Invólucro nº 03 - "PROPOSTA TÉCNICA - CONJUNTO DAS INFORMAÇÕES"

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARANGUÁ

CONCORRÊNCIA Nº 140/2025

SHOPPING DE IDEIAS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.

CNPJ: 04.640/992/0001-72

Capacidade de Atendimento

a) Quantificação e qualificação dos profissionais a disposição na linha de atuação para a execução do contrato:
Total de quatro profissionais conforme abaixo discriminado:

Jairton Manique Barreto - Atendimento - (bacharel em Administração em Supermercado - UNESC) Publicitário registro em carteira profissional nº 167 /liv. 1 /folha 84 v 12.08.97 DRP/SC 6480 –97. Qualificação: atendimento com mais de 40 anos de experiência na área, com vários clientes da iniciativa privada (indústria, comércio, prestação de serviços entre outros segmentos) e órgãos públicos já atendidos como: Prefeitura Municipal de Criciúma de 1997 até 2000, 2005/2008 2009/2012, 2013/2016, Prefeitura Municipal de Urussanga administração de 2011/2012. Fundação Municipal de Esportes Criciúma de 2009 até 2012. Prefeitura Municipal de Siderópolis administração de 1996 até 2004. Prefeitura Municipal de Treviso administração de 2009 até 2016 e 2021/2024, Prefeitura Municipal de Maracajá administração de 2010 até 2016, Câmara de Vereadores de Criciúma de 2002/2004, 2009/2010, 2013/2014 e 2015/2016, Fundação de Turismo e Cultura de Criciúma, Afasc, atualmente a Prefeitura Municipal de Cocal do Sul, entre outros serviços prestados a orgãos públicos de toda região sul de SC.
Valquíria Rocha Pedroso Manique Barreto – Estudo, planejamento e redação - Publicitária, registro em carteira profissional nº166/ livro 01, Fls 084 de 12.08.1994 DRP 6481/97.Técina em Administração. Profissional com ampla experiência na área de comunicação desde 1996, atuando em redação publicitária, criação de conteúdo e planejamento estratégico, coordena processos que vão da elaboração de briefings ao acompanhamento de resultados, estruturando campanhas e ações com base em análise de mercado, definição de público-alvo, comportamento do consumidor e posicionamento de marca. Responsável por ter integrado as áreas de redação, produção, mídia e atendimento, administrativo/financeiro, garantindo cumprimento de prazos e padrões de qualidade. Monitora indicadores de desempenho e realiza ajustes para otimizar a eficácia das campanhas e o retorno sobre os investimentos aplicados dos clientes. Formada pela Escola de Formação Política Ulysses Guimarães (Assembleia Legislativa de SC) e com especialização em Comunicação Pública e Marketing Político/Eleitoral (Manhanelli Associados – ABCOP, São Paulo). Certificada pela Escola Dale Carnegie (Prêmio Máximo ao Mérito – Líder Excelência) e participante de diversos cursos e congressos de marketing político.
Possui experiência na coordenação de campanhas políticas para vereadores, prefeitos, deputados estaduais e federais, além de estratégias de comunicação para órgãos públicos. Atua também em causas sociais na região onde reside, através do Lions Clube Criciúma.
Marcos Keller - Criação
Formado em Design Gráfico pela SATC e Pós-graduado em Poéticas Visuais pela UNESC. Atua como designer gráfico, ilustrador, motion designer e artista visual há mais de 20 anos. Tem passagens por diversas agências de publicidade e escritórios de design da região, além de ter trabalhado na indústria têxtil. De 2013 a 2015, atuou como concept designer e líder de setor de Design de Superfície da La Moda. A frente do estúdio criativo Droids, executou trabalhos para empresas mundialmente reconhecidas, como Wonderbly e Marvel. Atualmente exerce a função de diretor de criação da agência, liderando equipes multidisciplinares, conduzindo projetos de branding, campanhas publicitárias e conteúdos audiovisuais, sempre com foco em inovação, excelência estética e resultados estratégicos para os clientes.

Maria Julia Gava Triches – Produção e Mídia - Profissional com 6 anos de experiência na área de marketing, atuando de forma abrangente nos processos relacionados à produção e mídia. Responsável pela elaboração e controle de orçamentos, gestão e envio de materiais para produção, além do desenvolvimento e acompanhamento de planos de mídia para campanhas variadas. Com experiência no monitoramento das mídias veiculadas, garantindo que as ações estejam alinhadas com os objetivos estratégicos e prazos estabelecidos. Habilidade com fornecedores e veículos, assegurando qualidade e eficiência em todas as etapas até entrega final. Formada em Administração com ênfase em Marketing e Publicidade e técnica em Comunicação Visual, possui formação que une estratégia de mercado, planejamento e execução de campanhas a conhecimentos de design, identidade visual e produção gráfica, permitindo uma atuação completa desde a concepção até a entrega de projetos de comunicação.

b) Instalações, infraestrutura e recursos materiais disponíveis

A empresa está localizada na região central do município de **Criciúma (SC)** e dispõe de **estrutura física própria**, com **sala exclusiva de 73 m²** destinada à execução das atividades previstas neste edital. No local atuam profissionais dos setores de **criação, redação, social media, comercial, atendimento, estudo, planejamento e pesquisa, administrativo, financeiro**, além da **equipe de gestão da empresa**.

A equipe fixa é composta por **15 (quinze) profissionais**, contando ainda com **dois colaboradores em regime de home office**, especializados nas áreas de **design** e **tráfego digital**, garantindo suporte técnico completo às demandas criativas e operacionais.

Para a execução das atividades criativas e de produção gráfica e audiovisual, a empresa possui **licenças oficiais dos programas da suíte Adobe**, utilizadas na criação e finalização de peças publicitárias. Também mantém **assinaturas pagas de bancos de imagens licenciadas**, como **Freepik** e **Canva**, assegurando o uso regular e legal de conteúdos visuais nas comunicações desenvolvidas.

No que se refere à organização e otimização dos processos internos, a agência utiliza o **sistema online Operand**, plataforma setorizada para o mercado publicitário, que integra e gerencia as atividades de **criação, atendimento, mídia, produção, social media, gestão, área comercial**, entre outras, garantindo eficiência operacional e controle dos fluxos de trabalho.

Para a **segurança das informações e armazenamento de dados**, a empresa dispõe de **licenças do pacote Office 365 para todos os profissionais**, com funcionamento em nuvem, assegurando o resguardo de documentos, contratos, materiais criativos e demais informações corporativas.

As atividades de **administração e agendamento de conteúdos para redes sociais** são realizadas por meio do **Gerenciador de Anúncios da Meta**, permitindo controle estratégico, organização e monitoramento das ações de comunicação digital.

No âmbito administrativo, a empresa utiliza o **software Clicksign**, destinado à realização de assinaturas eletrônicas de documentos de forma ágil, segura e juridicamente válida. Para a comunicação interna e a aprovação de materiais junto aos clientes, é utilizada a plataforma **Trello**, que facilita o acompanhamento das demandas e prazos.

Além disso, a empresa disponibiliza **plataformas de cursos on-line** para capacitação contínua da equipe, incentivando a atualização técnica e o aprimoramento profissional constante.

Essa estrutura física, tecnológica e operacional assegura à empresa plena capacidade técnica para atender às demandas previstas neste edital, garantindo qualidade, agilidade, segurança das informações e continuidade na prestação dos serviços de comunicação publicitária.

c) Sistemática de atendimento e discriminação dos prazos praticados

A agência disponibilizará **profissionais em tempo integral** para a execução do contrato, garantindo atendimento contínuo e suporte técnico ao contratante. O atendimento será realizado **de forma presencial e on-line**, conforme a necessidade do serviço e mediante alinhamento prévio entre as partes, respeitando a disponibilidade de agenda e as demandas específicas de cada projeto.

Os prazos para criação, produção e elaboração de planos de mídia serão definidos **caso a caso**, considerando o grau de complexidade do trabalho solicitado, a quantidade de peças envolvidas e as especificidades técnicas de cada demanda, sempre mediante alinhamento e aprovação prévia do contratante.

Criação de peças publicitárias e campanhas: Para peças avulsas e demandas simples, o prazo médio de criação é de **até 02 (dois) dias úteis**. Para campanhas institucionais ou ações mais complexas, que envolvam maior volume de peças ou desenvolvimento estratégico, o prazo poderá ser de **até 10 (dez) dias úteis**, contados a partir da formalização e aprovação da solicitação pelo contratante.

Plano de mídia: A elaboração dos planos de mídia seguirá prazos compatíveis com o processo de criação, variando de **02 (dois) a 10 (dez) dias úteis**, conforme o grau de complexidade, abrangência da campanha e quantidade de peças a serem veiculadas, sempre após a aprovação das propostas e diretrizes pelo contratante.

Produção: Os prazos de produção variam conforme a natureza do material solicitado.

Para produções que **não dependam de terceiros** e que sejam executadas exclusivamente pela agência (como peças digitais, materiais legais e adaptações gráficas), o prazo médio será de **02 (dois) a 05 (cinco) dias úteis**.

Para produções que **envolvam fornecedores externos**, como impressos especiais ou produções audiovisuais, os prazos serão definidos de acordo com as condições técnicas e prazos praticados pelos terceiros contratados, devidamente informados e aprovados pelo contratante.

Todos os prazos poderão ser ajustados conforme o **grau de urgência** das demandas, sendo sempre definidos **em comum acordo com o cliente**, de forma a assegurar qualidade técnica, cumprimento dos objetivos da comunicação e eficiência na execução dos serviços.

Jairton Manique Barreto
Diretor Administrativo
SHOPPING DE IDEIAS PUBLICIDADE
E PROPAGANDA LTDA.
CNPJ: 04.640.992/0001-72

09.02.2026

Repertório

Cliente: Osteo

Problema - Durante a avaliação da percepção da marca, identificou-se que, apesar de sua posição consolidada no mercado, de um ambiente integrado e de um corpo clínico bem estruturado, a Osteo enfrentava desafios relevantes que impactavam sua imagem e o relacionamento com o público. Entre os principais pontos negativos apontados estavam falhas na comunicação, inconsistências na imagem da marca, problemas no pronto atendimento e a percepção de falta de organização nos processos. Esses fatores acabaram comprometendo a reputação e o posicionamento da empresa, evidenciando a necessidade de uma campanha de reposicionamento capaz de corrigir fragilidades, recuperar a confiança do público e fortalecer os atributos positivos já existentes.
Solução - A campanha de reposicionamento teve como objetivo reconstruir a percepção da marca a partir de pilares estratégicos como **propósito, coerência, excelência e proximidade**. O trabalho concentrou-se no alinhamento entre médicos, equipes internas, pacientes e parceiros, por meio de uma identidade mais humana, clara e consistente em todos os pontos de contato. Dessa forma, a Osteo passou a ser reconhecida não apenas pelos serviços que oferecem, mas pelo valor entregue na experiência e na forma de se comunicar.
Para alcançar esse resultado, foram implementadas diversas ações estratégicas, entre elas: fortalecimento e engajamento da cultura interna, realização de pesquisas de satisfação com pacientes, unificação dos canais de comunicação, organização do portfólio de serviços, desenvolvimento de materiais informativos, implantação de uma nova comunicação interna alinhada ao propósito da marca e a execução de uma campanha de apresentação da nova identidade ao público externo. **Resultados** - A campanha resultou em **aumento no número de pacientes**, crescimento nas **vendas de procedimentos** e maior **clareza por parte do público em relação ao funcionamento e aos serviços do pronto atendimento**, contribuindo para a recuperação da imagem da marca, fortalecimento do posicionamento e melhoria do relacionamento com seus públicos.

osteo
Ortopedia & Traumatologia

Nova Marca – Indicação sucinta do problema e solução proposta
A identidade visual anterior não comunicava de forma clara os valores de **acolhimento, excelência e evolução** da marca, resultando em baixa identificação do público e pouca coerência entre a comunicação institucional e a experiência entregue aos pacientes. Como solução, foram desenvolvidos um **novo posicionamento e uma nova identidade visual**, com linguagem mais humana, contemporânea e consistente, fortalecendo a credibilidade, a proximidade e o reconhecimento da marca como referência em cuidado especializado. A nova identidade expressa o compromisso da marca em integrar **inovação, tecnologia e cuidado**, traduzindo sua proposta de valor de forma clara e sensível. Como síntese desse reposicionamento, foi criado o slogan:
"Transformando movimento em liberdade."

Ficha Técnica

Agência: SDI Comunica
Cliente: Orto Trauma Clínica de Fraturas Ltda.
Título do trabalho: Nova marca
Data de Criação: 09/07/2024
Exposição: Veiculação em múltiplos meios de mídia e não mídia
Veículos: Diversos canais de divulgação, por meio de peças institucionais e campanhas publicitárias



Front Light – Indicação sucinta do problema e solução proposta
O novo posicionamento da marca ainda não estava suficientemente presente em pontos de alta circulação e relevância para o público-alvo, especialmente em áreas de grande fluxo próximas a hospitais onde atua o corpo clínico da instituição. Essa ausência reduzia a lembrança de marca e enfraquecia a associação direta entre atendimento especializado e a Osteo.
Como solução, foi proposta a instalação de um **front light em local estratégico**, com intenso movimento de pacientes e acompanhantes, reforçando a presença da marca em um momento de alta receptividade à busca por cuidados em saúde. A peça, desenvolvida em alinhamento com a nova identidade visual, ampliou a visibilidade institucional, fortaleceu o posicionamento e contribuiu para consolidar a Osteo como referência em saúde especializada.

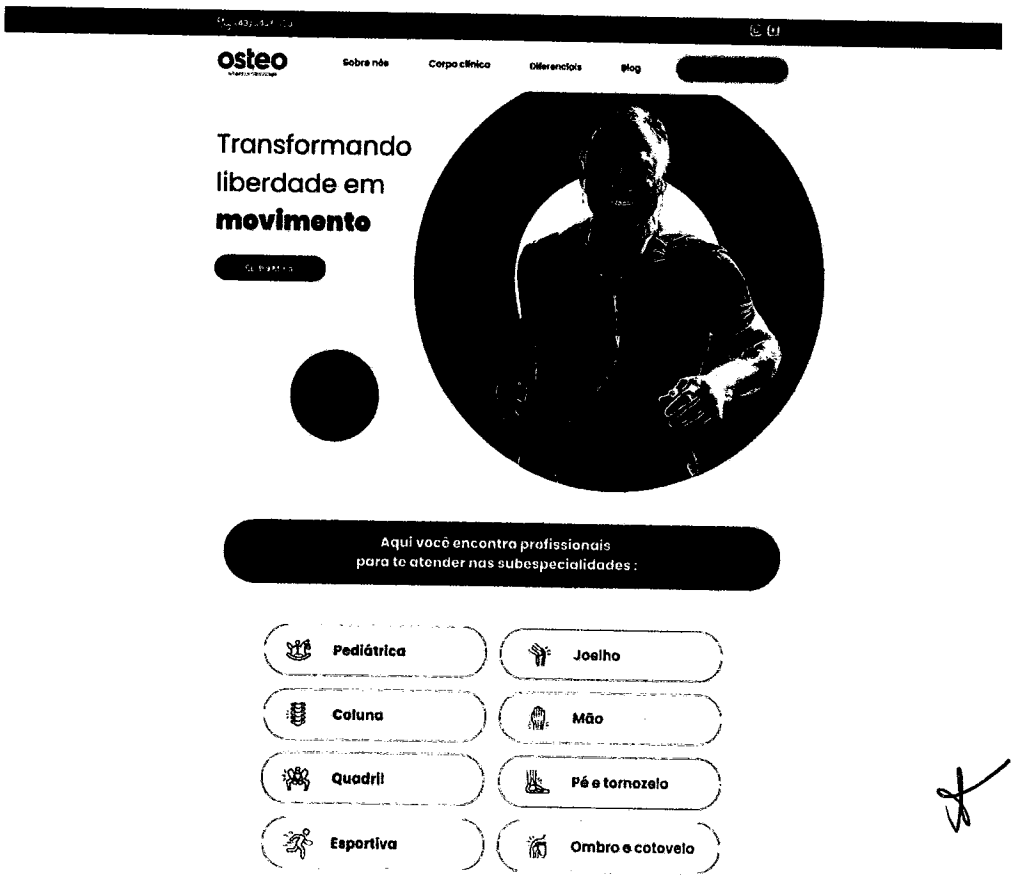
Ficha técnica

Agência: SDI Comunica
Cliente: Orto Trauma Clínica de Fraturas Ltda
Título do trabalho: Front light 9x3,5m
Data de Produção: 28/03/2025
Período de veiculação: 01/04/2025 a 01/10/2025
Exposição: Veiculação na Rua Júlio Gaidzinski, Mina Brasil - Criciúma/SC, tamanho 9x3,5m
Veículo: Brand You

Site – Indicação sucinta do problema e solução proposta
O site anterior apresentava navegação pouco intuitiva e comunicação fragmentada, dificultando a compreensão dos serviços e o processo de agendamento.
Como solução, foi desenvolvido um novo site com navegação fluida, hierarquia clara das informações, linguagem humanizada e foco em conversão, facilitando o acesso do público aos serviços e aprimorando a experiência digital da marca.

Ficha técnica

Agência: SDI Comunica
Cliente: Orto Trauma Clínica de Fraturas Ltda.
Título do trabalho: Home para site
Data da Produção: 27/02/2025
Período de veiculação: De 01/04/2025 até o momento
Exposição: Site Institucional da Osteo clínica
Fornecedor: Orgeon



sdi
#somossdi

PROVOCAMOS SUA CONSTANTE RESSIGNIFICAÇÃO



Nossos diferenciais

Equipe com 18 médicos ortopedistas

Pronto atendimento

Sala de gesso

Sala de medicação

Tratamento por ondas de choque

Raio-x feito na hora

Rampa e elevador

Órteses e ortopédicas feitas em impressoras 3D

Descubra porque a Osteo é a solução completa para você

Planos e convênios atendidos

Unimed · SAÚDE SÃO JOSÉ · SAÚDE CAIXA · CASSI · bradesco saúde · GEAP saúde · SC Saúde

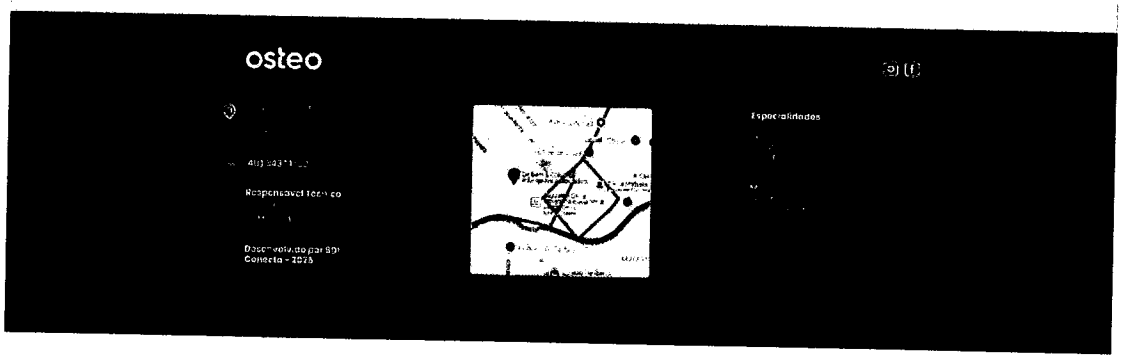
O que dizem sobre nós?



"Lorem ipsum dólor sit amet consectetur. Morbi turpis scelerisque turpis nisl amet. Eget ultricies erat at gravida sit tincidunt. Purus in ac ultrices suspendisse eleifend donec diam. Dolor faucibus sed malesuada nunc purus urna augue vitae vel."

Nome do Paciente, 38
Paciente do Nome da Especialidade

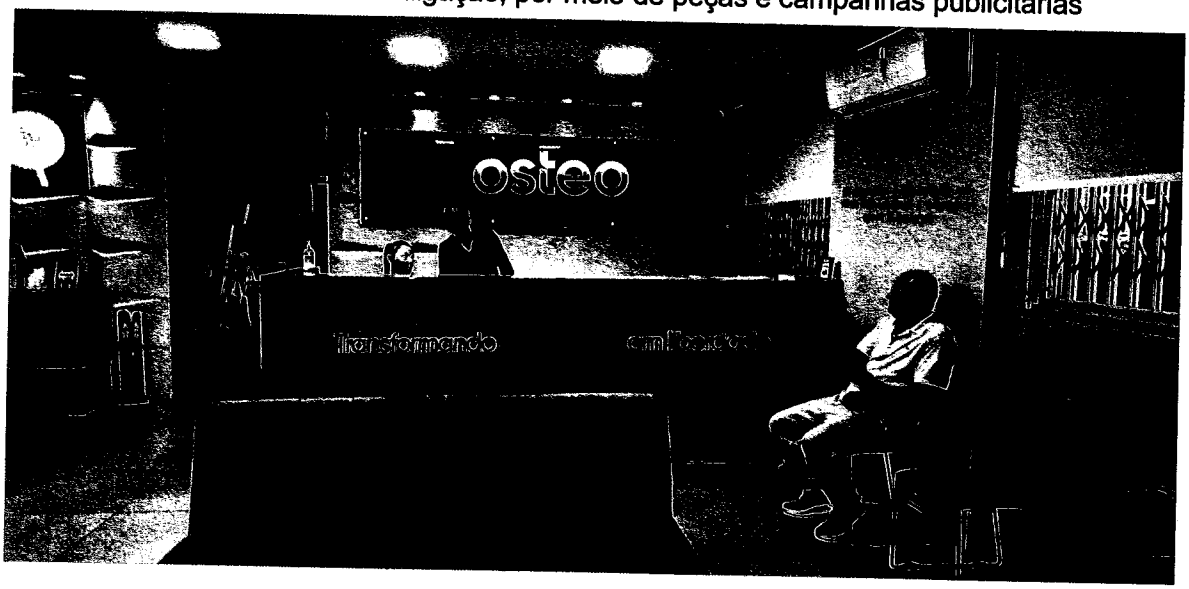
Entre em contato e agende uma consulta!



Slogan – Indicação sucinta do problema e solução proposta
Com a transição da marca **Osteoclínica para Osteo**, surgiu a necessidade de comunicar o novo posicionamento de forma clara, emocional e inspiradora. O desafio consistia em traduzir o propósito da clínica — unir ciência do movimento e cuidado humano — em uma frase curta, memorável e coerente com a nova identidade.
Como solução, foi criado o slogan **"Transformando movimento em liberdade."**, expressão que sintetiza o compromisso da marca em restaurar a autonomia e a qualidade de vida dos pacientes. O slogan complementa a nova identidade visual, reforçando o posicionamento de uma marca moderna, empática e transformadora, sendo aplicado, entre outros pontos de contato, na entrada e no balcão de recepção da clínica.

Ficha técnica

Agência: SDI Comunica
Cliente: Orto Trauma Clínica de Fraturas Ltda.
Título do trabalho: Slogan
Data da Produção: 09/07/2024
Período de veiculação: A partir de 01/04/2025 – atualmente
Exposição: Desde o lançamento da nova marca (03/04/2025)
Veículo: Diversos canais de divulgação, por meio de peças e campanhas publicitárias



Áudio	Efeito
A Osteo acredita que qualidade de vida não é apenas ausência de dor, é a liberdade de viver plenamente, de abraçar cada momento. Por isso, cada consulta, cada tratamento, cada cirurgia é um passo em direção à autonomia e liberdade, a liberdade de viver plenamente e abraçar cada momento. Na Osteo, vamos além do tratamento osteomuscular, nós transformamos vidas. Osteo Transformando movimento em liberdade	**Locução:** voz masculina

A peça eletrônica está no pendrive, fornecido pelo município.

Spot – Indicação sucinta do problema e solução proposta
Apesar de contar com um corpo clínico reconhecido e ampla experiência na área, a marca ainda não possuía presença ativa em meios de comunicação de grande alcance popular, o que resultava em baixa lembrança e pouca associação entre a excelência do atendimento, o tempo de atuação no mercado e o nome da instituição.
Como solução, foi desenvolvido um **spot de rádio com narrativa emocional e linguagem humanizada**, veiculado em horários de grande audiência e em emissoras com abrangência regional. O formato sonoro foi escolhido por seu alto alcance e capacidade de gerar identificação, reforçando o propósito da Osteo de promover autonomia e qualidade de vida, além de aproximar a marca da comunidade. A peça posiciona a instituição como referência em ortopedia, destacando o cuidado integral e a excelência dos serviços prestados.

Ficha técnica

Agência: SDI Comunica
Cliente: Orto Trauma Clínica de Fraturas Ltda
Título do trabalho: Spot de 30"
Período de veiculação: De 04/04/2025 a 31/07/2025
Exposição: Veiculação diária em emissoras de rádios da região
Veículos: Rádio Atlântida, Rádio Eldorado, Rádio Guarujá, Rádio Cruz de Malta, Rádio Integração, Rádio Maristela e Rádio Som Maior.



Convite – Indicação sucinta do problema e solução proposta

O processo de reposicionamento da marca demandava uma comunicação capaz de transmitir significado e engajamento, evitando que o lançamento fosse percebido apenas como uma mudança visual ou operacional.

Como solução, foi desenvolvido um **convite digital** alinhado ao novo conceito e à identidade da marca, convidando colaboradores, parceiros e a comunidade a participarem desse novo momento. A peça fortaleceu o sentimento de pertencimento e contribuiu para o reconhecimento coletivo da transformação da Osteo.

Ficha técnica

Agência: SDI Comunica
Cliente: Orto Trauma Clínica de Fraturas Ltda
Título do trabalho: Convite digital
Período de veiculação: Terceira semana de março de 2025
Exposição: Comunicação via WhatsApp, por meio de card digital no formato 1081 × 1351 pixels
Veículo: Whatsapp

Áudio	Imagem
Pare, respire fundo e imagine a sensação de se movimentar sem limitações, de abraçar a vida com plenitude e viver por completo.	Imagens em um espaço aberto, um campo, que de para ver o vento na vegetação. Com uma mulher de cabelo solto no centro, contemplando.
Imaginou? A Osteo existe para proporcionar momentos assim. Acreditamos que qualidade de vida não é apenas ausência de dor, é a liberdade de viver plenamente, de abraçar cada momento.	A câmera foca no rosto de cada uma das pessoas em cenas e finaliza no senhor para em seguida mostrar ele dentro da Osteo, olhando para o médico que está cuidando dela com carinho. Ao lado está criança, tranquilizando-o.
Na Osteo, vamos além do tratamento osteomuscular, nós transformamos vidas.	Mostra os profissionais olhando para a câmera, sorrindo e mostrando o cuidado e acolhimento.
Osteo Transformando movimento em liberdade	Finaliza com a marca nova em destaque na frase.

A peça eletrônica está no pendrive, fornecido pelo município.

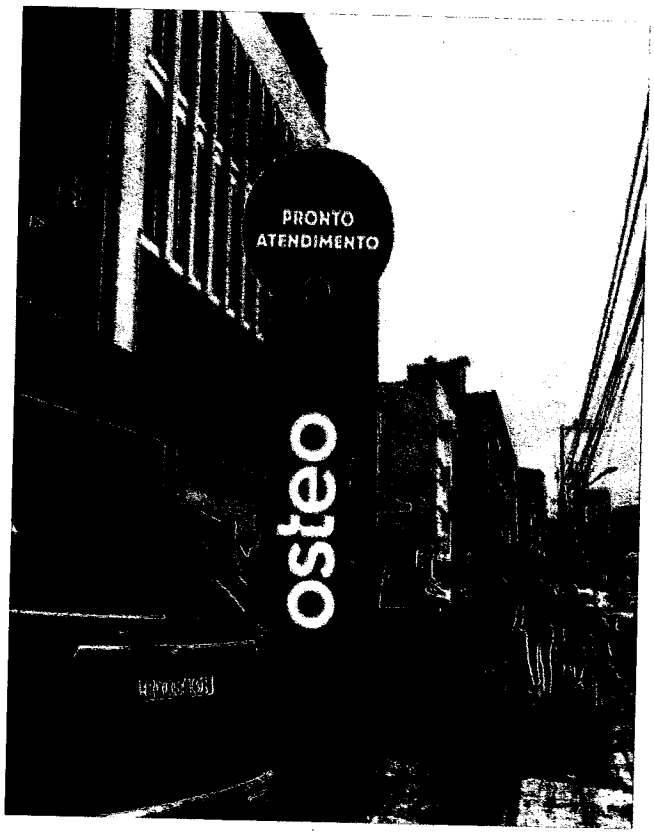
VT – Indicação sucinta do problema e solução proposta

Havia a necessidade de uma peça audiovisual capaz de comunicar, de forma sensível e direta, a transformação da marca e seu novo posicionamento. Também era fundamental reforçar o novo slogan, associado ao conceito de movimento, ampliar a identificação com diferentes faixas etárias e romper a percepção de que a Osteo atendia exclusivamente um público mais velho.

Como solução, foi desenvolvido um **vídeo manifesto** que traduz o propósito da marca, apresentando a Osteo como uma clínica que promove autonomia, bem-estar e qualidade de vida em todas as fases da vida. A narrativa reforça o movimento como expressão de liberdade, aproximando a marca do público e consolidando seu posicionamento humanizado. A veiculação ocorreu durante o **Jornal do Almoço**, da **NSC TV Criciúma**, programa líder de audiência no horário do meio-dia na região Sul de Santa Catarina, ampliando significativamente o alcance e a relevância institucional da campanha.

Ficha técnica

Agência: SDI Comunica
Cliente: Orto Trauma Clínica de Fraturas Ltda
Título do trabalho: Roteiro de 30"
Data de Produção: 24/03/2025
Período de veiculação: De 04/04/2025 a 31/07/2025
Exibição: Criciúma/SC
Veículo: NSC TV Criciúma – Patrocinio Jornal do Almoço



Totem – Indicação sucinta do problema e solução proposta
Com a consolidação do novo posicionamento da marca, tornou-se essencial unificar a comunicação visual também nos espaços físicos, assegurando que o público reconhecesse a Osteo de forma clara, coerente e imediata em todos os pontos de contato. A fachada exerce papel estratégico nesse processo, por ser o primeiro elemento de interação entre a marca e o público, transmitindo credibilidade, modernidade e acolhimento.
Como solução, foi desenvolvida uma **nova identificação externa**, com destaque para um **totem em formato diferenciado e cor atrativa**, ampliando a visibilidade da marca, facilitando o reconhecimento à distância e reforçando a presença institucional da Osteo como referência em saúde especializada.

Ficha técnica

Agência: SDI Comunica
Cliente: Orto Trauma Clínica de Fraturas Ltda
Título do trabalho: Totem externo 1x5m
Data de produção: 18/02/2025
Período de veiculação: A partir de 25/03/2025 – atualmente
Exposição: Fachada externa da clínica, localizada na Rua João Cechinel, nº 368, Centro, CEP 88811-500, Criciúma/SC
Fornecedor: Delta Print

sdi
#somossdi

PROVOCAMOS SUA CONSTANTE RESSIGNIFICAÇÃO



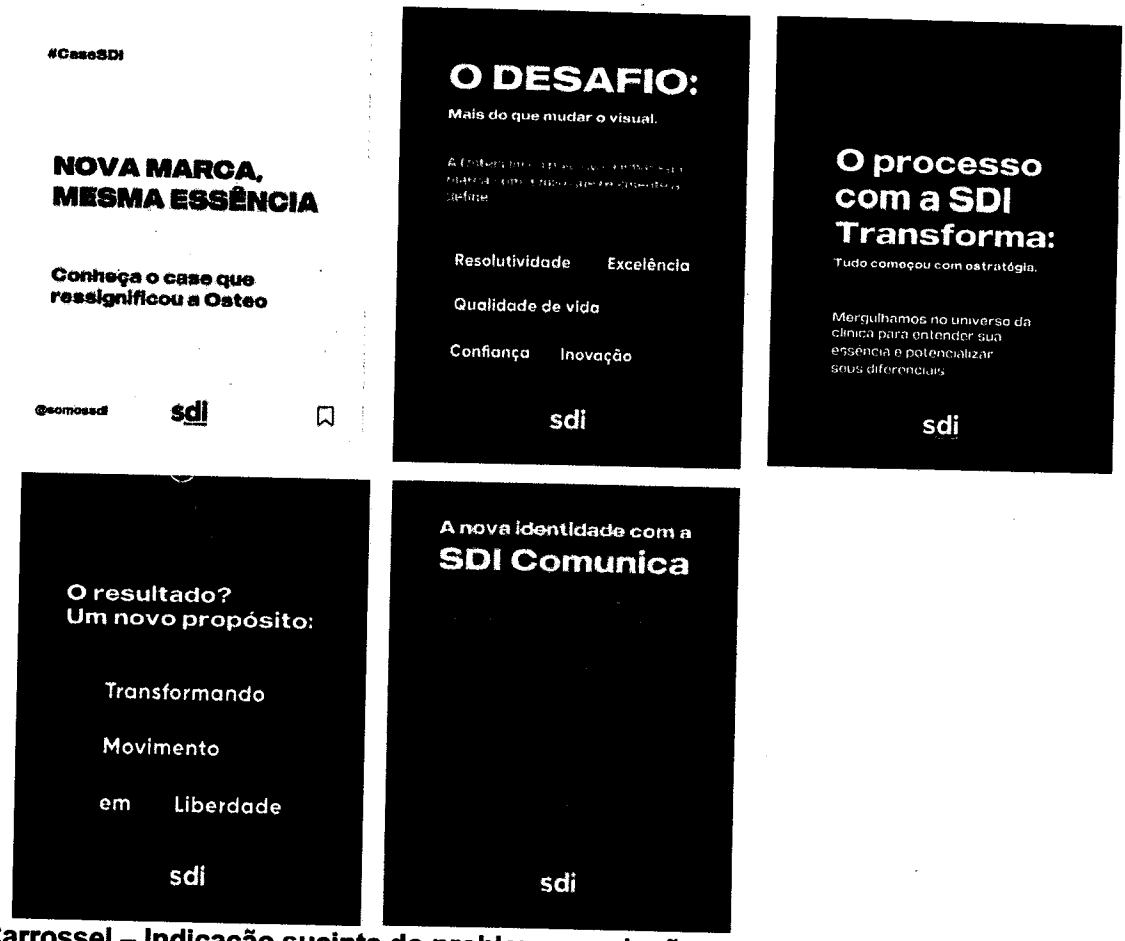
Encontre força na sua jornada de recuperação.

Transforme suas limitações em superações.

Ambientação – Indicação sucinta do problema e solução proposta
Embora o ambiente já contasse com sinalização interna, a comunicação existente era excessivamente técnica e pouco inspiradora, não refletindo plenamente o propósito, a leveza e o acolhimento propostos pelo novo posicionamento da marca. Isso tornava a experiência dos pacientes mais funcional do que sensorial, sem reforçar a presença e o significado da Osteo no cotidiano do cuidado.
Como solução, foi realizada uma **renovação da ambientação interna**, com a incorporação de frases-conceito, aplicação do novo slogan e uso de elementos visuais mais leves, todos alinhados à identidade visual da marca. A intervenção tornou os espaços mais acolhedores e significativos, fortalecendo a experiência do paciente e reafirmando o posicionamento da Osteo de **"transformar movimento em liberdade"**.

Ficha técnica

Agência: SDI Comunica
Cliente: Orto Trauma Clínica de Fraturas Ltda
Título do trabalho: Ambientação
Data de produção: 18/02/2025
Período de veiculação: A partir de 25/03/2025 – atualmente
Exposição: Ambiente interno do cliente, conforme o endereço Rua João Cechinel, 368, CEP 88811-500, Centro, Criciúma/SC.
Fornecedor: Delta Print



Carrossel – Indicação sucinta do problema e solução proposta

Após a transição da marca **Osteoclínica para Osteo**, parte do público ainda não compreendia plenamente o novo posicionamento. Havia a necessidade de comunicar, de forma simples e didática, o propósito, os valores e o significado da mudança, garantindo entendimento e adesão tanto interna quanto externamente.

Como solução, foi desenvolvido um **carrossel institucional para redes sociais**, que apresenta de maneira visual e objetiva o novo propósito da marca e os pilares que sustentam o reposicionamento. A peça esclarece a evolução da Osteo, reforça sua essência e destaca a proposta de **"Transformar movimento em liberdade"**, fortalecendo a identificação e a conexão com o público.

Ficha técnica

Agência: SDI Comunica
Cliente: Orto Trauma Clínica de Fraturas Ltda.
Título do trabalho: Carrosel no formato de 1080x1350 pixels
Data de produção:11.04.2025
Período de veiculação: 17/04/2025
Exposição: Redes Sociais
Veículo: Instagram

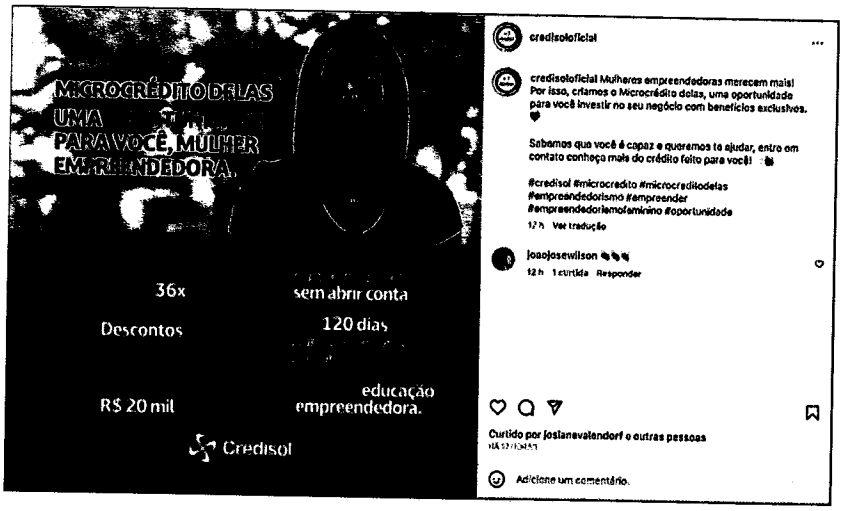
Jairton Manique Barreto
Diretor Administrativo

Relato de Solução de Problema de Comunicação

Cliente: Instituição de Crédito Solidário – Credisol

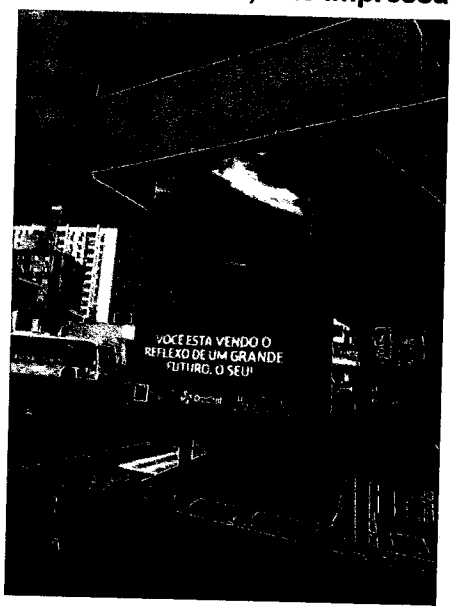
A proposta era criar uma campanha que ampliasse o alcance do Microcrédito Delas, uma linha exclusiva para mulheres empreendedoras, fortalecendo o posicionamento da Credisol como uma instituição que gera oportunidades reais e autonomia financeira para quem transforma trabalho em futuro. O desafio era comunicar um produto financeiro de forma emocional e empoderadora, aproximando a marca das histórias de mulheres que empreendem para sustentar suas famílias e realizar sonhos. O que fizemos: inspirados na força e na rotina das mulheres brasileiras, construímos um conceito de campanha que fugia dos estereótipos de datas comemorativas e colocava o protagonismo feminino no centro da narrativa. A campanha conectou propósito e produto: mostramos que o crédito é apenas o começo, o verdadeiro investimento é na mulher que faz a economia girar todos os dias. Com uma comunicação moderna e inclusiva, a ação foi veiculada em TV, redes sociais, outdoors, painéis de LED, vitrines, pontos de ônibus, rádio, anúncio de jornal e mídia programática, além de materiais impressos e digitais voltados aos agentes de crédito. KV principal. O conceito visual trouxe mulheres reais, representando diferentes perfis de empreendedoras, com uma linguagem vibrante, colorida e inspiradora. O mote central reforçava o protagonismo feminino como motor de transformação econômica e social. O lançamento do Microcrédito Delas consolidou um novo momento para a marca: 684 mulheres atendidas em poucos meses, R$ 5.736.778,90 liberados até março de 2023, crescimento expressivo na proporção de clientes mulheres, que passou de 33% em 2005 para 47,8% em 2022, aumento de 50% nas vendas do produto em relação ao ano anterior e impacto direto de 20% no faturamento líquido da empresa. Mais do que números, a campanha fortaleceu o elo entre a Credisol e o público feminino, transformando o Microcrédito Delas em um símbolo de inclusão e oportunidade.

Feed Instagram, formato 1080 pixels por 1080 pixels



Objetivo: Gerar engajamento digital e inspirar mulheres a conhecer e solicitar o Microcrédito Delas, ampliando o alcance da campanha para o público conectado. A peça foi criada para aproximar a linguagem da marca do público digital, valorizando a estética moderna e o tom emocional da campanha. Com abordagem inclusiva e visual inspirador, o post reforça o papel da Credisol como parceira das mulheres que movimentam a economia, transformando a comunicação digital em canal de propósito e oportunidade.

Parada de ônibus, arte impressa em 120 por 65 centímetros exibida nas cidades



Objetivo: Ampliar a presença da campanha em locais de grande fluxo, reforçando a lembrança de marca e o protagonismo feminino no cotidiano. A foi pensada para gerar identificação imediata, alcançando mulheres em deslocamento diário – trabalhadoras, mães, empreendedoras e chamando a atenção de quem passa, transmitindo empoderamento e proximidade com a realidade local, fortalecendo o vínculo da Credisol com o público feminino.

Criciúma, 05 de fevereiro de 2026.

Eduardo Ribeiro Manentti
Empresa: Instituição de Crédito Solidário - Credisol
Função: Gerente Executivo

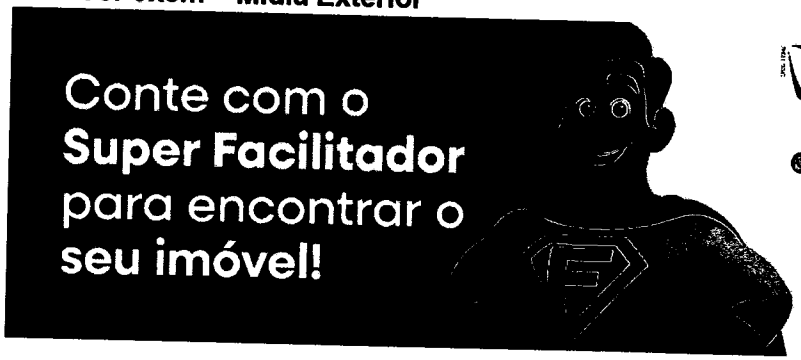
Jairton Manique Barreto
Diretor Administrativo

Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Cliente: Locativa

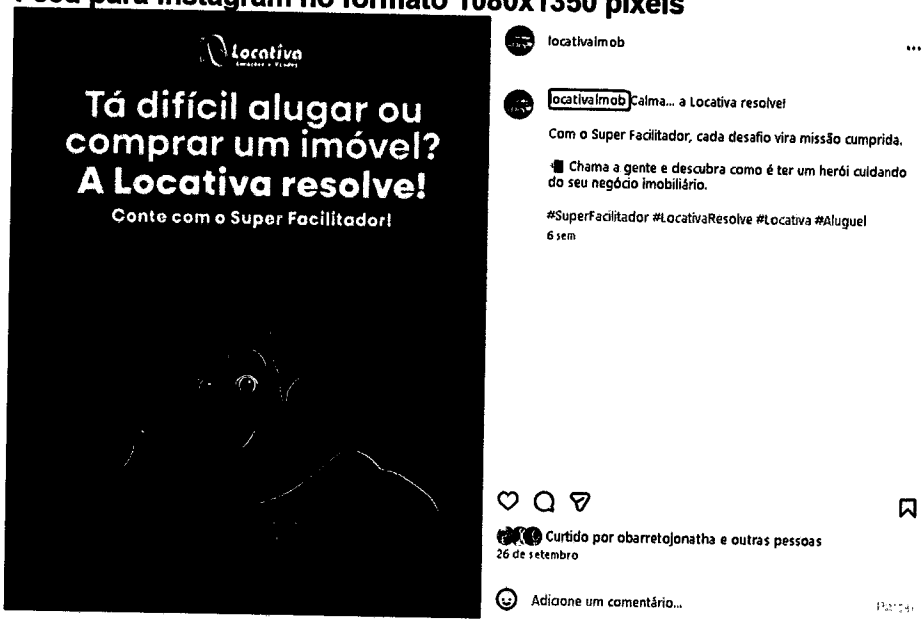
A Locativa é uma imobiliária reconhecida regionalmente e, por alguns anos, construiu sua identidade em torno de campanhas bem-humoradas, como a "Campanha das Frutas", que ajudou a fixar sua marca. Com a transformação do mercado imobiliário, a digitalização das jornadas de compra e locação e a entrada da Geração Z nas decisões de moradia, o humor isolado já não era suficiente. O desafio passou a ser renovar a comunicação sem perder a essência da marca: manter proximidade e leveza, mas com linguagem mais moderna, criativa e multiplataforma, capaz de dialogar com públicos diversos e reforçar valores como confiança, praticidade e resolução. Paralelamente, a empresa buscava ampliar seus resultados digitais, aumentar o volume e a qualidade dos leads e reduzir o custo por conversão, fortalecendo o reconhecimento da marca nas redes sociais. **Solução Criativa** – O nascimento do Super Facilitador. A resposta veio na criação de um símbolo: o Super Facilitador, personagem que representa o propósito da Locativa de tornar a vida dos clientes mais fácil. Carismático e resolutivo, ele personifica agilidade, cuidado e compromisso. Sob sua identidade secreta, Luís Chaves, assume o papel do corretor humano e confiável, que orienta e simplifica a jornada de quem quer alugar ou comprar um imóvel. O nome reforça a conexão emocional: "Luís", comum e próximo; "Chaves", referência direta ao momento mais esperado do processo imobiliário. O formato de super-herói dialoga com o imaginário coletivo de proteção e confiança, conecta-se à estética da Geração Z e dos Millennials e permite narrativas seriadas, multiformato e altamente compartilháveis. A campanha ganhou vida em vídeos 3D, publicações estáticas e animações curtas, criando identidade visual marcante e reconhecível. **Execução e Resultados. A campanha foi estruturada** em duas frentes principais — **Locação e Vendas** — com reforço institucional por meio da série "Super Facilitador".
Locação: 288 leads | Alcance: 82.918 | Custo total: R$ 3.381,15 | CPL: R$ 11,74
Vendas: 184 leads | Alcance: 88.009 | Custo total: R$ 5.411,32 | CPL: R$ 29,41
Vídeo – Super Facilitador: 77.693 impressões | 50.236 visualizações | CPV médio: R$ 0,01 | Taxa de engajamento: 78,92% | Retenção total: 64,88%
Os números comprovam uma campanha altamente eficiente, com excelente retenção, forte conexão emocional e geração de leads qualificados a custos competitivos, superando benchmarks regionais do setor imobiliário. **Impacto e Aprendizados:** O Super Facilitador ultrapassou o papel de personagem publicitário e tornou-se um símbolo de posicionamento. A Locativa passou a ser percebida como uma marca moderna, confiável e próxima, capaz de unir branding emocional e performance. O sucesso da primeira fase abriu espaço para novos capítulos, desdobramentos sazonais e ações internas, consolidando o personagem como um ativo proprietário da marca — um herói que vive, na prática, o propósito da Locativa.

Outdoor 9x3m – Midia Exterior



Campanha: Super Facilitador
Objetivo: Reforçar o reconhecimento do personagem como símbolo da marca Locativa e atrair a atenção do público em pontos estratégicos da cidade. Foi concebido para traduzir visualmente o novo posicionamento, como moderno, próximo e resolutivo, por meio da figura do Super Facilitador, criado para representar a essência da marca: tornar a vida das pessoas mais fácil. Com essa peça, a Locativa se reposiciona como uma marca moderna, empática e preparada para o novo perfil de consumidor, conectando performance e emoção em um formato de alto impacto visual.

Feed para instagram no formato 1080x1350 pixels



Campanha: Super Facilitador
Objetivo: Engajar o público digital, fortalecer a identificação com o personagem e gerar leads de locação e venda com linguagem criativa e multiplataforma. A publicação no feed do foi desenvolvida para conectar o público da nova geração (Millennials e Geração Z) com a Locativa através de um personagem carismático e humano, para resolver com empatia e rapidez. Num formato que combina estética 3D, humor sutil e narrativa de herói cotidiano. A peça integra a campanha multiplataforma com identidade visual coerente e linguagem digital envolvente, permitindo reforçar sua posição como a imobiliária que entende o cliente e facilita cada etapa do processo.

Criciúma, 05 de fevereiro de 2026.

LOCATIVA EMPREENDIMENTOS IMOBILIÁRIOS LTDA.
MARCOS ANTONIO VICENTE
OAB/SC 8.613
CRECI/SC 13241

Marcos Antonio Vicente
Empresa: Locativa Empreendimentos Imobiliários Ltda.
Função: Diretor Administrativo

Jairton Manique Barreto
Diretor Administrativo