Capacidade de Atendimento

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2021/SECC

a) Relação nominal dos seus principais

A IMAM PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI, com sede e foro na Av. República Argentina, 665, conjunto 01, Água Verde, Curitiba – PR, CNPJ 06.105.906/0001-57, Declara abaixo seus Principais Clientes.

NACIONAL

WINE - W2W E-COMMERCE DE VINHOS S/A: A Wine é o maior e-commerce e maior clube de assinatura de vinhos do Brasil. A atuação da Companhia ocorre por meio de um clube de assinatura e e-commerce de vinhos que opera através uma plataforma omnicanal. Início de atendimento: 11/2021,

99 APP - 99 TECNOLOGIA LTDA: A 99 é uma empresa que oferece serviços de tecnologia, por meio de aplicativo para smartphone. Na 99 App é possível solicitar carros para realizar trajetos ou ser motorista, além de ter outros diferenciais como 99Carona e 99Pay. Início de atendimento: 11/2017

ESTADUAL

ALEP – Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

A Assembleia exerce o Poder Legislativo do Estado. Tem como funções primordiais avaliar projetos e outras proposições legislativas, além de fiscalizar o que já está sendo realizado. O Parlamento paranaense é formado por 54 representantes, eleitos pelo voto direto e secreto. Início de atendimento: 10/2019.

MUNICIPAL

PMCP - Prefeitura Municipal de Cornélio Procópio

É a sede do Poder Executivo do município de Cornélio Procópio, no estado do Paraná. Tem à frente um prefeito eleito por voto direto e secreto, que conta com secretarias que desempenham um papel fundamental na administração da cidade. Início de atendimento: 10/2017.

b) Quantificação e qualificação

A IMAM PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI, com sede e foro na Av. República Argentina, 665, conjunto 01, Água Verde, Curitiba – PR, CNPJ 06.105.906/0001-57, declara abaixo sua disponibilidade de Equipe.

ESTUDO E PLANEJAMENTO

MICHELE ROSANA HUBEI LEITE, Graduada em Comunicação Social com habilitação em Publicidade, Propaganda e Marketing pela Facinter. Profissional com mais de 10 Anos de mercado. Trabalhou em agências como: Agência Terremoto propaganda, Opus Múltipla, Agência Tif e WODEN Comunicação Interativa.

JONATAN OLIVEIRA Com ampla experiência em planejamento, graduado em Publicidade e Propaganda na Universidade de Caxias do Sul (Brasil) perfazendo a segunda metade da graduação na Universidade de Belgrano (Argentina). Seu trajeto de quatro anos no exterior se destaca pelas estratégias de comunicação e culturalização criadas para marcas como Mastercard, Epson, Sandisk, Decolar, Itaú e Melissa, e Juan Valdez. Em território brasileiro, atuou, inclusive, na área de planejamento da RBS TV, emissora afiliada da Rede Globo na Serra Gaúcha.

CRIAÇÃO ONLINE e OFFLINE

RAFAEL DE PAULA RUSSO, formado pela Universidade Tuiuti do Paraná em janeiro de 2004, no curso de Artes Visuais com ênfase em Computação Gráfica. Já trabalhou como Designer Gráfico e Diretor de Arte, adquirindo experiência em ilustração publicitária, desenvolvimento de campanhas e peças publicitárias. Atua como Gerente de Criação há mais de 13 anos. Em 2019, foi uma das colaboradoras da IMAM Publicidade que trabalhou no case "99 Move Curitiba", vencedor na categoria Melhor Campanha da Região Sul, no prêmio Profissionais do Ano da Rede Globo.

LARISSA SARAIVA, redatora desde 2010, estudou na Pontifícia Universidade Católica, no curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda. Passou por grandes agências do Paraná, como Opusmúltipla e Heads Propaganda, criando para Petrobras, Caixa Econômica Federal, Coca-Cola Brasil, O Boticário, Prefeitura de Curitiba, Skol, Governo do Paraná, Governo do Maranhão, Ministério do Trabalho e Emprego, dentre outras. Em 2019, foi uma das criativas da IMAM Publicidade que trabalhou no case "99 Move Curitiba", vencedor na categoria Melhor Campanha da Região Sul, no prêmio Profissionais do Ano da Rede Globo.

PRODUÇÃO DE RÁDIO

ALEX REIS, Bacharelado em Administração de Empresas Universidade Estadual Norte do Paraná. Com mais de 15 anos de experiência na produção de áudio e Rádio. Trabalhou na Grupo Folha FM Londrina, Rádio FM 104 Cornélio Procópio, Rádio Atlântica FM, Rádio FM 104 e Rádio e TV Educativa Paraná.

PRODUÇÃO TV

THAMIREZ REGINA LOPES, formada pela Universidade Tuiuti do Paraná, no curso Comunicação Social com ênfase em Publicidade e Propaganda Pós-Graduação Lato Sensu em Comunicação e Marketing. Atua no mercado deste 2016. Trabalhou em agências como Master Comunicação, Vivas Comunicação, Grupo GPAC e Heads Propaganda.

PRODUÇÃO CINEMA

ANDRÉ FREITAS DA SERRA FREIRE, publicitário graduado em publicidade e propaganda na PUC Paraná, com um ano de experiência, trabalhou no Grupo GPAC, BarriU e IBPT Educação.

PRODUÇÃO DE INTERNET

GUSTAVO REZENDE, formado em processamento de dados pela UNOPAR, com mais de 10 anos de experiência em projetos on-line e UX/UI Designer. Executou projetos para ITAIPU Binacional, Positivo Informática e FIEP/PR.

PRODUÇÃO GRÁFICA

FRANCINE MIYUKI MATSUMURA, formada em design pela Universidade Tecnológica Federal do Paraná com especialização em Direção de Arte e Handmade pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Atuando na área de comunicação visual desde 2013.

MÍDIA

FERNANDA MORAIS RAASCH, formada em Administração pela UNICURITIBA, profissional de mídia atuante na área de Marketing, Publicidade e Propaganda desde 2009, certificada Google GDN e Google Search, trabalhou em agencias como: Opus Multipla, JWT, HSBC – MKT. Atendendo clientes como: 99, Bayer, Positivo Educacional, O Boticário, Prefeitura de Curitiba, HSBC, Unimed Londrina, Positivo Informática, ParkShopping Barigui e Wine. Vencedora do Prêmio BestMídia 2019 com a categoria campanha do cliente 99.

ATENDIMENTO

JHONY CIT PALMAS, Técnico em Contabilidade Colégio Bagozzi. Especialização em Licitações e Contratos Administrativos. Profissional atuante nas áreas de Atendimento, financeiro e licitações, atuante como atendimento desde 2010, já atendeu clientes como BRMALLS, 99, ITAIPU, FIEP/PR, Prefeitura de Cornélio Procópio, Prefeitura de Campo Largo, COCEL, COPEL, BAYER e Assembleia Legislativa do Paraná.

c) Instalações e infraestrutura

A IMAM PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI, com sede e foro na Av. República Argentina, 665, conjunto 01, Água Verde, Curitiba – PR, CNPJ 06.105.906/0001-57, Declara que suas instalações, infraestrutura e recursos matérias consistem em:

Instalações físicas disponíveis

A IMAM possui sede com sala de atendimento, sala de reuniões privativa e sala para equipe de produção, totalizando 110mt2 de área útil.

Equipamentos de informática disponíveis

Equipamento	Qtda
Desktop IMac 27 pl, core i5, quad core 3,2, 1TB HD, 8GB ram DDR3	06
MacBook Pro (16-inch, 2019) Aplle Processador 2,3 GHz Intel Core i9 8-Core	01
Desktop IMac de 21,5 polegadas (visíveis), retro iluminada por LED, Intel Core i5 2.7GHz, 4GB Ram, 1TB HD, Processador gráfico AMD Radeon HD 6770M com 512MB de ram GDDR5	03
Mesa Digitalizadora Bamboo Connect Pen USB Wacom - CTL470	08
Desktop vostro 260s slim, intel core i5, 6GB Ram, placa de video 1024MB AMD radeon, 1000GB HD, monitor 17pl.	02
Lap Top VOSTRO 3560, 15.6pl com tela Full HD, intel core I3, 500GB de ram DDR3, HD 500GB.	02
Impressora HP Office Jet Pro 4000	03
Impressora HP Office Jet Pro Série 8600	04
Scanner de alimentador automático para 50 folhas, A4 e Ofício, colorido, duplex, 600dpi, 25ppm/50ipm, ciclo diário de 1500 documentos, USB 2.0.	02

Softwares disponíveis e devidamente legalizados

Hoje a IMAM trabalha com todos os softwares 100% legalizado, garantindo uma melhor qualidade de atendimento a seus clientes.

Abaixo listamos os softwares

Mac OSX Monterey;

Pacote Completo de Softwares Adobe Creative;

Gerenciador de Fontes Suitecase Fusion;

Office for Mac 2011;

Autodesk 3Ds Max

Sound Forge Pro;

Apple Final Cut Pro;

Windows 8 / Windows 10 / Microsoft Office 360;

Recursos de telecomunicações disponíveis

Uma câmera de vídeo conferência POLYCOM VSX-7000;

Aparelho de Fax Panasonic Kx-ft902;

Nossas contas de e-mail têm capacidade para enviar e receber até 40 mega;

Contrato com DrobBox, capacidade de 1 Terabyte.

Contrato com GetImageBR para a utilização de imagens finais e marcações.

d) Sistemática de atendimento

A IMAM PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI, com sede e foro na Av. República Argentina, 665, conjunto 01, Água Verde, Curitiba – PR, CNPJ 06.105.906/0001-57, declara que sua sistemática de atendimento consiste em:

Pela sua filosofia de trabalho, origem e formação, a IMAM faz da excelência no atendimento, levada a todas as áreas, sua principal qualidade. Nossos diferenciais estão baseados em: sinergia entre departamentos – um dos principais elementos cultivados na empresa.

E desta sinergia, são gerados resultados que fazem a diferença para o nosso negócio e, principalmente, para os negócios de nossos clientes. Tanto que, ao longo dos últimos anos, todo o esforço foi valorizado nas principais premiações do mercado publicitário.

A IMAM Publicidade, em 2019, venceu a categoria Melhor Campanha da Região Sul, no Prêmio Profissionais do Ano da Rede Globo, com o case de comunicação integrada "99 Move Curitiba". Além disso, no mesmo ano também venceu a premiação Best Mídia, na categoria campanha, com mais um case criado para a 99.

Não à toa, a agência conquistou agora, a posição de sétimo lugar no ranking CENP - MEIOS DE 2020, em valores de compra de mídia no estado do Paraná. Isso significa que a IMAM Publicidade é uma das dez agências que mais compram mídia na região. Entretanto, não é uma surpresa, pois desde a sua fundação uma das missões da agência é justamente investir em comunicação integrada para gerar resultados sólidos.

Por isso, entende-se que é preciso unir todos os setores em uma mesma estratégia e com os mesmos objetivos para originar uma comunicação clara, direta e, principalmente, funcional. É necessário o tráfego de informações e, principalmente, o bom relacionamento entre todos os departamentos da agência e, claro, destes com os clientes. Na IMAM, o atendimento não é tarefa de um departamento, mas uma forma de enxergar a prestação de serviços.

A seguir, mais sobre o dia a dia na IMAM Publicidade.

Presença no cliente - A IMAM trabalha como equipe estendida no cliente, avaliando todas as situações de mercado a fim de criar condições de inovação em comunicação. O acompanhamento contínuo das atividades do cliente também propicia a busca de ações de fidelização para o seu negócio, tornando-o sustentável e com maior valor de marca em longo prazo.

Cumprimento de prazos - ponto crucial na competitividade e na antecipação de tendências em todos os tipos de negócios, os prazos para desenvolvimento de trabalhos são tratados como prioridade máxima na empresa, sendo que foram estabelecidos previamente períodos mínimos necessários para o desenvolvimento das tarefas mais comuns em nosso portfólio, informados ao cliente no momento da contratação de nossos serviços e monitorados constantemente pelo controle de qualidade da agência através de relatórios e *time sheet* de funcionários.

Rotinas e obrigações do atendimento na execução do contrato

Para garantir aos nossos clientes um atendimento de alto padrão de eficiência, a IMAM utiliza uma metodologia de atendimento conforme as seguintes rotinas:

Clipping - busca diária de informações nos meios de comunicação pertinentes às ações que estejam sendo desenvolvidas ou planejadas pelo cliente.

Briefing - validação com o cliente de todos os *briefings* encaminhados para a criação, evitando retornos desnecessários e perda de tempo no processo criativo.

Reunião - A IMAM se dispõe a fazer reuniões diárias de Pauta e Briefing para atender o cliente caso solicitado e a cada reunião, será feito o envio de relatório num prazo de 48 horas com todo o conteúdo discutido, sujeito a aprovação do cliente e correções no caso de haver alguma omissão ou interpretação equivocada.

Controle de Investimentos - na periodicidade determinada pelo cliente é feito o envio de relatório sobre os investimentos em comunicação e cruzamento de dados com os do cliente (se fornecidos) – comparativos de investimentos x tráfego.

Follow Up - semanalmente o cliente recebe uma pauta de trabalhos em andamento da agência para acompanhamento dos *jobs* e controle de prazos acordados.

Reunião Mensal - reunião com foco estratégico para o mês que acontecerá e balanço do mês que passou com a participação da diretoria da agência, atendimento, mídia, criação e planejamento.

Relatório com todos os trabalhos que foram realizados durante o mês.

Flexibilidade - a IMAM fica a disposição do cliente para se adequar as necessidades do cliente.

Reunião Semanal – Reunião com foco nas ações táticas e demonstrativos dos trabalhos em execução.

Atendimento - Responsável por todas as etapas para realização do trabalho e todo o fluxo interno e integração com os setores de planejamento, criação, produção, financeiro e mídia.

Planejamento e Estudo - É a partir desse importante trabalho que a criação é inspirada e orientada, mas não afeta somente a criação, também agrega nos planos de mídia e canais, auxilia na coordenação de estratégias da presença digital da marca, é responsável por identificar tendências e acompanhar a execução de todas as campanhas. Este setor é responsável por transmitir para toda a agência a habilidade de pensar estrategicamente em todas as entregas, mesmo as menores. A equipe atua, em conjunto com o atendimento, próximo ao cliente, para estar sempre em sinergia com os objetivos estratégicos de comunicação e também de marketing. Além disso, deve estar imerso na realidade do mercado. Para isso, conta com o

apoio de ferramentas de pesquisa, que tonam possível mapear e analisar cada cenário específico, concorrência, comportamento do target, identificando, assim, pontos de oportunidade, pontos que merecem atenção, pontos de contato e diferenciais. Este estudo torna cada campanha mais assertiva, contribuindo para insights criativos.

Criação - A missão do departamento de criação é entregar um material que encanta, mas não apenas pela ideia, como também pelo alinhamento com o que foi pedido no briefing. A criação é responsável por entregar campanhas integradas, completas e com forte apelo tanto visual quanto em sua linguagem. Para isso, a IMAM Publicidade trabalha com profissionais versáteis, que complementam habilidades uns dos outros trabalhando em formato de duplas de criação (diretores de arte e redatores). Os profissionais da IMAM possuem experiência comprovada nas mais variadas áreas, como live marketing, propaganda, design, digital, dentre outras.

Produção eletrônica, digital e gráfica - Cotações - os orçamentos de serviços de terceiros são feitos em, no mínimo, três fornecedores para garantir menor preço e melhor qualidade na produção de materiais, todas as cotações são realizadas com fornecedores credenciados e habilitados na condição de REGULAR junto ao sistema de gestão de materiais e serviços do Estado do Paraná – GMS, atendendo aos mais elevados padrões de qualidade da agência, garantindo a melhor entrega ao cliente e a certeza de trabalhar com fornecedores em dia com suas obrigações fiscais e trabalhista.

Mídia - Elaboração do plano de mídia é realizado por profissional qualificada com vasta experiencia e conhecimento de mercado assegurando a melhor contratação de mídia, amparado as melhores pesquisas de consumo de meios, audiência e afinidades. Garantindo uma melhor negociação e maximizando ao máximo o investimento, proporcionando ao cliente o melhor custo-benefício. Contratando somente veículos credenciados e habilitados na condição de REGULAR junto ao sistema de gestão de materiais e serviços do Estado do Paraná – GMS, atendendo aos mais elevados padrões de qualidade da agência, garantindo a melhor entrega ao cliente e a certeza de trabalhar com fornecedores em dia com suas obrigações fiscais e trabalhista.

Financeiro - Coordenada por profissional com ampla experiencia financeira o que garante controle das informações prestadas aos veículos/fornecedores e ao cliente, assegurando assim o cumprimento do contrato. Realização do Checking financeiro, emissão das notas fiscais e por fim responsável por fornecer e atualizar em tempo real as informações de Pis Aprovadas x faturadas x canceladas x com pendências.

Periodicidade da Emissão de relatórios Financeiros

Fornecemos relatórios em tempo real com a relação de PIs, PPs aprovados x faturadas x canceladas x com pendencias de documentos, através das ferramentas Power BI ou Google Sheets o que melhor adequar-se ao cliente.

Disponibilizamos via Google Drive, cópia de todo o processo (NF IMAM, NF Veiculo, AP/PI e comprovantes) em formato "PDF" para acompanhamento do cliente.

A IMAM se dispõe a fazer relatórios Financeiros diários caso seja solicitado.

Prazos para o desenvolvimento de *jobs* a partir do encaminhamento dos respectivos *briefings*:

- **Planejamento de campanhas: 3 dias úteis.**
- **Plano de mídia: 2 dias úteis.**
- **Criação de campanhas publicitárias: 3 dias úteis.**
- **Criação de peças avulsas (folders|flyers|placas|painéis|folhetos): 1 dia útil.**
- **Criação de peças avulsas On-line: 1 dia útil.**
- **Criação de anúncios (revistas/jornais) avulsos e roteiros: 1 dia útil.**

e) Discriminação das informações de marketing e comunicação

A IMAM PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI, com sede e foro na Av. República Argentina, 665, conjunto 01, Água Verde, Curitiba – PR, CNPJ 06.105.906/0001-57, Declara e relaciona sua disponibilidade de informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia, conforme:

Target Group Index (TGI)

Analisa e entende como o consumidor pensa, compra, assiste e se conecta. Estudo que determina e quantifica os perfis de comportamento do consumidor, oferecendo um entendimento completo dos hábitos de mídia, marcas e categorias tanto no ambiente online quanto no offline. Banco de dados atualizado em Dezembro de 2021

Publi Manager

O Publi Manager é a versão completa do melhor software de gestão de agências do país, ele possui funcionalidades e automatizações específicas para cada setor, agilizando processos e possibilitando a troca de informações entre a equipe, clientes e fornecedores tudo isto em um único sistema, permitindo assim acompanhamento completo a todos os projetos e serviços em andamento.

CENP

Acesso ao banco de informações de mídia que reúne estudos credenciados pelo CTM – Comitê Técnico de Mídia. Este banco é resultado da parceria com fornecedores/institutos de pesquisa que cedem, sem qualquer ônus, as pesquisas e elementos tidos como essenciais para o planejamento de mídia, acesso exclusivo para Agências certificadas – Grupos 8.

Mídia Dados

Desenvolvida e publicada pelo Grupo de Mídia de São Paulo esta ferramenta compila dados das plataformas, Kantar Ibope, ComScore, Nielsen, Jovedata, IPC Marketing, IVC e YouPix e traz as melhores informações sobre todos os canais de contado de mídia no País, um avançando no universo digital. Podendo assim a agência realizar análises e filtros sobre consumo de cada um dos setores da publicidade brasileira, incluindo revistas, jornais, influenciadores e podcasts.

Audiência de Televisão

Kantar Ibope Media – Softwares para consumo multi-meios – Investimento Publicitário- Fiscalização Publicitaria – Audiência de Rádio – Audiência de TV.

Softwares que permite a medição da eficiência de uma programação televisiva. Através de cruzamentos de dados de audiência e afinidade, obtemos informações precisas sobre o alcance e a frequência de uma campanha publicitária.

Audiência de Rádio

Easymedia Rádio Kantar Ibope: Disponibiliza as métricas de análise do público ouvinte de rádio o software permite conhecer o perfil demográfico dos ouvintes e suas preferências, embasar a negociação de espaço publicitário, geração de novos formatos e projetos.

Novas Mídias

ComScore - pesquisa de mercado que fornece dados de marketing e serviços da Internet.

Outras Pesquisas de Marketing, Mercado e Comunicação

DashGoo - Ferramenta avançada para criação de relatórios e dashboards de mídias sociais. Com ela, é possível criar relatórios 100% personalizáveis de mídias como Google Ads, Facebook e Instagram (Ads e contas business), YouTube e Google Analytics.

Google AdWords

É uma poderosa ferramenta de publicidade que exibe anúncios em forma de links patrocinados no Google. O principal diferencial dessa ferramenta é a possibilidade de levar a sua mensagem para uma audiência qualificada através da segmentação. No momento exato em que uma busca é realizada, o usuário é impactado.

Google Analytics

Com esta ferramenta é possível monitorar o perfil de quem acessa o website, resultando em relatórios com as páginas mais acessadas, conversões, dispositivos, cidades e muitos outros dados para o melhor entendimento do consumo do meio. Simplesmente a melhor e mais eficaz ferramenta de monitoramento e análise de sites no mundo.

Google Trends

Ferramenta que fornece de forma gratuita os assuntos e as palavras chaves mais buscadas no momento exato momento da pesquisa, auxiliando na produção de conteúdo direcionado e relevante na internet.

Google display

Rede de Display do Google ajuda você a encontrar o público-alvo certo com opções de segmentação que mostram sua mensagem estrategicamente para clientes em potencial no lugar certo e no momento certo.

IBGE

Oferece um **panorama atualizado e oficial do país,** através das atividades de coleta e análise de dados. Com estas informações podemos realizar análises demográficas, escolaridade, faixa etária, econômica, de toda a federação.

YouTube Analytics

Fornece um resumo em tempo real do desempenho do canal e dos vídeos no YouTube. O card de métricas principais mostra as visualizações, o tempo de exibição e os inscritos. Com esta ferramenta mensuramos o engajamento e visualizações dos vídeos postados no canal.

Facebook Analytics

O Facebook Analytics é uma ferramenta de análise de comportamento dos usuários do próprio Facebook, sendo muito útil para melhorar o contato das empresas com o seu público

LinkedIn Ads

É a plataforma da rede social Linkedin voltada para o gerenciamento de anúncios de mídia, com esta ferramenta podemos posicionar a marca do cliente em seu segmento.

Instagram for Business

É um conjunto de ferramentas que permite que negócios tenham um perfil comercial, façam anúncios e acessem dados dos seguidores na rede social. Ficam disponíveis informações como gênero, idade, localização e horários em que essas pessoas mais acessam o aplicativo, assim como alcance e engajamento das publicações, permitindo ao cliente conhecer e como interagem seus seguidores.

Periodicidade da Emissão de relatórios de Produção e Mídia

A IMAM se dispõe a fazer relatórios diários de Mídia e Produção caso seja solicitado.

Fornecemos relatórios em tempo real das campanhas, através deste o cliente acompanha a relação de PIs aprovados x faturadas x não veiculadas x canceladas, através das ferramentas Power BI ou Google Sheets o que melhor adequar-se ao cliente.

Disponibilizamos via Google Drive, cópia de todo o processo (NF IMAM, NF Veiculo, AP/PI, comprovantes de veiculação e comprovantes de pagamento) em formato "PDF" para acompanhamento do cliente.

Curitiba, 28 de março de 2022.

IMAM PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI
HELISSON HENRIQUE SCHIAVINATO REZENDE
RG: 6.442.872-1 SSP/PR | CPF: 004.129.639-73
Titular

Repertório

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2021/SECC

Peça 01

Licitante: IMAM Publicidade

Cliente: App 99 – 99 Tecnologia

Título: Recalcula – Economiza de 99

Material: Painel Topsight

Formato: 3x5m

Data de Produção: Abril/2019

Período de Veiculação: Maio/2019

Praça: Curitiba

Veículo: OutdoorMidia OOH

Desafio e Solução: A 99 precisava se comunicar com moradores de Curitiba a fim de aumentar o seu número de clientes. A abordagem utilizada na campanha foi convidar os usuários de corrida por aplicativo a recalcular valores, fazendo uma comparação com a empresa concorrente. O Painel Topsight foi um material importante na estratégia de mídia, por impactar um grande número de pessoas com uma mensagem direta nos principais locais da cidade.

PENDRIVE – Contendo:

- Painel Topsight | Recalcula – Economiza de 99 | App 99 – 99 Tecnologia.

Av. República Argentina, 665 - Conj. 01| 41-3013-2261 | Curitiba - PR
CNPJ: 06.105.906/0001-57
www.imam.ag

Peça 02

Licitante: IMAM Publicidade

Cliente: App 99 – 99 Tecnologia

Título: Vai 99

Material: Painel Adesivagem de Vagão de Trem

Formato: 38X3,10 metros

Data de Produção: Março/2021

Período de Veiculação: Março/2021

Praça: Porto Alegre/RS

Veículo: IMOBI Mídias

Desafio e Solução: Muitas pessoas tem o costume de fazer uma parte do trajeto utilizando transporte coletivo e outra parte utilizando aplicativo de corrida. A 99 precisava atingir este público específico que utiliza transporte coletivo e aplicativo de corrida. Para isso, a solução criativa encontrada foi adesivar vagões de trem na capital gaúcha. Por ser em época de pandemia, aproveitou a oportunidade para reiterar a importâncias do cuidado contra covid-19 – o uso de máscara.

PENDRIVE – Contendo:

- Adesivagem de Vagão Trem | VAI 99 – Economiza de 99 | App 99 – 99 Tecnologia.


Se cuida &
economiza &
usa máscara &
vai de 99.
99
Se cuida,
vai de 99.
Se cuida &
economiza &
usa máscara &
vai de 99.
99
Se cuida,
vai de 99.
Se cuida &
economiza &
usa máscara &
vai de 99.
99
Se cuida,
vai de 99.

Peça 03

Licitante: IMAM Publicidade

Cliente: App 99 – 99 Tecnologia

Título: Chegou a 99PAY

Material: FRONT – Painel Iluminado

Formato: 6 x 3 metros

Data de Produção: Outubro/2020

Período de Veiculação: Outubro/2020

Praça: Curitiba/Paraná

Veículo: Favretto Painéis

Desafio e Solução: A 99 estava no momento de lançamento de sua carteira virtual 99PAY. Para divulgar a novidade, a agência criou uma campanha convidando todos os usuários para experimentar a nova função do aplicativo 99 – pagando corridas, boletos, recarga de celular, dentre outros. O Painel no formato FRONT foi escolhido devido o seu alto poder de impacto de pessoas. Com uma mensagem direta e direção de arte chamativa, o lançamento foi um sucesso.

PENDRIVE – Contendo:

- FRONT | Chegou a 99PAY | App 99 – 99 Tecnologia.


CHEGOU A
99 PAY
PAGUE SUAS CORRIDAS, BOLETOS, RECARGA DE CELULAR E AINDA ACESSE DESCONTOS EXCLUSIVOS.
Já disponível no app 99
99 99PAY
Cadastre-se aqui!
R$ 0,00
Carregar
Meus serviços
Recarregar celular
Pagar boleto
Destaques

Peça 04

Licitante: IMAM Publicidade

Cliente: Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Título: A Pandemia Não Acabou

Material: MUB

Formato: 1.20m x 1.80m

Data de Produção: Novembro/2020

Período de Veiculação: Novembro/2020

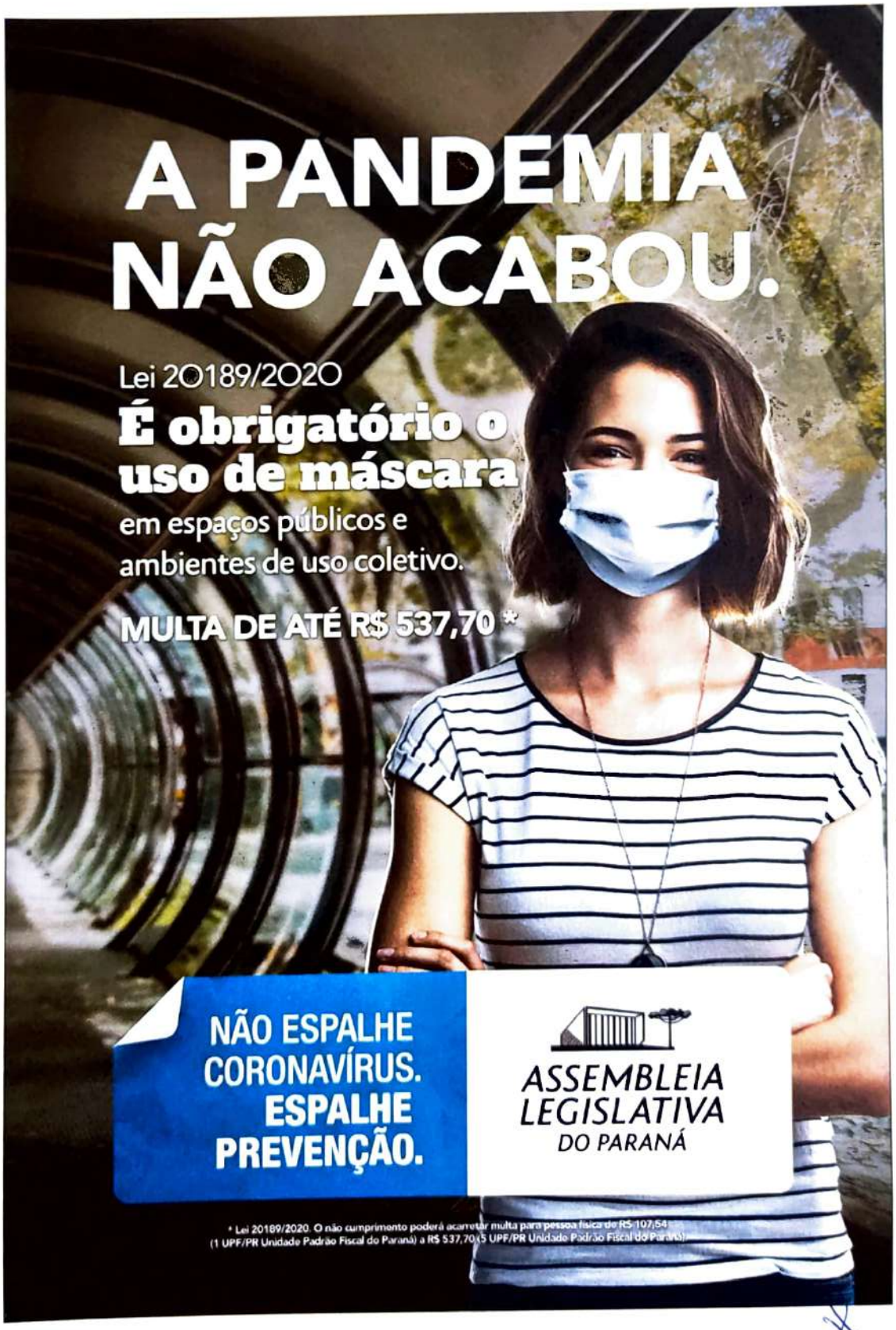
Praça: Paraná

Veículo: ClearChannel OOH

Desafio e Solução: Em novembro de 2020, a pandemia de covid-19 parecia estar dando uma trégua. Os números de novos casos e mortes estavam abaixando. Muitas pessoas começaram a abrir mão de cuidados como o uso de máscara em espaços públicos e de uso coletivo. Por isso, a agência criou uma campanha para reforçar que a pandemia ainda não estava no fim e que era lei usar a máscara. A campanha também informou que havia uma multa para quem descumprisse a lei. A Muitos MUBs foram espalhados pela cidade, devido seu poder de impacto da massa e linguagem acessível.

PENDRIVE – Contendo:

- MUB | A Pandemia não acabou | Assembleia Legislativa do Estado do Paraná


A PANDEMIA NÃO ACABOU.
Lei 20189/2020
É obrigatório o uso de máscara
em espaços públicos e ambientes de uso coletivo.
MULTA DE ATÉ R$ 537,70 *
NÃO ESPALHE CORONAVÍRUS. ESPALHE PREVENÇÃO.
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO PARANÁ
* Lei 20189/2020. O não cumprimento poderá acarretar multa para pessoa física de R$ 107,54
(1 UPF/PR Unidade Padrão Fiscal do Paraná) a R$ 537,70 (5 UPF/PR Unidade Padrão Fiscal do Paraná).

Peça 05

Licitante: IMAM Publicidade

Cliente: Pontifícia Universidade Católica do Paraná – Pós-Graduação

Título: Vamos Coliderar

Material: Capa e sobrecapa do jornal Metro

Formato: 51,2 X 33 Cm

Data de Produção: Fevereiro/2019

Período de Veiculação: Março de 2019

Praça: Curitiba

Veículo: Metro

Desafio e Solução: As matrículas para início de ano letivo da PUCPR, para pós-graduação, estavam abertas. A agência criou a campanha "Vamos coliderar uma transformação" convidando profissionais que desejam mudar o destino de suas profissões para melhor. Para isso, anunciou no jornal Metro, utilizando o projeto especial que envolvia a capa e sobrecapa do informativo. Nela, um convite para que pessoas formadas na graduação conhecessem os cursos disponíveis em suas áreas. A escolha dessa peça foi importante para a estratégia de mídia e teve uma boa conversão em números de inscritos após sua veiculação, pois conversou diretamente com pessoas que já trabalhavam e gostariam de crescer mais profissionalmente.

PENDRIVE – Contendo:

- Capa e sobrecapa do jornal Metro | Vamos coliderar | PUCPR.


PÓSPUCPR
EM 2019 LIDERE SUA TRANSFORMAÇÃO.
Na Pós-Graduação da PUCPR você pode construir novos conhecimentos ao trocar experiências com professores, estudantes e outros profissionais, criando soluções inovadoras para a sociedade.
INSCREVA-SE: pucpr.br/pos
PUCPR


VAMOS
COLIDERAR
UMA TRANSFORMAÇÃO.
PÓSPUCPR
CONHEÇA OS CURSOS NAS ÁREAS DE:
· Agronomia
· Arquitetura
· Artes
· Comunicação
· Design
· Direito
· Educação e Humanidades
· Engenharia
· Finanças
· Gestão de Pessoas
· Marketing
· Medicina
· Medicina Veterinária
· Meio Ambiente
· Negócios
· Odontologia
· Psicologia
· Saúde
· Tecnologia
INSCREVA-SE: pucpr.br/pos
PUCPR

Peça 06

Licitante: IMAM Publicidade

Cliente: Hospital Marcelino Champagnat

Título: JCI

Material: Painel próprio

Formato: 6x3m

Data de Produção: Março/2020

Período de Veiculação: Março de 2020

Praça: Curitiba/PR

Veículo: Meio Próprio Painel no Estacionamento - Hospital

Desafio e Solução: O Hospital Marcelino Champagnat havia acabado de conquistar a creditação Joint International Commission (JCI), um importante comprovante de qualidade e segurança assistencial. Para informar seus pacientes e atrair novos pacientes para o hospital, a agência criou uma campanha e, nessa campanha, um selo do JCI para levar ao conhecimento do público esse diferencial – na época, apenas 10 hospitais do Brasil tinham esse selo no portfólio. O painel próprio foi importante para a estratégia pois fidelizou pacientes, reforçou seu posicionamento para quem já era paciente antigo e, ainda, atraiu novos pacientes devido sua excelência em atendimento médico.

PENDRIVE – Contendo:

- Painel próprio | JCI | Hospital Marcelino Champagnat.


Se a sua qualidade de vida depende disso,
fazemos o que for preciso para você aproveitar com saúde.
Unica instituição do Paraná reconhecida pela Joint International Commission (JCI).
hospitalmarcelino.com.br
Hospital MARCELINO CHAMPAGNAT
GRUPO MARISTA

Peça 07

Licitante: IMAM Publicidade

Cliente: Positivo As A Service

Título: Tecnologia mais próxima do seu negócio

Material: hotsite

Formato: Digital

Data de Produção: Março/2019

Período de Veiculação: Maio de 2019

Praça: Nacional

Veículo: Internet - https://dev.meupositivo.com.br/positivoasaservice/

Desafio e Solução: A Positivo precisou de um processo de branding para lançar a sua marca de locação de tecnologia para empresas. A Agência IMAM criou nome do serviço, logo, slogan e o site, onde era possível saber tudo sobre essa novidade. O site foi essencial no lançamento do serviço, por se tratar de um meio com informações completas e forma de relacionamento direto com a marca.

PENDRIVE – Contendo:

- Hotsite | Tecnologia mais próxima do seu negócio | Positivo As A Service.


POSITIVO
AS A SERVICE
Saiba mais
Vantagens
Produtos
Cases
TECNOLOGIA MAIS PRÓXIMA DO SEU NEGÓCIO
Positivo As A Service é o novo negócio da Positivo Tecnologia, que chegou para facilitar ainda mais o funcionamento do dia a dia corporativo, propondo a locação e a manutenção do parque tecnológico de acordo com as necessidades específicas de cada cliente.
BAIXO INVESTIMENTO E MUITOS BENEFÍCIOS
ATENDIMENTO PERSONALIZADO
Sem custo adicional de manutenção
Atendimento diretamente na sua empresa
Mais agilidade e praticidade na atualização e manutenção
ALTA PERFORMANCE E GARANTIA DA QUALIDADE POSITIVO
Todos os equipamentos para locação vêm com as últimas atualizações de softwares disponíveis no mercado.

Peça 08

Licitante: IMAM Publicidade

Cliente: Colégio Everest Internacional

Título: Educando líderes para o mundo

Material: Outdoor

Formato: 9 X 3 Metros

Data de Produção: Agosto/2019

Período de Veiculação: Agosto/2019

Praça: Curitiba

Veículo: OutdoorMídia e Favretto Painies

Desafio e Solução: O Colégio Internacional Everest é de alto padrão e oferece ensino bilíngue ou trilíngue para os alunos. No segundo semestre de 2019, a campanha para o próximo ano letivo já começou a ser veiculada, para cumprir com o objetivo de aumentar o número de matriculados. A campanha contou com linguagem em português e inglês, além de ter seu plano de mídia focado no público A-B. Justamente por este motivo que o outdoor foi um importante aliado da comunicação integrada, pois estavam localizados em pontos estratégicos da cidade, onde o target circula, como bairro Ecoville, por exemplo.

PENDRIVE – Contendo:

- Outdoor | Educando líderes para o mundo | Colégio Everest Internacional.


colegioeverest.com.br
Mais autonomia,
confiança e diversão.
Let's face the challenges!
Educando líderes para o mundo,
Formando pessoas para a vida.
MATRÍCULAS ABERTAS!
Cambridge
COLÉGIO
EVEREST

Peça 09

Licitante: IMAM Publicidade

Cliente: Wine

Título: Loja física da Wine

Material: spot 30s

Formato: 30 Segundos

Data de Produção: Novembro/2021

Período de Veiculação: Novembro/2021

Praça: Curitiba/PR

Veículo: Mundo Livre FM

Desafio e Solução: A Wine é um famoso clube de vinhos por assinatura. E, no fim de 2021, surgiu com uma novidade: a primeira loja física da Wine em Curitiba. O desafio foi divulgar a informação convidando assinantes e não assinantes para conhecer a loja repleta de bebidas interessantes com preços variados. Veicular spot foi importante para a estratégia de mídia devido o alto número de inserções por dia, além do poder de despertar a curiosidade no público-alvo para saber mais. Justamente por isso, o spot já assinava com o endereço da loja.

Peça eletrônica: apresentada somente no Pendrive.

PENDRIVE – Contendo:

- Spot 30s | Loja física da Wine | Wine.

Peça 10

Licitante: IMAM Publicidade

Cliente: Hospital Universitário Cajuru

Título: Amigos do HUC

Material: Filme para web

Formato: Digital

Data de Produção: Março/2019

Período de Veiculação: Abril/2019

Praça: Paraná

Veículo: Canais próprios e Youtube

Desafio e Solução: O Hospital Universitário Cajuru atende 100% SUS. Por isso, depende muito de doações de pessoas e empresas para manter a qualidade de seus serviços e salvar vidas. Pensando nisso, surgiu a necessidade de divulgar o trabalho do hospital, reiterando a importância que cada doação tem. A agência e o hospital se uniram para gravar um filme que conta sobre as qualidades, desafios e, principalmente, sobre as pessoas que fazem a instituição ser referência em diversas áreas. O filme, além de ser exibidos em eventos e para investidores, também estava disponível online para o público em geral.

Peça eletrônica: apresentada somente no Pendrive.

PENDRIVE – Contendo:

- Filme para web | Amigos do HUC | Hospital Universitário Cajuru.

Curitiba, 28 de março de 2022.

IMAM PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI
HELISSON HENRIQUE SCHIAVINATO REZENDE
RG: 6.442.872-1 SSP/PR | CPF: 004.129.639-73
Titular

Relatório e Resolução de Problemas de Comunicação

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2021/SECC

Av. República Argentina, 665 – Conj. 01| 41–3013-2261 | Curitiba – PR
CNPJ: 06.105.906/0001-57
www.imam.ag

Case 01

MINUTO ASSEMBLEIA

CLIENTE: Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

MINUTO ASSEMBLEIA

CLIENTE: Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Histórico

O Poder Legislativo no Estado do Paraná nasceu com a criação da Província do Paraná em 19 de dezembro de 1853 pelo Imperador D. Pedro II. Até, então, o Paraná pertencia à 5ª Comarca de São Paulo – isto significa que o território paranaense era regido pelas Leis Gerais da Província Paulista. De acordo com a Constituição da época, cada província deveria ter um presidente nomeado pelo Imperador e à serviço do Estado.

Meses depois, em 12 de julho de 1854, se deu a instalação da Assembleia Legislativa Provincial do Paraná a partir da primeira sessão preparatória - a sessão solene para marcar este início aconteceu apenas três dias depois.

No mesmo mês, foi sancionada a Lei Provincial nº 1 que consolidou Curitiba como a capital por meio do primeiro presidente Zacarias. Já a Lei Provincial nº 2 estabeleceu a primeira organização jurídica, pela criação das primeiras comarcas (Paranaguá, Castro e Guarapuava). Neste período, foram criadas 19 leis para assegurar o funcionamento da nova província brasileira.

O tempo passou, muitas coisas mudaram e em 12 de março de 1947 foi realizada a primeira sessão preparatória da Assembleia Legislativa do Estado do Paraná de acordo com o atual regime democrático, ou seja, como conhecemos hoje. A Assembleia Legislativa do Estado do Paraná, conhecida pela abreviação "Alep", tem como papel primordial defender os interesses dos cidadãos (uma média de 11,35 milhões de pessoas) e isto também implica em garantir uma gestão pública satisfatória do Governo do Estado. Esta missão que rege todas as ações da Alep é colocada em prática desde a sua criação oficial, como dito anteriormente, há mais de 165 anos.

Kátia Ferreira Chagas
Diretora de Comunicação
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO PARANÁ

Problema

Divulgar em todo Paraná, as principais leis e ações realizadas pela ALEP nos últimos anos. Muitas pessoas ainda não tem o hábito de acompanhar o que acontece no próprio estado quando o assunto é política. O desafio desse projeto especial era democratizar a informação, levando conhecimento para toda população de forma fácil de entender. Outro desafio proposto no briefing era o de tornar a Assembleia Legislativa mais próxima das pessoas, presente no dia a dia, enfatizando que muitas coisas acontecem por passar, antes, pelo trabalho da Casa do Povo – como assim é conhecida em diversos lugares.

Solução

Para solucionar o desafio proposto no briefing, a agência criou o projeto especial Minuto Assembleia, que contou com merchandising na tv aberta (RIC/Record TV). Foram 15 inserções na TV de 1 minuto cada. Os materiais levavam aos telespectadores informações relevantes sobre leis e ações promovidas pela Assembleia, mas em formato moderno e fácil de assimilar, contando com um apresentador que estava sempre em pontos diferentes do estado. Além disso, o projeto especial também contou com inserções na rádio e publieditoriais especiais em site de notícias.

Resultados

Aconteceram vários boletins de 1 minuto na RicTv, totalizando 41.175.923 domiciliares impactos; 27.303.072 impactos no target.Também foram veiculados 5 publieditoriais no portal on-line RicMais, com 1.330 pageviews; e 1.230 usuários impactados.

Já na Rádio Jovem Pan, houve um total de 42 inserções, com o universo individual impactado de 3.366.133; e alcance individual de 13.838. A campanha resultou em um grande número de paranaenses mais informados sobre os trabalhos realizados pela Assembleia Legislativa do Estado do Paraná. Os resultados foram visíveis no dia a dia dos paranaenses, que passaram a se tornar mais ativos na relação com a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná.

Kátia Ferreira Chagas
Diretora de Comunicação
ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO PARANÁ

Case 01 - Peça 01

Licitante: IMAM Publicidade

Cliente: Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Título: MINUTO ASSEMBLEIA

Material: FILME – AGORA É LEI NO PARANÁ

Formato: 60 SEGUNDOS

Data de Produção: Novembro/2021

Período de Veiculação: Novembro e Dezembro/2022

Praça: Paraná

Veículo: RIC TV

Desafio e Solução: A Assembleia Legislativa desenvolveu um aplicativo para consultas de lei. Qualquer cidadão pode acessá-lo, procurando até mesmo as leis por temas. É muito prático e fácil. Porém, o grande desafio era informar a população sobre a existência desse aplicativo. A solução foi criar um filme de 60 segundos, que foi exibido na RIC TV, com um apresentador mostrando que essa tecnologia está disponível, é acessível e faz muita diferença no dia a dia. Por exemplo: saber seus direitos de consumidor enquanto está em uma loja realizando uma compra.

Peça eletrônica: apresentada somente no Pendrive.

PENDRIVE – Contendo:

- FILME 60 SEGUNDOS | Agora é Lei no Paraná | Assembleia Legislativa do Estado do Paraná.

Case 01 - Peça 02

Licitante: IMAM Publicidade

Cliente: Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Título: MINUTO ASSEMBLEIA

Material: FILME – AUDIÊNCIAS PÚBLICAS

Formato: 60 SEGUNDOS

Data de Produção: Novembro/2021

Período de Veiculação: Novembro e Dezembro/2022

Praça: Paraná

Veículo: RIC TV

Desafio e Solução: As audiências públicas realizadas pela Assembleia Legislativa são importantes porque é onde o cidadão tem espaço para opinar sobre assuntos que fazem a diferença na vida de todos. Afinal, não é à toa que a Assembleia é conhecida como a "Casa do Povo". Porém, o desafio é atrair a população e despertar o interesse para que elas participem dessas audiências públicas. Pensando nisso, para solucionar essa questão, foi criado um filme de 60 segundos que mostra como elas são realizadas, explica também que qualquer um pode participar e também fala da relevância para a sociedade em ter a participação popular em tópicos como a elaboração de leis, por exemplo. O filme foi veiculado na RIC TV, que possui alto impacto de audiência na massa.

Peça eletrônica: apresentada somente no Pendrive.

PENDRIVE – Contendo:

- FILME 60 SEGUNDOS | Audiência Públicas | Assembleia Legislativa do Estado do Paraná.

Case 01 - Peça 03

Licitante: IMAM Publicidade

Cliente: Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Título: MINUTO ASSEMBLEIA

Material: FILME – PEDÁGIO

Formato: 60 SEGUNDOS

Data de Produção: Novembro/2021

Período de Veiculação: Novembro e Dezembro/2022

Praça: Paraná

Veículo: RIC TV

Desafio e Solução: O pedágio foi um tema que atraiu a atenção de todos os paranaenses, mas o grande desafio era explicar o contexto das negociações sobre o "novo pedágio", bem como posicionar a Assembleia ao mesmo lado da população: pedágio com preço justo. A Assembleia e o Governo do Paraná conseguiram aprovar o pedágio com preço justo, mas ainda assim, havia o desafio de transmitir o acontecimento para a população de maneira fácil e rápida de entender. Para solucionar este desafio de comunicação, foi criado um filme de 60 segundos, exibido na RIC TV, em que um apresentador posiciona a Assembleia a favor da vontade do povo, comunicando que a tarifa com preço justa foi aprovada.

Peça eletrônica: apresentada somente no Pendrive.

PENDRIVE – Contendo:

- FILME 60 SEGUNDOS | Pedágio | Assembleia Legislativa do Estado do Paraná.

Case 01 - Peça 04

Licitante: IMAM Publicidade

Cliente: Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Título: MINUTO ASSEMBLEIA

Material: FILME – VIOLÊNCIA CONTRA MULHER

Formato: 60 SEGUNDOS

Data de Produção: Novembro/2021

Período de Veiculação: Novembro e Dezembro/2022

Praça: Paraná

Veículo: RIC TV

Desafio e Solução: No último ano, casos de violência contra a mulher aumentaram muito. A Assembleia Legislativa identificou o desafio de comunicar às mulheres que as leis estão sempre ao lado delas para protegê-las e dar mais qualidade de vida. Para solucionar esse desafio sobre violência contra a mulher, foi criado um filme de 60 segundos, exibido na RIC TV, informando a população, em especial as mulheres, que a Assembleia Legislativa do Estado criou a Procuradoria da Mulher para defender os interesses dessa parte da população. Mas, além disso, no filme também são mostradas algumas das leis que foram criadas para garantir o bem-estar de todas. Dessa forma, chegou ao conhecimento das paranaenses informações relevantes sobre o combate desse problema.

Peça eletrônica: apresentada somente no Pendrive.

PENDRIVE – Contendo:

- FILME 60 SEGUNDOS | Violência contra a mulher | Assembleia Legislativa do Estado do Paraná.

Case 01 - Peça 05

Licitante: IMAM Publicidade

Cliente: Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Título: MINUTO ASSEMBLEIA

Material: FILME – BALANÇO

Formato: 60 SEGUNDOS

Data de Produção: Novembro/2021

Período de Veiculação: Novembro e Dezembro/2022

Praça: Paraná

Veiculo: RIC TV

Desafio e Solução: Durante a pandemia de covid-19, o trabalho da Assembleia Legislativa não parou. Para isso, audiências tornaram-se online e o interesse da população foi defendido. Mais de 600 leis foram aprovadas e 11 milhões de paranaenses beneficiados. Porém, o grande desafio era criar um material de "prestação de contas" para a população, mostrando de forma fácil tudo o que foi realizado pela Assembleia, como o investimento em Saúde, programas sociais, dentre outros. Para isso, a solução encontrada foi criar um filme de 60 segundos, exibido na RIC TV, onde um apresentador faz um balanço geral de tudo o que foi aprovado e realizado nos dois anos iniciais de pandemia.

Peça eletrônica: apresentada somente no Pendrive.

PENDRIVE – Contendo:

- FILME 60 SEGUNDOS | BALANÇO | Assembleia Legislativa do Estado do Paraná.

Case 02

FICAR EM CASA É UM GESTO DE AMOR

CLIENTE: Prefeitura Municipal de Cornélio Procópio

FICAR EM CASA É UM GESTO DE AMOR

CLIENTE: Prefeitura Municipal de Cornélio Procópio

Histórico

A Prefeitura de Cornélio Procópio tem o histórico de sempre realizar campanhas de comunicação pertinentes à área de Saúde. E, na época em que a pandemia de covid-19 começou, não poderia ser diferente. A Prefeitura, junto à agência, iniciou uma série de ações de comunicação para levar mais conscientização sobre o tema para as pessoas. É assim, também, com outros temas relevantes para a saúde pública, como cuidados para evitar a proliferação do mosquito da dengue, campanha de vacinação contra gripe, dentre outros.

Problema

No início da pandemia de covid-19, as pessoas ainda se sentiam desorientadas sobre como se prevenir contra a nova doença. Por isso, a Prefeitura Municipal de Cornélio Procópio sentiu a necessidade de informar a população sobre as formas de se prevenir da doença. Dentre as formas de prevenção naquele período, uma das principais era o isolamento social: as pessoas só deveriam sair de casa se realmente fosse necessário. Pensando nisso, foi solicitado que a agência criasse uma campanha para conscientizar as pessoas sobre a importância de se resguardar, com o intuito de proteger a si mesmas e os outros.

Solução

Para solucionar o desafio proposto no briefing, a agência criou o mote "Ficar em casa é um gesto de amor" para despertar nos procopenses o senso de coletividade e amenizar os impactos da pandemia, como a disseminação do vírus. Para isso, a campanha precisou impactar o maior número de procopenses possível, ou seja, estar presente em todas as regiões cidade. Assim, a campanha contou com materiais de comunicação integrada, marcando presença tanto em meios tradicionais como mídia exterior, filme e rádio, quanto on-line.

Najyla Nogueira
Comunicadora Social – Jornalista
Prefeitura de Cornélio Procópio

Resultados

A campanha resultou em um grande número de procopenses mais informados sobre a forma de se prevenir da doença recém descoberta. Assim, os números da pandemia foram influenciados positivamente no momento em que a campanha estava nas ruas, pois as pessoas começaram a entender que ficar em casa, até aquele presente momento, uma vez que as vacinas ainda não haviam sido descobertas, era a melhor solução. Os resultados foram visíveis no dia a dia da cidade, com as ruas mais vazias e com o trânsito de pessoas que de fato precisavam sair de suas casas.

Najylla Nogueira
Comunicadora Social – Jornalista
Prefeitura de Cornélio Procópio

Case 02 - Peça 01

Licitante: IMAM Publicidade

Cliente: PREFEITURA DE CORNÉLIO PROCÓPIO

Título: FICAR EM CASA É UM GESTO DE AMOR

Material: FILME

Formato: 30 SEGUNDOS

Data de Produção: Agosto/2020

Período de Veiculação: Agosto/2020

Praça: CORNÉLIO PROCÓPIO - LONDRINA

Veículo: RPC LONDRINA - TV COROADOS

Desafio e Solução: O desafio da comunicação era impactar o maior número possível de cidadãos sobre as informações mais relevantes de como se proteger da Covid-19 no início da pandemia. Para solucionar essa questão, foi elaborado um filme de 30 segundos que foi transmitido tanto na RPC Londrina, que passa em Cornélio Procópio, informando a todos sobre como agir naqueles meses iniciais de pandemia: usar máscara, sair apenas se for necessário e preservar a vida de quem se ama, evitando aglomerações com terceiros. Esta peça foi escolhida devido o seu alto impacto do público-alvo.

Peça eletrônica: apresentada somente no Pendrive.

PENDRIVE – Contendo:

- FILME 30 SEGUNDOS | FILME - FICAR EM CASA É UM GESTO DE AMOR | PREFEITURA DE CORNÉLIO PROCÓPIO

Case 02 - Peça 02

Licitante: IMAM Publicidade

Cliente: PREFEITURA DE CORNÉLIO PROCÓPIO

Título: FICAR EM CASA É UM GESTO DE AMOR - MULHER

Material: ANÚNCIO IMPRESSO

Formato: ½ PÁGINA

Data de Produção: Agosto/2020

Período de Veiculação: Agosto/2020

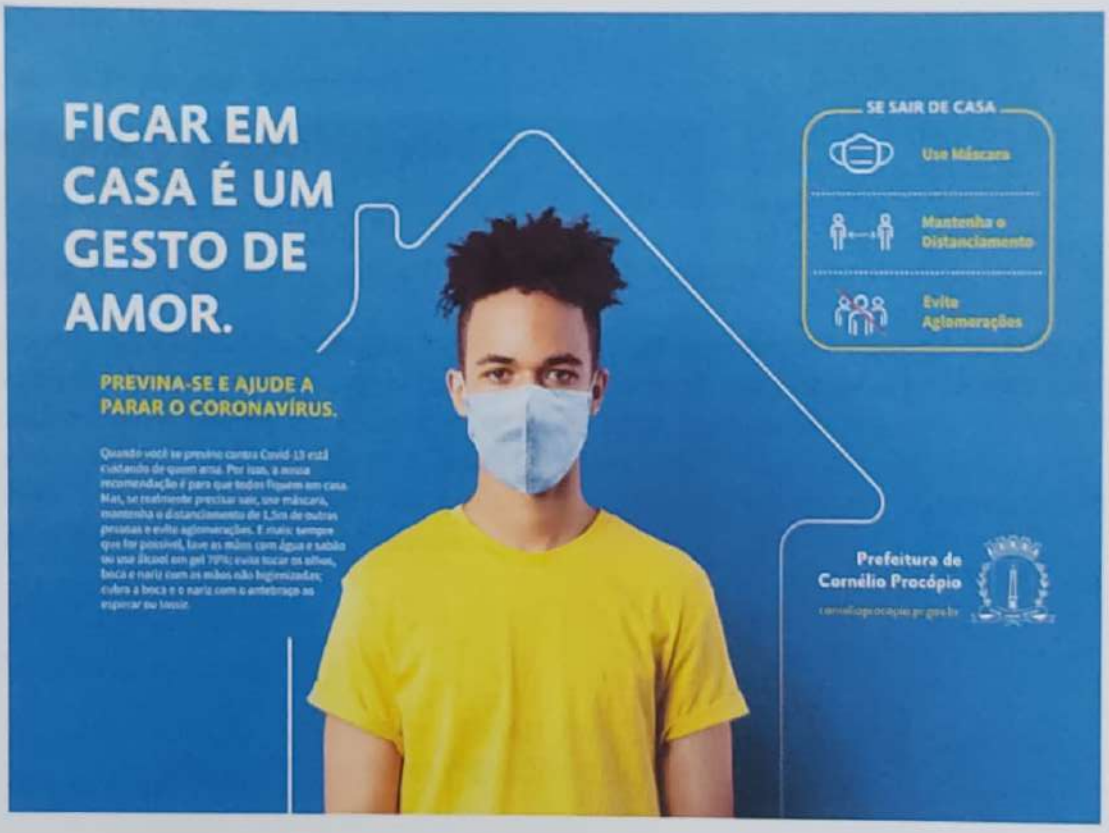
Praça: CORNÉLIO PROCÓPIO

Veículo: JORNAL METRÓPOLE CORNÉLIO PROCÓPIO

Desafio e Solução: No início da pandemia ainda não existiam vacinas e a principal forma de se prevenir da Coid-19, uma doença que naquele momento nos gerava mais perguntas do que respostas, era ficar em casa. O desafio era alertar a população sobre isso e um dos materiais escolhidos para solucionar essa questão foi um anúncio de meia página do Jornal Metrópole de Cornélio Procópio, devido a alta circulação do periódico na cidade.

PENDRIVE – Contendo:

- ANÚNCIO IMPRESSO | FICAR EM CASA É UM GESTO DE AMOR - MULHER | PREFEITURA DE CORNÉLIO PROCÓPIO


FICAR EM CASA É UM GESTO DE AMOR.
PREVINA-SE E AJUDE A PARAR O CORONAVÍRUS.
Quando você se previne contra Covid-19 está cuidando de quem ama. Por isso, a nossa recomendação é para que todos fiquem em casa. Mas, se realmente precisar sair, use máscara, mantenha o distanciamento de 1,5m de outras pessoas e evite aglomerações. E mais: sempre que for possível, lave as mãos com água e sabão ou use álcool em gel 70%; evite tocar os olhos, boca e nariz com as mãos não higienizadas; cubra a boca e o nariz com o antebraço ao espirrar ou tossir.
SE SAIR DE CASA
Use Máscara
Mantenha o Distanciamento
Evite Aglomerações
Prefeitura de Cornélio Procópio

Case 02 - Peça 03

Licitante: IMAM Publicidade

Cliente: PREFEITURA DE CORNÉLIO PROCÓPIO

Título: FICAR EM CASA É UM GESTO DE AMOR - HOMEM

Material: ANÚNCIO IMPRESSO

Formato: ½ PÁGINA

Data de Produção: Setembro/2020

Período de Veiculação: Setembro/2020

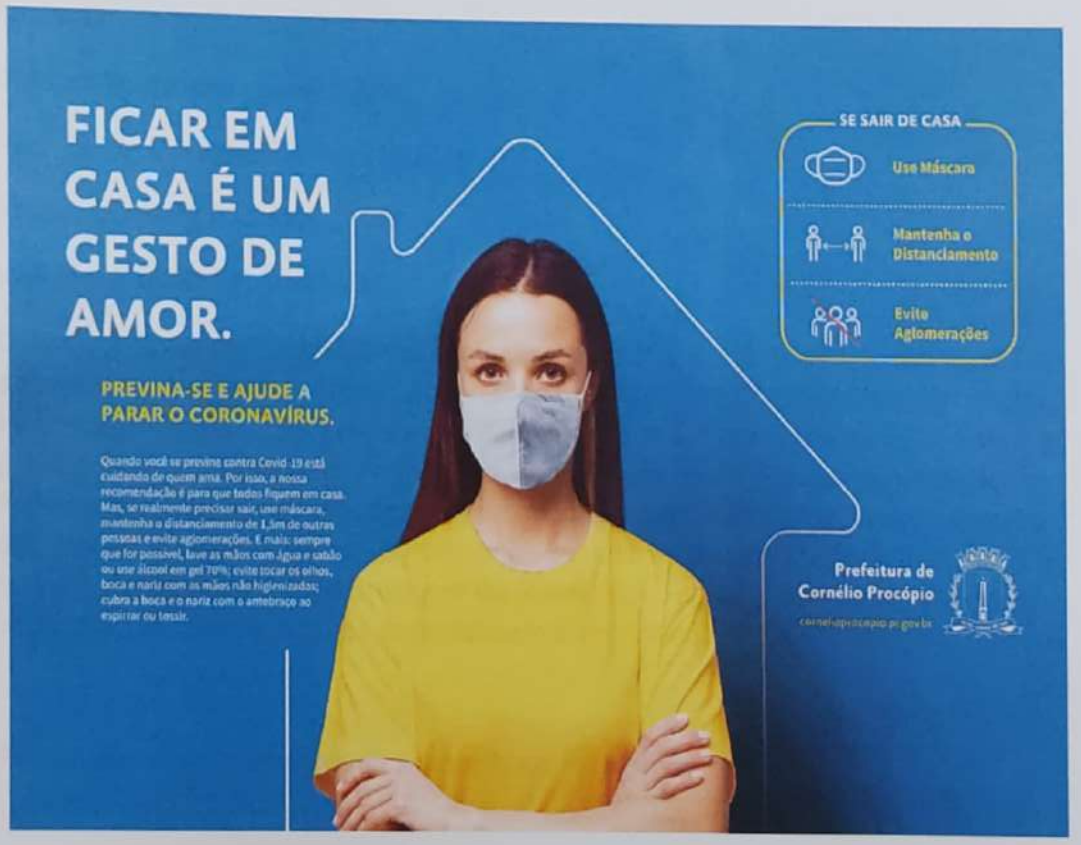
Praça: CORNÉLIO PROCÓPIO

Veículo: JORNAL METRÓPOLE CORNÉLIO PROCÓPIO

Desafio e Solução: A campanha foi veiculada por um bom período devido a seriedade do tema – o início da pandemia de covid-19. O desafio era manter a população em casa o máximo de tempo possível e, se necessário, sair usando máscara. Por isso, uma das soluções utilizadas pela estratégia de mídia foi veicular um novo anúncio no Jornal Metrópole de Cornélio Procópio, com o intuito de conscientizar a população que os cuidados ainda eram necessários.

PENDRIVE – Contendo:

- ANÚNCIO IMPRESSO | FICAR EM CASA É UM GESTO DE AMOR - HOMEM | PREFEITURA DE CORNÉLIO PROCÓPIO


FICAR EM CASA É UM GESTO DE AMOR.
PREVINA-SE E AJUDE A PARAR O CORONAVÍRUS.
Quando você se previne contra Covid-19 está cuidando de quem ama. Por isso, a nossa recomendação é para que todos fiquem em casa. Mas, se realmente precisar sair, use máscara, mantenha o distanciamento de 1,5m de outras pessoas e evite aglomerações. E mais: sempre que for possível, lave as mãos com água e sabão ou use álcool em gel 70%; evite tocar os olhos, boca e nariz com as mãos não higienizadas; cubra a boca e o nariz com o antebraço ao espirrar ou tossir.
SE SAIR DE CASA
Use Máscara
Mantenha o Distanciamento
Evite Aglomerações
Prefeitura de Cornélio Procópio

Case 02 - Peça 04

Licitante: IMAM Publicidade

Cliente: PREFEITURA DE CORNÉLIO PROCÓPIO

Título: FICAR EM CASA É UM GESTO DE AMOR

Material: SPOT

Formato: 30 SEGUNDOS

Data de Produção: Agosto/2020

Período de Veiculação: Agosto/2020

Praça: CORNÉLIO PROCÓPIO

Veículo: RÁDIO GRAÚNA FM

Desafio e Solução: Como impactar muitas pessoas sobre o mesmo tema? Este era o desafio da campanha sobre a prevenção de covid-19 em Cornélio Procópio, no ano inicial de pandemia. Era preciso informar a todos sobre cuidados básicos contra a doença: ficar em casa, uso de máscara, lavagem de mãos e distanciamento social. Para solucionar este desafio, a campanha focal nos principais meios de comunicação, dentre eles, o rádio. O spot de 30 segundos de rádio foi criado para levar a um grande número de pessoas esta mensagem de forma fácil, rápida e que se repetiu muitas vezes por dia, para que todos assimilassem a importância de se cuidar.

Peça eletrônica: apresentada somente no Pendrive.

PENDRIVE – Contendo:

- SPOT 30 SEGUNDOS| FICAR EM CASA É UM GESTO DE AMOR - HOMEM | PREFEITURA DE CORNÉLIO PROCÓPIO

Case 02 - Peça 05

Licitante: IMAM Publicidade

Cliente: PREFEITURA DE CORNÉLIO PROCÓPIO

Título: FICAR EM CASA É UM GESTO DE AMOR

Material: MIDIA EXTERIOR - OUTDOOR

Formato: 9 X 3 METROS

Data de Produção: Agosto/2020

Período de Veiculação: Agosto/2020

Praça: CORNÉLIO PROCÓPIO

Veículo: REDE OUTDOOR

Desafio e Solução: A mídia exterior na campanha de prevenção tem uma importante missão na solução do desafio: chamar a atenção. O desafio era justamente esse: chamar a atenção da população sobre as formas de se prevenir da covid-19. Por isso, os outdoors da Rede Outdoor tiveram grande impacto nos resultados da campanha – a solução encontrada foi espalhar outdoors pela cidade com as formas de prevenção da doença.

PENDRIVE – Contendo:

- OUTDOOR – MÍDIA EXTERIOR| FICAR EM CASA É UM GESTO DE AMOR - HOMEM | PREFEITURA DE CORNÉLIO PROCÓPIO


FICAR EM CASA
É UM GESTO
DE AMOR.
PREVINA-SE E AJUDE A
PARAR O CORONAVÍRUS.
SE SAIR DE CASA
Use Máscara
Mantenha o
Distanciamento
Evite
Aglomerações
Prefeitura de
Cornélio Procópio

Curitiba, 28 de março de 2022.

IMAM PUBLICIDADE E PROPAGANDA EIRELI
HELISSON HENRIQUE SCHIAVINATO REZENDE
RG: 6.442.872-1 SSP/PR | CPF: 004.129.639-73
Titular