | 322 | 323 | 324 | 325 | 326 | 327 | 328 | 329 | 330 | 331 | 332 | 333 | 334 | 335 | 336 | 337 | 338 | 339 | 340 | 341 | 342 | 343 | 344 | 345 | 346 | 347 | 348 | 349 | 350 | 351 | 352 | 353 | 354 | 355 | 356 | 357 | 358 | 359 | 360 | 361 | 362 | 363 | 364 | 365 | 366 | 367 | 368 | 369 | 370 | 371 | 372 | 373 | 374 | 375 | 376 | 377 | 378 | 379 | 380 | 381 | 382 | 383 | 384 | 385 | 386 | 387 | 388 | 389 | 390 | 391 | 392 | 393 | 394 | 395 | 396 | 397 | 398 | 399 | 400 | 401 | 402 | 403 | 404 | 405 | 406 | 407 | 408 | 409 | 410 | 411 | 412 | 413 | 414 | 415 | 416 | 417 | 418 | 419 | 420 | 421 | 422 | 423 | 424 | 425 | 426 | 427 | 428 | 429 | 430 | 431 | 432 | 433 | 434 | 435 | 436 | 437 | 438 | 439 | 440 | 441 | 442 | 443 | 444 | 445 | 446 | 447 | 448 | 449 | 450 | 451 | 452 | 453 | 454 | 455 | 456 | 457 | 458 | 459 | 460 | 461 | 462 | 463 | 464 | 465 | 466 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|

- 9

- ### 1. Elaborar o mapa de programação

- ## 2. Control a entrada / saída de fitas

- ### 3. Fornecer disponibilidade de espaço

4. Fornecer soluções para setor comercial quanto alterações de P 1

- 5. Entregar o produto no prazo determinado (colocar etiquetas / relatório de fiscalização com a fita).**

- ## 6. Controlar a "veiculação" dos produtos cinematográficos

- 7.

-

Objetivos Área Funcional

							8.
							7.
							6. Controlar "veiculação" produtos cinematódia
							5. Entregar o produto no prazo determinado
							4. Fornecer soluções ref. alterações de P I
							3. Fornecer disponibilidade de espaço
							2. Controlar a entrada / saída de fitas
							1. Elaborar o mapa de programação
Fatores Críticos de Sucesso							
1. Disponibilidade quanto aos dados do P I (tempo hábil)							
2. Agilidade na comunicação com setor comercial							
3. Conhecimento de dados referentes as agências / clientes / produtos / exibidores							
4. Recebimento das fitas editadas dentro do prazo							
5. Recebimento das fitas agências / clientes							
6. Recebimento das fitas dos exibidores							
7. Eficiente Programação das propagandas nos cinemas							
8.							

Fatores Críticos de Sucesso

8.									
7. Efic. Program. das Propag. nos cinemas									
6. Recebimento das fitas dos exibidores									
5. Recebimento das fitas agências/clientes									
4. Recebimento das fitas editadas no prazo									
3. Conhecimento dos dados (ag/cle/pro/exib)									
2. Agilidade na comunicação (setor com)									
1. Disponibilidade quanto aos dados do P I									
Problemas									
1. Choque de produtos concorrentes	x	x	x					x	
2. Devolução das fitas dos exibidores							x		
3. Falta de espaço adequado para armazenamento de fitas				x	x	x	x		
4. Alterações de P I pelas agências		x						x	
5. Falta de linha telefônica					x	x	x		
6. Falta de micro computador	x	x	x	x	x	x	x		
7. Falta de mão de obra				x	x	x			
8. Dificuldade na leitura dos P I s / Alterações	x							x	

Fatores Críticos de Sucesso

Necessidades de Informação

8.									
7. Efic. Program. das Propag. nos cinemas									
6. Recebimento das fitas dos exibidores									
5. Recebimento das fitas agências/clientes									
4. Recebimento das fitas editadas no prazo									
3. Conhecimento dos dados (ag/clide/pro/exib)									
2. Agilidade na comunicação (setor com)									
1. Disponibilidade quanto aos dados do P I									
1. Todos os dados referente ao P I (contratos/permutas/prazos/exigências)	X	X	X						
2. Relatório de Programação de cinemas (especificação da ordem das propag. nos cinemas)	X							X	
3. Relatório de Mapa por cinema (todas as propagandas do cinema no ano)	X							X	
4. Controle de fitas - Relatório de controle de fitas				X	X	X			
5. Alterações de P I (respostas do setor comercial)	X	X						X	
6. Relatório de Ordem de Exibição	X							X	
7. Relatório de Fiscalização de Cinemas	X			X				X	
8. Etiquetas p/ as Fitas	X			X				X	

6.2.2 - MODELAGEM DE DADOS

Apartir das necessidades de informações obtidas no questionário serão determinadas as entidades e seus atributos para o sistema projetado.

O controle de fitas foi deixado a cargo da área de PCP, por este já ser responsável pelo envio das fitas com as propagandas para os cinemas, por ter contato constante com os exibidores e por ter infra estrutura para fazer esta atividade. Deve-se ressaltar que nunca houve este controle dentro da empresa

As necessidade de todos os dados referentes ao PI e dos dados dos exibidores, clientes e agências, já é suprida pelo sistema C.P.I. Para que o sistema em projeto não se torne redundante, complexo e sobrecarregado, decidiu-se que estas informações continuariam no sistema CPI. Assim, criou-se uma outra senha para as pessoas do PCP terem acesso aos dados do sistema, de modo que elas não possam alterá-los, fazendo com que a responsabilidade pelos dados fique concentrada à área de CPD, evitando problemas posteriores.

Pelas necessidades de informações, fica claro que existem duas áreas com atividades distintas dentro do PCP, o controle de fitas e a programação das propagandas nos cinemas. A primeira exigirá um sistema simples que faça o controle de entrada e saída das fitas e o segundo manipulará as informações da PI, determinando qual será a ordem das propagandas. Os outputs que o sistema deverá gerar é mostrado no anexo V.

Para a programação das propagandas é mostrado na próxima página a entidade e seus atributos desenvolvidos.

programação
Attributes Types
<1-1> Nr-contr.Int.
<1-1>Nr-ano-cinesem
<1-1>Nr-cinesem
<1-1>Cd-exibid.
<1-1> Nm-cinema
<1-1>Nm-cidade
<1-1>Sg-estado
<1-1> Cd-propag.
<1-1>Nr-ordem

Figura 6.1 - Estrutura do arquivo de Programação

(Elaborado pelo Autor)

É importante ressaltar alguns pontos pertinentes a esta entidade:

- Ela será uma entidade que armazenará grande quantidade de informações, tendo em vista que para cada propaganda de um cinema de uma cinesemana corresponde a uma tupla desta entidade. Assim, uma PI possuirá dezenas de tuplas desta entidade;
- Apartir da conclusão anterior, determinou-se que a entidade deveria possuir o mínimo de atributos possíveis para economizar espaço de armazenamento. Por isso, esta entidade não possui o título da propaganda e nem seu tempo de duração. Estas informações podem através dos atributos Nr-contr.Int. e Cd-propagand. serem obtidas no arquivo PI-Propagandas;
- Esta entidade será gerada automaticamente ao se lançar uma PI. Isto é, na medida em que a PI é lançada o arquivo é alimentado, tornando o sistema mais ágil e confiável;
- O atributo Nr-ordem será o único atributo que será manipulado pelo sistema, ele determinará a ordem da propaganda no cinema.

Foi necessário realizar uma alteração na entidade PI-Filmes. As propagandas de bebidas alcoólicas e de cigarros só podem ser veiculadas após as 20:00, isto terá efeito sobre os relatórios de fiscalização de cinemas e etiquetas. Consequentemente deverá haver algum atributo que diferencie uma propaganda

normal de outra de bebida alcoólica ou cigarro. Foi então colocado na entidade PI-filmes o atributo Tp-propaganda, que poderá ser N (normal) ou D (diferente).

Para o controle de fitas as seguintes entidades e atributos foram criados:

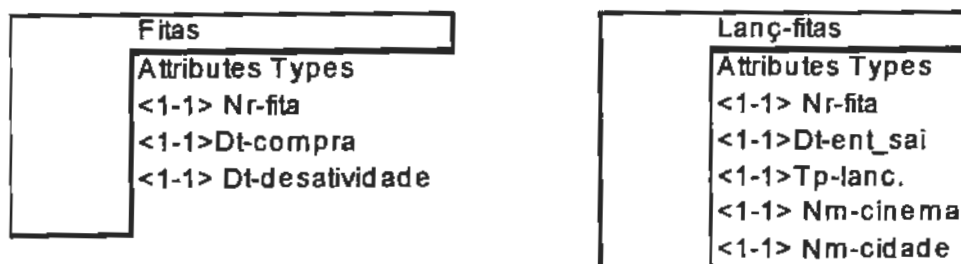


Figura 6.2 - Estruturas dos arquivos de Fitas e Lanç-fitas

(Elaborado pelo Autor)

Na entidade Fitas não existe qualquer tipo de distinção, pois todas elas são iguais. Os atributos Dt-compra e Dt-desatividade existem para calcular-se o tempo médio de vida da fita. Caso Dt-desatividade esteja em branco a fita ainda está em uso.

Na entidade Lanç-fitas o atributo Tp-lanc. determinará se o lançamento é de entrada ou de saída de uma fita.

Mostraremos na próxima página o modelo de entidade-relacionamento de Chen com as entidades criadas e as suas relações com as outras entidades:

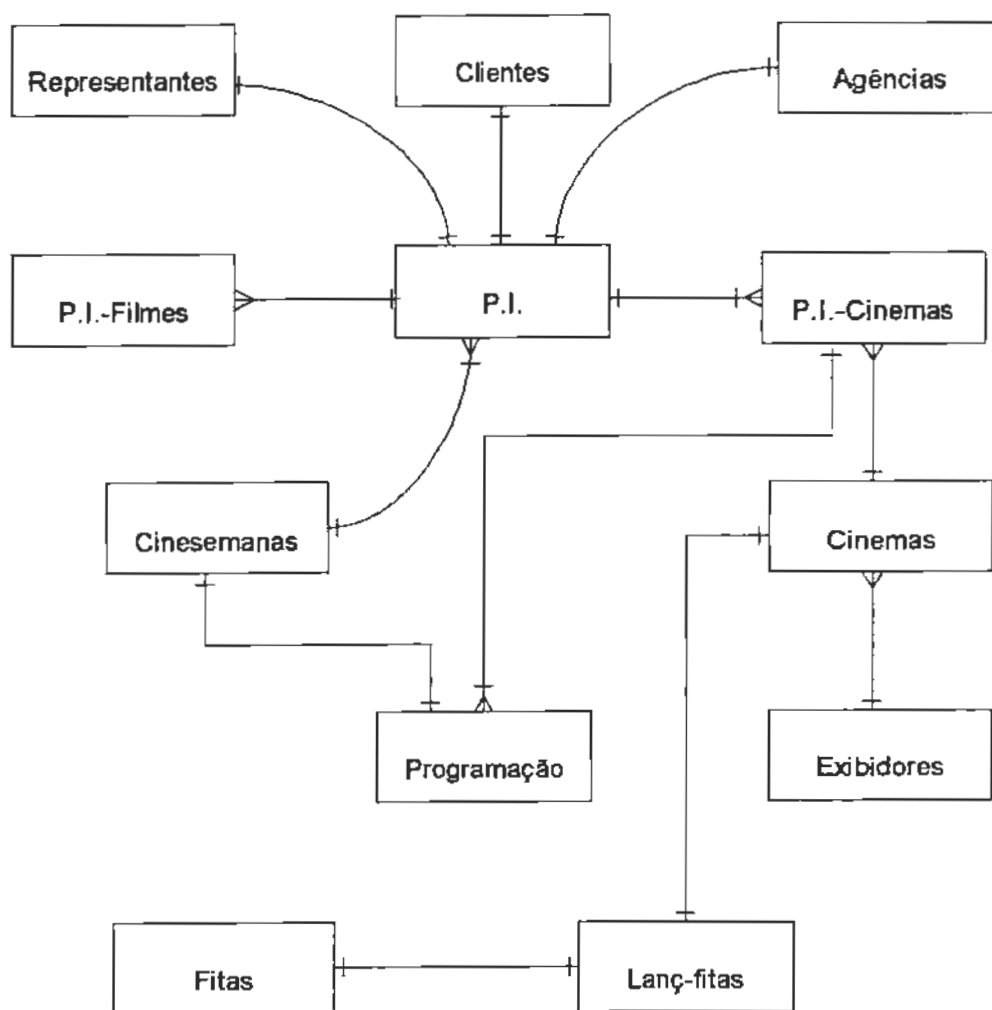


Figura 6.3 - Modelo de dados de Chen com os as entidades do sistema de PCP

(Elaborado pelo Autor)

O relacionamento da entidade de programação é realizado com a entidade P.I.-cinemas, pois é nesta entidade que se determinará as propagandas e as cinesemanas. Existe o relacionamento da entidade Lanç-fitas com o Cinemas para haver consistência dos dados, isto é, o nome do cinema da movimentação de fitas deve estar contido no arquivo de cinemas.

6.3 - ANÁLISE DA ÁREA DE NEGÓCIOS E PROJETO DO SISTEMA

Esta etapa consistirá em realizar uma análise estruturada das atividades da área na qual o trabalho será realizado, não havendo necessidade de refinar e detectar problemas nas entidades determinadas pelo planejamento estratégico, já que as mesmas estão estáveis.

Para realizarmos a análise estruturada novamente recorreremos a ferramenta do DFD. Inicialmente faremos uma pequena descrição das funções e atividades exercidas pela área de PCP.

6.3.1 - DIAGRAMA DE FLUXO DE DADOS

Para analisar as atividades desenvolvidas pela área de PCP, iremos novamente recorrer a ferramenta do DFD. Mas antes iremos construir o diagrama funcional de modo a permitir uma melhor visualização do processo gerencial. Ele é mostrado abaixo.

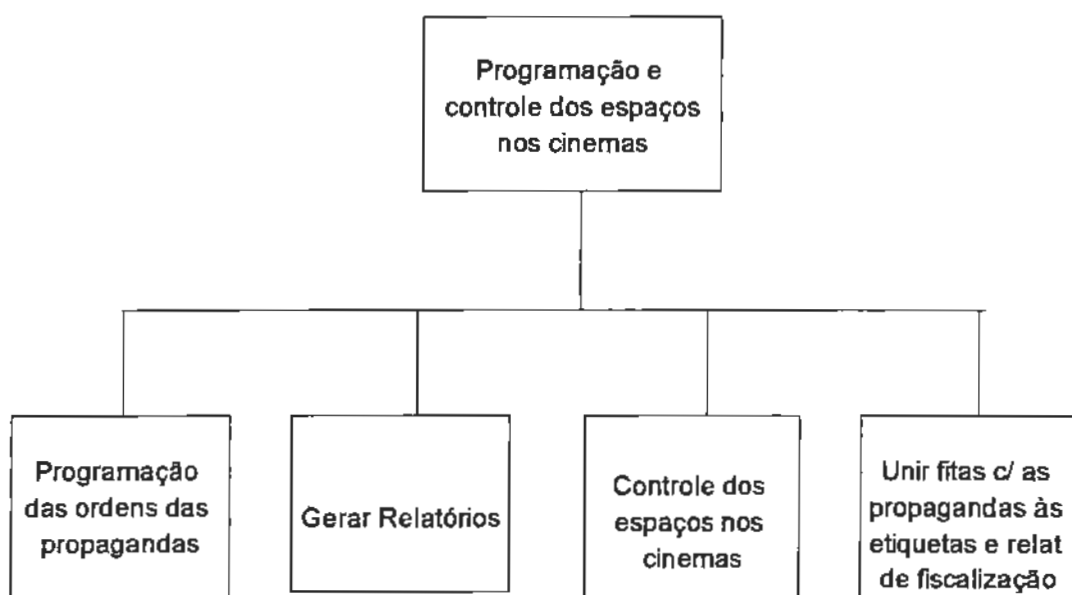


Figura 6.4 Diagrama Funcional da Área de P.C.P.

(Elaborado pelo Autor)

O primeiro nível do DFD ou diagrama de contexto é mostrado abaixo. Deve-se ressaltar que a área de edição foi incluída nele, por fazer parte integrante do processo de programação e controle dos espaços e das ordens das propagandas nos cinemas, facilitando a compreensão do funcionamento da área de P.C.P..

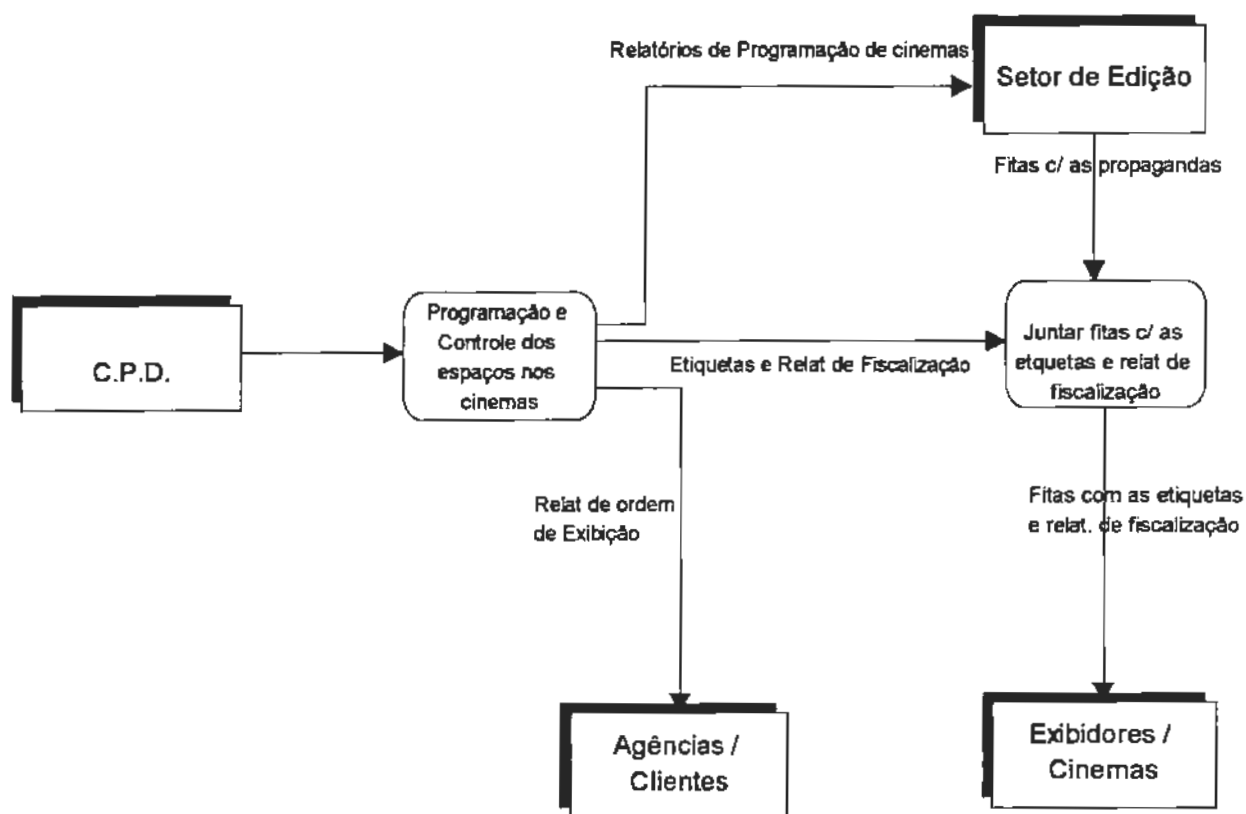


Figura 6.5 D.F.D. de primeira ordem

(Elaborado pelo Autor)

Antes de mostrarmos o segundo nível do DFD, torna-se importante explicarmos o funcionamento da denominada matrizes.

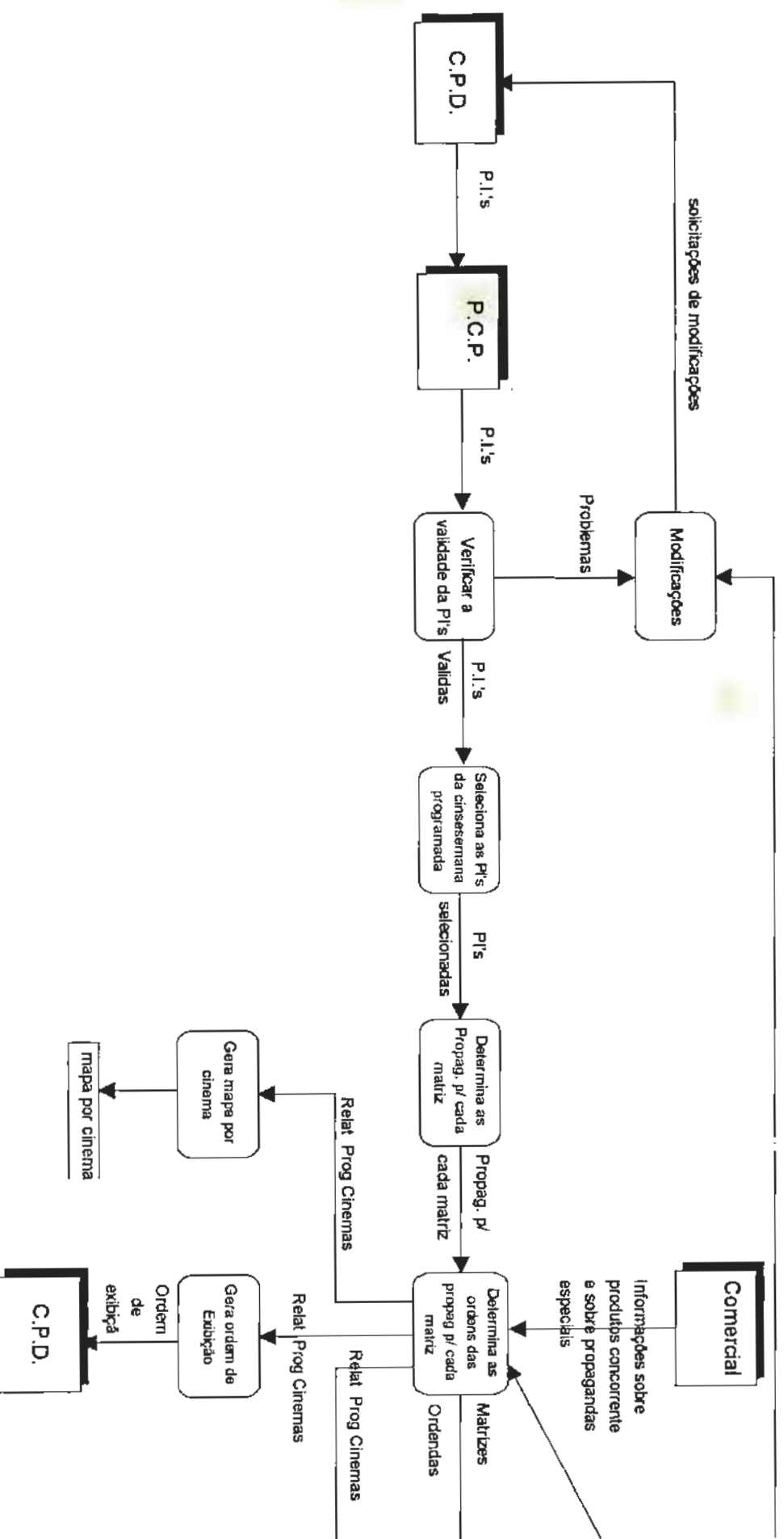
As diferentes propagandas que veiculam na cinesemana programada nas cidades especificadas, são as matrizes. A Paris hoje em dia possui oito matrizes que englobam as seguintes cidades: 1) São José dos Campos, Piracicaba, Bauru, Taubaté, Pres. Prudente, Sorocaba e Campinas; 2) Belo Horizonte e Curitiba; 3) Florianópolis, Joinvile,

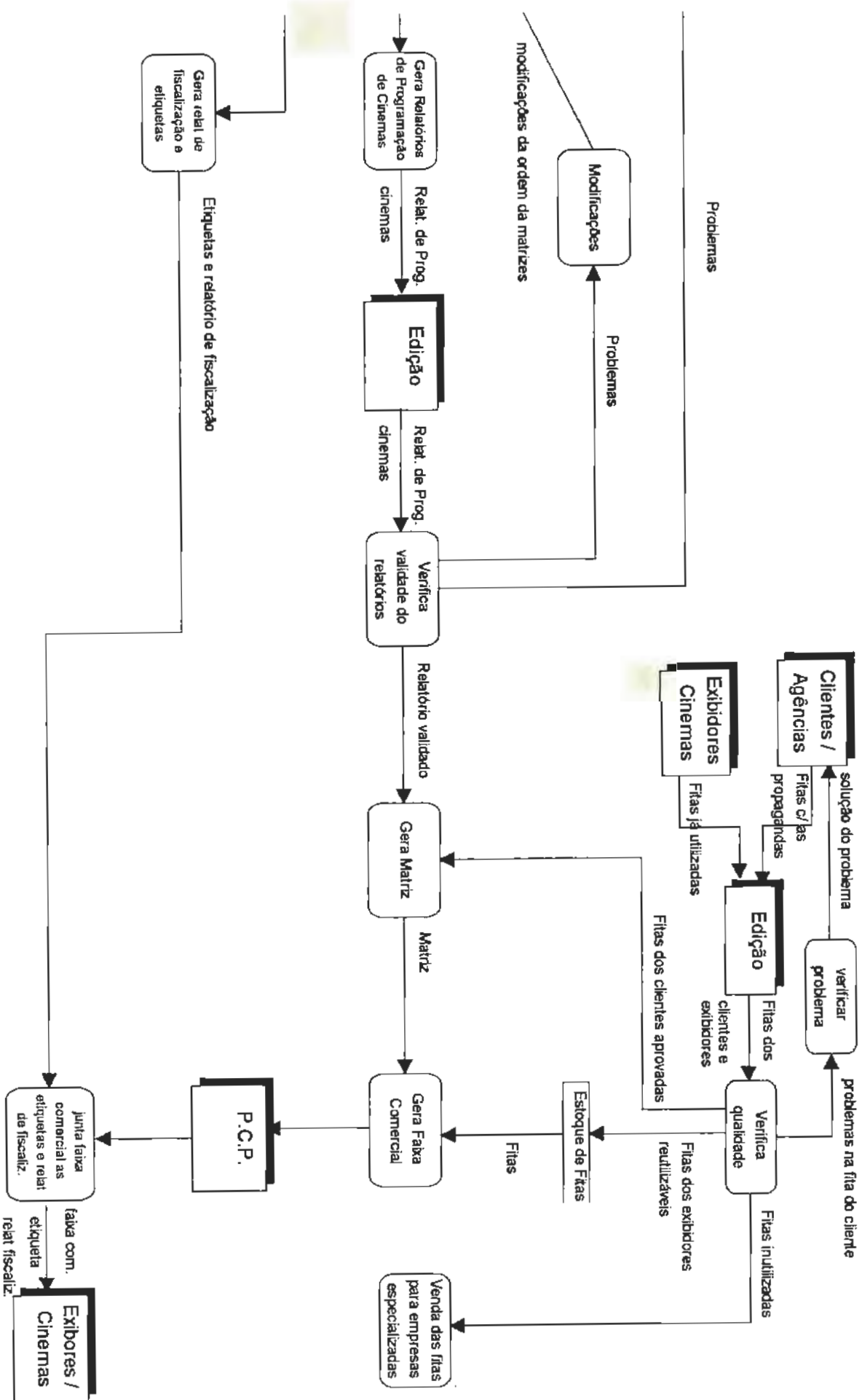
Blumenau, Guarujá, Caxias do Sul, Londrina e Campo Grande; 4) Salvador, Maceió, Fortaleza, Goiânia, Londrina e Recife; 5) Rio de Janeiro, Niterói e Petrópolis; 6) Santo André, Santos, Campinas, Jundiaí, S. J. R. Preto e Ribeirão Preto; 7) Porto Alegre, São Leopoldo, Cuiabá, Americana e Uberlândia; 8) São Paulo. Estas matrizes são feitas, porque elas se transformam em fitas que facilitarão o processo de edição.

O Processo de edição é basicamente gravar das fitas enviadas pelas agências e/ou clientes segundo o PCP (relatório de Programação de Fitas), para as fitas que serão enviadas para os cinemas, com qualidade ótima de imagem e som. Como são veiculadas em média 40 propagandas diferentes por cinesemana, existem cerca de 40 fitas com as respectivas propagandas, tornando-se difícil o controle e organização das mesmas. Para facilitar o processo decidiu-se gravar em uma fita intermediária algumas propagandas para que diminua-se o processo de troca de fita e aumentasse a organização. Estas fitas intermediárias são as matrizes.

O segundo nível do DFD é mostrado na próxima página e na página seguinte ele é descrito.

Diagrama de Fluxo de Dados





As PI's processadas pelo CPD serão enviados ao PCP onde serão analisados para detectar eventuais problemas, se estes realmente existirem, serão solicitadas modificações nas PI's. Depois dos dados estarem validados serão selecionadas as PI's cujo período de veiculação esteja dentro da cinesemana que se deseja fazer a programação. A partir destas PI's, serão selecionadas as propagandas para cada matriz, isto é para as cidades especificadas para cada matriz. E por último será colocado a ordem das propagandas para cada matriz utilizando para isso a ordem decrescente do número de salas em que cada propaganda veicule, assim, para a propaganda que mais veicular será a dada a ordem número um. A área comercial será contactada para verificar se existem propagandas especiais que exijam ordens específicas ou produtos concorrentes que não podem estar veiculando muito próximo a outro. Caso eles existam a programação será modificada para adequar a estas exigências. Depois de colocada esta ordem é gerado o relatório de programação de cinemas que é enviado para o setor de edição. Neste setor ele será analisado para detectar problemas, caso realmente eles existam, serão solicitados modificações ao setor de PCP ou do setor de CPD dependendo do caso. Depois do relatório analisado e aprovado serão geradas as matrizes, onde serão utilizadas as fitas das agências e/ou clientes aprovadas que serão gravadas em uma fita matriz com a ordem estabelecida no relatório. E finalmente das matrizes serão gravadas para as fitas disponíveis e com qualidade as propagandas de cada cinema (faixa comercial) segundo o relatório. Enquanto no setor de Edição são realizadas as matrizes e faixas comerciais, o setor de PCP estará gerando através do relatório de programação de cinemas o mapa por cinema, ordem de exibição, as etiquetas das fitas e os relatórios de fiscalização. O primeiro será armazenado no setor. O segundo será enviados aos Clientes/Agências e os dois últimos serão anexados as faixas comerciais e enviadas aos cinemas.

6.4 - CONSTRUÇÃO DO SISTEMA

Decidiu-se por vontade do cliente dividir o sistema em dois, sendo um responsável pelo controle de entrada e saídas de fitas e o outro pela programação das propagandas nos cinemas. Como as duas atividades são independentes, esta divisão não acarretou em mudanças estruturais no projeto do sistema. A linguagem e a plataforma de trabalho serão as mesmas do sistema CPI, permitindo uma uniformidade de trabalho e estabelecimento de um padrão de interface com o usuário. Delegou-se ao funcionário do CPD a responsabilidade de auxiliar os outros usuários a trabalhar com os sistemas facilitando os aspectos pós-vendas e possibilitando que exista uma pessoa sempre disponível para eventuais dúvidas. Isto foi possível por este funcionário possuir qualificação, conhecimentos de computador, experiência na interface do sistema e

conhecimentos globais do funcionamento da empresa. Caso o problema não possa se solucionado por ele a nossa empresa é contactada.

6.4.1- APRESENTAÇÃO GERAL DO SISTEMA

Como já foi mencionado os sistemas possuirão a mesma interface do sistema anterior. O modo de operação segue os mesmos procedimentos. A seguir iremos mostrar de modo geral a interface e modo de operação de cada um dos dois do sistemas.

6.4.1.1- Sistema de controle de fitas

Este sistema é muito simples possuindo poucas atividades associadas a ele. Possui 5 módulos: Útil, Parâmetros, Movimentação, Relatórios e Fim.

O módulo Útil apresenta os mesmos submódulos e atividades do sistema CPI. Sendo este módulo semelhante para todos os sistemas da empresa nesta linguagem.

O módulo Parâmetros possui apenas um submódulo o de cadastramento de fitas. Nele serão cadastradas todas as fitas que a empresa possui, e as suas respectivas datas de compra e data de desatividade. O sistema de operação desta tela é o mesmo utilizado no cadastro simples do sistema anterior.

O módulo Movimentação também possui apenas um submódulo que é o de lançamentos de fitas. Ele é responsável pela alimentação do sistema. Nele serão lançados todas as entradas e saídas de fitas. Deve-se ressaltar que uma série de consistências foram feitas de modo a deixar o sistema mais seguro. Temos por exemplo: se a fita 9 saiu na data de 01/05/94 para o cinema Center 3 de São Paulo, ela só poderá entrar em uma data superior a de saída no mesmo cinema e cidade. O método de operação da tela é o mesmo do módulo anterior.

O módulo de Relatórios irá apresentar os dois tipos de relatórios do sistema: fitas não devolvidas e estoque de fitas. O lay-out dos relatórios foi desenvolvida pelo projetista com ajuda da Paris, já que estes relatórios nunca existiram na empresa. Eles podem ser visto no anexo VI . O primeiro mostrará os números das fitas, as datas de saída, os cinemas, cidades e os dias que as fitas estão com os cinemas. Considera-se "fita não devolvida" aquelas que estiverem em posse dos cinemas por mais de 15 dias. O segundo relatório mostrará o número de fitas na empresa, o número de fitas nos cinemas, o número de fitas inativas e o total de fitas.

6.4.1.2- Sistema de programação de cinemas

Este sistema será um pouco mais complicado que o anterior, apesar de possuir apenas 4 módulos: Útil, Movimentação, Relatórios e Fim.

O módulo Útil é semelhante aos outros sistemas.

O módulo Parâmetros possuirá 2 submódulos: programação por cinema e cadastramento da matriz. O primeiro submódulo apresenta um tela de consulta, onde será mostrado as propagandas e suas ordens para um cinema de uma cidade de uma determinada cinesemana. Esta tela possuirá o mesmo estilo de um cadastrado duplo, tendo na parte superior a cinesemana, o cinema e a cidade e na parte inferior as propagandas, a duração, o nome do produto e a sua ordem. Por ser uma tela de consulta ela apresenta apenas 3 comandos: Modificar, Procurar e Listar. O primeiro comando permite modificar a cinesemana da consulta, não tendo função na parte de baixo da tela. O comando Procurar na parte de cima, permite que o usuário procure o cinema desejado; na parte de baixo o usuário entra com o nome da propaganda desejada. O comando lista como foi explicado no sistema CPI, mostrará o arquivo de programação de fitas. Um exemplo da tela deste submódulo é mostrado na próxima página. Para facilitar a compreensão das atividades, o anexo VII mostrará os outputs dos exemplos de telas expostos.

----- Sistema de Programacao de Fitas -----

Util Movimentacao Relatorios Fim

Cadastramento da Programacao de Fitas

Ano : 1994 Cinesemana : 15

Cinema : ALHAMBRA Cidade : SANTOS Estado : SP

Filmes	Duracao	Nome do Produto	Ordem
CINEMIDIA	30	CINEMIDIA	1
O FUGITIVO	30	FILME	2
LACTA	30	CHOCOLATES LACTA	3
ARUARU	60	SOCIAL	4
EMPREGADA	15	RODOX	5

Modif Procura Lista

F1 - Help F2 - Menu F3 - Calc F4 - Opcoes

Nivel - 1

Figura 6.7 - Tela do submódulo programação por cinema

(Elaborado pelo Autor)

O submódulo de cadastramento da matriz é um pouco mais complexo, sendo importante entender as atividades associadas que estão explicadas no DFD. Ao entrar nesta tela o usuário colocará o ano e a cinesemana desejada, depois colocará as cidades da matriz que deverá ser uma das oito mencionadas neste capítulo. Esta tela possui a mesma estética da tela de cadastro duplo, possuindo na parte de cima a cinesemana, ano e cidades e na parte de baixo as propagandas e suas ordens. O computador perguntará então, se o usuário deseja criar uma nova matriz ou modificar uma matriz já existente. Caso queira criar uma nova matriz, o computador colocará uma ordem decrescente do número de cinemas em que a propaganda é veiculada. Caso se deseje modificar a matriz será colocada a ordem estabelecida anteriormente, se a propaganda não tiver nenhuma

ordem será atribuído a ela zero. Esta condição se torna importante quando já se tem a matriz e deseja-se apenas alterar-lhe alguma ordem. Depois de escolhida a alternativa desejada e do processamento, aparecerá na parte de baixo da tela, os nomes das propagandas, suas durações, os nomes dos produtos e a ordem para cada uma delas. Estes serão armazenados em um arquivo temporário. Esta tela possui 4 comandos: **Modif** que possibilita ao usuário modificar a ordem da matriz, **Procura** que permite procurar um nome de uma propaganda, **Lista** que mostra a matriz em uma forma de planilha e **Imprime** que imprime para o ano, cinesemana e cidades escolhidas as propagandas e suas ordens. Deve-se ressaltar que os comandos só se aplicam sobre a parte de baixo da tela. Após determinada a ordem desejada, pressiona-se a tecla **Esc**, será então mostrado uma mensagem perguntando se o usuário deseja atualizar a ordem das propagandas. Em caso afirmativo, será procurado no arquivo de Programação os cinemas que estejam nas cidades selecionadas e que veiculem na cinesemana e ano escolhido as propagandas da matriz determinada, colocando a ordem de cada uma delas no arquivo de Programação. Em caso negativo, as ordens das propagandas não serão colocadas no arquivo de Programação, não havendo armazenamento das mesmas, pois o arquivo temporário será deletado posteriormente. Este procedimento é utilizado quando se deseja fazer apenas uma consulta de uma matriz já determinada. Um exemplo da tela deste submódulo é mostrado na próxima página. A matriz utilizada é a número 6. Deve-se ressaltar que a ordem das propagandas da figura 6.6 é igual a exposta na próxima página, mostrando a coerência dos exemplos. Além disso, como pode ser visto no anexo VII, no relatório de programação de cinemas, existem mais propagandas desta matriz, porém apenas estas podem ser vistas na tela. Para acessar as outras propagandas o usuário deverá utilizar as teclas de movimentação.

Sistema de Programacao de Fitas			
Util	Movimentacao	Relatorios	Fim
Cadastramento da Matriz			
Ano : 1994 Cinesemana : 15			
Cidades : SANTOS, SANTO ANDRÉ, CAMPINAS, JUNDIAI, S.J.R. PRETO, RIBEIRÃO PRETO			
Filmes	Duracao	Nome do Produto	Ordem
CINEMIDIA	30	CINEMIDIA	1
O FUGITIVO	30	FILME	2
LACTA	60	CHOCOLATES LACTA	3
ARUARU	60	SOCIAL	4
EMPREGADA	15	RODOX	5
ACEITO	60	INSTITUCIONAL	6
BICICLETA	30	INSTITUCIONAL	7
Modif Procura Lista Imprime			

F1 - Help F2 - Menu F3 - Calc F4 - Opcoes

Nivel - 1

Figura 6.8 - Tela do submódulo cadastramento da matriz

(Elaborado pelo Autor)

O módulo de relatórios possui 5 submódulos: programação de cinemas, mapa por cinema, ordem de exibição, fiscalização de cinemas e etiquetas para as fitas. Eles podem ser visto no anexo VII. Este anexo adota como padrão o cinema Alhambra e a cinesemana 15 de 1994, sendo todos os outputs gerados em função deste. Novamente procurou-se tornar esta parte de relatórios o mais flexível possível, de modo a torná-lo mais ágil e produtivo. Assim, o usuário tem a possibilidade de listar uma larga faixa ou uma estreita faixa de dados. Por exemplo, no relatório de mapas por cinema, o usuário entra com o cinema inicial e final, a cinesemana e os meses desejados. Assim, ele pode selecionar de um a vários cinemas e de um a vários meses.

Alguns relatórios sofreram alterações de modo a torná-los mais práticos, mais informativos e de melhor visualização. No relatório de programação de cinemas foi colocada, depois do número da ordem da última propaganda, o tempo total de comerciais que veiculam naquele cinema. Na segunda parte do relatório (vide anexo VII), foi colocado, além do nome do produto da propaganda, a quantidade de cinemas em que ela está veiculando. Este relatório que é utilizado pela edição na programação das fitas, com estas pequenas alterações ajudou muito o trabalho dos funcionários desta área, pois permitiu um controle maior e que antes era realizado manualmente.

Foi feito um relatório de ordem de exibição por cidades, que diferencia a ordem de exibição, por ser agrupado por cidades, tendo também uma totalização de tempo de propaganda para cada cinema. Este relatório foi solicitado pela diretoria e antes ele não existia.

Como a área de PCP é a que utiliza os relatórios de saldo por cinema e disponibilidade por cinema do sistema CPI, decidiu-se que estes relatórios também fizessem parte do sistema de programação de cinemas. Assim, estes dois relatórios foram "importados". No final o sistema ficou com 8 submódulos dentro do módulo de relatórios.

6.4.2 - TESTE PRELIMINARES E IMPLANTAÇÃO

O sistema de controle de fitas por ser muito simples não necessitou de atividades específicas para a sua implantação, o usuário teve apenas um treinamento para poder manipulá-lo, não havendo problemas posteriores. O sistema de programação de fitas por sua vez seguiu o mesmo procedimento de teste e implantação do sistema CPI. Ao longo de seu desenvolvimento houve uma participação e acompanhamento intenso dos funcionários da Paris Ltda, de modo a aperfeiçoá-lo e solucionar problemas e dúvidas. Os dados dos testes eram reais o que os tornavam muito mais eficientes. Por estas razões os sistemas não tiveram problemas na implantação, sendo utilizados logo após o pequeno treinamento oferecidos por nós.

6.5 - RESULTADOS

Os resultados alcançados foram excelentes:

- O controle de fitas possibilitou verificar que muitos dos exibidores não devolviam as fitas e que muitas delas se perdiam, fato que onerava substancialmente a empresa já que cada fita custa em torno de 15 US\$. Assim, estas perdas foram drasticamente reduzidas sem que houvesse uma grande despesa, provando a viabilidade econômica do sistema;
- Como foi dito antes, toda a programação era feita manualmente o que gerava baixa produtividade e grande incidência de erros, evidenciando a falta de qualidade do serviço. Com o sistema em funcionamento toda esta parte repetitiva foi deixada a cargo do computador, permitindo que os funcionários tivessem mais tempo para realizar tarefas mais complexas. Os problemas de comunicação entre as áreas de CPD e PCP foram amenizados, pois as duas áreas estão agora, compartilhando o mesmo banco de dados, sendo que antes muitos erros surgiam pela falta de padronização e comunicação entre as duas áreas;
- Os relatórios foram padronizados evitando as costumeiras improvisações. O relatório de programação de cinemas tornou-se mais fácil de visualizar-se e com mais informações tornando o trabalho da edição mais produtivo e com menores índices de erros. Isto pode ser evidenciado no anexo V e VI, principalmente no mais importante relatório gerado pela área de PCP, o de programação de cinemas. Como pode ser visto no anexo V, este relatório era muito desorganizado, totalmente improvisado possibilitando altas margens a erros. Já o relatório gerado pelo sistema, ver anexo VI, é claro, objetivo e sem improvisações, diminuindo drasticamente a possibilidade de erros.
- O problema da reprogramação que era um dos aspectos críticos da área foi solucionado. O que ocorria era que algumas PI's chegavam muito atrasadas quando tudo já estava programado ou quando havia argolamento que só era detectado posteriormente, exigindo que houvesse uma reprogramação com um prazo muito curto. Isto demandava um grande esforço dos funcionários, que às vezes passavam à noite trabalhando, sem com isso, evitarem os erros causados pela rapidez com que o trabalho estava sendo feito. Com o sistema, toda a programação pode ser feita em pouco mais de 2 horas gerando todos os relatórios necessários, com segurança, qualidade e eficácia.

- A grande prova do sucesso do programa foi que a saída da pessoa responsável pela área de PCP da empresa não prejudicou de modo acentuado o desempenho do setor. O funcionário auxiliar assumiu as responsabilidades e as atividades prosseguiram normalmente.

Assim, estes dois sistemas conseguiram que as necessidades de informações fossem supridas e que os objetivos da área fossem alcançados eficientemente.

CAPÍTULO 7

CONCLUSÃO

CONCLUSÃO

7.1 CONCLUSÃO

Os objetivos planejados e determinados diante deste projeto foram alcançados superando as expectativas do cliente (Paris Ltda) e aumentado a eficiência da empresa como um todo, podendo-se concluir que o mesmo obteve sucesso.

Apesar de ser pouco mencionado, o sistema consegue suportar os outros produtos da Paris que estão em fase de implantação, pois os mesmos possuirão tratamento semelhante as propagandas nos cinemas, através de PI's.

Os sistemas tiveram um impacto muito positivo no sentido da empresa alcançar os seus objetivos verificados no planejamento estratégico, satisfazer os exibidores e clientes, ampliar o número de clientes e produtos.

A satisfação dos clientes envolve os seguintes aspectos:

- veicular as propagandas nos períodos solicitados com qualidade ótima de som e imagem;
- disponibilidade de espaço nos cinemas desejados;
- obter todas as informações necessárias com rapidez e eficiência;
- preço de veiculação seja o mais baixo possível.

Os sistemas permitiram aumentar esta satisfação por: diminuir o número de erros, aumentando a probabilidade das propagandas serem exibidas nos locais corretos; realizar um rígido controle da programação dos cinemas, obtendo com mais precisão os espaços disponíveis e através de uma série de novos relatórios obter informações importantes para os clientes.

A satisfação dos exibidores envolve os seguintes aspectos:

- maximizar as suas receitas através da melhor venda possível de seus espaços;
- receber em dia o dinheiro proveniente da veiculação propagandas;

- receber de forma clara os valores monetários envolvidos nas veiculações das propagandas.

No sentido de aumentar esta satisfação o sistema CPI permitiu que o relatório de faturamento por exibidor fosse totalmente automatizado diminuindo os erros que ocorriam e informando com mais precisão os valores monetários envolvidos nas veiculações das propagandas. Além disso por permitir um maior controle dos espaços nos cinemas e uma maior satisfação do cliente o projeto ajudou a maximizar a receita do exibidor e da empresa.

Com relação a ampliar o número de produtos, os sistemas permitiram através da automatização, mais tempo aos funcionários para que estudos, análises e contatos fossem realizados neste sentido.

Na medida em que o projeto ajudou a satisfazer os clientes ele auxiliou que os mesmos fossem ampliados. Clientes satisfeitos demonstram a sua satisfação, tornando mais forte o nome da empresa e influenciando potenciais clientes.

A informática é uma ferramenta muito poderosa para aumentar a eficiência de uma organização, pois ele permite obter altos padrões de produtividade e qualidade, permitindo controlar, organizar e planejar mais facilmente. A engenharia de produção na sua essência mais pura nada mais é do que a engenharia que trabalha com as informações, processando-as e tomando decisões baseadas nestes processamentos. Por isso, a união destas duas atividades resulta em projetos de alta qualidade. Este trabalho procurou mostrar um pouco deste tipo de união enfatizando o trabalho com a informática e não utilizando-a apenas como uma ferramenta, como normalmente ocorre.

Assim, através do conhecimento de uma série de disciplinas como produtividade, qualidade, engenharia econômica, administração de serviços o trabalho foi feito tentando atingir resultados extrapolando o seu escopo e que foi uma das causas do seu êxito.

BIBLIOGRAFIA

[1] NETO, Acácio F., FURLAN, José D. e HIGA, Wilson, Engenharia da Informação - Metodologia, técnicas e ferramentas, São Paulo, McGraw-Hill, 1988

[2] GANE, Chris e SARSON, Trish, Análise Estruturada de Sistemas, Rio de Janeiro, LTC, 1983

[3] PORTER, Michael E., La Gestión Estratégica, Zúrich, Free Press, 1994

[4] FURLAN, José D., Como Elaborar e Implementar Planejamento Estratégico de Sistemas de Informação, São Paulo, McGraw-Hill, 1991

[5] DAVENPORT, Thomas H., Reengenharia de Processos, Rio de Janeiro, Campus, 1994

ANEXO I

PROCEDIMIENTO DE ENTREVISTA

Apresentar-se ao entrevistado.

Apresentação do trabalho a ser executado na empresa.

Com esse trabalho tem-se como objetivo a implantação do PROGRAMA DE INFORMATIZAÇÃO da empresa, que virá suprir as necessidades de informação, resultando em maior agilidade e eficiência.

Para atingirmos nosso objetivo, iniciamos o trabalho através da obtenção de dados no setor de informática da empresa, onde busca-se o maior número de informações possíveis para identificação, de problemas, necessidades e idéias, ou seja elementos necessários para elaboração do PLANO ESTRATÉGICO DE INFORMAÇÃO. Esse processo é feito através de entrevistas com funcionários, questionários, análises de documentos existentes e observações em geral.

Após a execução do PEI começamos a implantação do PROGRAMA DE INFORMATIZAÇÃO.

Explicar porque o candidato será entrevistado.

Mostrar ao candidato que é através das suas informações que poderemos identificar suas dificuldades, necessidades e propostas, para uma análise de como está posicionado e onde pretende chegar.

Explicar o procedimento do questionário passo a passo e onde pretendemos chegar com o mesmo.

1- Objetivos da Área Funcional

Significa seus desafios, suas metas.

Onde sua área pretende chegar.

O que considera importante para se atingir.

EX. Área de Vendas (atender o país inteiro / presta serviço com melhor qualidade).

EX. Área de Produção (entregar fitas no prazo / melhora o controle de qualidade).

2- Fatores Críticos de Sucesso

São os pontos decisivos para o funcionamento de sua área.

EX. Área de Vendas (dispor de um quadro adequado de promotores de venda)

EX. Indústria de Alimentos (controle sanitário).

3- Necessidades de Informação

Aquelas que dão suporte aos fatores críticos de sucesso.

Geralmente são relatórios, boletins, mapas, planilhas, etc.

EX. Informações de mercado sobre consumidores e concorrentes.

EX. Mapa de produção real por funcionário.

EX. Relatório diário/mensal dos níveis de qualidade do produto.

4- Problemas

Fatos que dificultam os fatores críticos de sucesso.

Pendências, Indefinições.

Verificar possíveis dúvidas do entrevistado quanto ao preenchimento do questionário e definir a data para entrega do mesmo.

Proceder uma análise preliminar sobre os dados levantados nesse primeiro contato

SEGUNDA FASE

Receber o questionário respondido, repassar as etapas da primeira fase com o entrevistado buscando informações sobre as atitudes, comportamento e a experiência do mesmo.

Obter dados sobre a empresa e o cargo, sugerindo um relato cronológico, de fatos vivenciados ou observados pelo entrevistado.

Encerrar a entrevista .

ANEXO II

EXEMPLOS DE PEDIDOS DE INSERÇÃO (P.I.)

UNIV PUBLICIDADE LIDA.

Rua Hungria, 888 - 9º andar - São Paulo - SP - CEP 01455
C.G.C. 60.741.300/0001-87 - Inscricão Estadual Isenta

Novo Endereço:
DM9 Publicidade
Av. Dr. ...

MILHA
Veículo 3420

PI

VEICULO:
NOME: CINEMIDIA PROPAGANDA LTDA REPRESENTANTE: CINEMIDIA PROPAGANDA LTDA
MARCA: CINEITTA ENDEREÇO: R. HUNGRIA, 888 - 9º ANDAR - SAO PAULO - SP

COABSTRADO: SAO PAULO
CER: 01455000

CINEMA

NÚMERO DO PEDIDO
(Imprimir na Fatura)

001611 0001

DATA DA EMISSÃO:

05/08/93

MÊSANO VENCIMENTO:

08/93

Nº. ATENÇÃO DO VEICULO:

CINEM

TÍTULO DA PEÇA	REG.	MATERIAL	TÍTULO DA PEÇA	REG.	MATERIAL
A- PARAIISO	060		D- ...		
B- ...			E- ...		
C- ...			F- ...		

REF.	POSICAO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOTAL	PREÇO BRUTO UNITARIO	PREÇO BRUTO TOTAL
1	ASTOR																																4	54.600,00	218.400,00
2	ERISTOL																																4	54.600,00	218.400,00
3	ITALIA																																4	54.600,00	218.400,00
4	PIAZA																																4	54.600,00	218.400,00

OBSERVAÇÕES:

NEGOCIACAO: TABELA VIGENTE C/ 35% DESC.
PRAZO PAGAMENTO: 15 D.F.M.

ASSINATURA

TOTAL BRUTO 873.600,00

TOTAL COMISSÃO 174.720,00

TOTAL LIQUIDO 698.880,00

PÁG. 1 (FINAL)

M9 Publicidade Ltda.

Hungria, 688 - 9º andar - São Paulo - SP - CEP 01455
C. 60.741.300/0001-97 - Inscricao Estadual Isenta

Novo Endereço:

Luz Publicidade
Av. Dr. Carlos de Faria, 111 - Jd. Paulista, SP.

Velículo

PI

UNO CINEMADIA PROPAGANDA LTDA
R. RIO DE JANEIRO

REPRESENTANTE:
CINEMADIA PROPAGANDA LTDA
R. HUMBERTA, 574

COABERTADO SAO PAULO
CNPJ 014556000

SP

CINEMA

NUMERO DO PERÍODO
(Indicador de Faturamento)
001511 0002

DATA DA EMISSÃO: 06/08/93

MÊS/ANO VENCIMENTO: 08/93

MÊS, ANO DA DO VENCIMENTO:
CINEM

UNO CINEMADIA PROPAGANDA LTDA
R. RIO DE JANEIRO
R. ENGO. HERCULITA CAMPAIO, 782
Linha Mountain

CAC: 66992403/0001 - 00
COABERTADO SAO PAULO
CNPJ 100000

PERÍODO: 1000407331-13
SP

UNO DA PEÇA
PARAISO

SELA
060

MATERIAL

TÍTULO DA PEÇA

D.
E.
F.

SELA

MATERIAL

posição	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOTAL	PREÇO BRUTO UNITÁRIO	PREÇO BRUTO TOTAL
ART COPACABANA	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	4	54.600,00	218.400,00	
ART TIJUCA	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	4	54.600,00	218.400,00	
CASA SHOP 1	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	4	54.600,00	218.400,00	
CASA SHOP 2	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	4	54.600,00	218.400,00	
CASA SHOP 3	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	4	54.600,00	218.400,00	
SAO CONRADO 1	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	A	4	54.600,00	218.400,00	

REMARKS

TOTAL BRUTO 1.310.400,00

TOTAL COMISSÃO 262.060,00

TOTAL LÍQUIDO 1.048.320,00

1 FINAL

ASSINATURA



DM9 Publicidade Ltda.

Rua Hungria, 666 - 9º andar - São Paulo - SP - CEP 01455
C.G.C. 60.741.300/0001-97 - Inscricao Estadual Isenta

DM9 Publicidade Ltda.
Av. Dr. Carlos de Faria, 111 - Jd. Campina-SP.
C.P. 04548-01 - Tel. 011-219-2999

Midia
Veículo

P1

VEICULO: CINEMIDIA PROPAGANDA LTDA REPRESENTANTE: CINEMIDIA PROPAGANDA LTDA
RUA: PORTO ALEGRE ENDEREÇO: R. HUNGRIA, 574

CIDADE: SÃO PAULO
CEP: 01456000

CINEMA

NÚMERO DO PEDIDO
(Inscrição no Fisco)
001811 0003

DATA DA EMISSÃO: 06/08/93

DATA DE VENCIMENTO: 02/93

Nº. ATENÇÃO DO VEICULO:
CINEM

CLIENTE: BILETAS MONARK S/A
RUA SOCIAL: R. ENGO. MARGARITA SAMPAIO, 762
PRODUTO: LINHA MOUNTAIN
Cidade: 55982403/0001 - 30
CONTEINER: SÃO PAULO
JOS: 100000
Nº. PEDIDO: 1000407961-18

TÍTULO DA PEÇA	SEQ.	MATERIAL	TÍTULO DA PEÇA	SEQ.	MATERIAL
A- BALEAISO	030		D-		
B-			E-		
C-			F-		

seq.	posição	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOTAL	preço bruto unitário	preço bruto total
1	ACTOR	A																														4	54.600,00	218.400,00	
2	BALTIMORE	A																														4	54.600,00	218.400,00	
3	BOURBON	A																														4	54.600,00	218.400,00	
4	CORAL 1	A																														4	54.600,00	218.400,00	
5	CORAL 2	A																														4	54.600,00	218.400,00	
6	CENTER 1	A																														4	54.600,00	218.400,00	

OBSERVAÇÕES:

ASSINATURA

Nº 1 (FINAL)

TOTAL BRUTO	1.310.400,00
TOTAL COMISSÃO	262.080,00
TOTAL LIQUIDO	1.048.320,00

P

T.O.'s-SP

३

MAINTAINING DO RECORDS
(Photocopy this Page)

001611 0004

INSTRUMENT: 1000407361-13
3P

22P

MD | MATERNAL

CONCLUSION

08/93

CONCLUSION

ANEXO	PROPOSTA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	TOTAL	PREÇO UNITÁRIO	PREÇO TOTAL
1	ASTOR	A																					4	54.600,00	218.400,00
2	BRISTOL	A																					4	54.600,00	218.400,00
3	BEIAS ARTES 1	A																					4	54.600,00	218.400,00
4	BEIAS ARTES 2	A																					4	54.600,00	218.400,00
5	CAL CENTER 1	A																					4	54.600,00	218.400,00
6	CAL CENTER 3	A																					4	54.600,00	218.400,00
7	ELDORADO 1	A																					4	54.600,00	218.400,00
8	ELDORADO 2	A																					4	54.600,00	218.400,00
9	GAZETA	A																					4	54.600,00	218.400,00
10	GAZETINHA	A																					4	54.600,00	218.400,00
11	IBIRAPUERA 1	A																					4	54.600,00	218.400,00
12	IBIRAPUERA 2	A																					4	54.600,00	218.400,00
13	IGUATEMI 2	A																					4	54.600,00	218.400,00
14	IGUATEMI	A																					4	54.600,00	218.400,00
15	INTERLAGOS 1	A																					4	54.600,00	218.400,00
16	INTERLAGOS 4	A																					4	54.600,00	218.400,00
17	JARDIM SUL 1	A																					4	54.600,00	218.400,00
18	JARDIM SUL 2	A																					4	54.600,00	218.400,00
19	LIBERTY	A																					4	54.600,00	218.400,00
20	MORUMBI 1	A																					4	54.600,00	218.400,00

TOTAL BRUTTO

1. *Introduction*

2. *Method*

3. *Results*

4. *Discussion*

5. *Conclusion*

6. *References*

7. *Appendix*

8. *Index*

9. *Table of Contents*

10. *Table of Figures*

11. *Table of Tables*

12. *Table of Figures*

13. *Table of Tables*

14. *Table of Figures*

15. *Table of Tables*

16. *Table of Figures*

17. *Table of Tables*

18. *Table of Figures*

19. *Table of Tables*

20. *Table of Figures*

21. *Table of Tables*

22. *Table of Figures*

23. *Table of Tables*

24. *Table of Figures*

25. *Table of Tables*

26. *Table of Figures*

27. *Table of Tables*

28. *Table of Figures*

29. *Table of Tables*

30. *Table of Figures*

31. *Table of Tables*

32. *Table of Figures*

33. *Table of Tables*

34. *Table of Figures*

35. *Table of Tables*

36. *Table of Figures*

37. *Table of Tables*

38. *Table of Figures*

39. *Table of Tables*

40. *Table of Figures*

41. *Table of Tables*

42. *Table of Figures*

43. *Table of Tables*

44. *Table of Figures*

45. *Table of Tables*

46. *Table of Figures*

47. *Table of Tables*

48. *Table of Figures*

49. *Table of Tables*

50. *Table of Figures*

51. *Table of Tables*

52. *Table of Figures*

53. *Table of Tables*

54. *Table of Figures*

55. *Table of Tables*

56. *Table of Figures*

57. *Table of Tables*

58. *Table of Figures*

59. *Table of Tables*

60. *Table of Figures*

61. *Table of Tables*

62. *Table of Figures*

63. *Table of Tables*

64. *Table of Figures*

65. *Table of Tables*

66. *Table of Figures*

67. *Table of Tables*

68. *Table of Figures*

69. *Table of Tables*

70. *Table of Figures*

71. *Table of Tables*

72. *Table of Figures*

73. *Table of Tables*

74. *Table of Figures*

75. *Table of Tables*

76. *Table of Figures*

77. *Table of Tables*

78. *Table of Figures*

79. *Table of Tables*

80. *Table of Figures*

81. *Table of Tables*

82. *Table of Figures*

83. *Table of Tables*

84. *Table of Figures*

85. *Table of Tables*

86. *Table of Figures*

87. *Table of Tables*

88. *Table of Figures*

89. *Table of Tables*

90. *Table of Figures*

91. *Table of Tables*

92. *Table of Figures*

93. *Table of Tables*

94. *Table of Figures*

95. *Table of Tables*

96. *Table of Figures*

97. *Table of Tables*

98. *Table of Figures*

99. *Table of Tables*

100. *Table of Figures*

101. *Table of Tables*

102. *Table of Figures*

103. *Table of Tables*

104. *Table of Figures*

105. *Table of Tables*

106. *Table of Figures*

107. *Table of Tables*

108. *Table of Figures*

109. *Table of Tables*

110. *Table of Figures*

111. *Table of Tables*

112. *Table of Figures*

113. *Table of Tables*

114. *Table of Figures*

115. *Table of Tables*

116. *Table of Figures*

117. *Table of Tables*

118. *Table of Figures*

119. *Table of Tables*

120. *Table of Figures*

121. *Table of Tables*

122. *Table of Figures*

123. *Table of Tables*

124. *Table of Figures*

125. *Table of Tables*

126. *Table of Figures*

127. *Table of Tables*

128. *Table of Figures*

129. *Table of Tables*

130. *Table of Figures*

131. *Table of Tables*

132. *Table of Figures*

133. *Table of Tables*

134. *Table of Figures*

135. *Table of Tables*

136. *Table of Figures*

137. *Table of Tables*

138. *Table of Figures*

139. *Table of Tables*

140. *Table of Figures*

141. *Table of Tables*

142. *Table of Figures*

143. *Table of Tables*

144. *Table of Figures*

145. *Table of Tables*

146. *Table of Figures*

147. *Table of Tables*

148. *Table of Figures*

149. *Table of Tables*

150. *Table of Figures*

151. *Table of Tables*

152. *Table of Figures*

153. *Table of Tables*

154. *Table of Figures*

155. *Table of Tables*

156. *Table of Figures*

157. *Table of Tables*

158. *Table of Figures*

159. *Table of Tables*

160. *Table of Figures*

161. *Table of Tables*

162. *Table of Figures*

163. *Table of Tables*

164. *Table of Figures*

165. *Table of Tables*

166. *Table of Figures*

167. *Table of Tables*

168. *Table of Figures*

169. *Table of Tables*

170. *Table of Figures*

171. *Table of Tables*

172. *Table of Figures*

173. *Table of Tables*

174. *Table of Figures*

175. *Table of Tables*

176. *Table of Figures*

177. *Table of Tables*

178. *Table of Figures*

179. *Table of Tables*

180. *Table of Figures*

181. *Table of Tables*

182. *Table of Figures*

183. *Table of Tables*

184. *Table of Figures*

185. *Table of Tables*

186. *Table of Figures*

187. *Table of Tables*

188. *Table of Figures*

189. *Table of Tables*

190. *Table of Figures*

191. *Table of Tables*

192. *Table of Figures*

193. *Table of Tables*

194. *Table of Figures*

195. *Table of Tables*

196. *Table of Figures*

197. *Table of Tables*

198. *Table of Figures*

199. *Table of Tables*

200. *Table of Figures*

201. *Table of Tables*

202. *Table of Figures*

203. *Table of Tables*

204. *Table of Figures*

205. *Table of Tables*

206. *Table of Figures*

207. *Table of Tables*

208. *Table of Figures*

209. *Table of Tables*

210. *Table of Figures*

211. *Table of Tables*

212. *Table of Figures*

213. *Table of Tables*

214. *Table of Figures*

215. *Table of Tables*

216. *Table of Figures*

217. *Table of Tables*

218. *Table of Figures*

219. *Table of Tables*

220. *Table of Figures*

221. *Table of Tables*

222. *Table of Figures*

223. *Table of Tables*

224. *Table of Figures*

225. *Table of Tables*

226. *Table of Figures*

227. *Table of Tables*

228. *Table of Figures*

229. *Table of Tables*

230. *Table of Figures*

231. *Table of Tables*

232. *Table of Figures*

233. *Table of Tables*

234. *Table of Figures*

235. *Table of Tables*

236. *Table of Figures*

237. *Table of Tables*

238. *Table of Figures*

239. *Table of Tables*

240. *Table of Figures*

241. *Table of Tables*

242. *Table of Figures*

243. *Table of Tables*

244. *Table of Figures*

245. *Table of Tables*

246. *Table of Figures*

247. *Table of Tables*

248. *Table of Figures*

2

TOTAL COMISSÃO	
TOTAL LÍQUIDO	

TOTAL COMISSÃO	
TOTAL LÍQUIDO	

CONTINUA

CONTINUA

M9 Publicidade Ltda.

Hungria, 888 - 9º andar - São Paulo - SP - CEP 01455
C. 60.741.300/0001-97 - Inscricao Estadual Isenta

NOVO ENDEREÇO:
DWO Publicidade Ltda.
Av. Dr. Carlos de Faria, 111 - Vila Olímpia - SP.
CINELIDIA PROPAGANDA LTDA
CNPJ 04.558.113-99
Inscricao Estadual Isenta
Inscricao M. Empresa do R. S. HONORIA, 574

Midia
Veículo

P1

CONTRATO: SAO PAULO
CNPJ 01455000

CONTRATO: SAO PAULO
CNPJ 01455000

SP

CINEMA
Mês/ano do contrato
001611 0004

NR: BICLETAS MONARK S/A
R. ENCO. MESQUITA CAMPAIO, 782
Linha Mountain

CAC: 58992423/0001 - 90
CONTRATO: SAO PAULO
JOS 100000

SP
Mês/ano: 1000407961-13

DATA DA DESPESA:
06/08/03

LO DA PEÇA
PARAISO

SEQ. MATERIAL

TITULO DA PEÇA
D
E
F

SEQ. MATERIAL

Mês/ano do veículo:
08/03
CINEM

Posição	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOTAL	PREÇO BRUTO UNITÁRIO	PREÇO BRUTO TOTAL
MORCEMI 2																															4	54.800.00	218.400.00	
PAULISTA 1																															4	54.800.00	218.400.00	
PAULISTA 2																															4	54.800.00	218.400.00	
CENTER NORTE 1																															4	54.800.00	218.400.00	
CENTER NORTE 2																															4	54.800.00	218.400.00	
WEST PLAZA 1																															4	54.800.00	218.400.00	
WEST PLAZA 2																															4	54.800.00	218.400.00	

EMISSÃO:

REGISTRO: TABELA VIGENTE C/ 35% DESC.
LAZO PAGAMENTO: 15 D.F.M.

TOTAL BRUTO 5.896.800.00

TOTAL COMISSÃO 1.179.360.00

TOTAL LÍQUIDO 4.717.440.00

P. 2 (FINAL)

ANEXO III

OUTPUTS SOLICITADOS AO SISTEMA DE CONTROLE DE PEDIDO DE INSERÇÃO



1ª PARTE

RELATORIO DE FATURAMENTO Por **exibidor**

Competencia:

Datauro / 1993 Período de Selecao: 01/11/93 a 15/11/93

Pag. 001

Exibidor: EMPRESA CINEMATOGRAFICA SUL LTDA

Emitido em: 10/11/93 as 11:36:35

Contrato	N. da	Agencia	Cinemas	Total de Cinessemanas	Custo Unitario	Custo Total	Comissao de Agenciamento	Valor Faturado
Interino	Autorizacao							
000690-3	817-01	Y&R	004	0004	51.840,00	207.360,00	41.472,00	165.888,00
000796-2	0816-01/0	Y&R	004	0004	51.840,00	207.360,00	41.472,00	165.888,00
000836-3	0134/001	LED	003	0011	32.593,84	578.532,24	115.702,45	462.829,79
000838-5	AUT 07/10	CAVASSANI	003	0003	64.800,00	194.400,00	38.880,00	155.520,00
000860-3	23492/001	DPZ	006	0011	64.800,00	712.800,00	142.560,00	570.240,00
000861-4	1378	ZEN	005	0005	34.000,00	270.000,00	54.000,00	216.000,00
000867-0	817-02	Y&R	003	0003	51.840,00	155.520,00	31.104,00	124.416,00
000868-1	816-02/01	Y&R	003	0003	51.840,00	155.520,00	31.104,00	124.416,00
000869-2	01882-001	DM9	001	0002	64.800,00	129.600,00	25.920,00	103.680,00
000881-8	1384/002	CONTENF	001	0005	35.674,30	178.371,50	35.674,30	142.697,20
000889-1	974-001	Y&R	006	0008	57.600,00	460.800,00	92.160,00	368.640,00
000889-6	5054292-1	MCCANN	001	0005	43.200,00	216.000,00	43.200,00	172.800,00
000894-3	AUT 07/10	MFM-LINTAS	008	0014	55.788,06	781.032,84	156.206,57	624.826,27
000895-4	AUT 27/10	MFM-LINTAS	005	0009	55.788,06	502.092,54	100.418,51	401.674,03
000896-1	23491-001	DPZ	003	0009	100.800,00	907.200,00	181.440,00	725.760,00
000909-3	5727	DPZ	001	0001	86.400,00	86.400,00	17.280,00	69.120,00
000911-7	5730	DPZ	002	0002	86.400,00	172.800,00	34.560,00	138.240,00
000912-8	5731	DPZ	002	0002	86.400,00	172.800,00	34.560,00	138.240,00
000913-9	5732	DPZ	002	0002	86.400,00	172.800,00	34.560,00	138.240,00
000928-6	925-01/01	Y&R	004	0004	51.840,00	207.360,00	41.472,00	165.888,00
000930-0	MB/375/93	FISCHER	011	0044	33.196,04	1.460.625,76	292.125,15	1.168.500,61
000932-2	AUT 28/09	CINEMIDIA	002	0002	132.524,99	265.049,98	53.010,00	212.039,98
000942-4	AUT 04/10	CINEMIDIA	001	0002	68.912,99	137.825,98	27.565,20	110.260,78
000946-8	1364792-01	STANDARD	001	0002	43.200,00	86.400,00	17.280,00	69.120,00
000950-4	1364795-01	STANDARD	001	0001	43.200,00	43.200,00	8.640,00	34.560,00
000951-5	1364794-01	STANDARD	004	0005	43.200,00	216.000,00	43.200,00	172.800,00
000955-9	1364793-01	STANDARD	002	0003	43.200,00	129.600,00	25.920,00	103.680,00
000959-3	00156	LED	001	0003	56.976,66	170.929,98	34.186,00	136.743,98
000961-7	AUT 13/10	CONTENF	007	0018	68.493,00	1.232.910,00	246.582,00	986.328,00
000979-7	4561/001	FCB/SIBONE	002	0002	41.912,95	83.825,90	16.765,18	67.060,72
000980-0	AUT 09/10	DCS	001	0002	25.515,00	51.030,00	10.206,00	40.824,00
000983-5	AUT 08/10	SYLOP	001	0002	55.505,09	111.010,18	0,00	111.010,18
000994-6	AUT 26/08	CRIGEN	003	0012	83.828,11	1.005.937,32	201.187,46	804.749,86



2ª PARTE

ATÓRIO DE FATURAMENTO

Competencia:

Outubro / 1993 Período de Seleção: 01/11/93 a 15/11/93

Pag. 002

Exibidor: EMPRESA CINEMATOGRAFICA SUL LTDA

Emitido em: 10/11/93 às 11:36:35

Exibidor	M. da	Agência	Cinemas	Cine-semanas	Total de	Custo Unitário	Custo Total	Comissão de	Valor Faturado
								Agenciamento	

Sao Paulo, 16 / 11 / 93

Observação:

Assinatura: *Ida J. Muniz*
 Cinemédia Veículo de Comunicação Ltda

Desconto BV/ Bonificação de Veiculação

CONTEMPORANEA	8%	- CR\$ 90.322,02
MCCANN	5%	- CR\$ 8.640,00
MPH	5%	- CR\$ 51.325,02
DPZ	8%	- CR\$ 142.387,20
YOUNG	5%	- CR\$ 55.756,80
DM9	10%	- CR\$ 10.368,00
		- CR\$ 358.799,04

RESUMO FINAL PARA PAGAMENTO

Valor Líquido Faturado	9.192.677,40
(-) Desc. BV/Bonificação Veiculação	358.799,04
(-) Desc. BV/Especial Souza Cruz	172.800,00
(-) Elaboração Faixa Comercial	251.334,34
(-) Desc. Manutenção Aparelhos (11)	112.200,00
Valor Líquido Recebido	8.297.544,02
(-) Comissão Cinemédia 35%	2.904.140,41
(-) Japan Leasing (03)	494.849,73
- Valor Pago ao Exibidor	4.898.553,88

1º Parte

RELATORIO DE FATURAMENTO

Competencia: Junho / 1993 Período de Selecao: 01/07/93 a 15/07/93 Pag. 012

Exibidor: CINEMAS LEOK FILMES LTDA.

REL. Nº 008 Emitido em: 15/07/93 às 05:23:19

Contrato:	M. U.	Agencia	Cinemas:	Total de	Custo Unitario	Custo Total	Comissao de	Valor Faturado
Interno	Autorizacão						Agençamento	
000116-8:337/001	YBR	001	0001	14.840.917,35	14.840.917,35	2.968.183,47	11.872.733,88	
000121-5:00828-01/1	AVANTI	003	0003	14.469.885,70	43.469.597,10	8.693.919,42	34.775.677,68	

Sao Paulo, / / 2º Parte

RESUMO FINAL PARA PAGAMENTO

Observações:	Valor Líquido Faturado	46.648.411,56
	(-) Elaboração de faixa Coml.....	7.319.797,94
	Valor Líquido Recebido	39.328.613,62
	(-) Comissão Cinemática 35%	13.765.014,77
	(-) Japan Leasing	150.727.833,60
	(-) SALDO DEVEDOR REL. 007	5.292.208,29
	SALDO DEVEDOR 008.....	(130.456.443,04)

Assinatura:

Luiz da Silva
Diretor de Veículo de Comunicação Ltda

2ª PARTE

RELATÓRIO DE FOLIORETO

Competência: Junho / 1993

Período de Seleção: 01/07/93 a 15/07/93

Pág. 016

Exibidor: EMBLETA VIOLÃO E FILHO INDUSTRIA LIDA.

Emite em: 15/07/93 às 09:23:19

Controlador: N. da	Agência	Cinemas/Cinemas	Total de	Custo Unitário	Custo Total	Admissão de	Valor Faturado
Interno	Autorização						
000167-9:28640	MEM-LINTAS	002	0004	11.448.782,50	45.795.130,00	9.159.026,00	36.636.104,00
000168-0:2620-01/01	MEM-LINTAS	002	0004	22.614.731,20	90.458.774,00	18.091.784,96	72.367.139,04
000175-9:5048669-2	MEM-LINTAS	001	0004	10.532.879,90	42.131.819,60	8.426.303,92	33.705.215,68
000185-1:677	MEM-LINTAS	001	0006	22.614.731,20	135.688.387,10	27.137.677,44	108.550.709,66
000186-2:1672	MEM-LINTAS	002	0004	28.268.414,00	113.073.656,00	22.614.731,20	90.458.924,80
000187-3:30-01/93	MEM-LINTAS	002	0002	21.744.934,00	44.489.868,00	8.877.973,60	34.791.894,40
000194-2:230/93	MEM-LINTAS	001	0002	17.113.173,75	34.446.347,50	6.869.269,50	27.477.078,00
000227-4:1345/09	MEM-LINTAS	002	0004	28.850.952,60	115.403.730,40	23.080.796,08	92.322.934,32
000235-4:331682-001	MEM-LINTAS	001	0001	21.136.216,43	21.136.216,43	4.227.243,29	16.908.973,14
000252-5:1672	MEM-LINTAS	001	0001	17.647.056,07	17.647.056,07	3.529.411,76	14.117.644,31
000295-6:1801 05/05	MEM-LINTAS	001	0002	14.200.000,00	28.400.000,00	5.680.000,00	22.720.000,00

2ª PARTE

RESUMO FINAL PRINCIPAL

Valor Líquido Faturado	550.056.671,00
(-) D.H.L./Remessas de Filas	2.182.000,00
(-) Fluor/Remessas de Filas	1.755.000,00
(-) Elaboração de Faixa Comercial	6.274.112,52
Valor Líquido Recebido	539.845.558,48
(-) Comissão Cinemática 35%	188.945.945,47
(-) Japan Leasing	100.485.222,40
Valor pago ao Exibidor	250.414.390,61

Observação:

Assinatura:

Cinematográfica Verônica de Lencastre Lda



Rua Hungria, 574
Jardim Europa - São Paulo, SP. Cep 01455-000
Tels. (011) 815.7801 - 815.7303 - 813.4197 - 815.5702
Fax (011) 815.4598

22 / 11 / 93

**

CONFIRMAÇÃO DE EXIBIÇÕES

**

PI 4534 à 4549

CLIENTE: SOUZA CRUZ S/A
AGÊNCIA: DPZ DUA ILIBI PETIT ZARAGOZA PROPAGANDA S/A
TÍTULO: 1) A- " ROLLER BLADE " (60") 2) B- " ANÁLISE " (60")

CIDADES / CINEMAS:	PERÍODO DE VEICULAÇÃO
CURITIBA PR:	
ASTOR	Cinsemanas: 44A) 29.10 à 04.11 e 46A) 12.11 à 18.11.93
ITALIA	" 44A) " " " " 46B) " " "
BRISTOL	" 44B) " " " " 45A) " " "
PLAZA	" 44/45A) " 29.10 à 11.11.93
FLORIANOPOLIS SC:	
ITAGUASSU	" 45A) 05.11 à 11.11.93
RITZ	" 44A) 29.10 à 04.11 e 46B) 12.11 à 18.11.93
SÃO JOSÉ	" 44B) 29.10 à 04.11 e 45A) 05.11 à 11.11.93
BELO HORIZONTE MG:	
CIDADE 1	" 44A) 29.10 à 04.11 e 46B) 12.11 à 18.11.93
CIDADE 3	" 44A) " " " " e 46A) " " "
CENTER 2	" 44A) " " " " 46A) " " "
CIDADE 2	" 44B) " " " " 45A) 05.11 à 11.11.93
CENTER 3	" 44B) " " " " 45A) " " "
CENTER 1	" 44/45B) 29.10 à 11.11.93
GOIANIA GO:	
CENTER 1	" 44B) 29.10 à 04.11 e 45A) 05.11 à 11.11.93
BOUGAINVILLE 1	" 44/45B) 29.10 à 11.11.93
CENTER 2	" 44A) 29.10 à 04.11 e 46B) 12.11 à 18.11.93
BOUGAINVILLE 2	" 44A) 29.10 à 04.11 e 46A) 12.11 à 18.11.93
SALVADOR BA:	
ART 1	" 44A) 29.10 à 04.11 e 46A) 12.11 à 18.11.93
IGUATEMI 1	" 44A) " " " " 46B) " " "
BARRA 1	" 44A) " " " " 46B) " " "
GLAUBER ROCHA	" 44B) " " " " 45A) 05.11 à 11.11.93
IGUATEMI 2	" 44B) " " " " 45A) " " "
BARRA 2	" 44/45B) 29.11 à 11.11.93
FORTALEZA CE:	
IGUATEMI 1	" 44B) 29.10 à 04.11 45A) 05 à 11.11 46B) 12 à 18.11

Relatorio Japan Leasing 21

Emitido em : __/__/__

Exibidor : _____

Cinema	Data Instalacao	No. Serie Pos	Parc. Aparelho	Parc. Pagas	Valor Pago (US\$)	Valor a Pagar (US\$)
--------	--------------------	------------------	-------------------	----------------	----------------------	-------------------------

Total						
-------	--	--	--	--	--	--

Anunciante: FMU FACULDADES METROPOLITANAS UNIDAS

Agencia: QUEIROZ & DAX LTDA.

Titulo (1): FMU

Sec: 030*

C.I.: 000601-b Pedido de Insercao: AUT.01/09

Circuito: EMPRESA CINEMATOGRAFICA HAWAY LTDA.

Cidade / Cinemas	Categoria	Custo Unitario	C i n e s e m a n a s	Total Bruto Cinema
SAD-PAULO				
CENTER NORTE 1	AA	31.800,00	02X	63.600,00
CENTER NORTE 3	AA	31.800,00	02X	63.600,00
ELDORADO 1	AA	31.800,00	02X	63.600,00
GAZETA	AA	31.800,00	02X	63.600,00
GAZETINHA	AA	31.800,00	02X	63.600,00
JARDIM SUL 1	AA	31.800,00	02X	63.600,00
PAULISTA 2	AA	31.800,00	02X	63.600,00
WEST PLAZA 1	AA	31.800,00	02X	63.600,00
				508.800,00

RELATORIO ANALITICO: PROGRAMACAO / CUSTOS

Competencia: Agosto / 1993

Pag. 044

Emissao: 27/09/93 as 17:18:06

Anunciante: NESTLE INDL. E COML. LTDA.

Agencia: DUAILE PETIT ZARAGOZA LTDA.

Titulo (1): FILHOS SUPLIGEM Sec: 001"

Titulo (2): NAMORADOS SUPLIGEM Sec: 001"

C.I.: 000580-B Pedido de Insercao: 22461/001

Circuito: ALVORADA CCA. INTERNACIONAL LTDA.

Cidade / Cinemas	Categoria	Custo Unitario	C i n e s e m a n a s	Total Bruto Cinema
SAD PAULO				
CENTER ISUATEMI 3	AA	16.720,77	02X	33.441,54
				33.441,54

LISTAGEM DE SALDOS DE ESPACOS POR CINEMAS

[illegible]

CINEMA: 071 - ITALIA-ITALINHA

ANO DE REFERENCIA: 1993

CINESEMANAS DE (SEXTA A QUINTA)

CINESEMANAS-ANUAL	TITULO DO FILME	SESSAO	DISPON.	ABSORV.	SALDOS
47 - 19/11 a 25/11		01	0435	0435	0000
48 - 26/11 a 02/12		01	0360	0270	0090
49 - 03/12 a 09/12		01	0360	0150	0210
50 - 10/12 a 16/12		01	0360	0090	0270
51 - 17/12 a 23/12		01	0360	0120	0240

[illegible]

Data Selecao : ____/____/____ a ____/____/____

+

Cliente	Agencia	Contrato Interno	Valor Faturado	Bonif. Veicul.	Comissao Repres.
Total					

Cinesemanas: 47 a 51/1993

Emitido em 05/01/90 às 14:07

Cidade / Cinema	47	48	49	50	51
CRISCIUMA - SC					
OPERA	0210	0240	0300	0300	0330
CUIABA-NT					
BAHLEIRANTES	0360	0360	0360	0360	0360
CURITIBA - PR					
ASTOR	0015	0180	0300	0300	0330
BRISTOL	0030	0075	0300	0300	0330
ITALIA-ITALINHA	0000	0130	0270	0270	0300
PLAZA	0000	0005	0270	0270	0300
FLORIANOPOLIS - SC					
ITAGUACU 1	0075	0210	0270	0270	0300
RITZ	0150	0195	0300	0300	0330
SÃO JOSE	0135	0240	0330	0330	0360
FORTALEZA					
CENTER 1	0360	0360	0360	0360	0360
FORTALEZA - CE					
IGUATEMI 1	0150	0240	0300	0300	0330
IGUATEMI 2	0210	0300	0300	0300	0330
GOIANIA - GO					
BOUGAINVILLE 1	0240	0300	0330	0330	0360
BOUGAINVILLE 2	0240	0300	0330	0330	0360
GOIANIA-GO					
FLAMBOYAN 1	0240	0300	0330	0330	0360
FLAMBOYAN 2	0240	0300	0330	0330	0360
GUARUJA					
CINE PRAIANO	0360	0360	0360	0360	0360
JOINVILLE - SC					
CENTER 1	0210	0240	0330	0330	0360
CENTER 2	0210	0240	0330	0330	0360
PALACIO 1	0180	0240	0300	0300	0330
PALACIO 2	0210	0240	0330	0330	0360
JUNDIAI - SP					
MAXI 1	0240	0300	0330	0330	0360
JUNDIAI-SP					
MAX 2	0300	0360	0360	0360	0360
LONDRINA-PR					
SHOPPING CATUAÍ 1	0300	0300	0360	0360	0360
SHOPPING CATUAÍ 2	0300	0300	0360	0360	0360
Cinesemana :47 (19/11 a 25/11) * 48 (26/11 a 02/12) * 49 (03/12 a 09/12)					
50 (10/12 a 16/12) * 51 (17/12 a 23/12) *					

PROGRAMA DE PREVISÃO - de

01/04/94 a 30/04/94

RECEBIMENT

US\$ ESTIMADO

CR\$/DIA

CR\$ ACUMULADO

Sa. Feira 07/04/94 (Taxa: 990.39)

PRE-UNIVERS./CINEMARKET	1373	MICHEL	968.136,00
Total do dia	977,53		968.136,00

968.136,21

Domingo 10/04/94 (Taxa: 1026.47)

CENTRO ENSINO/CINEMARKET	1321	MICHEL	440.000,00
Total do dia	426,65		440.000,00

1.408.136,21

Sa. Feira 15/04/94 (Taxa: 1089.56)

M.OFFICER / POSITIVA	01371	RICARDO	2.500.810,34
RAIA & CIA / BREAKCINE	1319	FERNANDO	2.400.000,00
CENTRO MEDICO/ 1 TIME	1320	GLADEMIR	208.000,00
LPC / Y & RUBICAN	1322	MAX	2.109.029,02
LPC / Y & RUBICAN	1323	ANA	5.847.765,30
LPC / ALMAP	1324	ANA	11.503.794,64
BRADESCO / CENTRUM	1325	FERNANDO	13.312.000,00
ESCOLA FAN / TALENT	1326	RICARDO	3.120.000,00
ALPARG.NIKE / GROTERA	1327	RICARDO	13.478.400,00
CULTURA INGLESA/DPZ	1328	LOBAO	1.310.400,00
CULTURA INGLESA / DPZ	1329	LOBAO	291.200,00
ROBERTO SOM/AUTO RETRATO	1330	LAERTE	416.000,00
TAJA EMPK. / CASA RARA	1331	MICHEL	216.400,00
BCEM / S.A	1332	MAX	2.329.600,00
BCEM / S.A	1333	MAX	9.609.600,00
S.O.S COMPUT./BIONDI	1334	FERNANDO	960.000,00
YAZIGI / GUIMARAES	1335	MAX	249.600,00
YAZIGI / GUIMARAES	1336	MAX	2.496.000,00
MAQUINE / LAPIS DARO	1337	FERNANDO	2.214.400,00
CORY / NORWEST	1338	FERNANDO	16.054.400,00
CITIZMAR / GRUPO NOVE	1339	ADALGIZA	166.400,00
AMAURY / ARTPLAN	1340	MICHEL	2.948.400,00
RECKITT / DETROIT	1342	RICARDO	8.486.400,00
LIVRARIA WERK / 1 TIME	1343	GLADEMIR	156.000,00
BANCO DO BRASIL	1345	SERGIO DONATO	13.728.000,00
BARRA SHOPPING/ARTPLAN	1346	LOBAO	1.060.800,00
IUCHNO / UPPER	1349	MICHEL	1.419.600,00
CNA / MEGA-P	1350	ADALGIZA	291.200,00
CULT.INGLESA/LOBO FALCAO	1354	RICARDO	936.000,00
FLAZA FOOD / BRAIN	1356	RICARDO	6.713.784,00
SOUZA CRUZ / STANDARD	1357	LOBAO	561.600,00
SOUZA CRUZ / STANDARD	1358	LOBAO	167.200,00
SOUZA CRUZ / STANDARD	1359	LOBAO	1.435.200,00

PROGRAMA DE PREVISAO - de

01/04/94 a 30/04/94

RECEBIMENT

US\$ ESTIMADO

CR\$/DIA

CR\$ ACUMULADO

Transporte

130.128.119,00

Sa. Feira 15/04/94 (Taxa: 1089.56)

SOUZA CRUZ / STANDARD	1360	LOBAO	312.000,00	
SOUZA CRUZ / STANDARD	1361	LOBAO	124.800,00	
VIVA VIDA /	1364	ADALGIZA	16.640.000,00	
WARNER BROS URV 4.480	1365	RICARDO	5.599.059,20	4 524.000,00
GROCERY /	1366	RICARDO	5.937.035,00	
ALUACRY MODAS	1367	RICARDO	670.426,26	
M & W - SALOMON	1369	ANA	467.136,46	
BOEM / S.A	1370	MAX	1.144.000,00	
M.OFFICER / POSITIVA	1371	ANA	6.368.455,00	
WARNER BROS URV 8.860	1378	RICARDO	9.762.457,60	
UNICOR / FRANCO	1379	FRANCO	7.353.277,50	
UNICOR / FRANCO	1380	FRANCO	21.111.245,00	
BCO NACIONAL / DM9	1381	RICARDO	5.512.000,00	
BCO NACIONAL / DM9	1382	RICARDO	1.543.360,00	
BCO NACIONAL / DM9	1383	RICARDO	1.763.840,00	
BCO NACIONAL / DM9	1384	RICARDO	861.920,00	
BCO NACIONAL / DM9	1385	RICARDO	1.102.400,00	
BCO NACIONAL / DM9	1386	RICARDO	2.204.800,00	
B. MERCANTIL / ALMAF ***161		RICARDO	44.642.304,00	
ALFARGATAS/JE ANERATION ***323		RICARDO	996.480,00	
YAGIZI / GUIMARAES ***349		MAX	1.200.000,00	

Total do dia	242.370,30	264.076.981,32	265.495.117,32
--------------	------------	----------------	----------------

2a. Feira 18/04/94 (Taxa: 1129.25)

VASF	1347	LOBAO	33.394.400,00	
Total do dia	29.572,19	33.394.400,00	298.879.517,32	

4a. Feira 20/04/94 (Taxa: 1156.52)

TROPICAL FOOD/ HUTON PUEL	1341	RICARDO	748.800,00	
BANRISUL / SIMBOLO	1352	MICHEL	3.893.597,20	
Total do dia	4.014,11	4.642.397,20	303.521.914,52	

2a. Feira 25/04/94 (Taxa: 1227.59)

LACTA US\$ 25000 ***335		SAO PAULO	25.500.000,00	
Total do dia	20.772,41	25.500.000,00	329.021.914,52	

6a. Feira 29/04/94 (Taxa: 1287.59)

SIND.TELEF.RE- URV 640	1375	MICHEL	824.057,60	
------------------------	------	--------	------------	--

PROGRAMA DE PREVISAO - de

01/04/94 a 30/04/94

RECEBIMENT

US\$ ESTIMADO

CR\$/DIA

CR\$ ACUMULADO

Transporte

329.845.972,11

Sa. Feira 29/04/94 (Taxa: 1287.59)

Total do dia

640,00

814.057,60

329.845.972,11

Sabado 30/04/94 (Taxa: 1303.04)

GRILL / NORTON

***125

RICARDO

715.000,00

BANRISUL / SIMBOLO

1353

MICHEL

3.393.597,20

FEDRIZZI / CINEMARKET

1355

MICHEL

624.000,00

CALCADOS DILLY / STANDARD

1363

MICHEL

21.964.800,00

IODICE URV B.000

1377

RICARDO

10.424.320,00

NESTLE / US\$66.500

***558

ANA

53.200.000,00

Total do dia

69.699,87

90.621.717,20

420.667.689,32

Total do Mes

368.475,06

420.667.689,32

DATA : 24/01/94 Cinesemanas: (DE 6. AS 5. FEIRAS) 1994 HORA : 09:42:01

- - - -Janeiro- - - -

01 - 31/12 a 06/01
 02 - 07/01 a 13/01
 03 - 14/01 a 20/01
 04 - 21/01 a 27/01

- - - -Fevereiro- - - -

05 - 28/01 a 03/02
 06 - 04/02 a 10/02
 07 - 11/02 a 17/02
 08 - 18/02 a 24/02

- - - -Marco- - - -

09 - 25/02 a 03/03
 10 - 04/03 a 10/03
 11 - 11/03 a 17/03
 12 - 18/03 a 24/03
 13 - 25/03 a 31/03

- - - -Abril- - - -

14 - 01/04 a 07/04
 15 - 08/04 a 14/04
 16 - 15/04 a 21/04
 17 - 22/04 a 28/04

- - - -Maio- - - -

18 - 29/04 a 05/05
 19 - 06/05 a 12/05
 20 - 13/05 a 19/05
 21 - 20/05 a 26/05

- - - -Junho- - - -

22 - 27/05 a 02/06
 23 - 03/06 a 09/06
 24 - 10/06 a 16/06
 25 - 17/06 a 23/06
 26 - 24/06 a 30/06

- - - -Julho- - - -

27 - 01/07 a 07/07
 28 - 08/07 a 14/07
 29 - 15/07 a 21/07
 30 - 22/07 a 28/07

- - - -Agosto- - - -

31 - 29/07 a 04/08
 32 - 05/08 a 11/08
 33 - 12/08 a 18/08
 34 - 19/08 a 25/08
 35 - 26/08 a 01/09

- - - -Setembro- - - -

36 - 02/09 a 08/09
 37 - 09/09 a 15/09
 38 - 16/09 a 22/09
 39 - 23/09 a 29/09

- - - -Outubro- - - -

40 - 30/09 a 06/10
 41 - 07/10 a 13/10
 42 - 14/10 a 20/10
 43 - 21/10 a 27/10

- - - -Novembro- - - -

44 - 28/10 a 03/11
 45 - 04/11 a 10/11
 46 - 11/11 a 17/11
 47 - 18/11 a 24/11
 48 - 25/11 a 01/12

- - - -Dezembro- - - -

49 - 02/12 a 08/12
 50 - 09/12 a 15/12
 51 - 16/12 a 22/12
 52 - 23/12 a 29/12

ANEXO IV

OUTPUTS GERADOS PELO SISTEMA DE CONTROLE DE PEDIDO DE INSERÇÃO

DATA : 31/10/94

RELATORIO JAPAN LEASING

HORA : 11:41:03

Exibidor : GRUPO INTERNACIONAL COO.LTDA - (PARIS)

Cinema	Data Instal.	No.Serie Pos	Parc. Aparelho	Parc. Pagas	Valor Pagar	Valor a Pago (US\$)	Valor a Pagar (US\$)
ARICANDUVA 1	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
ARICANDUVA 2	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
ARICANDUVA 3	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
CENTER PENHA 1	/ /	C	19	23	15.362,982	18.597,294	18.597,294
CENTER PENHA 2	/ /	C	19	23	15.362,982	18.597,294	18.597,294
ELDORADO 4	/ /	C	19	23	15.362,982	18.597,294	18.597,294
ELDORADO 5	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
ELDORADO 6	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
IBIRAPUERA 1	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
IBIRAPUERA 2	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
INTERLAGOS 5	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
INTERLAGOS 6	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
LAR CENTER 1	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
LAR CENTER 2	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
LAR CENTER 3	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
MORUMBI 1	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
MORUMBI 2	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
MORUMBI 3	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
MORUMBI 4	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
MORUMBI 5	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
MORUMBI 6	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
BRISTOL	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
CENTER 1	/ /	C	19	23	15.362,982	18.597,294	18.597,294
CENTER 2	/ /	C	19	23	15.362,982	18.597,294	18.597,294
CENTER 1	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
CENTER 2	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
CENTER 3	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
CIDADE 1	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
CIDADE 2	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
CIDADE 3	/ /	E	00	0	0,000	0,000	0,000
BARRA 1	/ /	C	18	24	14.554,404	19.405,872	19.405,872
BARRA 2	/ /	C	18	24	14.554,404	19.405,872	19.405,872
teste	/ /	C	12	36	9.702,936	29.108,808	29.108,808
Total :			143	199	115.626,654	160.907,022	160.907,022

DATA : 31/10/94

RELATORIO DE CONTROLE DE PIs

HORA : 12:12:39

No. Contrato	Cliente	Agencia	Custo Total	Valor Faturado
000.400	PLAZA FOOD	BRAIN	2.833.740,00	2.266.992,00
000.401	BRASIL	MFM-LINTAS	941.119,92	752.895,94
000.402	BARRA	MFM-LINTAS	117.640,08	94.112,06
000.403	THE BOSTON	MFM-LINTAS	470.560,08	376.448,06
000.404	THE WEST	MFM-LINTAS	117.640,08	94.112,06
000.405	THE BOSTON	MFM-LINTAS	117.640,08	94.112,06
000.406	NESTLE	NORTON	16.236.407,25	12.989.125,80
000.407	NESTLE	NORTON	10.810.707,25	8.648.565,80
000.408	NESTLE	THOMPSON	3.608.123,75	2.886.499,00
000.409	NESTLE	THOMPSON	4.329.748,50	3.463.798,80
000.410	PANAMERICA	TALENT	3.900.000,00	3.120.000,00
000.411	LEAO	GEMINNI	558.600,00	446.880,00
000.412	HAWAY	ALLAS		
000.413	RAIA	BREAK CINE	3.000.000,00	2.400.000,00
000.414	PLAZA FOOD	BRAIN	8.392.230,00	6.713.784,00
000.415	AGAXTUR	ATOMIC	4.152.000,00	3.321.600,00
000.416	NESTLE	NORTON	16.276,30	13.021,04
000.417	SIND. TELEF	CINEMARKET	346.000,00	276.800,00
000.418	BRAMMA	BRIDGE	82.573.918,68	66.059.134,94
000.419	BRAMMA	BRIDGE	4.777.003,56	3.821.602,85
000.429	SARAIWA	PROMO MKT	2.314.285,56	1.851.428,45
000.430	BRADESCO	CENTRUM	16.640.000,00	13.312.000,00
000.431	GASOLINE	COBERTURA	337.500,00	270.000,00
000.432	GASOLINE	CINEMARKET	337.500,00	270.000,00
000.434	FISK	COBERTURA	778.400,00	622.720,00
000.436	CORY	NORWEST	20.068.000,00	16.054.400,00
000.437	LEAO	GEMINNI	726.600,00	581.280,00
000.439	CURSO PRE		1.300,00	1.300,00
000.440	CURSO PRE	CINEMARKET	1.300,00	1.040,00
000.441	CURSO PRE	CINEMARKET	1.300,00	1.040,00
000.442	CURSO PRE	CINEMARKET	1.300,00	1.040,00
000.443	KENKO	ST	22.666,68	18.133,34
000.444	KENKO	ST	11.333,34	9.066,67
000.445	LPC	ALMAP/BBDO	13.150.805,63	10.520.644,50
000.446	LPC	ALMAP/BBDO	14.379.743,30	11.503.794,64
000.447	PAKALOLO	HUTON	274.000,00	219.200,00
000.448	BANRISUL	SIMBOLO	2.463.511,50	1.970.809,20
000.449	LACTA		25.000,00	20.000,00

ATENCAO HOUVE PERDA DA(S) PIs :

000.420
 000.421
 000.422
 000.423
 000.424
 000.425
 000.426
 000.427
 000.428
 000.433
 000.435
 000.438

DATA : 31/10/94

RELATORIO DE SALDO POR CINEMA

HORA : 12:16:45

Ano de Referencia : 1994

Cinesemanas: (DE 6. AS 5. FEIRAS)

Cinema : 0030 - ARICANDUVA 1 - SAO PAULO - SP

Cinesemanas-Anual	Disponivel	Absorvido	Saldo
10 - 04/03/94 a 10/03/94	360	180	180
11 - 11/03/94 a 17/03/94	360	90	270
12 - 18/03/94 a 24/03/94	360	120	240
13 - 25/03/94 a 31/03/94	360	60	300
14 - 01/04/94 a 07/04/94	360	90	270
15 - 08/04/94 a 14/04/94	360	150	210

Cinema : 0031 - ARICANDUVA 2 - SAO PAULO - SP

Cinesemanas-Anual	Disponivel	Absorvido	Saldo
10 - 04/03/94 a 10/03/94	360	255	105
11 - 11/03/94 a 17/03/94	360	90	270
12 - 18/03/94 a 24/03/94	360	180	180
13 - 25/03/94 a 31/03/94	360	120	240
14 - 01/04/94 a 07/04/94	360	150	210
15 - 08/04/94 a 14/04/94	360	180	180

Cinema : 0032 - ARICANDUVA 3 - SAO PAULO - SP

Cinesemanas-Anual	Disponivel	Absorvido	Saldo
10 - 04/03/94 a 10/03/94	360	210	150
11 - 11/03/94 a 17/03/94	360	180	180
12 - 18/03/94 a 24/03/94	360	120	240
13 - 25/03/94 a 31/03/94	360	90	270
14 - 01/04/94 a 07/04/94	360	120	240
15 - 08/04/94 a 14/04/94	360	180	180

DATA : 31/10/94 RELATORIO DE DISPONIBILIDADE POR CINEMAS HORA : 12:17:45

Cinesemanas: 10 a 14/1994

Cidade / Cinema	10	11	12	13	14
SANTOS					
ALHAMBRA	300	330	255	285	295
IPORANGA 1	330	360	225	255	255
IPORANGA 2	270	330	195	225	225
IPORANGA 3	270	330	255	285	285
Cinesemana : 10 (04/03 a 10/03) * 11 (11/03 a 17/03) * 12 (18/03 a 24/03) * 13 (25/03 a 31/03) * 14 (01/04 a 07/04) *					

DATA : 31/10/94 RELATORIO DE DISPONIBILIDADE POR CINEMAS HORA : 12:17:48

Cinsemanas: 10 a 14/1994

Cidade / Cinema	10	11	12	13	14
santos					
Cinemas Disp. Negativa	0	0	0	0	0
Cinemas Disp. 0-1 min.	0	0	0	0	0
Cinemas Disp. 1-2 min.	0	0	0	0	0
Cinemas Disp. 2-3 min.	0	0	0	0	0
Cinemas Disp. 3-4 min.	0	0	2	1	1
Cinemas Disp. 4-5 min.	2	0	2	3	3
Cinemas Disp. 5-6 min.	2	4	0	0	0
Cinsemana : 10 (04/03 a 10/03) * 11 (11/03 a 17/03) * 12 (18/03 a 24/03) * 13 (25/03 a 31/03) * 14 (01/04 a 07/04) *					

DATA : 31/10/94 RELATORIO DE COMISSAO DE REPRESENTANTE HORA : 12:18:48

Data Selecao : 01/04/94 a 01/05/94

Representante : ADALGISA RUCHA FERAZ

Cliente	Agencia	Contrato Interno	Valor Faturado	Bonif. Veicul.	Comissao Repres.
CNA	RENATO	000.457	291.200,00	0,00	0,00
CITZMAR	GRUPONOVE	000.520	166.400,00	0,00	0,00
RURITA		000.521	16.640.000,00	0,00	0,00
Total :			17.097.600,00	0,00	0,00

Representante : ANA LUCIA

Cliente	Agencia	Contrato Interno	Valor Faturado	Bonif. Veicul.	Comissao Repres.
MOFFICER	POSITIVA	000.508	8.869.265,34	0,00	88.692,65
M&W		000.609	487.136,46	0,00	4.871,36
Total :			9.356.401,81	0,00	93.564,02

Representante : FERNANDO

Cliente	Agencia	Contrato Interno	Valor Faturado	Bonif. Veicul.	Comissao Repres.
S.D.S.	BIONDI	000.359	960.000,00	0,00	67.200,00
RAIA	BREAK CINE	000.413	2.400.000,00	0,00	168.000,00
BRADESCO	CENTRUM	000.430	13.312.000,00	0,00	931.840,00
CORY	NORWEST	000.436	16.054.400,00	0,00	1.123.808,00
MAQUINE	BREAK CINE	000.452	2.214.400,00	0,00	155.008,00
AUDIO	GIOVANNI	000.593	544,00	65,28	38,08
PRAIA	GIOVANNI	000.594	544,00	65,28	38,08
Total :			34.941.888,00	130,56	2.445.932,16

Representante : GLADEMIR

Cliente	Agencia	Contrato Interno	Valor Faturado	Bonif. Veicul.	Comissao Repres.
CENTRO MED	PRIMEIRO	000.510	208.000,00	0,00	14.560,00
WERK	PRIMEIRO	000.531	156.000,00	0,00	10.920,00
Total :			364.000,00	0,00	25.480,00

DATA : 31/10/94

RELATORIO ANALITICO

HORA : 12:29:00

Competencia: Fevereiro / 1994

Anunciante : DISTRITO FEDERAL

Agencia : DENISON PROPAGANDA

Titulo 1) A- SEXO 2

Sec: (030)

Titulo 2) C- SEXO 1

Sec: (030)

C. I.: 000.541 Pedido de Insercao: 11/02

Circuito: GRUPO INTERNACIONAL CCO.LTDA - (PARIS)

Cinemas / Cidade	Peca	Custo Unitario	C i n e s e m a n a s	Total Bruto Cinema
------------------	------	----------------	-----------------------	--------------------

BELO HORIZONTE - MG

CENTER 1	A	166.894,69	10	166.894,69
CENTER 1	C	166.894,69	9	166.894,69
CENTER 2	A	166.894,69	10	166.894,69
CENTER 2	C	166.894,69	9	166.894,69
CENTER 3	A	166.894,69	10	166.894,69
CENTER 3	C	166.894,69	9	166.894,69
CIDADE 1	A	166.894,69	10	166.894,69
CIDADE 1	C	166.894,69	9	166.894,69
CIDADE 2	A	166.894,69	10	166.894,69
CIDADE 2	C	166.894,69	9	166.894,69
CIDADE 3	A	166.894,69	10	166.894,69
CIDADE 3	C	166.894,69	9	166.894,69

CAMPINAS - SP

BRISTOL	A	166.894,69	10	166.894,69
BRISTOL	C	166.894,69	9	166.894,69

PIRACICABA - SP

CENTER 1	A	166.894,69	10	166.894,69
CENTER 1	C	166.894,69	9	166.894,69
CENTER 2	A	166.894,69	10	166.894,69
CENTER 2	C	166.894,69	9	166.894,69

SALVADOR - BA

BARRA 1	A	166.894,69	10	166.894,69
BARRA 1	C	166.894,69	9	166.894,69
BARRA 2	A	166.894,69	10	166.894,69
BARRA 2	C	166.894,69	9	166.894,69

SAO PAULO - SP

ARICANDUVA 1	A	166.894,69	10	166.894,69
ARICANDUVA 1	C	166.894,69	9	166.894,69
ARICANDUVA 2	A	166.894,69	10	166.894,69
ARICANDUVA 2	C	166.894,69	9	166.894,69
ARICANDUVA 3	A	166.894,69	10	166.894,69
ARICANDUVA 3	C	166.894,69	9	166.894,69
CENTER PENHA 1	A	166.894,69	10	166.894,69
CENTER PENHA 1	C	166.894,69	9	166.894,69
CENTER PENHA 2	A	166.894,69	10	166.894,69
CENTER PENHA 2	C	166.894,69	9	166.894,69
ELDORADO 4	A	166.894,69	10	166.894,69
ELDORADO 4	C	166.894,69	9	166.894,69
ELDORADO 5	A	166.894,69	10	166.894,69
ELDORADO 5	C	166.894,69	9	166.894,69
ELDORADO 6	A	166.894,69	10	166.894,69
ELDORADO 6	C	166.894,69	9	166.894,69

DATA : 31/10/94

RELATORIO ANALITICO

HORA : 12:29:01

Competencia: Fevereiro / 1994

Anunciante : DISTRITO FEDERAL

Agencia : DENISON PROPAGANDA

Titulo 1) A- SEXO 2

Sec: (030)

Titulo 2) C- SEXO 1

Sec: (030)

C. I.: 000.541 Pedido de Insercao: 11/02

Circuito: BRUPO INTERNACIONAL CCC.LTDA - (PARIS)

Cinemas / Cidade	Peca	Custo Unitario	C i n e s e m a n a s	Total Bruto Cinema
IBIRAPUERA 1	A	166.894,69	10	166.894,69
IBIRAPUERA 1	C	166.894,69	9	166.894,69
IBIRAPUERA 2	A	166.894,69	10	166.894,69
IBIRAPUERA 2	C	166.894,69	9	166.894,69
INTERLAGOS 5	A	166.894,69	10	166.894,69
INTERLAGOS 5	C	166.894,69	9	166.894,69
INTERLAGOS 6	A	166.894,69	10	166.894,69
INTERLAGOS 6	C	166.894,69	9	166.894,69
LAR CENTER 1	A	166.894,69	10	166.894,69
LAR CENTER 1	C	166.894,69	9	166.894,69
LAR CENTER 2	A	166.894,69	10	166.894,69
LAR CENTER 2	C	166.894,69	9	166.894,69
LAR CENTER 3	A	166.894,69	10	166.894,69
LAR CENTER 3	C	166.894,69	9	166.894,69
MORUMBI 1	A	166.894,69	10	166.894,69
MORUMBI 1	C	166.894,69	9	166.894,69
MORUMBI 2	A	166.894,69	10	166.894,69
MORUMBI 2	C	166.894,69	9	166.894,69
MORUMBI 3	A	166.894,69	10	166.894,69
MORUMBI 3	C	166.894,69	9	166.894,69
MORUMBI 4	A	166.894,69	10	166.894,69
MORUMBI 4	C	166.894,69	9	166.894,69
MORUMBI 5	A	166.894,69	10	166.894,69
MORUMBI 5	C	166.894,69	9	166.894,69
MORUMBI 6	A	166.894,69	10	166.894,69
MORUMBI 6	C	166.894,69	9	166.894,69
Total Geral :				10.681.260,16

DATA : 31/10/94

RELATORIO DE CONTAS A RECEBER

HORA : 12:34:13

Data Selecao : 01/04/94 a 10/04/94

Data de Vencimento: 01/04/94							Taxa Prev. US\$:	1,00
Cliente	Agencia	Contrato	No.	Nome do	Valor	Valor		
		Interno	Dupl.	Repres.	Faturado	Fat. Acum		
D.F.	DENISON	000.541	0	LOBAD	50.735.985,76			
Total (CR\$) :					50.735.985,76			
Total (US\$) :					50.735.985,76	50.735.985,76		
Data de Vencimento: 07/04/94							Taxa Prev. US\$:	1,00
Cliente	Agencia	Contrato	No.	Nome do	Valor	Valor		
		Interno	Dupl.	Repres.	Faturado	Fat. Acum		
CURSO		000.332	0	MICHEL	774.508,80			
Total (CR\$) :					774.508,80			
Total (US\$) :					774.508,80	51.510.494,56		
Data de Vencimento: 10/04/94							Taxa Prev. US\$:	1,00
Cliente	Agencia	Contrato	No.	Nome do	Valor	Valor		
		Interno	Dupl.	Repres.	Faturado	Fat. Acum		
CULTURA	CINEMARKET	000.471	0	MICHEL	440.000,00			
Total (CR\$) :					440.000,00			
Total (US\$) :					440.000,00	51.950.494,56		
Total do Periodo de 01/04/94 a 10/04/94 :					51.950.494,56	51.950.494,56		

DATA : 21/11/94

RELATORIO DE FATURAMENTO

HORA : 09:37:25

PAG : 001

Competencia : Abril

Periodo de Selecao : 21/05/94 a 20/06/94

Relatorio No.

Exibidor: GRUPO INTERNACIONAL CCO.LTDA - (PARIS)

Contrato	Pedido de	Agencia	Cinemas	Total de C/S	Custo Unitario	Custo Total	Comissao de Agenciamento	Valor Faturado
Interno	Insercao							
000.679	29/04		006	0009	235.78	2,122.10	0.00	2,122.10
000.506	1465		007	0028	125.00	3,500.00	0.00	3,500.00
000.565	08262		014	0040	67.90	2,716.04	0.00	2,716.04
000.598	7637	W/BRASIL	017	0034	375.93	12,781.95	2,556.39	10,225.56
000.610	3190033-001	STANDARD	011	0032	114.13	3,652.17	730.43	2,921.73
000.661	09/05	PROGRESS	002	0004	337.83	1,351.35	270.27	1,081.08
000.444	00524	ST	009	0012	192.09	2,305.08	461.01	1,844.06
000.579	0029	LAPIS	004	0016	112.50	1,800.00	360.00	1,440.00
000.613	1493	ZEN	017	0022	268.00	5,896.00	1,179.20	4,716.80
000.623	20/04	BREAK CINE	015	0030	49.68	1,490.68	298.13	1,192.54
000.645	282	BREAK CINE	006	0012	225.00	2,700.00	540.00	2,160.00
000.652	0612/942	UMUARAMA	001	0003	466.66	1,400.00	280.00	1,120.00
000.653	190/94	FOSTER	010	0010	247.61	2,476.19	495.23	1,980.95
000.662	955/0011	Y&R	008	0016	131.42	2,102.72	420.54	1,682.17
000.669	00955/007	Y&R	002	0004	131.42	525.68	105.13	420.54
000.691	365006-001	STANDARD	002	0004	260.00	1,040.00	208.00	832.00
000.730	2059037-01	STANDARD	008	0008	180.00	1,440.00	288.00	1,152.00
000.751	612/943	UMUARAMA	003	0003	609.52	1,828.57	365.71	1,462.85
000.780	27032/001	DPZ	010	0010	140.00	1,400.00	280.00	1,120.00
000.791	1129411/001	UMUARAMA	017	0019	650.40	12,357.72	2,471.54	9,886.17

DATA : 21/11/94

RELATORIO DE FATURAMENTO

PAG : 002

Competencia : Abril

Periodo de Selecao : 21/05/94 a 20/06/94

Relatorio No.

Exibidor: GRUPO INTERNACIONAL CCO.LTDA - (PARIS)

OBS: _____

RESUMO FINAL PARA PAGAMENTO

VALOR LIQUIDO FATURADO	53,576.66
(-) Desc. BV/Bonificacao de Volume	1,300.24
(-) DESC. S/Remessas de Filas	222.83
(-) Elaboracao da Faixa Comercial	1,548.80
(-) Desc da Manutencao Aparelhos (033)	1,651.00
VALOR LIQUIDO RECEBIDO	48,853.79
(-) Comissao Cinemidia 35.0%	17,098.82
(-) Japan Leasing (008)	6,468.62
VALOR PAGO AO EXIBIDOR	25,286.34

DESCONTO DE BONIFICACAO DE VEICULACAO

UMUARAMA	7.0%	=	CR\$	872.83
Y&R	15.0%	=	CR\$	315.40
DPZ	10.0%	=	CR\$	112.00
		=	CR\$	1,300.24

Sao Paulo, ____/____/____, Exinemidia Veiculo de Comunicacao Ltda

DATA : 31/10/94

RELATORIO DE CONFIRMACAO DE EXIBICOES

HORA : 12:30:35

Ano de Referencia : 1994

Cliente : EDITORA ABRIL S/A

Agencia :

Pedido de Insercao :

No. Contrato : 000.001

Titulo 1) A- QUATRO RODAS

Sec: (030)

Titulo 2) B- SUPER INTERESSANTE

Sec: (030)

Titulo 3) R- REVISTA REJA

Sec: (030)

Cidade / Cinema	Filme	Cin	semanas	Periodo de Veiculacao
-----------------	-------	-----	---------	-----------------------

BELO HORIZONTE MG

CENTER 1 A (47) 18/11 a 24/11

CENTER 2 A (47) 18/11 a 24/11

CAMPINAS SP

SHOP.GALERIA 1 A (47) 18/11 a 24/11

SHOP.GALERIA 2 A (47) 18/11 a 24/11

CURITIBA PR

BRISTOL A (47) 18/11 a 24/11

PORTO ALEGRE RS

BOURBON 1 A (47) 18/11 a 24/11

BOURBON 2 A (47) 18/11 a 24/11

GUARANY A (43 44 45 46 47) 21/10 a 24/11

RIBEIRAO PRETO SP

CENTER 1 A (47) 18/11 a 24/11

RIO DE JANEIRO RJ

ART TIJUCA A (47) 18/11 a 24/11

CASA SHOPPING 3 A (47) 18/11 a 24/11

SAO CONRADO 1 A (47) 18/11 a 24/11

S.J.DO RIO PRETO SP

CENTER 1 A (47) 18/11 a 24/11

CENTER 2 A (47) 18/11 a 24/11

S.JOSE DOS CAMPOS SP

CENTER VALE 1 A (47) 18/11 a 24/11

CENTER VALE 2 A (47) 18/11 a 24/11

SALVADOR BA

ART 1 A (47) 18/11 a 24/11

IGUATEMI 1 A (47) 18/11 a 24/11

SANTOS SP

IFORANGA 1 A (47) 18/11 a 24/11

IFORANGA 2 A (47) 18/11 a 24/11

SAO PAULO SP

ARICANDUVA 5 B (46) 11/11 a 17/11

ARICANDUVA 6 B (46) 11/11 a 17/11

BELAS ARTES 1 A (47) 18/11 a 24/11

BELAS ARTES 1 B (45 46) 04/11 a 17/11

BELAS ARTES 1 R (43) 21/10 a 27/10

BELAS ARTES 2 R (43) 21/10 a 27/10

BELAS ARTES 3 B (45 46) 04/11 a 17/11

BELAS ARTES 3 R (43) 21/10 a 27/10

BELAS ARTES 6 B (46) 11/11 a 17/11

BRISTOL B (46) 11/11 a 17/11

DATA : 31/10/94 RELATORIO DE CONFIRMACAO DE EXIBICOES

HORA : 12:30:37

Ano de Referencia : 1994

Cliente :	EDITORIA ABRIL S/A		
Agencia :			
Pedido de Insercao :	No. Contrato :	000.001	
Titulo 1) A- QUATRO RODAS	Sec: (030)
Titulo 2) B- SUPER INTERESSANTE	Sec: (030)
Titulo 3) R- REVISTA REJA	Sec: (030)

Cidade / Cinema	Filme	Cine	semanas	Periodo de Veiculacao
SAO PAULO SP				
CAL CENTER 1	A	(47)	18/11 a 24/11
CAL CENTER 1	R	(43)	21/10 a 27/10
CAL CENTER 2	B	(46)	11/11 a 17/11
CAL CENTER 2	R	(43)	21/10 a 27/10
CAL CENTER 3	B	(45)	04/11 a 10/11
CENTER IGUATEMI 1	R	(43)	21/10 a 27/10
CENTER IGUATEMI 2	R	(43)	21/10 a 27/10
CENTER NORTE 3	B	(45)	04/11 a 10/11
GAZETINHA	R	(43)	21/10 a 27/10
IBIRAPUERA 1	A	(47)	18/11 a 24/11
IBIRAPUERA 1	R	(43)	21/10 a 27/10
INTERLAGOS 2	B	(46)	11/11 a 17/11
INTERLAGOS 3	B	(46)	11/11 a 17/11
JARDIM SUL 2	B	(45 46)	04/11 a 17/11
LIBERTY	A	(47)	18/11 a 24/11
LUMIERE	B	(46)	11/11 a 17/11
LUMIERE	R	(43)	21/10 a 27/10
MORUMBI 3	A	(47)	18/11 a 24/11
MORUMBI 3	R	(43)	21/10 a 27/10
MORUMBI 4	A	(47)	18/11 a 24/11
MORUMBI 6	R	(43)	21/10 a 27/10
PAULISTA 1	R	(43)	21/10 a 27/10
PAULISTA 3	R	(43)	21/10 a 27/10
PAULISTA 4	A	(47)	18/11 a 24/11
S.ALVORADA 1	B	(45)	04/11 a 10/11
S.ALVORADA 1	R	(43)	21/10 a 27/10
S.ALVORADA 2	B	(46)	11/11 a 17/11
TOP CINE	A	(47)	18/11 a 24/11
TOP CINE	B	(45 46)	04/11 a 17/11
TOP CINE	R	(43)	21/10 a 27/10
WEST PLAZA 2	B	(45 46)	04/11 a 17/11
WEST PLAZA 2	R	(43)	21/10 a 27/10
WEST PLAZA 3	A	(47)	18/11 a 24/11
WEST PLAZA 3	R	(43)	21/10 a 27/10
WEST PLAZA 4	B	(45)	04/11 a 10/11
WEST PLAZA 4	R	(43)	21/10 a 27/10

DATA : 31/10/94

RELATORIO DE CLIENTES NO AR

HORA : 12:41:00

No. Contrato	Cliente	Agencia	Comercial	Cinesemanas
000.502	MERCANTIL	ALMAP/BBDO	ACEITO	15-16
000.517	TROPICAL	HUTON	O MELHOR PEDACO	15
000.522	RECKITT	DETROIT	EMPREGADA	15
000.439	CURSO PRE		UNIVERSITARIO C/VOCE NA	15-16-17
000.443	KENKO	ST	KENKO	15-16-17
000.456	SOC.BRAS	ASSESSORIA	SURFISTA	15-16-17
000.467	GROCERY		GROCERY	15-16-17
000.490	BARRA SHOP		AVIAO 1	15-16-17-18
000.499	ALUACKI		MERCEARIA	15-16-17
000.500	DILLY	STANDARD	BE YOURSELF	15-16-17
000.506	LACTA		LACTA	15-16-17
000.507	CULTURA IN	JOAO FALCA	CULTURA INGLESA	15-16-17
000.509	MOFFICER	POSITIVA	DZARN	15-16-17
000.532	DOMINO'S	BR-3	SORRISO	15-16-17
000.538	FEDRIZZI	CINEMARKET	INSTITUCIONAL	15-16-17
000.539	NESTLE	NORTON	ESTEIRA	15
000.539	NESTLE	NORTON	SAUNA	15
000.543	BCEM	S.A	O RETORNO	15-16
000.545	SOUZA CRUZ	STANDARD	DOMINGO	15-16-17
000.545	SOUZA CRUZ	STANDARD	BICICLETA	15-16-17
000.546	SOUZA CRUZ	STANDARD	DOMINGO	15-16-17
000.546	SOUZA CRUZ	STANDARD	BICICLETA	15-16-17
000.547	SOUZA CRUZ	STANDARD	DOMINGO	15-16-17
000.547	SOUZA CRUZ	STANDARD	BICICLETA	15-16-17
000.548	SOUZA CRUZ	STANDARD	BICICLETA	15-16
000.549	SOUZA CRUZ	STANDARD	DOMINGO	15-16
000.550	INDASA	CINEMARKET	INSTITUCIONAL	15-16-17
000.552	ABRIL S/A		SANFONA	15
000.555	D.F.	ATUAL	ARUARU	15
000.556	BRASTEMP	TALENT	COMERCIAL	15-16-17
000.557	SIMON	CINEMARKET	COTIDIANOS	15-16-17
000.567	CITZMAR	GRUPO NOVE	SE NAO FOR NAS ESTRELAS	15-16-17
000.635	SOUZA CRUZ	STANDARD	SABADO III	15
000.464	RURITA	MAX	VIVA VIDA	15-16-17
000.542	GESSY	MPM-LINTAS	CASAL 1	15-16-17-18
000.542	GESSY	MPM-LINTAS	DISTRIBUICAO	15-16-17-18
000.551	BRAD.CAP	CENTRUM	ZE GULEADA!	15-16
000.554	ABRIL S/A		SANFONA	15
000.560	SIND.TELEF	CINEMARKET	SIND.TELEFONICOS	15-16-17-18-19
000.561	BBG	PIXEL	CONSELHO MENINA	15-16
000.561	BBG	PIXEL	CONSELHO MENINO	15-16
000.564	IODICE		IODICE	15-16-17
000.572	CAIXA	EXITUS	CAIXA ECONOMICA	15-16-17
000.573	HOME VIDEO		O FUGITIVO	15-16
000.574	PARIS		POUSADA DO SANDI	15-16-17
000.574	PARIS		O VIAJANTE	15-16-17
000.575	CINEMIDIA		CINEMIDIA	15
000.578	MAGIC		MAXI MOTION	15-17
000.581	SUPERMARKE		SUPERMARKET	15-16-17
000.647	KENKO	ST	KENKO	15

ETIQUETAS

GRUPO INTERNACIONAL CCO.LTDA - (PARIS)
AV.PACAEMBU, 1.706
PACAEMBU
SAO PAULO-SP
01234-000

EMPRESA CINEMATOGRAFICA SUL LTDA
AV.SAO JOAO, 1.588 S/LOJA
SANTA CECILIA
SAO PAULO-SP
01211-000

EMPRESA PAULISTA CINEMATOGRAFICA LTDA
AV.SAO JOAO, 1.588 S/LOJA
SANTA CECILIA
SAO PAULO-SP
01211-000

AUTORIZAÇÃO DE FISCALIZAÇÃO

Sao Paulo. 21 de Novembro de 1994

A
ART FILMS S/A

REF. Autorizacao para Fiscalizacao

Cliente : BFG

Perfil : INSTITUCIONAL

O portador da presente esta autorizado a efetuar a fiscalizacao nas sessoes dos cinemas relacionados abaixo, do fiel cumprimento de veiculacao cinepublicitaria programada para o periodo de :

Cidade / Cinema	Cinsemanas	Periodo de Veiculacao
RIO DE JANEIRO RJ		
ART COPACABANA	(15 16) 08/04 a 21/04

Pedimos sua habitual atencao e colaboracao para o bom andamento desta fiscalizacao

Atenciosamente,

ANA LUCIA ASSEMPCAO
Diretora comercial

Obs.: Valido para 2 pessoas

AUTORIZAÇÃO DE FISCALIZAÇÃO

São Paulo, 21 de Novembro de 1984

A

ANT FILMS S/A

RFP. Autorização para Fiscalização

Cliente : RBC

Objeto : INSTITUCIONAL

O portador da presente esta autorizado a efetuar a fiscalização nas sessões dos cinemas relacionados abaixo, do fiel cumprimento de veiculação cinepublicitaria programada para o periodo de :

Cidade / Cinema	Cinesemanas	Periodo de Veiculacao
-----------------	-------------	-----------------------

RIO DE JANEIRO RJ		
-------------------	--	--

CASA SHOPPING 1	(15) 08/04 a 14/04
-----------------	-----	-----------------

Pedimos sua habitual atencao e colaboracao para o bom andamento desta fiscalizacao

Atenciosamente,

ANA LUCIA ASSUMPCAO
Diretora comercial

Obs.: Valido para 2 pessoas

PAG : 001

RELAT114

DATA : 31/10/94

Relatorio de Preco Unitario Medio

HORA : 12:57:57

Cinsemanas : 30 ate 30 Moeda : Real

Repres.	Tempo(s)	Tempo Permuta(s)	Valor Total	Preco Medio (30s)
MICHEL	49	0	325,00	198,98
ADAL	0	120	0,00	0,00
FERNAN	3.660	480	36.457,95	298,84
MAX	810	0	7.560,00	280,00
MARCO	330	0	1.760,00	160,00
ANA	0	1.920	0,00	0,00
Total :	4.849	2.520	46.102,95	285,23

ANEXO V

OUTPUTS SOLICITADOS AO SISTEMA DE CONTROLE E PROGRAMAÇÃO DE FITAS

Tels. (011) 815.7801 - 815.7303 - 813.4197 - 815.5702
Fax (011) 815.4598

PERÍODO DE VEICULAÇÃO: 28/03/94 A 03/04/94

Nº Cs: 05184

[illegible]



TOP CINE	X	2	7	10	11	OK.
VITRINE	X	3	5	OK.		
WEST PLAZA 1	X	4	7	8	10	18 OK 25 OK.
WEST PLAZA 2	X	4	6	8	10	23 OK.
WEST PLAZA 3	X	2	4	6	10	11 18 OK.
WEST PLAZA 4	X	3	4	5	20	OK. 25 OK.
BELAS ARTES 1	X	3	5	11	OK.	⇒ 3/5/11/OK.
BELAS ARTES 2	X	X	X	10	OK.	
BELAS ARTES 3	X	2	6	9	OK.	
BELAS ARTES 4	X	3	7	20	11	OK.
BELAS ARTES 5	X	2	4	6	OK.	
BELAS ARTES 6	X	3	7	10	X	OK.
ABICANDUVA 4	X	3	6	10	24	OK.
ABICANDUVA 5	X	2	4	7	9	OK.
ABICANDUVA 6	X	2	4	6	OK.	
INTERLAGOS 3	X	2	4	5	8	10 18 24 OK.

- | | | | | | |
|------|---------------------------|-----|------|---------------------------------|-----|
| X-1 | CINEMIDIA Emocões (6:00) | 30" | X-11 | DAN'V/P TERROR (6:27) | 30" |
| X-2 | LACTA PERNINHA (3:35) | 30" | X-12 | Indochina (6:58) | 30" |
| X-3 | LACTA MAÕ BOBA (6:00) | 30" | X-13 | LOUSADA do SANDO (7:33) | 30" |
| X-4 | FOLHA de SP FREIRA (3:15) | 60" | X-14 | LUA de FEU (8:05) | 30" |
| X-5 | GUARANA BROTINHO (2:34) | 30" | X-15 | JEANERATION PAULISTA (6:10) | 30" |
| X-6 | GUARANA PIMENTÃO (3:01) | 30" | X-16 | JEANERATION CENTER NORTE (6:14) | 30" |
| X-7 | GUARANA CHOCOLATE (3:40) | 30" | X-17 | JEANERATION JGATEMI (6:10) | 30" |
| X-8 | CINE TRON HAWAII (4:10) | 18" | X-18 | VOLTA AS AULAS "84" (11:41) | 30" |
| X-9 | TELEBRAS (4:26) | 60" | X-19 | NESCAU NESTLE (12:10) | 30" |
| X-10 | BDO MARCANTIL (5:21) | 60" | X-20 | COMBATE A FOME (12:41) | 60" |
| | | | X-21 | Os ASTROS deste FILME (10:14) | 30" |
| | | | X-22 | Le Postiche MOVIMENTO (14:36) | 30" |
| | | | X-23 | ESTEIRA NESTLE (13:52) | 30" |
| | | | X-24 | SAUNA NESTLE (14:26) | 30" |
| | | | X-25 | SUPER MARKET (32") | 30" |



Rua Hungria, 574 - 8º andar
Jardim Eurona - São Paulo, SP. Cep 01455-000
Tels. (011) 815.7801 - 815.7303 - 813.4197 - 815.5702
Fax (011) 815.4598

PROGRAMAÇÃO DE CINEMAS " V I D E O "

PERÍODO DE VEICULAÇÃO: 28/01/94 A 03/02/94 N° CS: 05194

CINEMAS / CIDADE: BELO HORIZONTE-MG

CIDADE 1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
CIDADE 2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
CIDADE 3	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
CENTER 1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
CENTER 2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
CENTER 3	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
Cinéma Italia	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
" 1. ASTOR	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
" 1 BRISTOL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
" 1 PLAZA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100

X-1 CINEMA DIA	30"	X-6 BOO MERCANTIL	30"
X-2 LACTA PERNINHA	30"	X-7 Pousada do Sani	30"
X-3 LACTA MÃO-BOBA	30"	X-8 LUD DE FEL	30"
X-4 INDOCLINO	30"	X-9 GURANA	30"
X-5 volta as aulas 3 horizonte	30"	X-10	30"
SJC			
SARPIVA			
1 - Cinema Dia			
2 - Perinha			
6 - Boo Mercantil			
3 - Mão Boba			
NESCAU			
ESTRELA			
OLIA DE FEL			
4 INDOCLINO			
7 RUSOS			
6 - SARPIVA BH			
1 - MATE LEAO			
RETAGONA			
Bauch Lamb			
Guarapuá - Pimentão			
11 - Chocolate			
Indesco			
Guarapuá - Brotinho			
50.5. COMPUTADORES			
SARPIVA			

Obs: (RUA RIO DE JANEIRO)



Rua Hungria, 514
Jardim Europa - São Paulo, SP. Cep 01455-000
Tele. (011) 815.7801 - 815.7303 - 813.4197 - 815.5702
Fax (011) 815.4588

PROGRAMAÇÃO DE CINEMAS "VÍDEO"

PERÍODO DE VEICULAÇÃO: 28/01/94 A 03/02/94

Nº Cs: 05/94

CINEMAS/CIDADES:												
SANTO ANDRÉ SP:												
MAPPIN ABC 1 ...	1	2	4	5	OK	13	OK					
MAPPIN ABC 2 ...	1	3	4	5	OK	14	OK					
MAPPIN ABC 3 ...	1	2	5	OK	12	OK						
SANTOS SP:												
IPORANGA 2	1	2	4	OK	13	OK						
IPORANGA 3	1	3	OK	14	OK							
IPORANGA 1	1	3	4	OK	13	OK						
CAMPINAS SP:												
WINDSOR	1	4	OK	13	OK							
BRISTOL + ... (P) ..	1	2	OK	4	10	11	12					
SERRADOR 1 (A) ..	1	2	3	4	OK	13	14					
SERRADOR 2 (A) ..	1	2	4	5	OK	14	OK					
JUNDIAÍ SP:												
MAXI 1	DOB	DOU										
MAXI 2	1	2	OK	4	DOB	DOU						
S. J. R. PRETO SP:												
CENTER 2	1	2	4	OK	13	OK						
CENTER 1 (H) ...	1	2	4	OK	14	OK						
RIBEIRÃO PRETO SP:												
CENTER 1 (A) ...	1	3	4	OK	12	OK						
CENTER 3 (A) ...	1	2	4	OK	14	OK						

M-8

0 → SAIR

SANTO ANDRÉ SP
(Shopping-Centro - Bairro)

X-11 - NUA DE FEL 30"
X-12 - GUARANA 30"
X-13 - GUARANA 30"
X-14 - GUARANA 30"

30"
30"
30"
30"

Tels. (011) 815.7801 - 815.7303 - 813.4197 - 815.5702
Fax (011) 815.4598

PROGRAMAÇÃO DE CINEMAS " V I D E O "

PERÍODO DE VEICULAÇÃO: 28/10/93 A 02/03/94

Nº Cs: 05 194

CINEMAS/CIDADE: RIO DE JANEIRO														
ART PLAZA 1	X	(9)	X	/										
ART PLAZA 2	X	X	X	+										
ART TIJUCA	X	2	4	5	OL	8	OK	(9)	10	/				
CASA SHOPPING 1	X	3	5	3	1/5	OL	12	13	.					
CASA SHOPPING 2	X	3	4	OL	5	(7)	10	8	OK	11/3/4/8/6/10				
CASA SHOPPING 3	X	2	5	2	1/5	OL	3	(8)	14	15	OK			
SÃO CONRADO 1	X	X	5	2	1/5	OL	9	10	.	11/12/13/14/15	OK			
ART IMPACABANA	X	3	4	5	OL	8	(7)	12	13	8				
ART TIJUCA	X	X	X	X	OL									
STAR TIJUEMA	X	X	OL	(9)	9	10	11	12	13	OK				
GAVEA	X	X	OL	8	OK	9	10	11	12	13	OK			
WINISSOR	X	(9)	X											

X-1	CINEMÁDIA	30"	X-8	ENTURMATION "B"	30"
X-2	LACTA PERNINHA	30"	X-9	VAZIGI	30"
X-3	LACTA MÃO-BOBA	30"	X-10	GUARANA BROTINHO	30"
X-4	TELEBRAS	60"	X-11	" PIMENTÃO	30"
X-5	DANI'UP TETRAPOD	30"	X-12	" CHOCOLATE	"
X-6	BOO MORGAN 4L	60"	X-13	ESTEIRA NESTLE	30"
X-7	CONVERSATION "H"	30"	X-14	SAUNA NESTLE	30"

Q. Cinemádia

- ① CINEMA
- ② Lacta - Mao Buba
Bradebio.
- ③ Lacta - Perninha
- Blo Mercantil.
- DANUP - ATITUDE.
- ④ TELEBÁS.
- ⑤ DANUP - TERROE
- Saund.
- Guaraná.
- Samello.
- Guaraná.

JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO
WARRIOR 30	M. OFFICER 60	M. OFFICER 60	M. OFFICER 60		
CRICKS DOSS 30	JEANERATION 60	JEANERATION 60			
FOLLY DE SP 30	FRICKA SP FRICKA 60	TO BE YOU 60			
DECI-DES MOGA 30	CINE TROA HARRY 15	CORPUS DIEI 10			
CRICKS DOSS 30	CEO MERCANTIL 60				
300 MERCANTIL 60	GUARAVA chocolate 30				
DAN UP TERROR 30	CINEMIDIA 30				
JEANERATION C.N. 60	LACHA M. BOBA 30				
JEANERATION C.N. 60	Le Postiche MOUTON 30				
M. OFFICER 60					
CRICKS DOSS 30	M. OFFICER 60	DAN UP TERROR 30	M. OFFICER 60		
CINEMIDIA 30	JEANERATION 60	M. OFFICER 60			
300 MERCANTIL 60	CEO MERCANTIL 60	JEANERATION 60			
CRICKS DOSS 30	LACHA MOUTON 30				
CINEMA TROA 15	CINEMIDIA 30				
JEANERATION C.N. 60	JEANERATION C.N. 60				
JEANERATION C.N. 60					
FOLLY DE SP 30					
CRICKS DOSS 30					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30	DAN UP AGENTS 30	M. OFFICER 60	M. OFFICER 60		
GUARAVA chocolate 30	M. OFFICER 60				
300 MERCANTIL 60	JEANERATION 60				
CRICKS DOSS 30	CEO MERCANTIL 60				
CINEMA TROA 15	CORPUS DIEI 10				
M. OFFICER 60	LACHA MOUTON 30				
JEANERATION C.N. 60	JEANERATION C.N. 60				
JEANERATION C.N. 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					
M. OFFICER 60					
JEANERATION 60					
CRICKS DOSS 30					
GUARAVA chocolate 30					
300 MERCANTIL 60					
CRICKS DOSS 30					
CINEMA TROA 15					

ORDEN DE EXIBICAO

EMPRESA COA SUL LTDA.

AT. SR. JAIRO

SOLICITAMOS ATRAVES DA PRESENTE QUE SEJA(M) INCLUINDO(S), EM SUA PROGRAMACAO O (S) SEGUINTE(S) FILME(S):

LOCAIS / CINEMAS:	TITULOS	DUR	PERIODO DE EXIBICAO
AO PAULO/ PAULISTA 1	CINEMIDIA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	FOLHA DE SP FREIRA	60"	28.01.94 A 03.02.94
	GUARANA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	CINETRON HAWAY	15"	28.01.94 A 03.02.94
	JEANERATION PAULISTA	60"	28.01.94 A 03.02.94
	BCO MERCANTIL	60"	28.01.94 A 03.02.94
	VOLTA AS AULAS	30"	28.01.94 A 03.02.94
	SAUNA NESTLE	30"	28.01.94 A 03.02.94
	LE POSTICHE	30"	28.01.94 A 03.02.94
PAULISTA 4	CINEMIDIA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	LACTA LANCY	30"	28.01.94 A 03.02.94
	FOLHA DE SP FREIRA	60"	28.01.94 A 03.02.94
	GUARANA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	JEANERATION PAULISTA	60"	28.01.94 A 03.02.94
	CINETRON HAWAY	15"	28.01.94 A 03.02.94
WEST PLAZA 3	CINEMIDIA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	LACTA PERNINHA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	FOLHA DE SP FREIRA	60"	28.01.94 A 03.02.94
	GUARANA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	BCO MERCANTIL	60"	28.01.94 A 03.02.94
	DAN'UP TERROR	30"	28.01.94 A 03.02.94
	VOLTA AS AULAS	30"	28.01.94 A 03.02.94
WEST PLAZA 4	CINEMIDIA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	LACTA PERNINHA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	FOLHA DE SP FREIRA	60"	28.01.94 A 03.02.94
	GUARANA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	BCO MERCANTIL	60"	28.01.94 A 03.02.94
	DAN'UP TERROR	30"	28.01.94 A 03.02.94
	VOLTA AS AULAS	30"	28.01.94 A 03.02.94
IGUATENI	CINEMIDIA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	LACTA PERNINHA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	GUARANA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	JEANERATION IGUATENI	60"	28.01.94 A 03.02.94
	TELEBRAS	60"	28.01.94 A 03.02.94
	VOLTA AS AULAS	30"	28.01.94 A 03.02.94
LIBERTY	CINEMIDIA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	LACTA PERNINHA	30"	28.01.94 A 03.02.94

	FOLHA DE SP FREIRA	60"	28.01.94 A 03.02.94
	GUARANA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	DAN'UP TERROR	30"	28.01.94 A 03.02.94
	COMBATE A FOME	60"	28.01.94 A 03.02.94
RISTOL	CINEMIDIA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	LACTA MAO BOBA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	FOLHA DE SP FREIRA	60"	28.01.94 A 03.02.94
	GUARANA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	COMBATE A FOME	60"	28.01.94 A 03.02.94
INTERLAGOS 1	CINEMIDIA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	LACTA PERNINHA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	GUARANA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	FOLHA DE SP FREIRA	60"	28.01.94 A 03.02.94
	VOLTA AS AULAS	30"	28.01.94 A 03.02.94
	COMBATE A FOME	60"	28.01.94 A 03.02.94
INTERLAGOS 2	CINEMIDIA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	LACTA MAO BOBA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	FOLHA DE SP FREIRA	60"	28.01.94 A 03.02.94
	GUARANA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	TELEBRAS	60"	28.01.94 A 03.02.94
	DAN'UP TERROR	30"	28.01.94 A 03.02.94
	VOLTA AS AULAS	30"	28.01.94 A 03.02.94
LUMIERE	CINEMIDIA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	LACTA PERNINHA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	FOLHA DE SP FREIRA	60"	28.01.94 A 03.02.94
	GUARANA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	VOLTA AS AULAS	30"	28.01.94 A 03.02.94
	COMBATE A FOME	60"	28.01.94 A 03.02.94
PAULISTANO	CINEMIDIA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	LACTA PERNINHA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	FOLHA DE SP FREIRA	60"	28.01.94 A 03.02.94
	GUARANA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	COMBATE A FOME	60"	28.01.94 A 03.02.94
MAFFIN ABC 1	CINEMIDIA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	LACTA PERNINHA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	VOLTA AS AULAS	30"	28.01.94 A 03.02.94
	GUARANA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	BCO MERCANTIL	60"	28.01.94 A 03.02.94
MAFFIN ABC 2	CINEMIDIA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	LACTA MAO BOBA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	BCO MERCANTIL	60"	28.01.94 A 03.02.94
	VOLTA AS AULAS	30"	28.01.94 A 03.02.94
	GUARANA	30"	28.01.94 A 03.02.94
MAFFIN ABC 3	CINEMIDIA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	LACTA PERNINHA	30"	28.01.94 A 03.02.94
	VOLTA AS AULAS	30"	28.01.94 A 03.02.94
	GUARANA	30"	28.01.94 A 03.02.94

SANTOS/SF	CINEMIDIA	30"	28.01.94	A	03.02.94
IPORANGA 1	LACTA MAO BOBA	30"	28.01.94	A	03.02.94
	BCO MERCANTIL	60"	28.01.94	A	03.02.94
	GUARANA	30"	28.01.94	A	03.02.94
IPORANGA 2	CINEMIDIA	30"	28.01.94	A	03.02.94
	LACTA PERNINHA	30"	28.01.94	A	03.02.94
	BCO MERCANTIL	60"	28.01.94	A	03.02.94
	GUARANA	30"	28.01.94	A	03.02.94
IPORANGA 3	CINEMIDIA	30"	28.01.94	A	03.02.94
	LACTA MAO BOBA	30"	28.01.94	A	03.02.94
	GUARANA	30"	28.01.94	A	03.02.94
ALHAMBRA	CINEMIDIA	30"	28.01.94	A	03.02.94
	LACTA PERNINHA	30"	28.01.94	A	03.02.94
	GUARANA	30"	28.01.94	A	03.02.94
CURITIBA/PR	CINEMIDIA	30"	28.01.94	A	03.02.94
PLAZA	BCO MERCANTIL	60"	28.01.94	A	03.02.94
	LACTA PERNINHA	30"	28.01.94	A	03.02.94
	GUARANA	30"	28.01.94	A	03.02.94

FISCALIZACAO DE CINEMAS

CINEMA :

CIDADE :

----- CENSURA ----- ANOS

C O M E R C I A I S

OBSERVACOES

Declaro que assistimos os
comentários mencionados acima.

É proibido ajuizar os fiscais
de qualquer modo na cabine
de projeção.

Eles são obrigados a assistir
a toda a projeção e não copiar da
filmagem original.

_____, DE _____

(SR. G E R E N T E)

ETIQUETA

REF:
CIDADE/ESTADO
CINEMA

PRODUTOS

RELATORIO DE FITAS NAO DEVOLVIDAS

No. Fita	Data	Ent_sai	Cinema	Cidade	Dias
----------	------	---------	--------	--------	------

RELATORIO DE ESTOQUE DE FITAS

Nº. de Fitas na Cinemidia :
Nº. de Fitas nos Cinemas :
Nº. de Fitas Inativas :

Total de Fitas :

ANEXO VI

OUTPUTS GERADOS PELO SISTEMA DE CONTROLE DE FITAS

DATA : 31/10/94

RELATORIO DE FITAS NAO DEVOLVIDAS

HORA : 12:23:10

No. Fita	Data	Ent_sai	Cinema	Cidade	Dias
2	17/06/94	S	NEW MARK 1	BLUMENAU	136
7	24/06/94	S	ELDORADO 4	SAO PAULO	129
8	30/06/94	S	BOURBON 1	PORTO ALEGRE	123
9	24/06/94	S	MORUMBI 3	SAO PAULO	129
14	17/06/94	S	BALTIMORE 3	PORTO ALEGRE	136
15	30/06/94	S	CIDADE 1	BELO HORIZONTE	123
16	02/06/94	S	BOURBON 1	PORTO ALEGRE	150
23	01/07/94	S	CENTER IGUATEMI 2	SAO PAULO	122
30	10/06/94	S	SERRADOR 1	GRATIA	123
31	23/06/94	S	CORAL 1	PORTO ALEGRE	130
33	23/06/94	S	INTERLAGOS 6	SAO PAULO	130
36	24/06/94	S	CONTINENTAL 1	SAO PAULO	129
41	23/06/94	S	BALTIMORE 3	PORTO ALEGRE	130
47	23/06/94	S	CENTER VALE 1	S. JOSE DOS CAMPOS	130
49	23/06/94	S	IPORANGA 1	SANTOS	130
50	23/06/94	S	WINDSOR	MITERDI	130

FOL : 001

RELAT02

DATA : 31/10/94

RELATORIO DE ESTOQUE DE FITAS

HORA : 12:23:14

Qtd. de Fitas na Cinemidia : 289
Qtd. de Fitas nos Cinemas : 293
Qtd. de Fitas Inativas : 145

Total de Fitas : 727

ANEXO VII

OUTPUTS GERADOS PELO SISTEMA DE PROGRAMAÇÃO DE FITAS

PAG : 001

RELAT103

DATA : 31/10/94

ORDEN DE EXIBICAO

HORA : 13:29:58

EMPRESA SUL CINE TEATRAL LTDA

SOLICITAMOS ATRAVES DA PRESENTE QUE SEJA(M) INCLUIDO(S), EM SUA
PROGRAMACAO O(S) DEQUIANTE(S) FILME(S) :

CIDADES / CINEMAS:	T I T U L O S	DUR	PERIODO DE EXIBICAO
SANTOS			
ALHAMBRA	CINEMIDIA	30"	08.04.94 A 14.04.94
	O FUGITIVO	30"	08.04.94 A 14.04.94
	LACTA	30"	08.04.94 A 14.04.94
	ARUARU	60"	08.04.94 A 14.04.94
	EMPREGADA	15"	08.04.94 A 14.04.94

PAG : 001

RELAT104

DATA : 31/10/94

RELATORIO DE FISCALIZACAO DE CINEMA

HORA : 13:30:37

CINEMA : ALHAMBRA

CIDADE : SANTOS/SP

TITULO DO FILME : _____ CENSURA _____ ANOS

PERIODO DE EXIBICAO : 08.04.94 A 14.04.94

C O M E R C I A I S

PRODUTOS

OBSERVACOES

CINEMIDIA
O FUGITIVO
LACTA
ARUARU
EMPREGADA

Declaro que assistimos os
comerciais mencionados acima.

E proibido deixar os fiscais
da publicidade subir na cabine
de projecao.

Eles sao obrigados a assistir
os comerciais e nao copiar da
ficha do operador.

DE

(SR. G E R E N T E)

ETIQUETAS PARA AS FITAS

REF: 08.04.94 A 14.04.94
SANTOS/SP
ALHAMBRA

PRODUTOS

CINEMIDIA
O FUGITIVO
LACTA
AROMATI
EMPREGADA

DATA : 31/10/94

ORDEN DE EXIBICAO

HORA : 13:08:04

CIDADES / CINEMAS:	T I T U L O S	DUR	PERIODO DE EXIBICAO
SANTOS			
ALHAMBRA	CINEMIDIA	30"	08.04.94 A 14.04.94
	O FUGITIVO	30"	08.04.94 A 14.04.94
	LACTA	30"	08.04.94 A 14.04.94
	ARUARU	60"	08.04.94 A 14.04.94
	EMPREGADA	15"	08.04.94 A 14.04.94
		165"	-> 2:45 min
IPORANGA 1	CINEMIDIA	30"	08.04.94 A 14.04.94
	O FUGITIVO	30"	08.04.94 A 14.04.94
	ARUARU	60"	08.04.94 A 14.04.94
	EMPREGADA	15"	08.04.94 A 14.04.94
	ACEITO	60"	08.04.94 A 14.04.94
		195"	-> 3:15 min
IPORANGA 2	CINEMIDIA	30"	08.04.94 A 14.04.94
	O FUGITIVO	30"	08.04.94 A 14.04.94
	LACTA	30"	08.04.94 A 14.04.94
	ARUARU	60"	08.04.94 A 14.04.94
	EMPREGADA	15"	08.04.94 A 14.04.94
	ACEITO	60"	08.04.94 A 14.04.94
		225"	-> 3:45 min
IPORANGA 3	CINEMIDIA	30"	08.04.94 A 14.04.94
	O FUGITIVO	30"	08.04.94 A 14.04.94
	LACTA	30"	08.04.94 A 14.04.94
	ARUARU	60"	08.04.94 A 14.04.94
	EMPREGADA	15"	08.04.94 A 14.04.94
		165"	-> 2:45 min