Conta. Saúde

PLANILHA GERAL DE AVALIAÇÃO PROPOSTA TÉCNICA

Campanha: Evoluimos com Compromisso de Cuidar de você

QUESITOS	AVALIADOR 01	AVALIADOR 02	AVALIADOR 03	Pontuação final por Quesito (média).
Raciocínio Básico	7,0	8,5	8	7,833
Estratégia de Comunicação Publicitária	16,0	18,9	17	17,3
Ideia Criativa	16,0	18,6	16,5	17,033
Estratégia de Mídia e Não Mídia	7,00	8,9	8	7,966
Capacidade Geral de Atendimento				
Repertório				
Relatos				

Identificação: Shopping de Ideias

PONTUAÇÃO TOTAL DA LICITANTE (Nota Auferida)	

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITARIA

Briffing: ITEM 4

Campanha: HOSPITAL BOM PASTOR

QUESITOS	**NOTA**
Raciocínio Básico – (de 0 a 10) pontos	8,5
Estratégia de Comunicação Publicitária – (de 0 a 20) pontos	18,9
Ideia Criativa – (de 0 a 20) - pontos	18,6
Estratégia de Mídia e Não Mídia – (de 0 a 10) pontos.	8,9

AVALIADOR n° : Diogo Ismael Dessa

Visto:

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARANGUÁ
Rua Virgulino de Queiroz, 200 - Centro - Araranguá / SC
48 3521 0900 I www.ararangua.sc.gov.br

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITARIA

Briffing: ITEM 04

Campanha: HOSPITAL BOM PASTOR

QUESITOS	**NOTA**
Raciocínio Básico – (de 0 a 10) pontos	7,0
Estratégia de Comunicação Publicitária – (de 0 a 20) pontos	16,0
Ideia Criativa – (de 0 a 20) - pontos	16,0
Estratégia de Mídia e Não Mídia – (de 0 a 10) pontos.	7,0

AVALIADOR n° : Gaulo Pithon

Visto: Gaulo Pithon

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARANGUÁ
Rua Virgulino de Queiroz, 200 - Centro - Araranguá / SC
48 3521 0900 I www.ararangua.sc.gov.br

PLANILHA INDIVIDUAL DE AVALIAÇÃO

PROPOSTA TÉCNICA – PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITARIA

Briffing: Item 4

Campanha: Hospital Bom Pastor

QUESITOS	**NOTA**
Raciocínio Básico – (de 0 a 10) pontos	8
Estratégia de Comunicação Publicitária – (de 0 a 20) pontos	17
Ideia Criativa – (de 0 a 20) - pontos	16,5
Estratégia de Mídia e Não Mídia – (de 0 a 10) pontos.	8

AVALIADOR nº : Lucas M. Casagrande

Visto:

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARANGUÁ
Rua Virgulino de Queiroz, 200 - Centro - Araranguá / SC
48 3521 0900 I www.ararangua.sc.gov.br

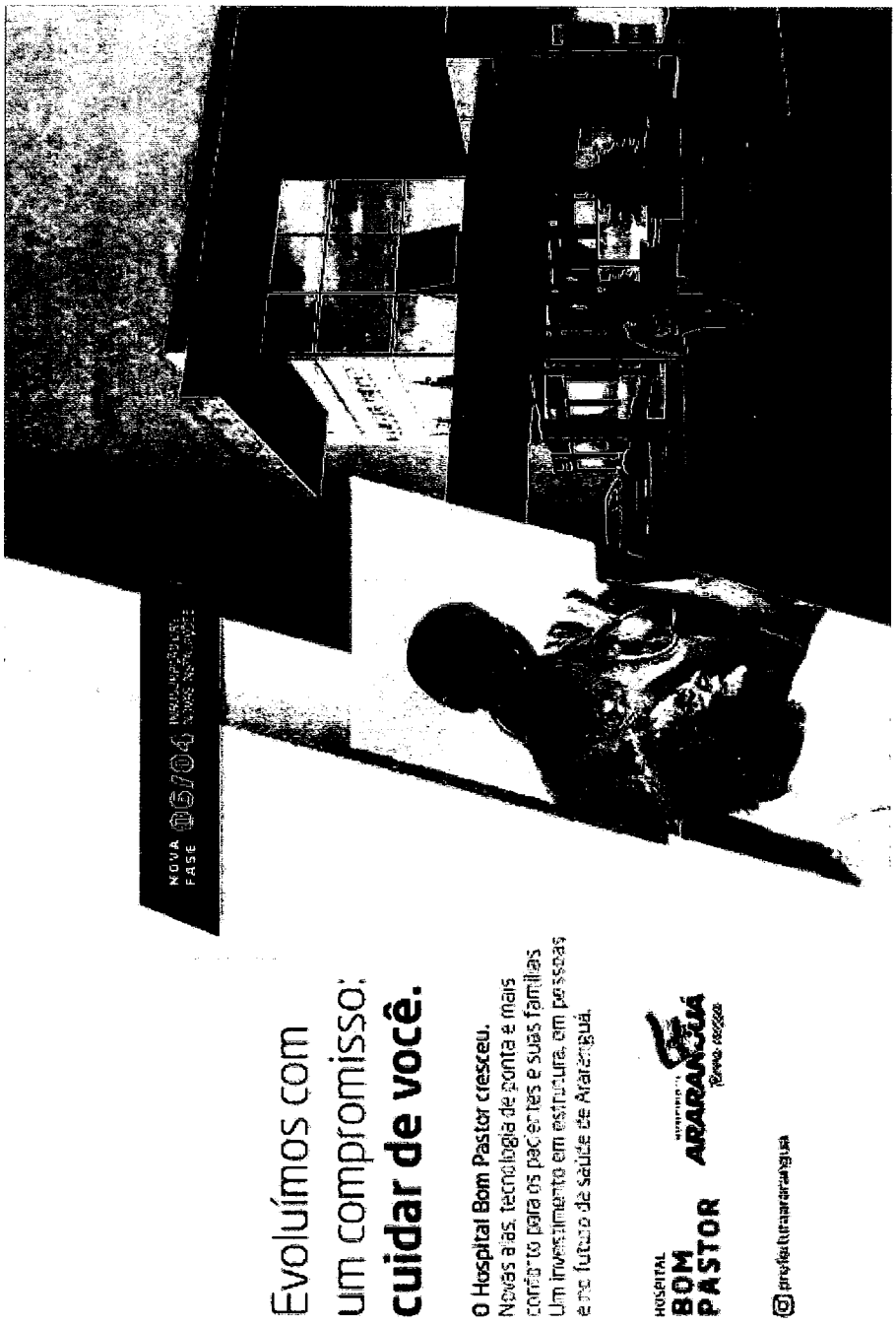
Raciocínio Básico

A ampliação do Hospital Bom Pastor representa um marco importante no fortalecimento da saúde pública de Araranguá, refletindo o compromisso da gestão municipal com a melhoria contínua da infraestrutura e da qualidade do atendimento à população. Mais do que uma obra física, o investimento simboliza a evolução de um projeto construído com base na confiança da comunidade, na parceria institucional e na responsabilidade de oferecer serviços de saúde cada vez mais completos, acessíveis e humanizados. As novas instalações, aliadas à modernização de equipamentos e à ampliação da capacidade de atendimento, representam um avanço concreto na prestação dos serviços, beneficiando diretamente pacientes, familiares e profissionais da saúde. A comunicação deste momento torna-se essencial para informar a população sobre os benefícios gerados, fortalecer o vínculo de confiança com o hospital e valorizar o investimento público realizado. O conceito "Evoluímos com um compromisso: cuidar de você." orienta toda a narrativa da campanha, traduzindo o equilíbrio entre modernização da estrutura e manutenção do cuidado humano como valor central. A mensagem reforça que o Hospital Bom Pastor evolui para atender melhor, sem perder sua essência de acolhimento, proximidade e dedicação às pessoas. Mais do que anunciar uma inauguração, a campanha tem como propósito apresentar à comunidade uma conquista coletiva, evidenciando que o crescimento do hospital é resultado do esforço conjunto entre gestão, profissionais da saúde e população, consolidando o Bom Pastor como referência regional e patrimônio institucional de Araranguá.

Estratégia de Comunicação Publicitária
Objetivo de Comunicação: Reforçar o posicionamento do Hospital Bom Pastor como uma instituição moderna, acessível e comprometida com o cuidado humano, transformando a ampliação de suas instalações em um símbolo de confiança, evolução e orgulho para a comunidade de Araranguá. A comunicação tem como propósito demonstrar que o hospital evolui não apenas em estrutura física, mas também em atendimento, tecnologia e qualidade dos serviços prestados, fortalecendo sua imagem como referência regional em saúde pública. O Hospital Bom Pastor se apresenta como uma instituição em constante movimento, que acompanha as transformações da medicina e as necessidades da população, sem abrir mão de sua essência: o cuidado com as pessoas. Com o conceito central "Evoluímos com um compromisso: cuidar de você." a campanha expressa modernização e acolhimento, evidenciando que cada investimento, cada novo espaço e cada avanço tecnológico têm como finalidade qualificar a experiência do paciente e ampliar o acesso a serviços de saúde com mais eficiência e humanização. Linguagem e Posicionamento Visual: A comunicação adota uma estética moderna, limpa e institucional, com predominância de tons suaves, luz natural e imagens que transmitam empatia, segurança e proximidade. Os ambientes hospitalares são apresentados de forma clara e organizada, reforçando sensações de transparência, conforto e credibilidade. A linguagem verbal utiliza frases curtas, objetivas e emocionais na medida certa, equilibrando informação e vínculo afetivo. O tom é positivo, evolutivo e verdadeiro, refletindo a identidade do hospital e sua relação de confiança com a comunidade. Personalidade da Marca: Humana: coloca o paciente no centro de todas as decisões. Confiável: representa segurança, ética e credibilidade institucional. Em evolução: investe continuamente para ampliar, modernizar e cuidar melhor da população.

Ideia Criativa
"Evoluímos com um compromisso: cuidar de você."
A campanha traduz o novo momento do Hospital Bom Pastor, unindo modernidade e acolhimento. Mais do que uma ampliação física, representa a evolução de um propósito: continuar oferecendo cuidado humano, confiança e excelência à comunidade de Araranguá. A data de inauguração da campanha é fictícia.

Peças:
Anúncio de ½ página



Outdoor 9x3

NOVA FASE 06/04 INAUGURAÇÃO DAS NOVAS INSTALAÇÕES
Evoluímos com um compromisso: cuidar de você.
HOSPITAL BOM PASTOR
MUNICÍPIO DE ARARANGUÁ Terra nossa
prefeituraararangua

Storyboard



CENA 1
Detalhes de pacientes sendo acolhidos.

LOCUÇÃO
O Hospital Bom Pastor evoluiu. Ampliou seu espaço, modernizou seus serviços e fortaleceu seu compromisso com a vida.



CENA 2
Imagens das novas instalações, profissionais em ação, tecnologias de ponta.

LOCUÇÃO
Cada avanço, cada investimento, foi pensado para cuidar ainda melhor de quem faz parte da nossa história: você.



CENA 3
Equipe reunida em frente ao hospital.

LOCUÇÃO
A essência permanece. O cuidado se renova. Evoluímos com um compromisso: cuidar de você.

Evoluímos com um compromisso: cuidar de você.

05/04

MUNICÍPIO DE ARARANGUÁ *Terra nossa*

Hospital Bom Pastor

@prefeituraararangua

CENA FINAL
logo prefeitura + selo da inauguração + slogan+ canais digitais

Spot de rádio de 30"

Áudio	**Efeito**
Hospital Bom Pastor está crescendo junto com a comunidade. Novas instalações, mais conforto, tecnologia, mais investimentos e o mesmo compromisso com a sua vida e a de quem faz parte da nossa história. Evoluímos com um compromisso: cuidar de você. Prefeitura de Araranguá e Hospital Bom Pastor Um novo tempo para a saúde da nossa cidade.	Voz: feminina

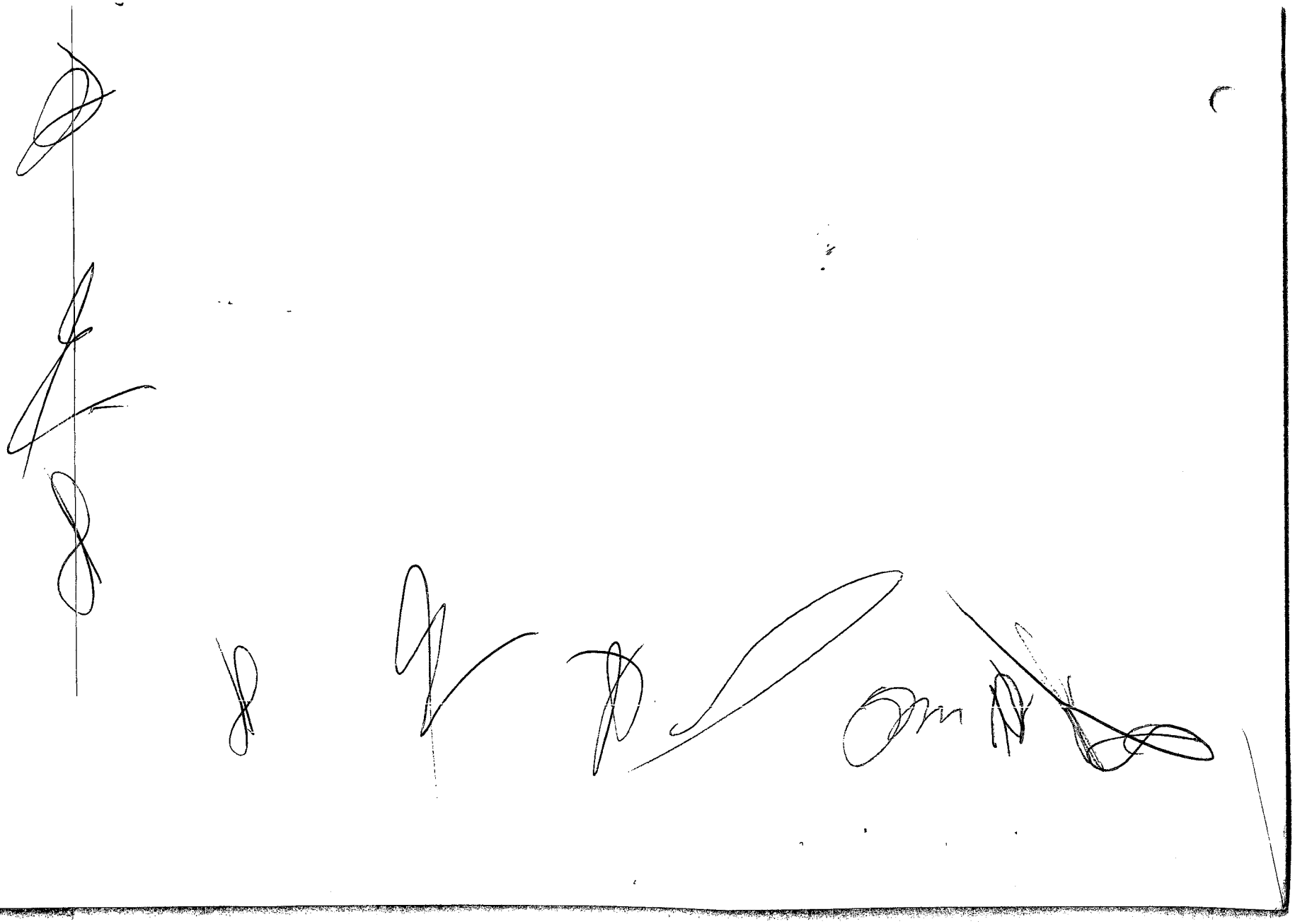
Estratégia de Mídia e Não Mídia

A estratégia de mídia da campanha tem como objetivo garantir visibilidade institucional, reconhecimento público e fortalecimento do vínculo entre o Hospital Bom Pastor e a comunidade de Araranguá. O plano de comunicação foi estruturado para operar dentro da verba simulada prevista no edital, priorizando meios de alto impacto local, equilíbrio entre mídia tradicional e digital e ações de baixo custo operacional, assegurando eficiência, capilaridade e retorno institucional.

A campanha será desenvolvida em três momentos principais: pré-inaugurarão, semana da inauguração e pós-inauguração, permitindo reforço contínuo da mensagem e aproveitamento integral dos materiais produzidos ao longo de todo o período de veiculação. Mídia - Rádio (spot 30s): Veiculação em emissoras regionais e locais, com linguagem acessível e institucional, destacando a ampliação do hospital e o compromisso com a saúde da população. Meio de alto alcance e excelente custo-benefício. Período estimado: até 20 dias, podendo ser distribuídos entre pré e pós-inauguração. Outdoor (9x3m): Mídia externa de forte impacto visual e memorização. Serão utilizados pontos estratégicos de Araranguá, com peças institucionais destacando o conceito "Evoluímos com um compromisso: cuidar de você." e imagens das novas instalações. Quantidade e período de veiculação ajustados conforme viabilidade orçamentária. Jornal local meia página): Formato informativo com foco em credibilidade e transparência. Apresentação dos principais investimentos, novos espaços e benefícios para a comunidade. Veiculação concentrada na semana da inauguração. Mídia Digital (Facebook, Instagram, YouTube e site institucional): Campanha digital integrada com vídeos curtos, carrosséis, posts informativos e impulsionamento segmentado para o público regional. Prioriza alcance, engajamento e reforço da lembrança institucional. Período estimado: até 30 dias. Não Mídia - Evento de inauguração: Cerimônia institucional com presença da comunidade, autoridades e imprensa, com cobertura digital e produção de conteúdo para redes sociais e canais oficiais. Materiais institucionais: Produção de conteúdos visuais e informativos para utilização em murais, redes sociais, site e releases de imprensa. A presente estratégia de mídia é simulada e estimativa, desenvolvida exclusivamente para fins de concorrência pública, conforme diretrizes do edital. A quantidade exata de inserções, formatos, períodos e canais de veiculação poderá ser ajustada na fase contratual, de acordo com a disponibilidade orçamentária efetiva, negociação com veículos e planejamento definitivo da administração pública. Os materiais produzidos serão planejados para uso transversal e reaproveitamento nos três momentos da campanha (pré, inauguração e pós), garantindo maior eficiência financeira, otimização de recursos e maximização do retorno institucional. Mensuração de Resultados (KPIs) – A mensuração da campanha será realizada por meio de indicadores quantitativos e qualitativos, considerando: Alcance: Estimativa de pessoas impactadas pelos meios utilizados, com base em dados fornecidos pelos próprios veículos e plataformas digitais. Engajamento: Monitoramento de interações nas redes sociais, acessos ao site institucional, participação no evento de inauguração e retorno espontâneo da comunidade. Percepção institucional: Avaliação qualitativa por meio de repercussão na imprensa, comentários do público, sentimento nas redes sociais e percepção de modernização e confiança no serviço público. Ao final da campanha, será elaborado relatório consolidado, reunindo métricas de desempenho, registros de mídia espontânea e análise institucional dos resultados. Os valores previstos nesta estratégia de mídia e não mídia correspondem exclusivamente a custos estimados de produção e veiculação, não incluindo custos de criação, concepção ou honorários da agência, os quais integram a proposta comercial e serão apresentados em documento específico, em conformidade com as exigências do edital e da legislação vigente.

PROPOSTA TÉCNICA - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA - BRIEFING 4

	CLIENTE	PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARANGUÁ	CIDADE :	ARARANGUÁ		
	Fornecedor/Veículo	FORMATO/ COR	DATA DA VEICULAÇÃO / AÇÃO	TOT INS.	CUSTO UNITÁRIO BRUTO	CUSTO TOTAL BRUTO
Não Mídia	Novaprint	Lona. 9x3		3	R$ 825,00	R$ 2.475,00
	Muralha	Video 30" com captação de cenas - gravação de uma diária - com versões inclusiva		1	R$ 8.300,00	R$ 8.300,00
	William	Fotos externas tratadas em alta qualidade		10	R$ 53,00	R$ 530,00
	Cayman	Site		1	R$ 8.090,00	R$ 8.090,00
Mídia	Outdoor	9x3	3 pontos fam: 9x3	15	R$ 17.269,00	R$ 19.395,00
	Meta ADS	Diversos	30 dias de veiculação	3	R$ 750,00	R$ 2.250,00
	Rádio Araranguá	Spot 30"	30 inserções indeterminado de 30"	30	R$ 166,66	R$ 5.000,00
	Enfoque Popular	Anuncio de 1/2 página	2 inserções de 1/2 página	30	R$ 105,66	R$ 3.169,80
	Tv Sul	Vt 30"	2 inserções por dia - 30 dias	2	R$ 950,00	R$ 1.900,00
	NSC TV Criciúma	Vt 30"	5 inserções total - Novela II | Altas Horas | Caldeirão | Domingão | Jornal do Almoço	30	R$ 75,00	R$ 2.250,00
				5	R$ 1.732,20	R$ 8.661,00
				100	R$ 3.779,52	R$ 23.230,80
				0	R$ 0,00	R$ 0,00
		VALOR TOTAL		115	R$ 21.047,52	R$ 42.625,80



Raciocínio Básico

A ampliação do Hospital Bom Pastor representa um marco importante no fortalecimento da saúde pública de Araranguá, refletindo o compromisso da gestão municipal com a melhoria contínua da infraestrutura e da qualidade do atendimento à população. Mais do que uma obra física, o investimento simboliza a evolução de um projeto construído com base na confiança da comunidade, na parceria institucional e na responsabilidade de oferecer serviços de saúde cada vez mais completos, acessíveis e humanizados. As novas instalações, aliadas à modernização de equipamentos e à ampliação da capacidade de atendimento, representam um avanço concreto na prestação dos serviços, beneficiando diretamente pacientes, familiares e profissionais da saúde. A comunicação deste momento torna-se essencial para informar a população sobre os benefícios gerados, fortalecer o vínculo de confiança com o hospital e valorizar o investimento público realizado. O conceito "Evoluímos com um compromisso: cuidar de você." orienta toda a narrativa da campanha, traduzindo o equilíbrio entre modernização da estrutura e manutenção do cuidado humano como valor central. A mensagem reforça que o Hospital Bom Pastor evolui para atender melhor, sem perder sua essência de acolhimento, proximidade e dedicação às pessoas. Mais do que anunciar uma inauguração, a campanha tem como propósito apresentar à comunidade uma conquista coletiva, evidenciando que o crescimento do hospital é resultado do esforço conjunto entre gestão, profissionais da saúde e população, consolidando o Bom Pastor como referência regional e patrimônio institucional de Araranguá.

Shopping de Ideias
Publicidade e Propaganda Ltda.
CNPJ 04.640.992/0001-72

/somossdi
/@somossdi
somossdi.com.br
(48)99927-1555

R. Coronel Pedro Benedet, n. 363,
sala 603, CEP 88.801-250, Centro,
Criciúma/SC. (48) 3437-1817

Estratégia de Mídia e Não Mídia

A estratégia de mídia da campanha tem como objetivo garantir visibilidade institucional, reconhecimento público e fortalecimento do vínculo entre o Hospital Bom Pastor e a comunidade de Araranguá. O plano de comunicação foi estruturado para operar dentro da verba simulada prevista no edital, priorizando meios de alto impacto local, equilíbrio entre mídia tradicional e digital e ações de baixo custo operacional, assegurando eficiência, capilaridade e retorno institucional.

A campanha será desenvolvida em três momentos principais: pré-inaugurarão, semana da inauguração e pós-inauguração, permitindo reforço contínuo da mensagem e aproveitamento integral dos materiais produzidos ao longo de todo o período de veiculação. Mídia - Rádio (spot 30s): Veiculação em emissoras regionais e locais, com linguagem acessível e institucional, destacando a ampliação do hospital e o compromisso com a saúde da população. Meio de alto alcance e excelente custo-benefício. Período estimado: até 20 dias, podendo ser distribuídos entre pré e pós-inauguração. Outdoor (9x3m): Mídia externa de forte impacto visual e memorização. Serão utilizados pontos estratégicos de Araranguá, com peças institucionais destacando o conceito "Evoluímos com um compromisso: cuidar de você." e imagens das novas instalações. Quantidade e período de veiculação ajustados conforme viabilidade orçamentária. Jornal local meia página): Formato informativo com foco em credibilidade e transparência. Apresentação dos principais investimentos, novos espaços e benefícios para a comunidade. Veiculação concentrada na semana da inauguração. Mídia Digital (Facebook, Instagram, YouTube e site institucional): Campanha digital integrada com vídeos curtos, carrosséis, posts informativos e impulsionamento segmentado para o público regional. Prioriza alcance, engajamento e reforço da lembrança institucional. Período estimado: até 30 dias. Não Mídia - Evento de inauguração: Cerimônia institucional com presença da comunidade, autoridades e imprensa, com cobertura digital e produção de conteúdo para redes sociais e canais oficiais. Materiais institucionais: Produção de conteúdos visuais e informativos para utilização em murais, redes sociais, site e releases de imprensa. A presente estratégia de mídia é simulada e estimativa, desenvolvida exclusivamente para fins de concorrência pública, conforme diretrizes do edital. A quantidade exata de inserções, formatos, períodos e canais de veiculação poderá ser ajustada na fase contratual, de acordo com a disponibilidade orçamentária efetiva, negociação com veículos e planejamento definitivo da administração pública. Os materiais produzidos serão planejados para uso transversal e reaproveitamento nos três momentos da campanha (pré, inauguração e pós), garantindo maior eficiência financeira, otimização de recursos e maximização do retorno institucional. Mensuração de Resultados (KPIs) – A mensuração da campanha será realizada por meio de indicadores quantitativos e qualitativos, considerando: Alcance: Estimativa de pessoas impactadas pelos meios utilizados, com base em dados fornecidos pelos próprios veículos e plataformas digitais. Engajamento: Monitoramento de interações nas redes sociais, acessos ao site institucional, participação no evento de inauguração e retorno espontâneo da comunidade. Percepção institucional: Avaliação qualitativa por meio de repercussão na imprensa, comentários do público, sentimento nas redes sociais e percepção de modernização e confiança no serviço público. Ao final da campanha, será elaborado relatório consolidado, reunindo métricas de desempenho, registros de mídia espontânea e análise institucional dos resultados. Os valores previstos nesta estratégia de mídia e não mídia correspondem exclusivamente a custos estimados de produção e veiculação, não incluindo custos de criação, concepção ou honorários da agência, os quais integram a proposta comercial e serão apresentados em documento específico, em conformidade com as exigências do edital e da legislação vigente.

Shopping de Ideias
Publicidade e Propaganda Ltda.
CNPJ 04.640.992/0001-72

/somossdi
/@somossdi
somossdi.com.br
(48)99927-1555

R. Coronel Pedro Benedet, n. 363,
sala 603, CEP 88.801-250, Centro,
Criciúma/SC. (48) 3437-1817

PROPOSTA TÉCNICA - ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA - BRIEFING 4

	CLIENTE	PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARANGUÁ	CIDADE :	ARARANGUÁ			
	Fornecedor/Veículo	FORMATO/ COR	DATA DA VEICULAÇÃO / AÇÃO	TOT INS.	CUSTO UNITÁRIO BRUTO	CUSTO TOTAL BRUTO
Não Mídia	Novapmt	Lona. 9x3		3	R$ 825,00	R$ 2.475,00
	Muralha	Vídeo 30" com captação de cenas - gravação de uma diária - com versões inclusiva		1	R$ 8.300,00	R$ 8.300,00
	William	Fotos externas tratadas em alta qualidade		10	R$ 53,00	R$ 530,00
	Cayman	Site		1	R$ 8.080,00	R$ 8.080,00
Mídia	Outdoor	9x3	3 pontos tam: 9x3	15	R$ 17.268,00	R$ 19.395,00
	Meta ADS	Diversos	30 dias de veiculação	3	R$ 750,00	R$ 2.250,00
	Rádio Araranguá	Spot 30"	30 inserções indeterminado de 30"	30	R$ 166,66	R$ 5.000,00
	Enfoque Popular	Anuncio de 1/2 página	2 inserções de 1/2 página	30	R$ 105,66	R$ 3.169,80
	Tv Sul	Vt 30"	2 inserções por dia - 30 dias	2	R$ 950,00	R$ 1.900,00
	NSC TV Criciúma	Vt 30"	5 inserções total - Novela II | Altas Horas | Caldeirão | Domingão | Jornal do Almoço	30	R$ 75,00	R$ 2.250,00
				5	R$ 1.732,20	R$ 8.661,00
				100	R$ 3.779,52	R$ 23.230,80
				0	R$ 0,00	R$ 0,00
			VALOR TOTAL	115	R$ 21.047,52	R$ 42.625,80

Shopping de Ideias
Publicidade e Propaganda Ltda.
CNPJ 04.640.992/0001-72

/somossdi
/@somossdi
somossdi.com.br
(48)99927-1555

R. Coronel Pedro Benedet, n. 363,
sala 603, CEP 88.801-250, Centro,
Criciúma/SC. (48) 3437-1817

Invólucro nº 02 - "PROPOSTA TÉCNICA - PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA – VIA IDENTIFICADA

PREFEITURA MUNICIPAL DE ARARANGUÁ

CONCORRÊNCIA Nº 140/2025 – CONTA 04

SHOPPING DE IDEIAS PUBLICIDADE E PROPAGANDA LTDA.

CNPJ: 04.640/992/0001-72