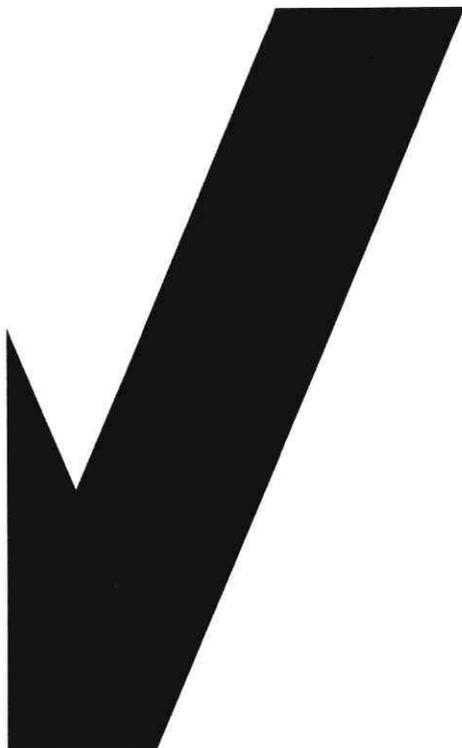




VIVAS

VIVAS.AG



f

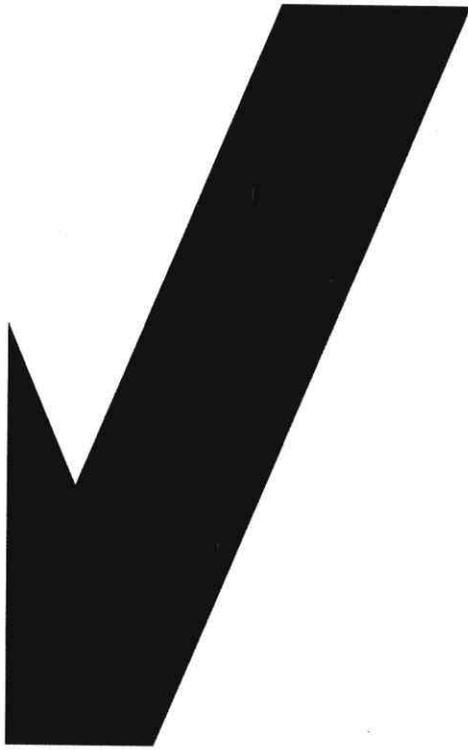
Q

INVÓLUCRO Nº 3 - PROPOSTA TÉCNICA
Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de
Problemas de Comunicação.

VIVAS COMUNICAÇÃO LTDA
CNPJ Nº 07.017.738/0001-00

DEPARTAMENTO DE TRÂNSITO DO PARANÁ - DETRAN/PR
LICITAÇÃO Nº 5/2024

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO



RELATO 1: TURISMO NO PARANÁ
CLIENTE: GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ - SECOM/PR

RELATO: TURISMO NO PARANÁ
CLIENTE: GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ - SECOM/PR

Viaje Paraná e Verão Maior: as campanhas que impulsionaram o turismo paranaense.

Em termos de reconhecimento, o turismo no Paraná esteve quase sempre restrito às Cataratas do Iguaçu. Além de poucos saberem que as Cataratas ficam no território paranaense, muitos desconheciam as outras atrações que o Paraná oferece.

Partindo dessa premissa, a Secretaria de Turismo do Paraná lançou um grande desafio: inserir o Estado entre os destinos turísticos mais desejados do Brasil.

Mais do que divulgar a diversidade de atrações do Paraná, era preciso construir uma “identidade turística” praticamente do zero. Coube à Vivas dar forma e conteúdo ao processo de construção de uma *persona turística* para o Estado.

Inteligência digital a serviço da estratégia

Para definir a estratégia de comunicação, a Vivas usou dados de inteligência digital que consideraram a análise das tendências de tráfego ao longo do tempo, avaliação do interesse nas principais atrações turísticas do Estado e mapeamento de campanhas similares já produzidas para a região, entre outros aspectos.

Campanhas e ação diferenciada à altura do potencial turístico do Paraná

Esse trabalho resultou na criação das campanhas “Viaje Paraná” e “Verão Maior”, lançadas entre dezembro de 2023 a janeiro de 2024.

A campanha Viaje Paraná teve um filme de um minuto, spot, web banner, digital out of home e peças para redes sociais, todas divulgando o conceito “Muito mais do que você imagina”, que convidava o turista e garantia a ele uma viagem inesquecível. A campanha Verão Melhor também teve filme de um minuto, spot, web banner, digital out of home, outdoors e peças em redes sociais, um pacote completo para divulgar “O maior verão de todos os tempos”, uma programação intensa de eventos artísticos e esportivos. Nas duas campanhas, os filmes foram embalados por um jingle marcante com o mesmo refrão e letras adaptadas aos temas de cada campanha. Em todas as peças, o público foi direcionado para o site pr.gov.br, e lá teve acesso a mais informações.

Ação na Times Square impulsiona o turismo do Paraná no cenário global

Um vídeo exibido nos telões da Times Square, NY, divulgou o turismo do Paraná a partir das Cataratas do Iguaçu. Com isso, as buscas pelo termo *Iguaçu Falls* cresceram 248,8%. Dados da Secretaria de Estado do Turismo também mostram que o Paraná foi o terceiro Estado brasileiro mais visitado por turistas estrangeiros em janeiro de 2024.

Resultados que se traduzem em números impressionantes

Ao ser impactado pelas campanhas, o público-alvo não teve mais dúvidas de que as Cataratas do Iguaçu ficam no Paraná. Também passou a conhecer as muitas outras atrações turísticas do estado, além da ótima infraestrutura de estradas e de aeroportos.

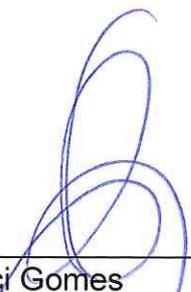
Resultados nacionais

- 23.529% de aumento nas pesquisas por viagens ao Paraná
- Durante as campanhas, o site pr.gov.br registrou um aumento de 22% no volume de acessos.
- O tráfego proveniente das buscas por termos relacionados aos destinos do Paraná no Brasil aumentou em 47,6% no site pr.gov.br.
- Destinos divulgados nas campanhas tiveram maior crescimento nas buscas nos meios digitais: Matinhos (11.395%), Parque Estadual de Vila Velha (942%) e Ilha do Mel (77,5%).

Resultados globais

- Globalmente, o aumento nas pesquisas por lugares turísticos do Paraná foi de 605,4%.
- Em janeiro de 2024, o Paraná recebeu 164,5 mil turistas estrangeiros, ficando atrás apenas do Rio Grande do Sul (265,7 mil) e São Paulo (179,7 mil) e à frente de destinos populares, como Rio de Janeiro, Bahia e Santa Catarina.

Diante desses resultados e dos dados divulgados pela Secretaria de Estado do Turismo do Paraná no Boletim de Dados Turísticos de março de 2024, fica claro que os objetivos das campanhas Viaje Paraná e Verão Maior foram alcançados. O Paraná entrou definitivamente no mapa do turismo brasileiro.

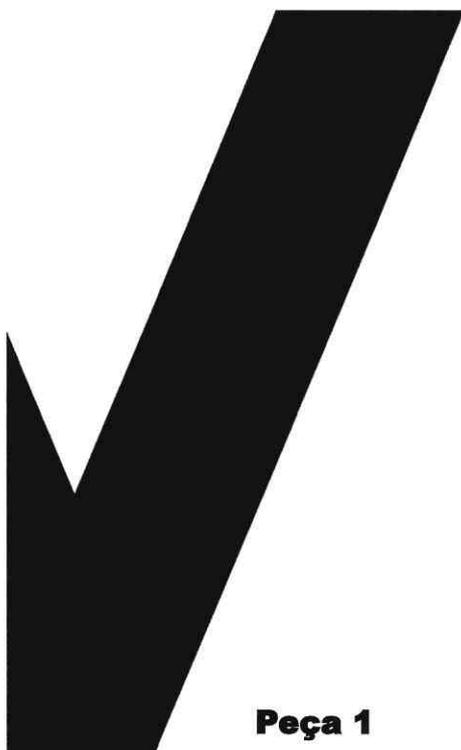


Nanci Gomes
Autor do Relato
Vivas Comunicação Ltda.
CNPJ: 07.017.738/0001-00



Carolina Marçal Nasseh
Assessora de Comunicação do Governo do
Estado do Paraná
Palácio Iguaçu – Praça Nossa Senhora da Salete
– Centro Cívico – Curitiba – PR – CEP
80530-909
(41) 3350-2643/(41) 3350-2691
Contrato: nº 022/2022



**Peça 1**

CLIENTE: SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO – SECOM – PR

PERÍODO: DEZEMBRO DE 2023 A JANEIRO DE 2024

Peça: filme “Turismo no Paraná”.

Dimensões originais: 60”.

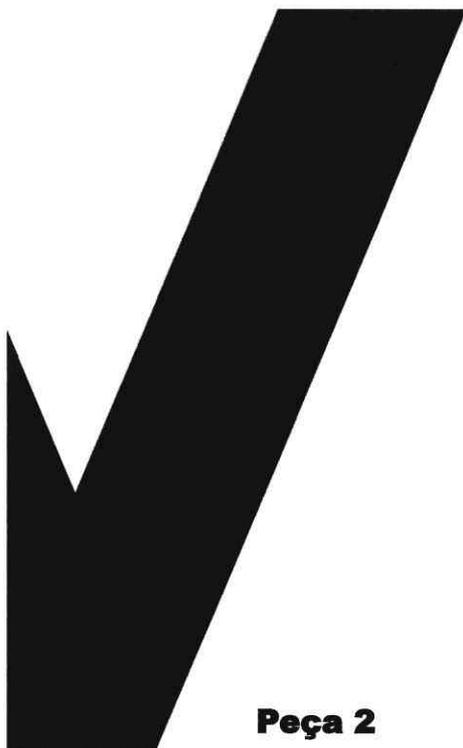
Problema de comunicação: o turismo no Paraná se concentra em Curitiba, o que deixa o restante do Estado sem receber um grande volume de turistas. Buscando desenvolver o turismo dentro do Estado, criamos um filme que tem como grande objetivo mostrar outras incríveis paisagens do Paraná, além das praias, fomentando, assim, a visita aos pontos turísticos do interior.

Data de produção: novembro de 2023.

Período de exposição: dezembro de 2023.

Veículos: Globonews, GNT, Canal Off, RPC, Rede Massa, Band e RICTV.

Mídia eletrônica do filme Turismo no Paraná disponível em pendrive.



Peça 2

CLIENTE: SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO – SECOM – PR

PERÍODO: DEZEMBRO DE 2023 A JANEIRO DE 2024

Peça: filme “Verão Maior”.

Dimensão original: 60”.

Problema de comunicação a resolver: a peça transporta o espectador para a efervescência do litoral paranaense, apresentando sua grande estrutura e sua vibrante agenda de shows do projeto Verão Maior. Com grandes atrações da música nacional, é um convite irresistível ao turismo, promovendo a energia e a diversidade cultural das praias do Paraná em uma experiência inesquecível.

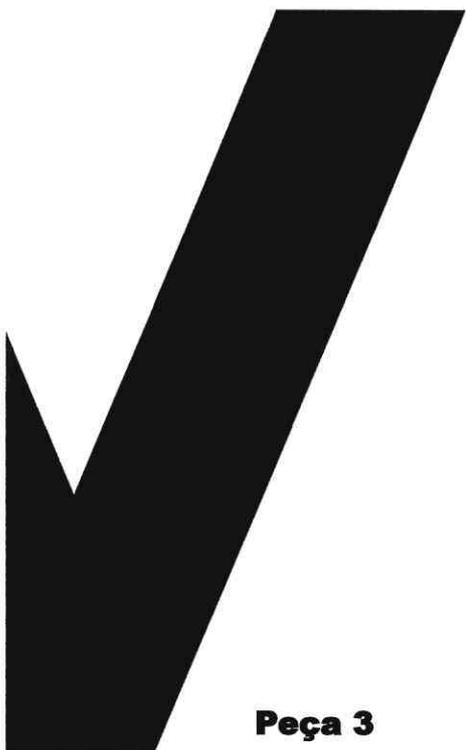
Data de produção: novembro de 2023.

Período de exposição: dezembro de 2023.

Veículos: RPC, Rede Massa, Band e RICTV.

Mídia eletrônica do filme Verão Maior disponível em pendrive.

A handwritten signature in blue ink is located in the bottom right corner of the page. The signature is stylized and appears to be the name 'Lu. Lon'. To the right of the signature is a small number '6'.

**Peça 3**

CLIENTE: SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO – SECOM – PR

PERÍODO: DEZEMBRO DE 2023 A JANEIRO DE 2024

Peça: filme “Iguaçu Falls”.

Dimensão original: 15”.

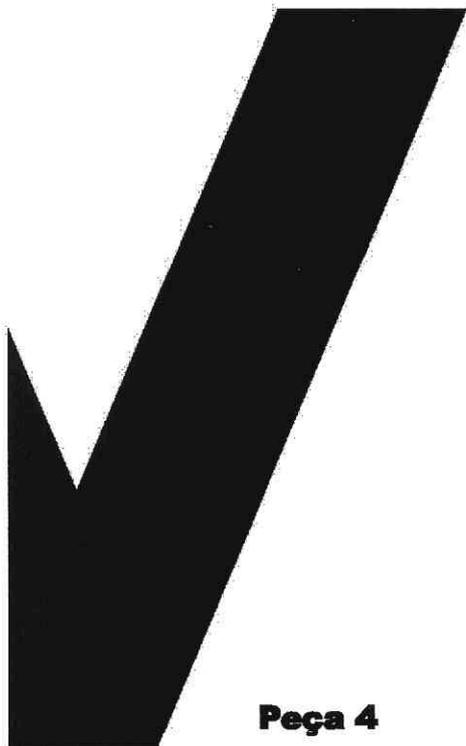
Problema de comunicação a resolver: nas alturas da Times Square, em Nova York, um filme deslumbra os espectadores ao mostrar que as majestosas Cataratas do Iguaçu estão no Paraná. Uma surpreendente revelação para muitos, este filme promove o destino turístico, destacando a grandiosidade natural do Estado para o mundo descobrir.

Data de produção: novembro de 2023.

Período de exposição: dezembro de 2023.

Veículos: TSX.

Mídia eletrônica do filme Iguaçu Falls disponível em pendrive.



Peça 4

CLIENTE: SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO – SECOM – PR

PERÍODO: DEZEMBRO DE 2023 A JANEIRO DE 2024

Peça: mub “Verão Maior”.

Dimensão original: 1,20 x 1,80 m.

Problema de comunicação a resolver: no mub, brilham as grandes atrações do projeto Verão Maior, apresentando uma agenda de shows imperdível no litoral. Com estruturas incríveis, destaca-se uma das principais atrações do evento, convidando todos a conferir a programação e vivenciar momentos inesquecíveis ao som da melhor música nacional.

Data de produção: dezembro de 2023.

Período de exposição: dezembro de 2023.

Veículos: Clear Channel.

VERÃO MAIOR PARANÁ

PARANÁ
GOVERNO DO ESTADO

**PARTICIPE DO MAIOR VERÃO
DE TODOS OS TEMPOS.**



JORGE E MATEUS

**LUAN
SANTANA**

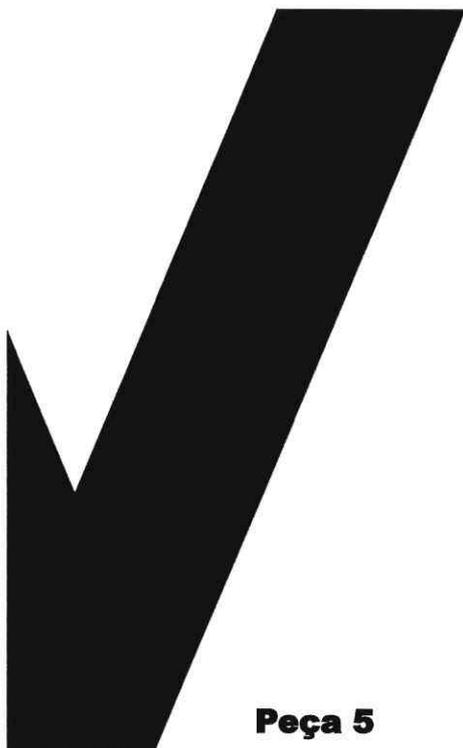
27
**SHOWS
GRATUITOS**



8
**ARENAS FIXAS
DE ESPORTE
E LAZER**

**ACESSE
E CONFIRA A
PROGRAMAÇÃO**





Peça 5

CLIENTE: SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO – SECOM – PR

PERÍODO: DEZEMBRO DE 2023 A JANEIRO DE 2024

Peça: web banner em três tempos “Descubra Curitiba”.

Dimensão original: 300 x 250 pixel.

Problema de comunicação a resolver: este web banner celebra os encantos de Curitiba, destacando seus principais pontos turísticos e atributos mais pesquisados na internet. Uma estratégia digital que convida os turistas a explorar não apenas os pontos turísticos da cidade, mas também a diversidade do Estado do Paraná, revelando experiências únicas e inesquecíveis para os visitantes.

Data de produção: dezembro de 2023.

Período de exposição: dezembro de 2023 e janeiro de 2024.

Veículos: Estadão, IG e Gazeta do Povo.

**DESCUBRA
CURITIBA,
A CIDADE MAIS
INTELIGENTE
DO MUNDO.**

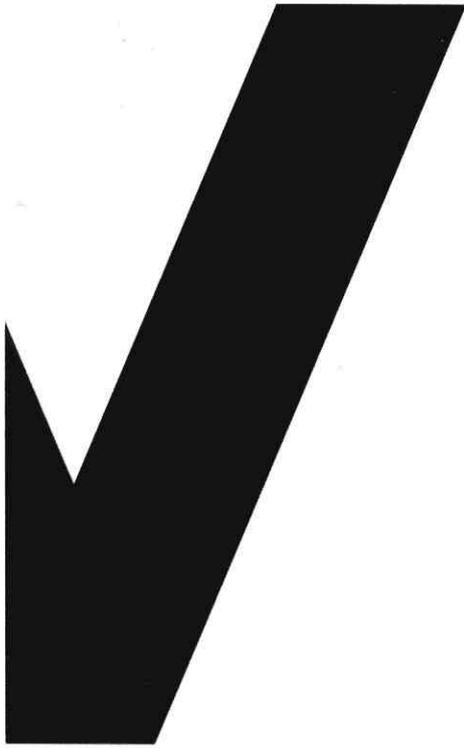


**PLANEJE
SUA
VIAGEM.**

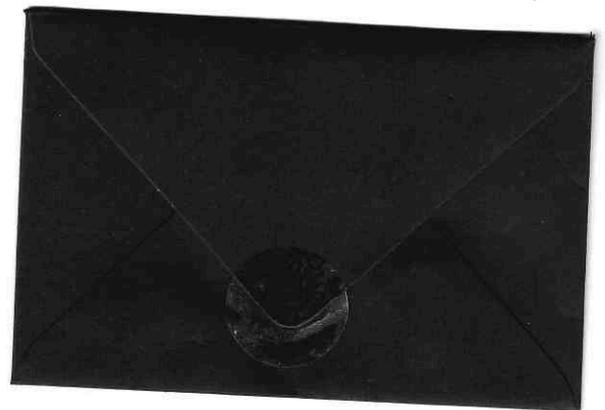


VIAJE
PARANÁ

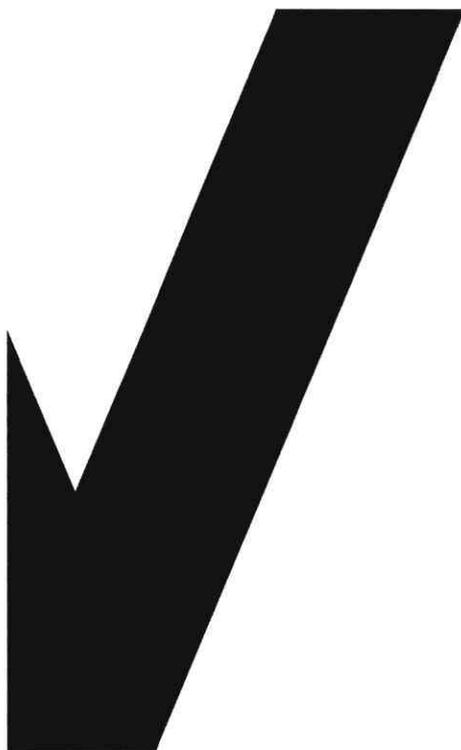
PARANÁ
GOVERNO DO ESTADO



Pendrive com peças eletrônicas.



[Handwritten signature] 12



Atestamos para os devidos fins licitatórios a veracidade das informações descritas pela empresa Vivas Comunicação Ltda. no relato Turismo no Paraná.

Carolina Marçal Nasseh
Assessora de Comunicação do Governo do Estado do Paraná
Palácio Iguazu – Praça Nossa Senhora da Salette – Centro Cívico –
Curitiba – PR – CEP 80530-909
(41) 3350-2643/(41) 3350-2691
Contrato: nº 022/2022

RELATO 2: VESTIBULAR UNIOESTE 2024
CLIENTE: UNIVERSIDADE DO OESTE DO PARANÁ – UNIOESTE



RELATO: VESTIBULAR UNIOESTE 2024

CLIENTE: UNIVERSIDADE DO OESTE DO PARANÁ – UNIOESTE

CENÁRIO

As universidades públicas do Brasil enfrentam desafios consideráveis na atração de alunos, especialmente em um contexto de mudanças no cenário educacional. A conjunção de uma economia em retração e os impactos persistentes da pandemia têm influenciado não apenas os vestibulares estaduais e federais, mas também as inscrições no Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM). Em 2022, o ENEM registrou o segundo menor número de inscritos desde sua criação, sendo superado apenas pelo ano de 2005, quando ainda não era utilizado como forma de ingresso nas universidades.

Dados divulgados pelo Ministério da Educação (MEC), reportados pelo portal UOL¹, mostram uma queda significativa na procura por universidades públicas, incluindo as federais, em 2022. A pesquisa revela uma redução de até 60% na demanda por parte dos estudantes. Embora os resultados dessa pesquisa sejam de alcance nacional, eles refletem diretamente a situação enfrentada pelo cliente, evidenciando a diminuição nas inscrições para os vestibulares.

PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO

A acessibilidade às instituições privadas é um fator crucial, especialmente considerando seu alto investimento em publicidade. Além disso, essas universidades muitas vezes oferecem processos seletivos mais simplificados e uma maior disponibilidade de vagas. A percepção de uma transição suave entre o ensino médio e o superior, sem a rigidez dos vestibulares tradicionais, juntamente à alocação de vagas através do Sistema de Seleção Unificada (SISU), também desempenha um papel significativo. Adicionalmente, o surgimento de financiamentos estudantis e programas governamentais que apoiam os estudantes que optam por instituições privadas ajuda a aliviar os custos do ensino superior.

A Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste) é uma instituição regional de ensino superior que abrange 94 municípios, distribuídos entre 52 na região oeste e 42 na região sudoeste do Estado. Apesar de ser uma instituição de destaque, a Unioeste, seguindo a tendência observada em pesquisas do MEC, registrou uma significativa redução no número de candidatos nos vestibulares. Em 2020, foram 11.365 candidatos, enquanto no vestibular de 2023 houve apenas 8.810. Essa redução levanta questões importantes sobre as possíveis causas e quais soluções poderiam ser implementadas para reverter essa tendência.

ESTRATÉGIA

A VIVAS entendeu que olhar para o setor e também para o público-alvo, os jovens, era o caminho ideal para mudar a realidade do vestibular da Unioeste. Dessa forma, a partir de um estudo de tendências modernas para atrair a atenção dos jovens, buscou-se planejar uma campanha que os desafiasse a ser protagonistas. Através dessa análise, foi possível identificar padrões e prever possíveis direcionamentos. A metodologia utilizada incluiu a realização de pesquisas, entrevistas e análises de mercado para obter insights.

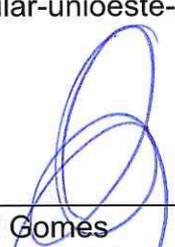
Fundamentado no principal diferencial da Unioeste – ela é pública, gratuita, múltipla e de qualidade –, focamos nas inúmeras possibilidades de atuação que a universidade oferece para o candidato a partir de seu ingresso. Com isso, surgiu o slogan utilizado na campanha: “Uma universidade. Futuras possibilidades.” Para compor os diferentes tipos de peças, colocamos jovens reais, inclusive estudantes da própria Unioeste, como personagens da campanha, desenvolvendo ações que fazem parte do aprendizado da instituição, salientando que o aprimoramento e o estudo os tornam protagonistas de sua própria história. Também procuramos transmitir a ideia de que o futuro está em cada um, através de imagens sobrepostas do estudante e do profissional formado.

RESULTADO

Após campanha que contou com peças para uso na internet, anúncios em TV, rádio, veículos impressos, outdoors, panfletos e adesivos, tivemos resultados muito positivos. A estratégia de incentivar os futuros universitários a investir em seu futuro a partir de uma oportunidade em uma universidade pública deu certo e trouxe o maior número de inscritos dos últimos cinco anos, com um aumento de 62,69%² em 2024. Em uma retrospectiva breve, o total de inscritos foi de 11.365 em 2020, 10.766 em 2021, 11.332 em 2022 e 8.810 em 2023 para 14.333 em 2024. A estratégia adotada na campanha resultou em um crescimento que, inclusive, chamou a atenção da imprensa local. Os números, por sua expressividade, foram manchete em rádios e jornais da região, gerando mídia espontânea para os meses de novembro, dezembro, janeiro e fevereiro, em veículos como G1, O Paraná e Jornal do Oeste, entre outros.

¹<https://www.uol.com.br/ecoa/colunas/rodrigo-ratier/2022/05/23/seis-razoes-para-a-queda-de-60-nas-inscricoes-em-universidades-federais.htm#:~:text=As%20decis%C3%B5es%20do%20Governo%20Federal,mil%20%2D%20queda%20de%2078%25>.

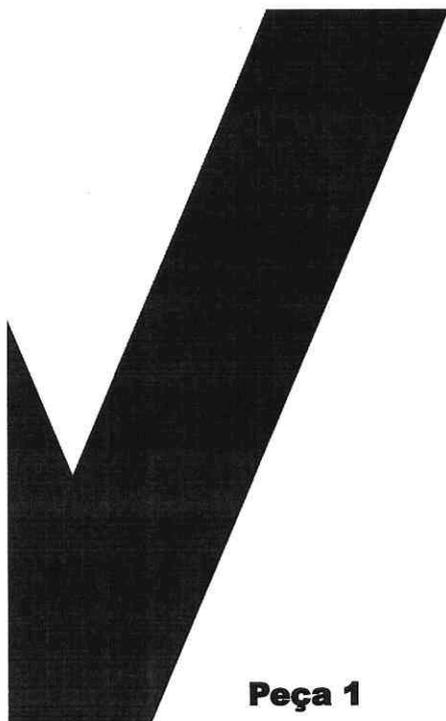
²<https://www.unioeste.br/portal/central-de-noticias/62600-numero-de-inscritos-no-vestibular-unioeste-2024-e-o-maior-dos-ultimos-5-anos>



Nanci Gomes
Autor do Relato
Vivas Comunicação Ltda.
CNPJ: 07.017.738/0001-00



Victor Hugo Junior
Assessor de Comunicação
Unioeste
Rua Universitária, 1.619 – Universitário
Cascavel – PR
CEP 85819-110 – (45) 3220-3000

**Peça 1**

CLIENTE: UNIVERSIDADE DO OESTE DO PARANÁ – UNIOESTE

PERÍODO: OUTUBRO E NOVEMBRO DE 2023

Peça: filme “Vestibular Unioeste 2024”.

Dimensões originais: 30”.

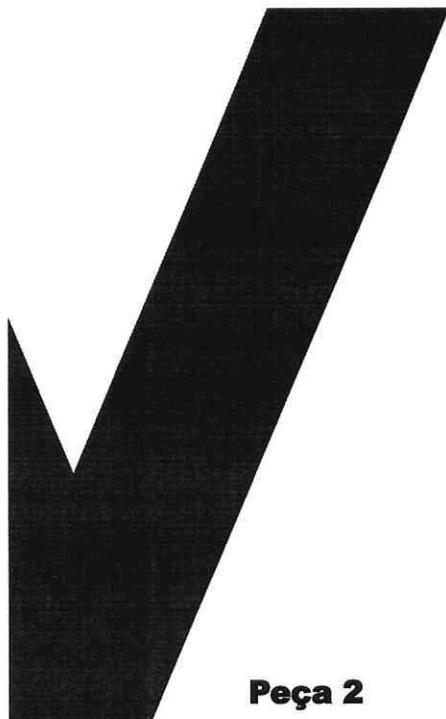
Data de produção: setembro de 2023.

Período de exposição: outubro de 2023.

Problema de comunicação a resolver: o filme de lançamento da campanha buscou fazer uma convergência com as demais peças que também começavam a circular, promovendo diferenciais que destacam a qualidade do ensino público e incentivam a escolha consciente dos estudantes em busca de uma formação sólida e enriquecedora. O material veiculado focou em despertar o interesse do público-alvo, com idade a partir de 17, recém-formados no ensino médio e com potencial para entrar na universidade. Com o advento da metodologia assertiva utilizada em redes sociais, onde os jovens buscam criadores de conteúdo com quem se identificam, a estratégia para o filme foi buscar personagens que fazem parte da universidade, alunos reais ocupando o papel de protagonistas de seu próprio futuro.

Veículo: RICTV, Tarobá, CATVE e SBT.

Mídia eletrônica do filme Vestibular Unioeste 2024 disponível em pendrive.

**Peça 2**

CLIENTE: UNIVERSIDADE DO OESTE DO PARANÁ – UNIOESTE

PERÍODO: OUTUBRO E NOVEMBRO DE 2023

Peça: outdoor “Vestibular 2024”.

Dimensão original: 9 x 3 m.

Data de produção: novembro de 2023.

Período de exposição: novembro de 2023.

Problema de comunicação a resolver: as cores das peças e o pouco texto contemplam o cenário pertinente para a exposição em mídia exterior. Para esta campanha, usamos várias frentes de atuação, e o outdoor se mostrou muito eficaz na busca de atenção dos jovens já acostumados com textos curtos e conteúdos rápidos. A estratégia de mídia para a campanha Vestibular 2024 contou com a presença da Unioeste em impacto e alcance nas regiões Oeste e Sudoeste.

Veículos: Xis Outdoor

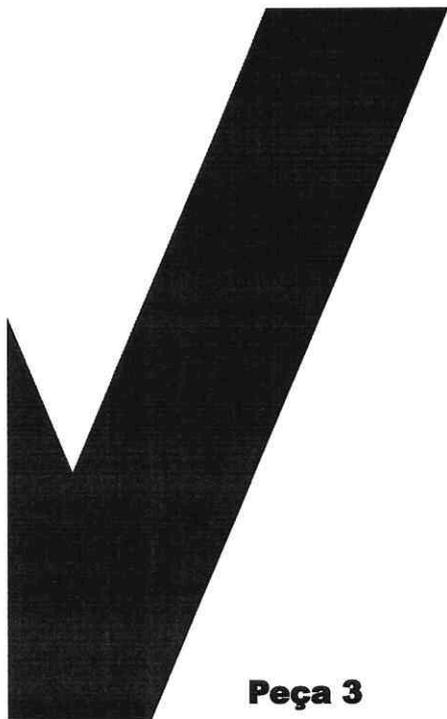


Seriado
Treineiro
Prova Paraná

UMA UNIVERSIDADE. — VESTIBULAR FUTURAS 2024 POSSIBILIDADES.

—INSCRIÇÕES: 11/09 A 09/11 —PROVAS: 17/12
INSCREVA-SE em unioeste.br/vestibular





Peça 3

CLIENTE: UNIVERSIDADE DO OESTE DO PARANÁ – UNIOESTE

PERÍODO: OUTUBRO E NOVEMBRO 2023

Peça: anúncio “Vestibular 2024”.

Dimensão original: 26 x 34 cm.

Data de produção: setembro de 2023.

Período de exposição: outubro de 2023.

Problema de comunicação a resolver: tendo como base que parte dos jovens que buscam a universidade é influenciada pelos pais ou responsáveis, dentro de nossa estratégia de mídia, não focamos apenas no jovem e em onde ele está, que são as redes sociais, jogos on-line, YouTube e afins, pontos que a mídia programática alcança, mas fizemos uma composição com a mídia tradicional, estampando anúncios em jornais impressos e revistas.

Veículos: jornal O Paraná.



Seriado
Treineiro
Prova Paraná

UMA UNIVERSIDADE VESTIBULAR FUTURAS 2024 POSSIBILIDADES.

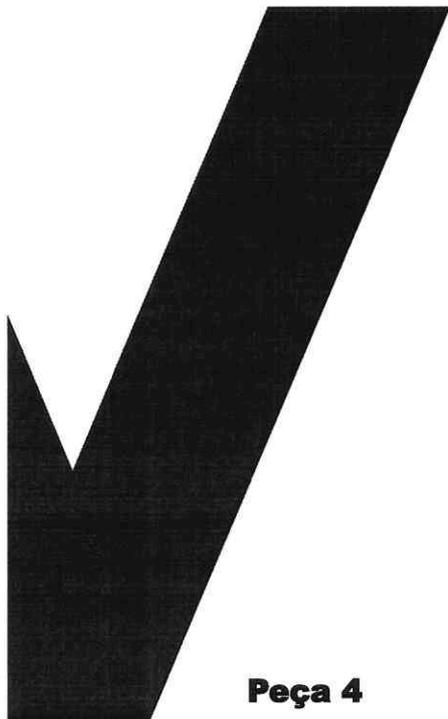
—INSCRIÇÕES: 11/09 A 09/11

—PROVAS: 17/12

INSCREVA-SE

em unioeste.br/vestibular



**Peça 4**

CLIENTE: UNIVERSIDADE DO OESTE DO PARANÁ – UNIOESTE

PERÍODO: OUTUBRO E NOVEMBRO 2023

Peça: web banner “Vestibular 2024”.

Dimensão original: 970 x 250 pixel.

Data de produção: setembro de 2023.

Período de exposição: outubro de 2023.

Problema de comunicação a resolver: em nossa tática de mídia, tivemos formatos específicos para os portais locais das regiões determinadas, focados sempre no objetivo de mídia, que era despertar o interesse do público-alvo e de pessoas que pudessem ter influência em suas decisões. Para isso, usamos os meios de comunicação com maior aderência ao target, e locais com a presença da Unioeste em impacto e alcance nas regiões Oeste e Sudoeste e nas cidades que fazem divisa com o Paraná no Estado de Santa Catarina.

Veículos: portal CGN.



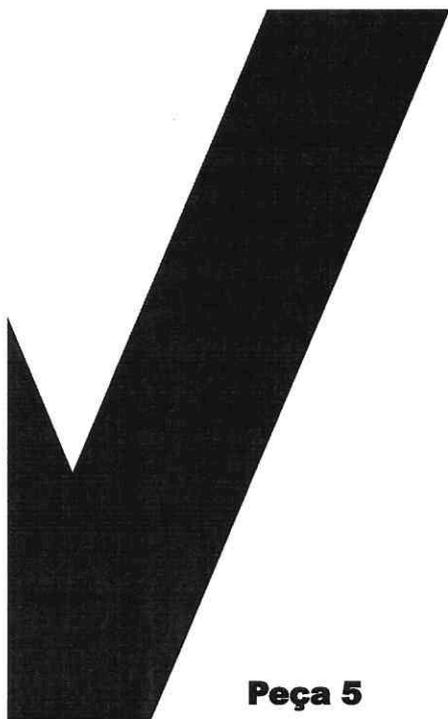
-INSCRIÇÕES: 11/09 A 09/11

-PROVAS: 17/12

**UMA UNIVERSIDADE. —
VESTIBULAR FUTURAS POSSIBILIDADES.
2024**

INSCREVA-SE em unioeste.br/vestibular



**Peça 5**

CLIENTE: UNIVERSIDADE DO OESTE DO PARANÁ – UNIOESTE

PERÍODO: OUTUBRO E NOVEMBRO 2023

Peça: web banner “Campo Grande - Vestibular 2024”.

Dimensão original: 970 x 250 pixel.

Data de produção: setembro de 2023.

Período de exposição: 3 de outubro de 2023 a 11 de outubro de 2023.

Problema de comunicação a resolver: A Unioeste realiza a prova na cidade de Campo Grande, MS. O investimento disponível para a campanha não alcança uma alta frequência em um polo isolado do restante do material veiculado, por isso, a opção pela mídia programática. Ao reduzir o desperdício e direcionar anúncios para públicos mais relevantes, a mídia programática muitas vezes se traduz em uma estratégia mais eficiente em termos de custos. Ao utilizar algoritmos avançados, otimizamos a entrega de anúncios para alcançar apenas as audiências mais relevantes. Isso reduz o desperdício de impressões em usuários que não estão interessados no produto ou serviço oferecido. A partir do histórico disponibilizado pelo cliente, a maior procura em Campo Grande sempre foi a do curso de Medicina. Então, optamos por uma peça diferente, que trouxe como viés a ênfase nessa opção, buscando, assim, aumentar o número de inscritos.

Veículos: Publya (mídia programática).



ÚLTIMOS DIAS

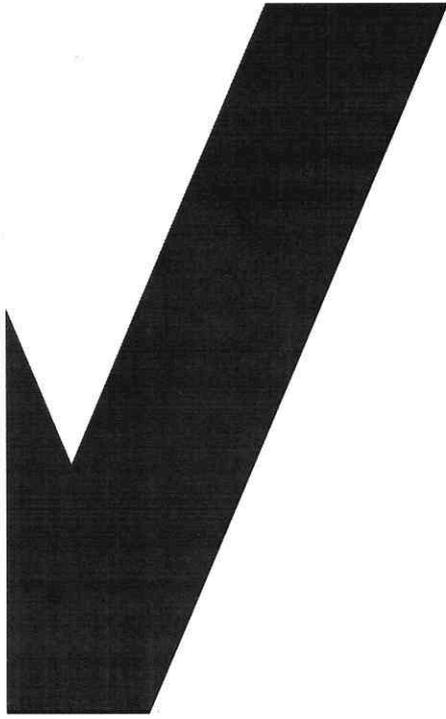
INSCRIÇÕES: 11/09 A 09/11

— PROVAS: 17/12

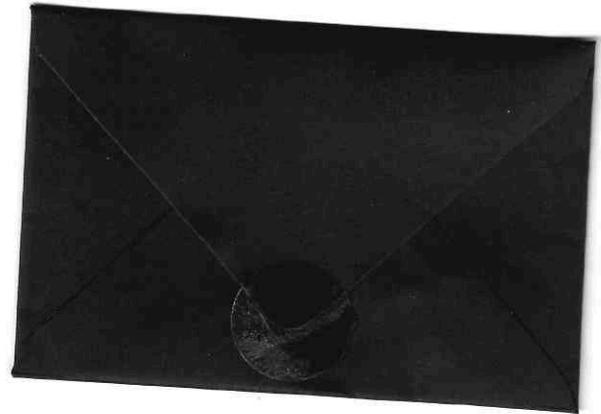
**PROVAS EM
CAMPO GRANDE
MEDICINA E +60 CURSOS**

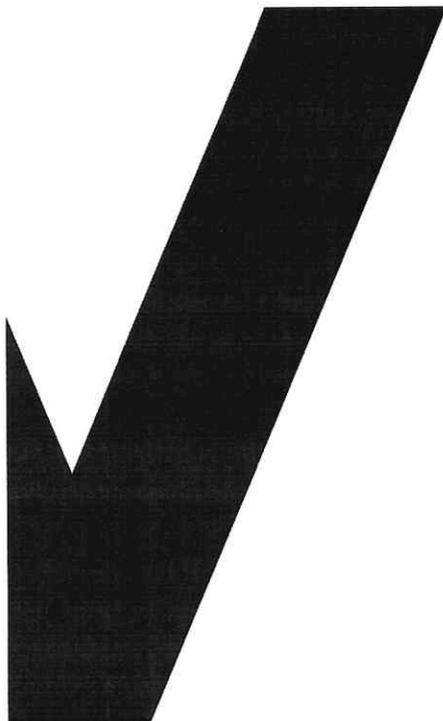
INSCREVA-SE em unioeste.br/vestibular





Pendrive com peça eletrônica.





Atestamos para os devidos fins licitatórios a veracidade das informações descritas pela empresa Vivas Comunicação Ltda. no relato Vestibular Unioeste 2024.

Victor Hugo Junior

Assessor de Comunicação

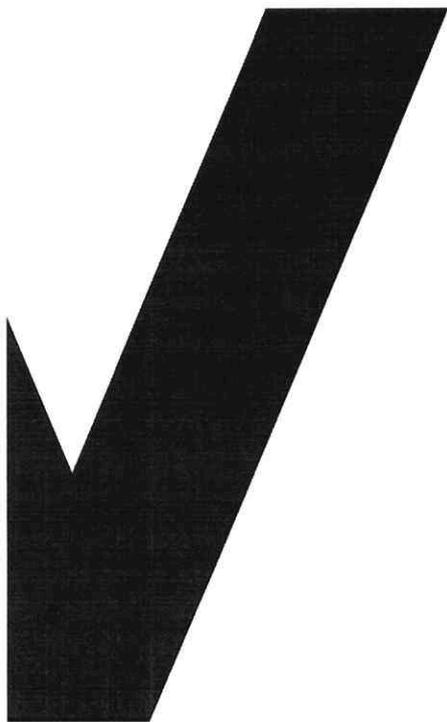
Unioeste

Rua Universitária, 1.619 – Universitário – Cascavel – PR

CEP 85819-110 – (45) 3220-3000

Contrato: nº 019/2022

6



**TERMO DE ENCERRAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA –
RELATO DE SOLUÇÕES PARA PROBLEMAS DE
COMUNICAÇÃO**

Curitiba, 23 de setembro de 2024.

Nanci Gomes
nanci@vivas.ag
Vivas Comunicação Ltda.
CNPJ 07.017.738/0001-00

0

5

21

26

28

28

VIVAS COMUNICAÇÃO LTDA.
CNPJ Nº 07.017.738/0001-00