CRIATIVIDADE
INOVAÇÃO
PROSPERIDADE
DESIGN
TALENTOS
ENERGIA
SOLUÇÕES
COMUNICAÇÃO

VIVAS

INVÓLUCRO Nº 3

PROPOSTA TÉCNICA:
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

VIVAS COMUNICAÇÃO LTDA.
CNPJ Nº 07.017.738/0001-00

LICITAÇÃO 001/2021/SECC

vivas

CLIENTES

Em quase 20 anos, a Vivas se consolidou como uma das maiores e mais criativas agências do mercado.

Seu atendimento com excelência e agilidade é possível devido à experiência de seus profissionais aliada à infraestrutura compatível com a prestação de serviços de comunicação para empresas de vários segmentos e tamanhos, além de órgãos públicos.

Nas páginas a seguir estão relacionados os clientes regulares da Vivas, com indicação da data do período de atendimento, bem como ramos de atividade, produtos e serviços.

PRINCIPAIS CLIENTES

SABESP
COMPANHIA DE SANEAMENTO BÁSICO DO ESTADO DE SÃO PAULO
CNPJ: 43.776.517/0001-80
Desde dezembro de 2019

SECC
SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO SOCIAL E CULTURA
CNPJ 77.998.904/0001-82
Desde abril de 2012

FOZ TINTAS
AGFABI COMÉRCIO DE TINTAS LTDA.
CNPJ 03.053.280/0001-94
Desde janeiro de 2017

CASA DA VACINA
CLÍNICA DE IMUNIZAÇÕES MARINGÁ LTDA.
CNPJ 02.166.922/0001-07
Desde março de 2021

BIZINELLI
FRIGORÍFICO BIZINELLI
CNPJ 76.513.324/0001-95
Desde abril de 2020

INSTITUTO PALAVRA ABERTA
INSTITUTO PALAVRA ABERTA
CNPJ 11.762.310/0001-85
Desde julho de 2020

EQUIPE

Nas próximas páginas deste documento estão descritas, sob a forma de currículo resumido, a quantificação e a qualificação dos profissionais que poderão ser colocados à disposição durante a execução do contrato.

Estão entre as áreas de conhecimento: estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento.

EQUIPE VIVAS

Profissional	Área	Experiência
Carolina Zanqueta	Estudo e Planejamento	18 anos
José Alberto Vivas		35 anos
Gilmarcos Querolim	Criação off-line	26 anos
Fabrício Pitz		19 anos
Marcelo Amorim	Criação on-line	30 anos
Marcos Lins		14 anos
Paulo Costa		28 anos
Thiago Lira	Produção de rádio, cinema, TV, internet e gráfica	19 anos
Conrado da Luz		20 anos
Kassielle de Assis		19 anos
Wellington Rego	Mídia	18 anos
Diego Nielsen		4 anos
Flavia Godoy		32 anos
José Afonso de Lana		31 anos
Leonardo Zen	Atendimento	21 anos
Loretta Ferrari		13 anos
Gabriela Mendes		5 anos

ESTUDOS E PLANEJAMENTO

Carolina Zanqueta | 18 anos de experiência

Diretora de planejamento, com 18 anos de experiência em comunicação. Pós-graduada em Marketing Político e Propaganda Eleitoral pela ECA-USP, especialista em Social Network Analysis pela Universidade de Michigan, bacharel em Comunicação/RTV e formada em Comunicação Visual pela Escola Panamericana de Artes.

Áreas diversas como marketing político, neurociência aplicada à comunicação, estratégicas digitais e gerenciamento de crises moldam sua experiência. Carol tem ajudado agências e clientes a navegarem no mundo digital, sempre com foco na estratégia e resultados, utilizando ferramentas como social media, monitoramento, SNA, AI, UX, SAC online, mídia digital e produção de conteúdo.

Sua experiência em marketing político e governamental, com gestão e planejamento estratégico de mais de 10 campanhas eleitorais majoritárias e inúmeras campanhas públicas para governos e prefeituras, aliada à atuação no mercado privado ajudaram a estabelecer uma profissional multidisciplinar, com expertise na avaliação de performance e entrega com excelência mesmo em ambientes de muita pressão.

Pioneirismo no ambiente digital também é uma marca de sua carreira, coordenou campanhas nacionais que conquistaram mais de 300 mil assinaturas online – de forma orgânica. Além de ter o site de uma das campanhas que atuou como finalista no Reed Awards 2010 da revista Campaigns & Elections na categoria melhor site internacional.

CRIAÇÃO OFF-LINE

José Alberto Vivas | 35 anos de experiência

Estudou Publicidade e Propaganda na Fundação Armando Alvares Penteado – FAAP e começou sua carreira em São Paulo, em 1985. Foi redator de grandes agências, como JWT e FCB. Conquistou dezenas de prêmios, tais como Colunistas, Profissionais do Ano, Prêmio Abril, Clube e Criação de São Paulo e Paraná. Fundou a sua primeira agência, a Z. Publicidade, em 1993, que foi duas vezes eleita a Agência do Ano no Prêmio Colunistas Paraná. Em 1999, abriu a Propeg Paraná, presidindo a agência e também atuando no cargo de vice-presidente nacional de criação, no qual permaneceu até 2004.

Fundou a Vivas há quase vinte anos, exercendo as funções de sócio, diretor geral e diretor de criação. Em sua carreira atendeu grandes clientes públicos e privados, como o Governo do Estado do Paraná, Prefeitura de Curitiba, Petrobras, Sabesp, Artesp, Kellogg´s, Alpargatas, Batavo, GVT.

Gil Marcos Querolim | 26 anos de experiência

Atuou em agências de publicidade em Lisboa (Portugal), Curitiba, Porto Alegre e Maringá, como Competence, Trade Comunicação e CCZ. Além disso, conquistou premiações como no ABEMD (2001), no Colunistas Paraná (2004), no Anuário do CCPR (2004) e no GP Colunistas Brasil (2005). Ao longo da carreira, esteve na criação de campanhas e trabalhos para clientes como: Renault do Brasil, Volvo Pós-Venda, Kraft Foods, Café Alvorada, Grupo Barigui, Itaipu Binacional, SESC-RS, Shopping Curitiba, Shopping Estação, Barra Shopping Sul, Shopping Mueller, Condor Supermercados, RPC (afiliada Rede Globo), Grupo Paulo Pimentel (afiliada SBT), Chlorophylla, Pão de Açúcar/ Extra Supermercados, Positivo Informática, Grupo Positivo, Electrolux do Brasil, Panvel Farmácias, O Boticário, OK Student (Portugal).

CRIAÇÃO OFF-LINE

Fabrizio Pitz | 19 anos de experiência

Formado em Publicidade e Propaganda na PUC-PR, atua como redator, gerente e diretor de criação. Trabalhou em agências como Exclam, Get, Z.Publicidade, G/PAC, GT Criativos, GreyZest, G2Brasil, Tif Comunicação, Competence, entre outras. Atendeu clientes de diversos portes e segmentos, entre eles: Nike Brasil, HSBC, Renault, Nissan, Bunge, Volvo do Brasil, Volkswagen, TIM, Fiep-PR, Sebrae-PR, Sicredi, Governo do Paraná, Prefeitura de Curitiba, Itaipu, Repar, Grupo Barigui, Dom Bosco, Positivo, Racco Cosméticos, Nutrilatina, Big Ben Joalherias, Unimed-PR, Cocamar, Grupo Almeida Junior, Shopping Curitiba e Crystal, Carrefour, Extra Hipermercados e Panvel Farmácias. Propaganda, marketing direto, OOH e online foram áreas atuantes durante a sua trajetória profissional. Fabrizio cria campanhas e projetos para clientes internacionais e nacionais há 19 anos.

RIAÇÃO ONLINE

Marcelo Amorim | 30 anos de experiência

Graduado em Direito (PUC-SP) e pós-graduado em Comunicação: Práxis Multidisciplinares (ECA-USP) e Teoria da Literatura (PUC-PR). Soma passagens por agências de São Paulo e Curitiba, onde criou campanhas para Nestlé, Unilever, Warner-Lambert, Microsoft, Ford, HSBC, Prefeitura de Curitiba, Sanepar, Copel, Governo do Paraná, entre outros. Está na Vivas Comunicação desde 2018, atendendo contas públicas. No marketing político, participou de campanhas para prefeitos e governadores em todo o país.

Marcos Lins | 14 anos de experiência

Especialista em E-branding pela PUC-PR, Bacharel em Design pela UFPE, atua no mercado desde 2008. Passou por diversas agências e escritórios de Design e Publicidade: The Getz, BrainBox, Casullo, WDM Corp, Komm Design e Yup Design. Ao longo de sua trajetória, conquistou o Prêmio Colunistas Paraná (2019 e 2013), Marketing Imobiliário Nacional (2013) e Prêmio FIP (2011). Atuou para clientes de portes e segmentos diversificados, entre eles BMW, Volvo, PUC, New Holland, Coca-Cola, Ouro Verde, Grupo Boticário, CIV, RPC (Globo PR), Gazeta do Povo, Guararapes, Catterpillar, Vivo e Telefônica.

PRODUÇÃO - RÁDIO, CINEMA, TV E INTERNET

Paulo Costa | 28 anos de experiência

Estudou Comunicação Social, tem mais de 30 anos de experiência em produção eletrônica – rádio TV, cinema e internet. Iniciou sua carreira em 1989. Tendo trabalhado como RTVC na Beta Publicidade, Exclam Comunicação e Propeg Paraná. Dirigiu comerciais em várias produtoras e onde atuou também como Diretor de Produção. Já atendeu clientes como Governo do Paraná, Grupo Barigui, Copel, TIM, Shopping Curitiba, Grupo Coca-Cola, Mitsubishi, Shopping Estação e Crystal, Electrolux do Brasil, Grupo Positivo, Volvo do Brasil, Extra Supermercados e O Boticário.

Thiago Lira | 19 anos de experiência

Produtor RTV e gráfico com 19 anos de experiência em agências de publicidade e eventos. Com formação técnica em publicidade e propaganda. Trabalhou nas agências Lowe, Aktuell, Le Pera, Tugarê, Adag Comunicação e Lua propaganda.

PRODUÇÃO – GRÁFICA

Conrado Luz | 20 anos de experiência

Pós-graduado em Marketing pela FAE e graduado em Comunicação Social pela PUCPR, tem extenso *know how* em produção voltada para a área de comunicação em geral, seja em propaganda ou materiais de PDV e endomarketing. Já atendeu a clientes de diversos portes e segmentos, a exemplo de Bosch, Volvo, Coca-Cola, Kaiser, Votorantim, Tim, Vivo, Brasil Telecom, Governo do Paraná, ARTESP, Renault, Detran, GVT, Bunge e Grupo Boticário.

MÍDIA

Kassielle Assis | 19 anos de experiência

Publicitária e Especialista em Comunicação Digital E-Branding pela PUC PR, mídia nas agências, Heads, Zero Cinco, Master, Free Comunicação e no Grupo Barigui, atuando como Gerente de Marketing, das marcas Fiat Barigui, Kia Barigui, Jeep Barigui, Seminovos Barigui, Nissan Nix e Citroen Barigui.

Wellington Rego | 18 anos de experiência

Profissional com 18 anos de mercado, com passagens por editoras de revista e agências de publicidade. Bacharel em Engenharia da Computação pela Universidade Anhembi Morumbi. Especialista em desenvolvimento de estratégias de mídias voltadas para Social Media.

Atuando com clientes dos segmentos público e privado, tais como: Prefeitura de São Paulo, Prefeitura de Diadema, Governo do Estado de São Paulo, Metrô de São Paulo, Dersa, AES Eletropaulo, EDP Brasil, Comgás, Faculdades Anhembi Morumbi e Sabesp.

Diego Nielsen | 4 anos de experiência

Mídia com quatro anos de experiência em comunicação. Bacharel em Publicidade e Propaganda pela FAE Centro Universitário.

ATENDIMENTO

Flávia Godoy | 32 anos de experiência

Flávia tem 32 anos de experiência, com formação em publicidade e propaganda e atuando como atendimento em algumas das principais agências do mercado, como Almap, Fischer,Justus, Y&R, Leo Burnett, África, The Group, Loducca, Lua Propaganda, Fischer América, Tai Mkt e atualmente na Vivas Comunicação. Sólida experiência em propaganda, ativação em ponto de venda, eventos e promoção, atuando como gestora de contas de clientes dos segmentos público e privado, tais como: Volkswagen, Banco Cidade, Credicard S.A., Cia. Cervejaria Brahma, Mappin, Cervejarias Kaiser, Vivo, Telefônica, Brasil Telecom, Sam's Club, Karsten, Vale, Grendene, Santander, BrMalls, Cia. Muller, Prefeitura de São Paulo, Governo do Estado de São Paulo, AES Eletropaulo, Lifan Motors, Banco Original, Flora, Vigor Queijos, Consórcio Embracon e Sabesp.

José Afonso de Lana | 31 anos de experiência

Com 31 anos de experiência em publicidade, Afonso é pós-graduado pela Universidade Unip e tem MBA Executivo pelo Insper, no decorrer de sua carreira, atendeu contas públicas e privadas, sendo responsável por diversas campanhas de clientes variados, tais como: Prefeitura de São Paulo, Governo do Estado de São Paulo, Prefeitura de Uberlândia, Metrô de São Paulo, Dersa, AES Eletropaulo, Lifan Motors, Faculdades Anhembi Morumbi, AGF Seguros, Comgás, Shopping Ponta Negra (Manaus), Cartões Bradesco e Panasonic, entre outras. Durante sua trajetória profissional, passou por diversas agências de tamanhos e formatos diferentes. Ampla experiência nas áreas de atendimento, planejamento e novos negócios.

Leonardo Fritzen | 21 anos de experiência

Jornalista formado e pós graduado em jornalismo para rádio e TV na Centro Universitário Assis Gurgacz, iniciou sua carreira em 2000 e em 2011 passou a integrar o time da Vivas. Já trabalhou com marketing político, gerenciou a Secretaria de Comunicação da Prefeitura de Cascavel-PR e atuou em televisões, jornais e rádios do oeste do estado. Foi repórter nacional da Rede CBN, quando conquistou o Prêmio Amop de jornalismo.

ATENDIMENTO

Loretta Ferrari | 13 anos de experiência

Gerente Executiva com mais de 13 anos de experiência em atendimento, planejamento de contas e comunicação publicitária. Formada em Administração de Empresas pela FAE e técnica em eventos corporativos e marketing pelo Centro Europeu tem em sua trajetória clientes de comunicação e mídia off, on e promo. Após ter atuado em grandes redes hoteleiras como Radisson Hotels e Pestana, atendendo as mais diversas empresas e suas ocasiões especiais, o Marketing virou paixão e assim o desenvolvimento profissional deu-se dentro de empresas modelo como Bosh e New Holland. Loretta recebeu seu primeiro convite para agência de publicidade e, de cabeça no mercado imobiliário, desenvolveu técnicas organizacionais de comunicação com o cliente e facilitadores de operação. Teve como primeiros clientes as incorporadoras MDGP e DBorcath e seguiu com outros como NHS, RAC Engenharia, Invescon, Universidade Católica de SC, Imobiliária J8, Combudata e Scartare Produtos Descartáveis.

Gabriela Mendes | 5 anos de experiência

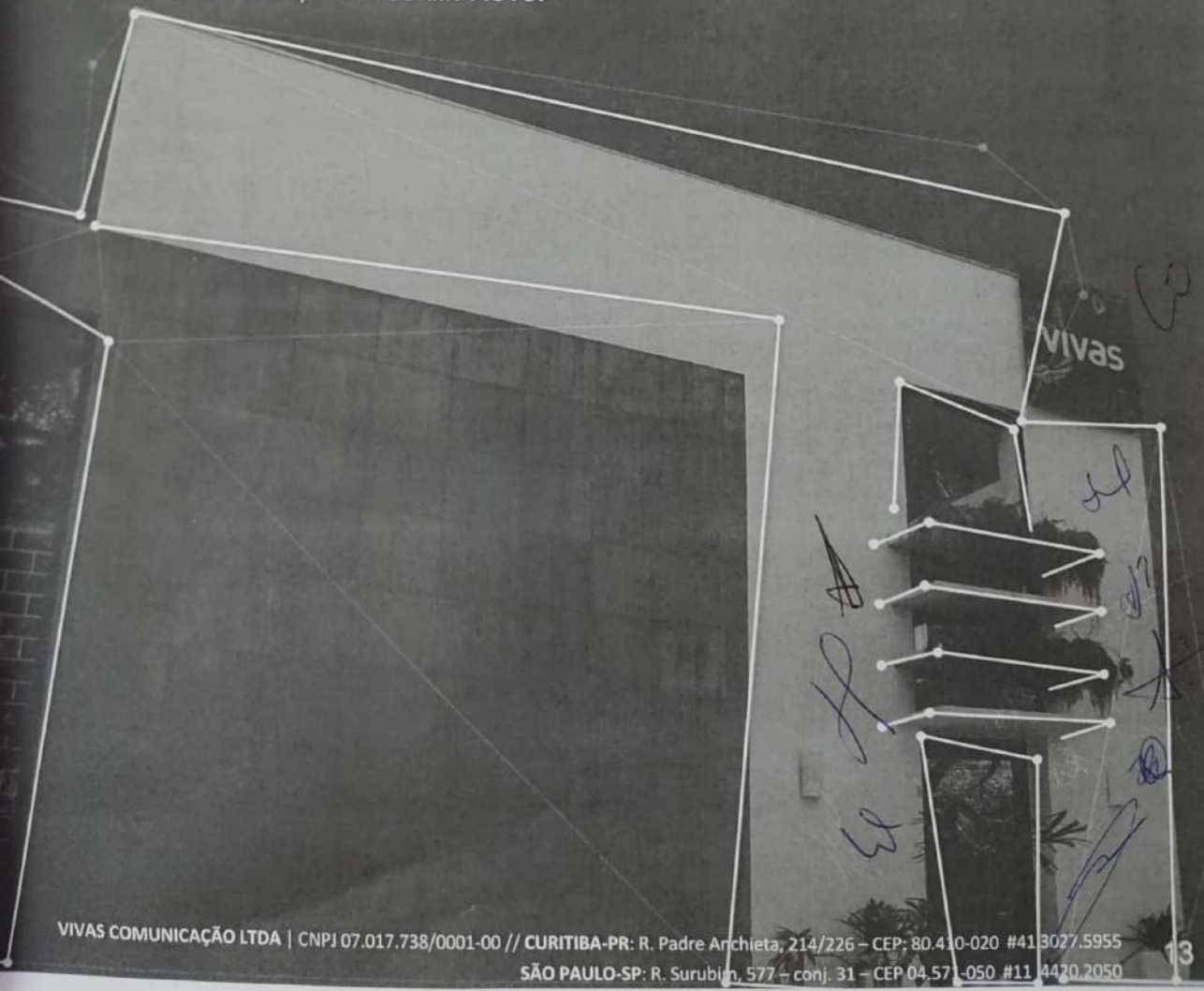
Bacharel em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela UniCuritiba - Centro Universitário, desde 2021 integra o time de atendimento da Vivas Comunicação. Vencedora do concurso literário Novos Autores Curitibanos 2013, para publicação da Antologia Novos Autores Curitibanos 60 crônicas, poesias, contos.

vivas

INFRAES-TRUTURA

A VIVAS TEM ESCRITÓRIOS LOCALIZADOS EM SUAS PRINCIPAIS PRAÇAS DE ATUAÇÃO.

Localizada na Rua Padre Anchieta, em Curitiba, a matriz da Vivas Comunicação distribui-se por três prédios construídos ou reformados para oferecer as melhores condições de criação e produção para os profissionais que integram a equipe de trabalho. As outras duas sedes que compõem a estrutura da agência estão localizadas em Cascavel, no oeste paranaense, e em São Paulo, no Brooklin Novo.



INFRAESTRUTURA

600 m²
de área útil total das sedes

40
estações de trabalho interligadas pelo sistema de gestão Publimanager

12
estações individuais de trabalho dotadas de computadores Macintosh de última geração e alto desempenho

28
estações individuais de trabalho dotadas de computadores PC

2
servidores de grande porte

1
ilha de edição de vídeo

6
impressoras a laser coloridas para formatos simples

2
impressoras a laser coloridas para grandes formatos

3
salas de reunião equipadas com recursos multimídia

SITEMÁTICA DE ATENDIMENTO PARA CLIENTES PÚBLICOS

A Vivas sabe que o atendimento de demandas das empresas do setor público conta com prazos e dinâmicas diferenciados dos do mercado privado. Por isso, estabelecemos a sistemática de atendimento abaixo para atender às necessidades de clientes públicos:

Coordenação
O planejamento e o atendimento são centralizados, evitando que o cliente precise ter muitos pontos de contato. A coordenação única de todos os núcleos garante a agilidade e o controle necessários.

Aprovações
A dinâmica de aprovações acontece da melhor forma para o cliente, podendo ser feita por sistema, por e-mail ou mesmo por WhatsApp.

Emergências
Sabemos que emergências podem acontecer a qualquer momento para um cliente público. Por isso, o atendimento está disponível para responder rapidamente a uma solicitação desse tipo todos os dias, úteis ou não.

Rotina diferenciada
No atendimento, em crises e durante a execução de campanhas, a rotina da Vivas é diferenciada, ficando disponível para o cliente público 24/7.

Identificação de problemas
Faz parte da atribuição do time Vivas o acompanhamento do cliente na imprensa e nas redes sociais. Estamos atentos a qualquer possível identificação de problemas que necessitem de rápida atuação da agência para auxiliar o cliente.

PRAZOS PARA DESENVOLVIMENTO DE TRABALHOS PARA CLIENTES PÚBLICOS

- Criação de campanhas – 4 dias corridos
- Criação de peças avulsas – 1 dia
- Elaboração de plano de mídia – 3 dias corridos
- Desdobramentos – diariamente
- Ajustes e aprovações - diariamente

SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO

Mais do que uma agência de comunicação, a Vivas é uma empresa com várias unidades de negócio especializadas e complementares que trabalham de forma integrada para seus clientes. Soluções completas de comunicação surgem do trabalho conjunto das unidades de negócio.

Para isso, uma estrutura unificada de atendimento, que atua integrada a uma equipe de planejamento de soluções de comunicação, recebe o briefing, afina a estratégia com a gestão e distribui as diretrizes do *job* para cada equipe. Núcleos de especialistas trabalham, então, para devolver a melhor resposta ao problema de comunicação do cliente, independentemente do meio e da forma. Equipes multidisciplinares e especializadas trabalham em conjunto para trazer conteúdo relevante em projetos completos de comunicação.

O MODELO VIVAS

A experiência adquirida nos quase 19 anos de atuação no mercado atendendo organizações da iniciativa privada e do setor público permitiu à Vivas desenvolver e aperfeiçoar a metodologia de relacionamento com clientes. Voltada às demandas dos mais diversos níveis, atende desde os projetos especiais de longo prazo até às exigências de ordem operacional de entrega imediata.

DEMANDA – ENTRADA DAS SOLICITAÇÕES

A metodologia compreende etapas de prospecção, identificação e recebimento de demandas, planejamento da solução, desenvolvimento, implementação, avaliação permanente de qualidade e mensuração de impactos e resultados. O processo de atendimento das demandas dos clientes é suportado por um software específico e tem como premissas básicas a agilidade e a qualidade dos serviços. O software de gestão Publimanager garante o acompanhamento completo do fluxo de trabalho (workflow) nas etapas de:

Identificação da demanda – Planejamento da solução – Avaliação das propostas de solução – Aprovação da execução do serviço – Desenvolvimento da solução – Entrega – Avaliação dos resultados.

O software Publimanager também permite visão global de todos os projetos e serviços em execução ou já concluídos.

A estrutura dedicada de atendimento está permanentemente à disposição para trabalho de identificação, diagnóstico, planejamento e encaminhamento das demandas à agência, que são qualificadas em duas categorias principais:
a) desenvolvimento de projetos especiais de caráter estratégico;
b) atendimento de atividades de caráter operacional para áreas/ações táticas.

Solicitações de caráter rotineiro e operacional são tratadas nos moldes tradicionais de atendimento. Projetos especiais com impacto estratégico na comunicação do cliente são tratados por grupo de trabalho multidisciplinar, envolvendo profissionais da Vivas e do cliente.

DEMANDA – ENTRADA DAS SOLICITAÇÕES

As solicitações recebidas são analisadas a partir das informações fornecidas pelo cliente e complementadas por fontes secundárias, de maneira que as especificações da solução sejam as mais precisas possíveis, a fim de garantir a qualidade do produto final e agilidade de resposta.

A identificação do contexto interno da demanda, associada à avaliação dos cenários possíveis de implantação e aos impactos sobre o público-alvo, gera a base de conhecimento para a correta especificação técnica das soluções. Também são utilizadas ferramentas adicionais para a geração de informações complementares.

Definido e validado com o cliente o escopo da solicitação, é efetivada a contratação do serviço. Um *briefing* com as especificações do trabalho a ser desenvolvido é criado e encaminhado para o setor de planejamento, que faz a classificação do serviço e estabelece o cronograma a ser seguido nas estruturas de produção. Demandas de caráter operacional e atendimento imediato são encaminhadas aos setores de criação, mídia e produção, enquanto solicitações que envolvam criações complexas ou grupos de trabalho multidisciplinares são encaminhadas para o setor de planejamento. Recebidas as especificações do trabalho, inicia-se efetivamente o planejamento do processo de construção da solução. A partir do escopo estabelecido na demanda (*briefing*), são pesquisadas as melhores práticas existentes no mercado-alvo, de forma a criar referências técnicas e de custo para a solução a ser desenhada.

DESENVOLVIMENTO – CONSTRUÇÃO DA SOLUÇÃO

O núcleo de planejamento adquire, periodicamente, pesquisas de comportamento de consumo de vários segmentos de mercado, e está integrado ao núcleo de mídia, sempre visando à gestão de projetos compartilhados para maior efetividade na comunicação.

Estabelecidos os objetivos a serem alcançados e os requisitos que devem ser atendidos, é por meio de atividades como análises colaborativas multidisciplinares, reuniões de imersão, brainstormings e reuniões envolvendo profissionais da Vivas e o cliente que são escolhidas e validadas as melhores alternativas de solução.

Definida a solução a ser implementada, passa-se a identificar o prazo de execução e os recursos necessários para sua construção, de forma a estabelecer o custo final do projeto. Nesse momento, devem ser previstos e valorados os requisitos de infraestrutura necessários ao desenvolvimento e à implantação da solução. Após aprovação técnica, cotações com os fornecedores e aprovações de orçamentos por parte do cliente, é feita a contratação definitiva do serviço.

ROTINAS DA ESTRUTURA DE ATENDIMENTO

PARA GARANTIR O PERFEITO ENTENDIMENTO E A EXECUÇÃO DAS SOLICITAÇÕES DOS CLIENTES, A ESTRUTURA DE ATENDIMENTO DA VIVAS MANTÉM O COMPROMISSO DE:

- Buscar, diariamente, informações nos meios de comunicação pertinentes às ações que estejam sendo desenvolvidas ou planejadas pelo cliente, além de assuntos gerais;
- Atender a solicitações/chamadas para reuniões de briefing;
- Encaminhar relatório após 24 horas da realização das reuniões;
- Encaminhar, semanalmente, a pauta de trabalhos para que o cliente acompanhe seu desenvolvimento;
- Acompanhar o desenvolvimento da elaboração e da criação de todos os materiais e planejamentos que estiverem em pauta e apresentar todos os materiais criados para aprovação do cliente.

AVALIAÇÃO FINAL DO SERVIÇO

A Vivas acredita que o gerenciamento dos processos durante a construção das soluções de atendimento às demandas dos clientes e a mensuração contínua dos resultados aumentam a duração do ciclo útil dos produtos, serviços e ações implementados. Com isso, há melhor relação custo-benefício dos recursos aplicados e assertividade nas estratégias de comunicação. Ainda, o aprendizado propícia a evolução constante de suas práticas.

Os resultados do gerenciamento permanente dos processos e da mensuração sistemática dos resultados alimenta o banco de dados, o que permite a construção de indicadores de desempenho. Compartilhados com os clientes, esses indicadores servem para a evolução permanente da identificação de novas demandas e, consequentemente, dos trabalhos executados.

PRAZOS PARA DESENVOLVIMENTO DE TRABALHOS

- Criação de campanhas – 8 dias úteis
- Criação de peças avulsas – 3 dias úteis
- Criação de publicidade legal – 2 dias úteis
- Elaboração de plano de mídia – 3 dias úteis

INFORMAÇÕES DE MARKETING

PESQUISA E SOFTWARES DISPONÍVEIS PARA O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Publimanager – software de gestão de agências de propaganda que permite a livre troca de informações por todos os departamentos. Além de um completo banco de dados, o programa gera relatórios, faz orçamentos e programações de mídia e levantamento de audiências e afinidades. Interligado a veículos, realiza encaixe direto em tempo real nas principais emissoras de TV do Brasil.

Mídia Dados – publicação do Grupo de Mídia de São Paulo, atualizada anualmente com estudos elaborados sobre os dados de consumo dos meios de comunicação em todo o Brasil e com informações por regiões do país. Traz os hábitos de mídia e recall dos meios na população, permitindo melhor análise sobre a adequação de cada meio nos diferentes tipos de campanha.

Anuário de Mídia Meio & Mensagem – a coleção de anuários conta com duas publicações, que trazem informações de institutos de pesquisa e veículos de todo o Brasil, incluindo data de tiragem, abrangência e perfil do público que os consome. Trata-se de uma ferramenta importante quando o objetivo é encontrar os melhores veículos para difundir a mensagem dos anunciantes.

TGI – Kantar Ibope – o Target Group Index Latina apresenta, em uma mesma base de dados, informações sobre consumo de mídia e de produtos, hábitos e atitudes da população. Cria *clusters* (grupos de consumidores) que apresentam características demográficas, estilos de vida, hábitos de consumo e personalidades semelhantes. Mede e simula visualmente a afinidade entre grupos de consumidores, marcas e mídias. O estudo permite traçar um perfil completo do consumidor, integrando o que ele pensa, faz, consome, lê e assiste (análise de correspondência).

INFORMAÇÕES DE MARKETING

Kantar Ibope Easy Media – ferramenta de planejamento e pesquisa de emissoras de rádio que fornece informações sobre a audiência, share de frequência, tempo médio, afinidade, participação das emissoras no segmento, alcance das emissoras, entre outros dados. Permite a análise dos ouvintes, das faixas horárias e dos dias da semana em que consomem tal meio. O tráfego das rádios com transmissão em live streaming on-line também é monitorado e mensurado, permitindo acompanhar a audiência das emissoras nesse ambiente.

Instar Analytics – ferramenta que disponibiliza dados como audiência média das emissoras aferidas eletronicamente pelo painel Peoplemeters (tecnologia acoplada aos aparelhos de TV nas residências das pessoas que compõem a amostra). Apresenta a participação de cada uma das emissoras no total da audiência, índice médio do total de aparelhos ligados no período das análises. No target domiciliar e individual, analisa o alcance e a frequência de contato do público com a programação proposta. A plataforma também é utilizada para aferir a entrega da audiência em relatório de pós-venda.

Comscore – A Comscore é uma ferramenta confiável para planejar, transacionar e avaliar mídia em todas as plataformas digitais. É utilizada por todos os grandes players de publicidade (agência e clientes) do mundo. Com o foco em mensuração e *analytics*, o que a Comscore faz hoje é essencial para qualquer gestor de marca, seja ele uma agência ou seja ele um anunciante, ao planejar uma campanha on-line. A plataforma é hoje líder em internet technology acompanhando e medindo o que as pessoas fazem, na medida em que navegam pelo universo digital. Os dados captados nessa jornada on-line são transformados em informação e insights, que provêm sólida base de decisão para que seus clientes otimizem seus investimentos em marketing digital.

TERMO DE ENCERRAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA – CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

Curitiba, 29 de março de 2022.

José Alberto de Oliveira Vivas
beto@vivas.ag
RG 4.982.221-9
CPF 073.270.438-37
Vivas Comunicação Eireli
CNPJ 07.017.738/0001-00

CRIATIVIDADE
INOVAÇÃO
PROSPERIDADE
DESIGN
TALENTOS
ENTREGA
SOLUÇÕES
COMUNICAÇÃO

VIVAS

INVÓLUCRO Nº 3

PROPOSTA TÉCNICA:
REPERTÓRIO

VIVAS COMUNICAÇÃO LTDA.
CNPJ Nº 07.017.738/0001-00

LICITAÇÃO 001/2021/SECC

Repertório:

PEÇA	CLIENTE	NOME	TIPO	VEICULAÇÃO
1	SABESP	Partiu Verão Eô – Abriu, usou, fechou	Filme 30"	Dezembro/2021
2	SABESP	Verão Itanhaém	Banner Waze	Dezembro/2021
3	SABESP	Partiu Verão Eô - Escovar Dentes	Anúncio	Dezembro/2021
4	SABESP	Chuveiro Criança	Filme 6"	Outubro/2021
5	SABESP	Toks para economizar água	Spot 30"	Setembro e Novembro/2021
6	SABESP	Cuide bem da água, cuide bem de você	Filme 30"	Novembro/2020 a Julho/2021
7	INSTITUTO PALAVRA ABERTA	Poluição	Filme 15"	Novembro/2020
8	PREFEITURA DE CASCAVEL	A pandemia não acabou	Anúncio	Outubro/2020
9	FOZ TINTAS	Nova loja	Outdoor	Março/2020
10	PREFEITURA DE CASCAVEL	O inimigo está mais forte	Anúncio	Fevereiro/2020

PEÇA 1

Cliente: Sabesp – Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo.
Peça: Filme "Partiu Verão Eô – Abriu, usou, fechou."
Dimensão original: 30".
Problema de comunicação a resolver: reforçar a mensagem de economia de água durante o período do verão.
Data de produção: novembro de 2021.
Período de exposição: dezembro de 2021 e janeiro de 2022.
Veículos: TV Globo, SBT, Band e Record. Youtube.
Agência: Vivas Comunicação Ltda.

Peça disponível no pendrive do caderno com o nome:
Peca 1_Sabesp_Partiu Verao Eo Abriu usou fechou_Filme 30s

PEÇA 2

Cliente: Sabesp – Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo.

Peça: banner para Waze "Verão Itanhaém".

Dimensão original: 608 x 240 px.

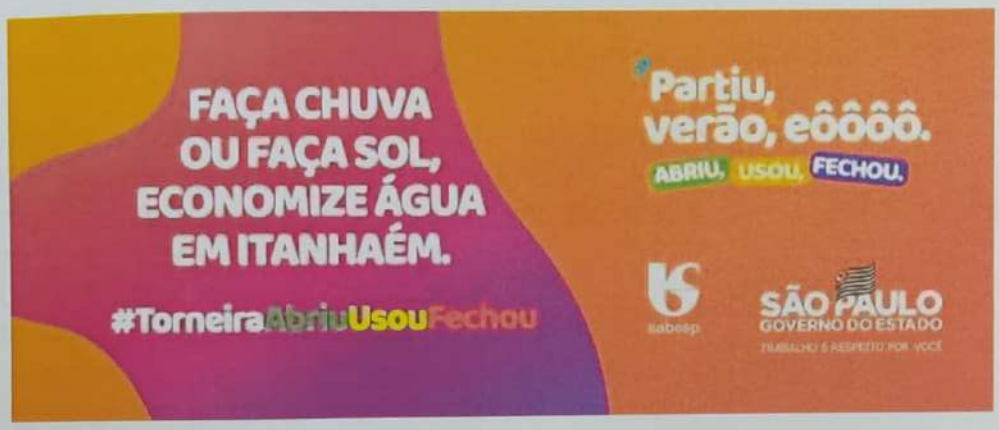
Problema de comunicação a resolver: reforçar a mensagem de economia de água de forma segmentada por cidade e inovadora via Waze para aqueles que viajariam ao litoral no verão.

Data de produção: novembro de 2021.

Período de exposição: dezembro de 2021 e janeiro 2022.

Veículos: Waze.

Agência: Vivas Comunicação Ltda.



* Peça também disponível no pendrive do caderno com o nome:
Peca 2_Sabesp_Verao Itanhaem_Banner Waze

PEÇA 3

Cliente: Sabesp – Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo.
Peça: Anúncio "Partiu Verão Eô - Escovar Dentes".
Dimensão original: 1 página (20 x 26,5cm).
Problema de comunicação a resolver: reforçar a mensagem de economia de água durante o período do verão.
Data de produção: novembro de 2021.
Período de exposição: dezembro de 2021.
Veículos: Revista AT – Tribuna de Santos, Hebraica e Metrópolis.
Agência: Vivas Comunicação Ltda.

Partiu, verão, eôôôô.

ABRIU, USOU, FECHOU.

Anote estas dicas, porque, faça chuva ou faça sol, partiu economia.

- Use vassoura para limpar calçadas e quintais.
- Ensaboe a louça com a torneira fechada.
- Faça manutenção de todos os vazamentos.
- Use o balde em vez da mangueira para lavar o carro e a moto.
- Tome banhos curtos e feche o chuveiro ao se ensaboar.

#TorneiraAbriuUsouFechou

sabesp

SÃO PAULO
GOVERNO DO ESTADO
TRABALHO E RESPEITO POR VOCÊ

* Peça também disponível no pendrive do caderno com o nome: Peca 3_Sabesp_Partiu Verao Eo Escovar Dentes_Anúncio

PEÇA 4

Cliente: Sabesp – Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo.

Peça: filme bumper "Chuveiro Criança".

Dimensão original: 6".

Problema de comunicação a resolver: reforçar a comunicação de economia de água.

Data de produção: outubro de 2021.

Período de exposição: outubro de 2021.

Veículos: Youtube.

Agência: Vivas Comunicação Ltda.

Peça disponível no pendrive do caderno com o nome:
Peca 4_Sabesp_Chuveiro Crianca_Filme 6s

PEÇA 5

Cliente: Sabesp – Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo.
Peça: spot "Toks para economizar água".
Dimensão original: 30".
Problema de comunicação a resolver: estimular o consumo consciente de água da população de São Paulo durante o período de estiagem.
Data de produção: agosto de 2021.
Período de exposição: setembro e novembro de 2021.
Veículos: Jovem Pan FM, Nova Brasil e Band. Spotify.
Agência: Vivas Comunicação Ltda.

Peça disponível no pendrive do caderno com o nome:
Peca 5_Sabesp_Toks para economizar agua_Spot 30s

PEÇA 6

Cliente: Sabesp – Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo.
Peça: filme "Cuide bem da água, cuide bem de você".
Dimensão original: 30''.
Problema de comunicação a resolver: estimular o consumo consciente da água em meio ao período crítico de pandemia.
Data de produção: novembro de 2020.
Período de exposição: novembro de 2020 a julho de 2021.
Veículos: TV Globo, SBT, Band SP, BandNews e Bandsports. Youtube.
Agência: Vivas Comunicação Ltda.

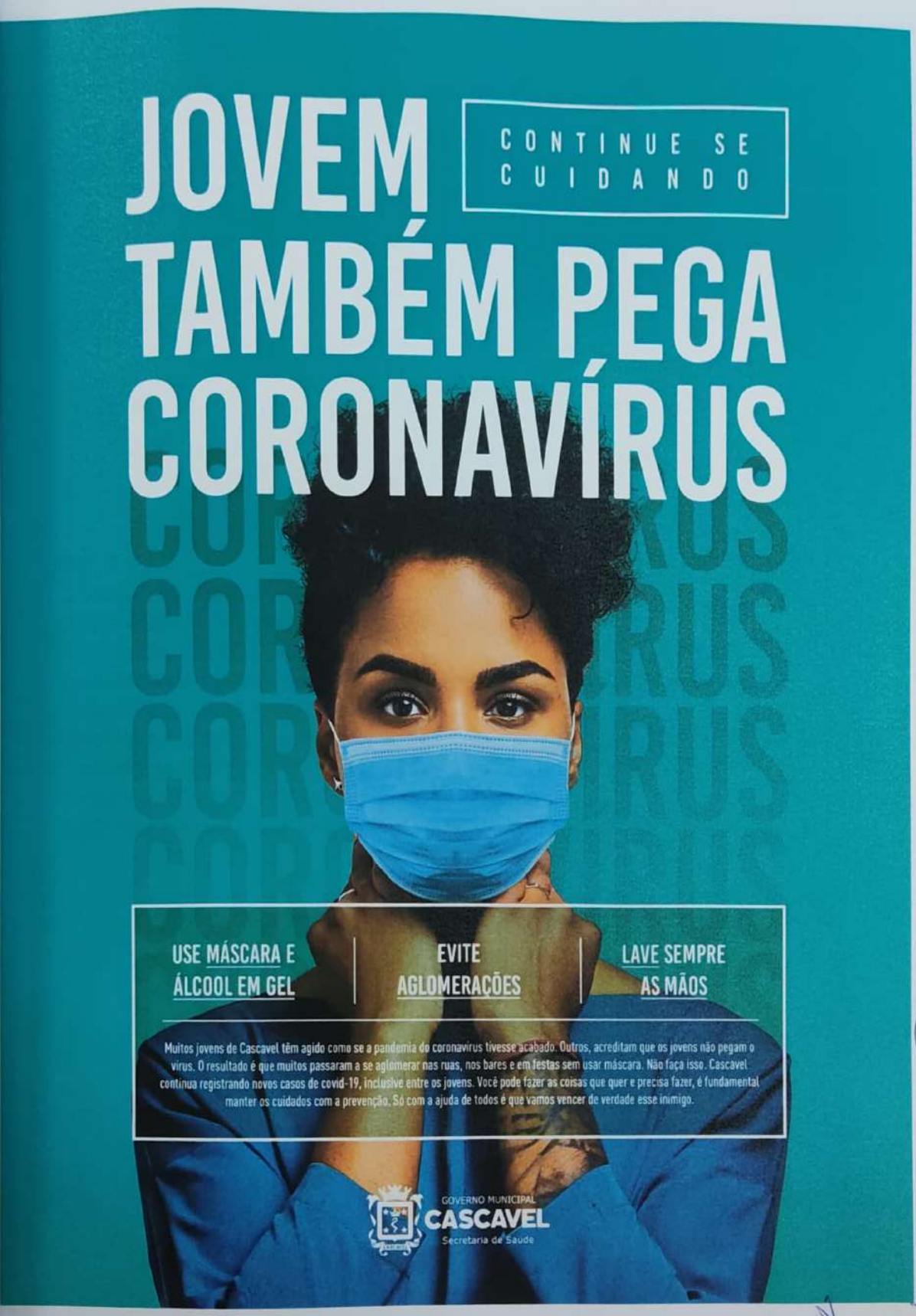
Peça disponível no pendrive do caderno com o nome: Peca 6_Sabesp_Cuide bem da agua cuide bem de voce_Filme 30s

PEÇA 7
Cliente: Instituto Palavra Aberta.
Peça: filme "Poluição".
Dimensão original: 15".
Problema de comunicação a resolver: aumentar a lembrança da marca.
Data de produção: outubro de 2020.
Período de exposição: outubro e novembro de 2020.
Veículos: Facebook e Instagram.
Agência: Vivas Comunicação Ltda.

Peça disponível no pendrive do caderno com o nome:
Peca 7_Instituto Palavra Aberta_Filme 15s

JOVEM
TAMBÉM PEGA
CORONAVÍRUS

PEÇA 8
Cliente: Prefeitura do Município de Cascavel.
Peça: Anúncio "A pandemia não acabou".
Dimensão original: 26 x 34cm.
Problema de comunicação a resolver: alertar o jovem a respeito de que a pandemia não acabou.
Data de produção: outubro de 2020.
Período de exposição: outubro de 2020.
Veículos: O Paraná, Voz do Paraná, Revista Nova Fase e Pitoco.
Agência: Vivas Comunicação Ltda.



* Peça também disponível no pendrive do caderno com o nome: Peca 8_Prefeitura Cascavel_A Pandemia nao acabou_Anúncio

PEÇA 9

Cliente: Foz Tintas.
Peça: Outdoor "Nova loja".
Dimensão original: 9 x 3m.
Problema de comunicação a resolver: criar a expectativa de que a Foz Tintas apresentará novidades.
Data de produção: março de 2020.
Período de exposição: março de 2020.
Veículos: Outdoor - Cascavel (Vision Mídia Exterior).
Agência: Vivas Comunicação Ltda.

* Peça também disponível no pendrive do caderno com o nome:
Peca 9_Foz Tintas_Nova Loja_Outdoor

PEÇA 10
Cliente: Prefeitura do Município de Cascavel.
Peça: Anúncio "O inimigo está mais forte".
Dimensão original: 26 x 34cm.
Problema de comunicação a resolver: buscar baixar o índice de infestação da dengue em Cascavel.
Data de produção: janeiro de 2020.
Período de exposição: fevereiro de 2020.
Veículos: O Paraná, Preto no Branco, Jornal Hoje e Revista Oeste.
Agência: Vivas Comunicação Ltda.

O INIMIGO FICOU MAIS FORTE.

POR ISSO, CASCAVEL PRECISA AINDA MAIS DE VOCÊ.

Com a volta das altas temperaturas, volta também a ameaça do mosquito transmissor da dengue, da chikungunya e da zika. E dessa vez, o problema é ainda maior, porque o *Aedes aegypti* agora se prolifera também na água suja e em lugares secos. Faça a sua parte e vamos juntos vencer essa batalha.

REFORCE OS CUIDADOS COM A LIMPEZA.

- Jogue fora pneus, garrafas, latas e objetos acumulados
- Verifique ralos, tanques e pias, inclusive dentro de casa
- Mantenha vasos secos e limpos
- Tampe a caixa d'água e limpe as calhas
- Ajude sua cidade a ficar livre da dengue, com mutirões de limpeza em espaços públicos como parques, escolas, igrejas e terrenos baldios

DENGUE MATA. SEJA UM COMBATENTE.

GOVERNO MUNICIPAL
CASCAVEL
Secretaria de Saúde

* Peça também disponível no pendrive do caderno com o nome: Peca 10_Prefeitura Cascavel_O inimigo esta mais forte_Anuncio

Pendrive do Caderno de Repertório com as peças eletrônicas e impressas.

TERMO DE ENCERRAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA – REPERTÓRIO.

Curitiba, 29 de março de 2022.

José Alberto de Oliveira Vivas
beto@vivas.ag
RG 4.982.221-9
CPF 073.270.438-37
Vivas Comunicação Eireli
CNPJ 07.017.738/0001-00

CRIATIVIDADE
INOVAÇÃO
PROSPERIDADE
DESIGN
TALENTO
ENERGIA
SOLUÇÕES
COMUNICAÇÃO

VIVAS

INVÓLUCRO Nº 3

PROPOSTA TÉCNICA:

RELATÓRIO E RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

VIVAS COMUNICAÇÃO LTDA.
CNPJ Nº 07.017.738/0001-00

LICITAÇÃO 001/2021/SECC

RELATÓRIO E RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

RELATO UNIDOS PELA ÁGUA

CLIENTE SABESP – COMPANHIA DE SANEAMENTO DO ESTADO DE SÃO PAULO

RELATO BRANDING BIZINELLI

CLIENTE – FRIGORÍFICO BIZINELLI

VIVAS COMUNICAÇÃO LTDA.
CNPJ 07.017.738/0001-00

RELATO: UNIDOS PELA ÁGUA
CLIENTE: SABESP – Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo

São Paulo no ritmo da economia da água

Quando a temperatura sobe, o consumo de água sobe junto. Sempre que chega o verão, cresce a preocupação com o abastecimento de água da população de São Paulo. Nessa época do ano, sabe-se que o consumo de água aumenta muito, e o risco de desabastecimento fica ainda maior nas cidades do Litoral, onde o afluxo de turistas chega a fazer a população aumentar em até três vezes.
Por essa razão, o início do verão já se tornou, tradicionalmente, o momento em que a Sabesp lança sua principal campanha de conscientização no uso da água.

Mídias inovadoras para atingir um público amplo.

Desta vez, a Sabesp lançou o desafio de uma campanha de conscientização que explorasse canais inovadores de mídia e abrangesse todas as cidades da Região Metropolitana de São Paulo (de onde parte a maioria dos veranistas), do Litoral e do Vale do Ribeira, que também recebe um número grande de turistas nessa época.

Além de dar dicas de uso consciente da água, especialmente durantes as festas de final de ano e as férias, a Sabesp também estipulou que a campanha deveria informar sobre os grandes investimentos que ela tem feito para garantir o abastecimento da população dessas regiões, inclusive no verão.

Unidos pela Água

Sendo o Carnaval o ponto alto do verão, inclusive pelas diversas manifestações pré-carnavalescas que ocorrem desde o início de janeiro, a Vivas respondeu às necessidades da Sabesp com uma campanha inspirada na festa mais popular do Brasil. Uma campanha de alto astral e grande empatia com o público, totalmente desenvolvida em torno do conceito-tema "Unidos pela Água".

Para começar, lançou um vídeo muito animado que lembra muito as vinhetas de chamada para o Carnaval, tão tradicionais na TV brasileira. Nesse vídeo, um grupo simula um desfile de escola de samba (passistas, ritmistas e puxador do enredo) cantando e dançando um samba-enredo composto com exclusividade para a campanha, digno de estar na avenida.

Com a letra do samba e o estandarte do "Unidos pela Água", a mensagem foi transmitida com energia, alegria e objetividade. Por aproveitar tão bem a época em que foi veiculada, a campanha chamou muito a atenção do público, o que ajudou a reter a informação e transformou o objetivo de conscientizar a população a economizar água em uma mensagem bem-humorada e de fácil compreensão e aceitação.

Campanha completa e de baixo custo

O sucesso da campanha Unidos pela Água foi garantido com peças nas principais mídias on e off line, que garantiu a repercussão da mensagem e a economicidade da verba do cliente, pois foi veiculada de dezembro de 2019 até o Carnaval de 2020.

Entre as principais peças produzidas e veiculadas na campanha estão o vídeo de 1' (com redução para 30"), spot e testemunhais de rádio, anúncios em jornais e revistas, além de peças digitais que estiveram nas principais redes sociais.

Fabio Toreta
fabiotoreta@sabesp.com.br
Superintendente de Comunicação
Sabesp – Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo
Rua Costa Carvalho, 300 – São Paulo/SP CEP 05429-000 / (11) 3388 8216

Carolina Zanqueta
carolzanqueta@vivas.ag
Diretora de Planejamento
Vivas Comunicação LTDA

RELATO UNIDOS PELA ÁGUA I PEÇA 1

CLIENTE: SABESP
PERÍODO: DEZEMBRO DE 2019 A FEVEREIRO DE 2020

Peça: VT "Unidos Pela água".
Dimensão original: filme de 60".
Problema de comunicação a resolver: conscientizar quanto ao uso racional da água.
Data de produção: dezembro de 2019.
Período de exposição: dezembro de 2019 a fevereiro de 2020.
Veículo: Televisão.

Mídia eletrônica do filme 60" – Sabesp - Unidos pela Água disponível no pendrive.

RELATO UNIDOS PELA ÁGUA I PEÇA 2

CLIENTE: SABESP
PERÍODO: DEZEMBRO DE 2019 A FEVEREIRO DE 2020

Peça: Spot "Economia".
Dimensão original: spot de 30".
Problema de comunicação a resolver: conscientizar quanto ao uso racional da água.
Data de produção: dezembro de 2019.
Período de exposição: dezembro de 2019 a fevereiro de 2020.
Veículo: Rádio.

Mídia eletrônica do Spot 30" – Sabesp - Unidos pela Água disponível no pendrive.

RELATO UNIDOS PELA ÁGUA I PEÇA 3

CLIENTE: SABESP
PERÍODO: DEZEMBRO DE 2019 A FEVEREIRO DE 2020

Peça: Web banner "Use água com consciência".
Dimensão original: 970 x 250 px.
Problema de comunicação a resolver: conscientizar quanto ao uso racional da água.
Data de produção: dezembro de 2019.
Período de exposição: dezembro de 2019 a fevereiro de 2020.
Veículos: Portal.

RELATO UNIDOS PELA ÁGUA I PEÇA 4

CLIENTE: SABESP
PERÍODO: DEZEMBRO DE 2019 A FEVEREIRO DE 2020

Peça: Anúncio "Estandarte".
Dimensão original: 20,5 x 27,5 cm.
Problema de comunicação a resolver: conscientizar quanto ao uso racional da água.
Data de produção: dezembro de 2019.
Período de exposição: janeiro de 2020.
Veículo: Revista.

BLOCO UNIDOS PELA ÁGUA

Use vassoura em vez da mangueira para limpar calçadas e quintais.

Não desperdice água, sempre feche a torneira ao ensaboar a louça, no banho e ao escovar os dentes.

Use o balde em vez da mangueira para lavar o carro.

Lave roupa e louças somente com a máquina cheia.

Seja rápido nas duchas de praia e feche bem o registro.

NESTE VERÃO, USE ÁGUA COM CONSCIÊNCIA E ENTRE PARA O BLOCO UNIDOS PELA ÁGUA.

No verão, muitos querem ir para a praia, e, com isso, o volume de pessoas nas cidades litorâneas aumenta. A Sabesp sabe disso, e investe para atender às necessidades dessas regiões. Mas, mesmo assim, o meio ambiente precisa de sua ajuda:

não desperdice água.

VEJA MAIS DICAS DE COMO CONSUMIR ÁGUA DE FORMA CONSCIENTE EM: **sabesp.com.br**

#UNIDOSPELAÁGUA

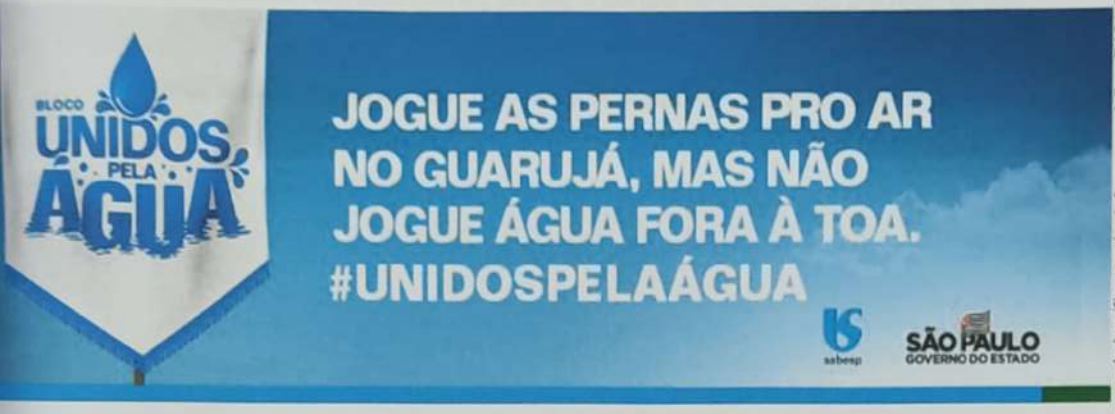
sabesp

SÃO PAULO GOVERNO DO ESTADO

RELATO UNIDOS PELA ÁGUA I PEÇA 5

CLIENTE: SABESP
PERÍODO: DEZEMBRO DE 2019 A FEVEREIRO DE 2020

Peça: Banner segmentado para aplicativo Waze "Guarujá".
Dimensão original: 690 x 240 px.
Problema de comunicação a resolver: conscientizar quanto ao uso racional da água. O banner fez parte de uma série de artes personalizadas para cada geolocalização do usuário.
Data de produção: dezembro de 2019.
Período de exposição: janeiro de 2020.
Veículo: Aplicativo Waze.



VERIFICAÇÃO DAS ASSINATURAS

Código para verificação: B101-5561-6020-92DB

Este documento foi assinado digitalmente pelos seguintes signatários nas datas indicadas:

✔ FABIO TORETA (CPF 213.XXX.XXX-30) em 14/01/2022 12:45:16 (GMT-03:00)
Papel: Parte
Emitido por: Sub-Autoridade Certificadora 1Doc (Assinatura 1Doc)

Para verificar a validade das assinaturas, acesse a Central de Verificação por meio do link:

https://assinaturasabesp.1doc.com.br/verificacao/B101-5561-6020-92DB

RELATO: BRANDING BIZINELLI
CLIENTE: Frigorífico Bizinelli

Bizinelli, desde 1932

Bizinelli é um tradicional frigorífico curitibano fundado em 1932 por descendentes de italianos. Com a expansão do negócio ao longo das gerações, a empresa evoluiu no mercado alimentício consolidando-se regionalmente com destaque no setor de derivados suínos. A empresa nunca teve dificuldade em colocar no mercado sua capacidade de produção devido à qualidade e ao reconhecimento do produto.

Nova fábrica, novas metas

O ano de 2021 começou com um novo desafio: o lançamento de uma nova fábrica da Bizinelli com capacidade de quadruplicar a produção da empresa. Os produtos que eram comprados pelas grandes redes de supermercado prioritariamente precisariam agora ser vendidos nas gôndolas para o público final, ocupar espaço da concorrência e solidificar o nome da Bizinelli, com 90 anos de tradição.

A importância do ponto de venda

O embate entre as principais marcas de suínos se dá no ponto de venda. O consumidor, antes da compra, "come com os olhos" e decide em segundos, baseado principalmente na marca, na embalagem e na apresentação do produto. É prioritariamente no ponto de venda que ocorre a decisão de compra.

Em matéria publicada pelo site Propaganda e Marketing, em junho de 2015, a pesquisa "A hora certa de ativar o shopper", realizada anualmente pela Nielsen, afirma que cerca 70% das decisões são tomadas na frente das gôndolas.

Baseada na importância da marca e das embalagens no ponto de venda, a Bizinelli decidiu centrar suas ações de marketing na concepção de uma nova identidade visual e uma nova família de embalagens alinhadas ao espirito da tradição, preparando a empresa para seu aumento de capacidade produtiva.

A marca – proposta criativa

O primeiro desafio foi manter o principal elemento da marca, o porco. Preservamos essa característica, que aparece agora em uma releitura visual, facilitando a compreensão do consumidor sobre o tipo de carne comercializado pela Bizinelli, delimitando o território da marca e dos produtos e facilitando a compreensão do consumidor. Com o novo ícone do suíno redesenhado e modernizado, agregamos a ela uma tipologia que nos aproxima do "feito à mão" do artesanal, remetendo às tradições da marca. Sondamos o terreno. Com quem, competimos pelo olhar do consumidor? Filtramos os pontos fortes e fracos dos principais concorrentes da Bizinelli: Perdigão, Pamplona Juliatto, Aurora, Frimesa, Monte Bello e Alegra. Nenhum deles agregava o artesanal e a tradição de maneira mais explícita, o posicionamento era de grandes empresas que atuam ou podem atuar em diversos segmentos, e não apenas em suínos.

Nova linha de embalagens

Com a nova marca definida, a Vivas partiu para a criação de novas embalagens, iniciando pela linha de cortes temperados. Na hierarquia da informação, a marca sempre está em primeiro plano; o nome do produto é importante para a identificação: a cor quente é predominante na categoria; o preto sempre faz alusão a um produto nobre, bem como ilustrações que remetam ao artesanal, ao "feito à mão".

Otimizamos os formatos dos rótulos, sem impactos em custo com matéria prima e modos de produção, preservando ainda a transparência de partes da embalagem para exposição do produto. A união de cores, ilustrações, fotografia e nova marca, criaram um conjunto único, diferenciando dos produtos da concorrência e destacando-se na gôndola em relação as marcas concorrentes da categoria. Sempre com o cuidado de ter uma boa visibilidade para todas as necessidades legais e de respeito ao consumidor, como tabela nutricional, peso, composição, selo do SIF (Serviço de Inspeção Federal).

Estratégia e resultados

A primeira etapa foi a implementação da nova marca na fachada da nova fábrica, sinalizações internas, uniformes e frota de veículos. Assim, garantimos o engajamento e o conhecimento primeiramente dos colaboradores, distribuidores e compradores. Posteriormente, foi colocada no mercado a primeira linha com a nova marca e a nova embalagem: a Linha de Cortes Defumados, por possuir maior valor agregado e maior margem. Sua boa aceitação nos faria seguir o caminho já planejado para as demais linhas e produtos da empresa, com uma concepção única na forma de "família de produtos".

O resultado foi imediato, assim que os novos produtos chegaram ao ponto de venda, com um aumento de 30% nas vendas. Crescimento recorde, sem nenhum outro esforço de comunicação ou merchandising no ponto de venda: resultado obtido com uma nova marca e novas embalagens na gôndola, atraindo os olhares do consumidor e gerando um crescimento exponencial de maneira orgânica.

Angelo Antônio Bizinelli
CPF 201.524.189-0
Sócio-administrador
angelobizinelli@frigobizinelli.com.br
41 3995-9640

Carolina Zanqueta
carolzanqueta@vivas.ag
Diretora de planejamento
Vivas Comunicação Ltda.

RELATO BRANDING BIZINELLI I PEÇA 1

CLIENTE: FRIGORÍFICO BIZINELLI
PERÍODO: JANEIRO DE 2021 ATÉ PRESENTE MOMENTO

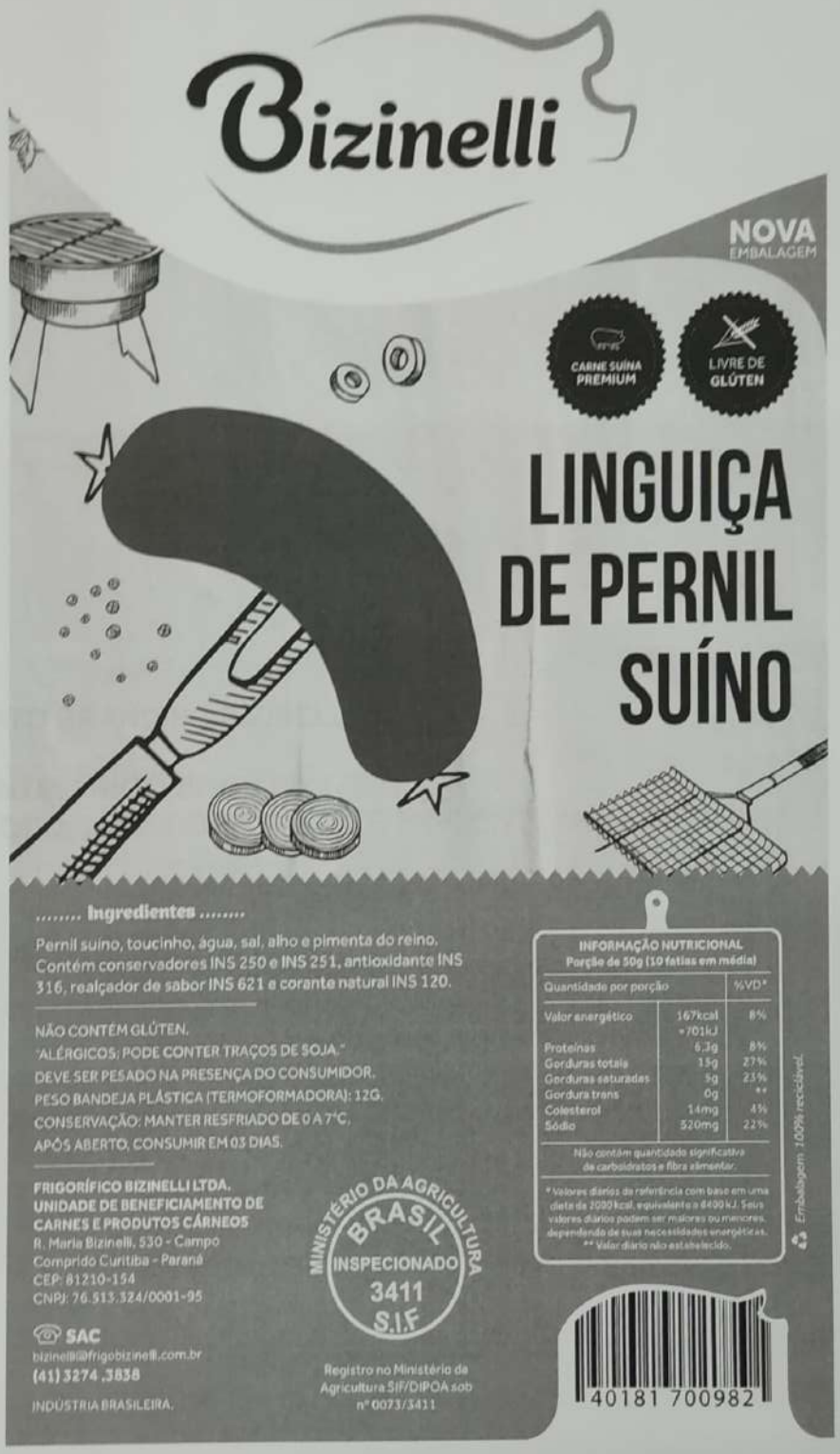
Peça: Nova marca Bizinelli.
Dimensão original: 3:1.
Problema de comunicação a resolver: aumentar awareness da marca e volume de vendas dos produtos.
Data de produção: dezembro de 2020.
Período de exposição: janeiro de 2021 até presente momento.
Veículo: não se aplica.


Bizinelli
DESDE 1932

RELATO BRANDING BIZINELLI I PEÇA 2

CLIENTE: FRIGORÍFICO BIZINELLI
PERÍODO: JANEIRO DE 2021 ATÉ PRESENTE MOMENTO

Peça: Embalagem Linguiça de Pernil Suíno.
Dimensão original: 23cm x 26cm.
Problema de comunicação a resolver: aumentar awareness da marca e volume de vendas dos produtos.
Data de produção: dezembro de 2020.
Período de exposição: janeiro de 2021 até presente momento.
Veículo: não se aplica.


Bizinelli
NOVA EMBALAGEM
CARNE SUÍNA PREMIUM
LIVRE DE GLÚTEN
LINGUIÇA DE PERNIL SUÍNO
..... Ingredientes .....
Pernil suíno, toucinho, água, sal, alho e pimenta do reino. Contém conservadores INS 250 e INS 251, antioxidante INS 316, realçador de sabor INS 621 e corante natural INS 120.
NÃO CONTÉM GLÚTEN.
"ALÉRGICOS: PODE CONTER TRAÇOS DE SOJA."
DEVE SER PESADO NA PRESENÇA DO CONSUMIDOR.
PESO BANDEJA PLÁSTICA (TERMOFORMADORA): 12G.
CONSERVAÇÃO: MANTER RESFRIADO DE 0 A 7°C.
APÓS ABERTO, CONSUMIR EM 03 DIAS.
FRIGORÍFICO BIZINELLI LTDA.
UNIDADE DE BENEFICIAMENTO DE CARNES E PRODUTOS CÁRNEOS
R. Maria Bizinelli, 530 - Campo Comprido Curitiba - Paraná
CEP: 81210-154
CNPJ: 76.513.324/0001-95
SAC
bizinelli@frigobizinelli.com.br
(41) 3274 .3838
INDÚSTRIA BRASILEIRA.
MINISTÉRIO DA AGRICULTURA
BRASIL
INSPECIONADO
3411
S.I.F
Registro no Ministério da Agricultura SIF/DIPOA sob nº 0073/3411
INFORMAÇÃO NUTRICIONAL
Porção de 50g (10 fatias em média)
Quantidade por porção | %VD*
Valor energético 167kcal =701kJ 8%
Proteínas 6,3g 8%
Gorduras totais 13g 27%
Gorduras saturadas 5g 23%
Gordura trans 0g **
Colesterol 14mg 4%
Sódio 520mg 22%
Não contém quantidade significativa de carboidratos e fibra alimentar.
* Valores diários de referência com base em uma dieta de 2000 kcal, equivalente a 8400 kJ. Seus valores diários podem ser maiores ou menores, dependendo de suas necessidades energéticas.
** Valor diário não estabelecido.
Embalagem: 100% reciclável.
40181 700982
DATA DE FABRICAÇÃO
VALIDADE

RELATO BRANDING BIZINELLI I PEÇA 3

CLIENTE: FRIGORÍFICO BIZINELLI
PERÍODO: JANEIRO DE 2021 ATÉ PRESENTE MOMENTO

Peça: Embalagem Kit Feijoada Salgado.
Dimensão original: 23cm x 26cm.
Problema de comunicação a resolver: aumentar awareness da marca e volume de vendas dos produtos.
Data de produção: dezembro de 2020.
Período de exposição: janeiro de 2021 até presente momento.
Veículos: não se aplica.


Bizinelli
NOVA EMBALAGEM
CARNE SUÍNA PREMIUM
LIVRE DE GLÚTEN
KIT FEIJOADA SALGADO
DATA DE FABRICAÇÃO
VALIDADE
..... Ingredientes .....
Pé, rabo e pele suínos salgados. Contém conservadores INS 250 e 251 e antioxidante INS 316.
NÃO CONTÉM GLÚTEN.
ORIENTAÇÃO DE PREPARO: PRODUTO DEVERÁ PASSAR POR DESSALGA.
"ALÉRGICOS: PODE CONTER TRAÇOS DE SOJA."
DEVE SER PESADO NA PRESENÇA DO CONSUMIDOR
PESO DA EMBALAGEM: 9G.
CONSERVAÇÃO: MANTER EM LOCAL SECO E FRESCO ATÉ 25°C.
APÓS ABERTO, CONSUMIR EM 03 DIAS.
FRIGORÍFICO BIZINELLI LTDA. UNIDADE DE BENEFICIAMENTO DE CARNES E PRODUTOS CÁRNEOS
R. Maria Bizinelli, 530 - Campo Comprido Curitiba - Paraná - CEP: 81210-154 - CNPJ: 76.513.324/0001-95
SAC
bizinelli@frigobizinelli.com.br
(41) 3274 .3838
INDÚSTRIA BRASILEIRA.
MINISTÉRIO DA AGRICULTURA
BRASIL
INSPECIONADO
3411
S.I.F
Registro no Ministério da Agricultura SIF/DIPOA sob nº 0035/3411
INFORMAÇÃO NUTRICIONAL
Porção de 100g (1 prato raso)
Quantidade por porção | %VD*
Valor energético 414,6kcal =1735,4kJ | 20,7%
Proteína 21,1g | 28,4%
Gorduras totais 26,3g | 47,8%
Gorduras saturadas 8,9g | 40,4%
Gordura trans 0g | **
Sódio 3671,2mg | 152%
Não contém quantidade significativa de carboidratos e fibra alimentar.
* Valores diários de referência com base em uma dieta de 2000 kcal, equivalente a 8400 kJ. Seus valores diários podem ser maiores ou menores, dependendo de suas necessidades energéticas.
** Valor diário não estabelecido.
Embalagem 100% reciclável.
40181 700982

RELATO BRANDING BIZINELLI I PEÇA 4

CLIENTE: FRIGORÍFICO BIZINELLI
PERÍODO: JANEIRO DE 2021 ATÉ PRESENTE MOMENTO

Peça: Embalagem Linguiça de Carne Suína.
Dimensão original: 23cm x 26cm.
Problema de comunicação a resolver: aumentar awareness da marca e volume de vendas dos produtos.
Data de produção: dezembro de 2020.
Período de exposição: janeiro de 2021 até presente momento.
Veículo: não se aplica.

Bizinelli

NOVA EMBALAGEM

LINGUIÇA DE CARNE SUÍNA

LIVRE DE GLÚTEN

CARNE SUÍNA PREMIUM

..... Ingredientes .....

Carne suína, água, salsinha, cebolinha, sal, proteína de soja, especiarias (pimenta do reino e vermelha, alho, cebola, orégano). Contém: regulador de acidez INS 325, carragena INS 407, antioxidantes INS 300 e 316, realçador de sabor INS 621, estabilizantes INS 451i e 450, conservante INS 250 e corante INS 120.

NÃO CONTÉM GLÚTEN.

"ALÉRGICOS: CONTÉM DERIVADOS DE SOJA".

DEVE SER PESADO NA PRESENÇA DO CONSUMIDOR.

PESO DA BANDEJA PLÁSTICA (TERMOFORMADORA): 12G

CONSERVAÇÃO: MANTER RESFRIADO DE 0 A 7°C.

APÓS ABERTO, CONSUMIR EM 03 DIAS.

INFORMAÇÃO NUTRICIONAL
Porção de 100g (2 gomos e 1/2)

Quantidade por porção		%VD*
Valor energético	132,4kcal =554,1kJ	6,6%
Proteínas	18,3g	25%
Gorduras totais	8,1g	14,8%
Gorduras saturadas	3,3g	15%
Gordura trans	0g	**
Sódio	1222,6mg	50,9%

Não contém quantidade significativa de carboidratos e fibra alimentar.

* Valores diários de referência com base em uma dieta de 2000 kcal, equivalente a 8400 kJ. Seus valores diários podem ser maiores ou menores, dependendo de suas necessidades energéticas.
** Valor diário não estabelecido.

Embalagem 100% reciclável.

FRIGORÍFICO BIZINELLI LTDA.
UNIDADE DE BENEFICIAMENTO DE CARNES E PRODUTOS CÁRNEOS
R. Maria Bezinelli, 530 - Campo Comprido Curitiba - Paraná
CEP: 81210-154
CNPJ: 76.513.324/0001-95

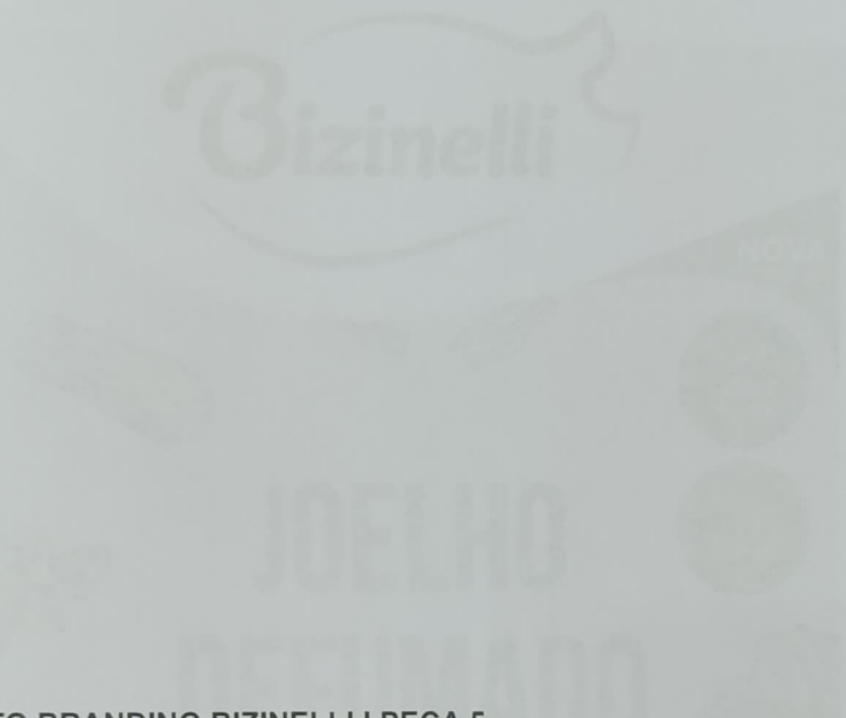
SAC
bizinelli@frigobizinelli.com.br
(41) 3274 .3838

INDÚSTRIA BRASILEIRA.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA BRASIL INSPECIONADO 3411 S.I.F

Registro no Ministério da Agricultura SIF/DIPOA sob nº 0002/3411

40181 700982



RELATO BRANDING BIZINELLI I PEÇA 5

CLIENTE: FRIGORÍFICO BIZINELLI
PERÍODO: JANEIRO DE 2021 ATÉ PRESENTE MOMENTO

Peça: Embalagem Defumados – Joelho.
Dimensão original: 23cm x 26cm.
Problema de comunicação a resolver: aumentar awareness da marca e volume de vendas dos produtos.
Data de produção: dezembro de 2020.
Período de exposição: janeiro de 2021 até presente momento.
Veículo: não se aplica.

DATA DE FABRICAÇÃO

VALIDADE

TERMO DE ENCERRAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA – RELATÓRIO E RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Curitiba, 29 de março de 2022.

_____

José Alberto de Oliveira Vivas
beto@vivas.ag
RG 4.982.221-9
CPF 073.270.438-37
Vivas Comunicação Eireli
CNPJ 07.017.738/0001-00