

**CÂMARA MUNICIPAL DE ARAPONGAS**

**TOMADA DE PREÇOS Nº 001/17**

**ENVELOPE Nº 03**

**PROPOSTA TÉCNICA:**

**CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**



**7.12.1 - Relação nominal dos principais clientes atuais da licitante, com a especificação do início de atendimento de cada um deles.**



**PREFEITURA MUNICIPAL DE ATALAIA - PR**

Atividade: Órgão Público.  
Período de atendimento: 2014 - ATUAL.  
Responsabilidade: Campanhas informativas e educativas de interesse público.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE FLORAI - PR**

Atividade: Órgão Público.  
Período de atendimento: 2014 - ATUAL.  
Responsabilidade: Campanhas informativas e educativas de interesse público.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE MANDAGUARI - PR**

Atividade: Órgão Público.  
Período de atendimento: 2013 - ATUAL.  
Responsabilidade: Campanhas informativas e educativas de interesse público.



**PREFEITURA MUNICIPAL DE NOVA ESPERANÇA - PR**

Atividade: Órgão Público.  
Período de atendimento: 2015 - ATUAL.  
Responsabilidade: Campanhas informativas e educativas de interesse público.



**APAE - MARINGÁ**

Atividade: Associação de Pais e Amigos dos Excepcionais.  
Período de atendimento: 2008 - ATUAL.  
Responsabilidade: Campanhas filantrópicas e Facebook.



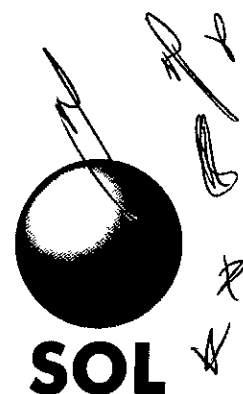
**ASILO SÃO VICENTE DE PAULO - MARINGÁ**

Atividade: Asilo.  
Período de atendimento: 1996 - ATUAL.  
Responsabilidade: Campanhas filantrópicas.



**CASA DOS UNIFORMES**

Atividade: Indústria e Comércio de Vestuário.  
Período de atendimento: 1996 - ATUAL.  
Responsabilidade: Campanhas comerciais em geral.





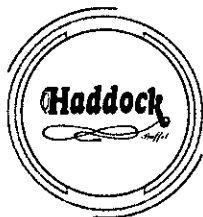
### **CENTRO UNIVERSITÁRIO CLARETIANO**

Atividade: Educação a Distância.  
Período de atendimento: 2009 - ATUAL.  
Responsabilidade: Programação de mídia local.



### **GRUPO FÁVARO**

Atividade: Eventos de Formaturas.  
Período de atendimento: 2017 - ATUAL.  
Responsabilidade: Materiais de apresentação e redes sociais Facebook/Instagram.



### **HADDOCK BUFFET**

Atividade: Buffet.  
Período de atendimento: 1996 - ATUAL.  
Responsabilidade: Campanhas comerciais em geral.



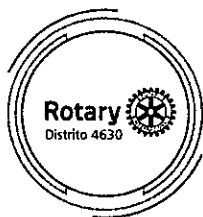
### **PRESSURE COMPRESSORES**

Atividade: Indústria de Compressores.  
Período de atendimento: 2016 - ATUAL.  
Responsabilidade: Campanhas comerciais em geral.



### **PRORELAX COLCHÕES**

Atividade: Indústria de Colchões.  
Período de atendimento: 2009 - ATUAL.  
Responsabilidade: Facebook e campanhas comerciais em geral.



### **ROTARY - DISTRITO 4630**

Atividade: Conjunto de Clubes do Rotary.  
Período de atendimento: 1999 - ATUAL.  
Responsabilidade: Campanhas filantrópicas.



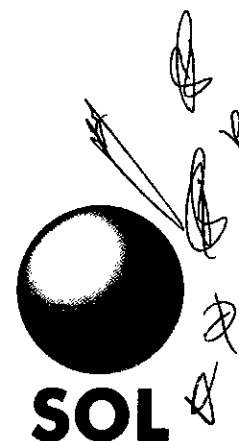
### **SANCHES TRIPOLONI**

Atividade: Construtora.  
Período de atendimento: 1996 - ATUAL.  
Responsabilidade: Materiais gráficos em geral.



### **SANCOR SEGUROS DO BRASIL**

Atividade: Seguradora.  
Período de atendimento: 2011 - ATUAL.  
Responsabilidade: Instagram e campanhas comerciais em geral.



**7.12.2 - A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de: Estudo e Planejamento, Criação, Mídia, Produção de Rádio e TV, Produção Gráfica e Atendimento.**

#### **ESTUDO E PLANEJAMENTO (1 profissional)**

Andrea M. Laurindo

Está há 11 anos na equipe Sol Propaganda. Andréa cursou Letras na UFSC e Jornalismo nas Faculdades Maringá. Experiente na organização de eventos, a profissional também coordena pesquisas de opinião e de mercado, colaborando para o tráfego interno da informação. Como estudo e planejamento, Andréa pesquisa e sugere soluções rápidas e eficientes.

#### **CRIAÇÃO (2 profissionais)**

Walter Thomé Jr.

42 anos de atuação no ramo publicitário, tendo iniciado sua carreira em São Paulo. Em Maringá, foi presidente da APP (Associação dos Profissionais da Propaganda) e hoje atua como delegado do SINAPRO (Sindicato das Agências de Propaganda do Paraná). É formado em Administração pela UEM e ministra cursos de Pós-Graduação na PUC-PR, campus Maringá e na Unicesumar.

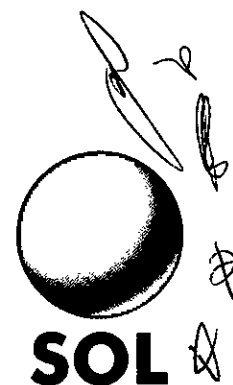
Thiago Lopes

Cursou Publicidade e Propaganda na Universidade de Taubaté - Unitau. O profissional iniciou suas atividades há 17 anos, trabalhando em agências de publicidade no estado de São Paulo. Thiago destaca-se pelas ilustrações.

#### **MÍDIA (1 profissional)**

Amana Coquemalla Thomé

Atua no mercado publicitário desde 2010. A profissional é formada em Gestão de Informática no IFPA (Instituto de Formação Profissional Administrativa) - nível superior, Tecnólogo, e Gestão Comercial, pela Faculdade Cidade Verde, concluído em 2012. Amana morou 12 meses na Alemanha.



## **PRODUÇÃO DE RÁDIO E TV (1 profissional)**

### Vanderlei de Oliveira Cirino

Formado em Direito pela UEM e em Administração de Empresas pela Faculdade Cidade Verde. Vanderlei, hoje sócio da Sol Propaganda, trabalha na agência há 25 anos. A formação prática lhe trouxe conhecimentos em áreas como design gráfico e multimídia (web, TV, rádio).

## **PRODUÇÃO GRÁFICA (1 profissional)**

### Roberval Buzon

Um dos colaboradores da Sol Propaganda com grande experiência. Fazendo parte da equipe há 17 anos, Rober, como é conhecido, domina a linguagem 3D (cursos profissionalizantes em 3Ds Max e Blender) e os demais *softwares* de trabalho. Na Sol, utiliza seu conhecimento e técnica em busca de novos formatos e acabamentos para os materiais impressos.

## **ATENDIMENTO (1 profissional)**

### Maria Aparecida Coquemalla

Diretora de Atendimento da Sol desde 1993. É formada em Pedagogia e Orientação Educacional pela Fundação Santo André - SP e Orientação Educacional pela FAI - SP. Administra as etapas do processo de atendimento de maneira ampla e participativa. O planejamento de comunicação é um dos diferenciais da Sol Propaganda e um dos princípios mais difundidos pela diretora da agência.

## **FINANCEIRO (1 profissional)**

### Roginer Teodoro da Silva

Técnico em Contabilidade e Técnico em Informática. Com a experiência de 25 anos nos setores Administrativo e Financeiro - sendo 10 anos trabalhando com Gerenciamento. Hoje orienta a equipe nas questões fiscais, trabalhista e cobranças.



**7.12.3 - Sistemática de atendimento, discriminando-se os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, para a criação da campanha e elaboração do plano de mídia.**

Agilidade, conhecimento e competência dão suporte total e determinam as metodologias e a sistemática de atendimento da Sol Propaganda.

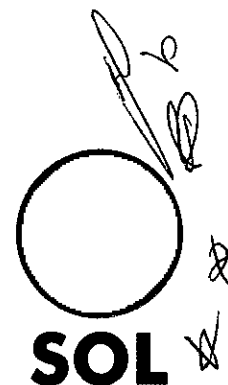
Todas as informações necessárias são coletadas pelos profissionais do atendimento, estudadas, transformadas em briefing e discutidas com o pessoal da criação, do planejamento e da mídia. Após esta etapa inicial, o dossiê de informações é colocado no Prosige, programa interno de trabalho. A agência mantém profundo interesse em estar sempre à frente dos prazos e supervisiona, sistematicamente, a qualidade dos serviços realizados. Enquanto os trabalhos são desenvolvidos, os profissionais do atendimento mantêm o cliente atualizado.

A Sol Propaganda está, verdadeiramente, preparada para atender os mais variados perfis de clientes. A agência é conhecida pelo histórico de conquistas e realizações para esses clientes. Cada profissional está gabaritado e treinado para a prestação dos serviços relacionados – diretamente ou por terceiros – tais como: produção de artes-finais e arquivos digitais; impressão; produção de fotos, spots, jingles, VTs; distribuição de material e aferição de conteúdos veiculados nos meios de comunicação.

Nossa agência possui a organização necessária para cumprir as obrigações exigidas pelo cliente, incluindo o planejamento de mídia e de comunicação; a criação, produção, distribuição, veiculação e controle de resultados de campanhas e peças publicitárias e de divulgação; o desenvolvimento e gerenciamento de pesquisas de opinião ou mercado.

Naturalmente, quando necessário ou solicitado, a Sol Propaganda se disponibiliza a ir até Arapongas para reuniões presenciais. Arapongas se encontra a apenas 64 km de Maringá, dessa forma, a curta distância entre as cidades facilita essa interação, de maneira prática e dinâmica. Para viabilizar o atendimento, temos à disposição diversos meios de contato com a Câmara Municipal de Arapongas, seja via internet (mensagens, vídeo chamadas, e-mails) ou telefone (fixo e celular).

Nos termos deste Edital e, em condições normais de trabalho, a agência estabelece os seguintes prazos máximos, em dias úteis, a contar da data de entrada do pedido de trabalho: criação de campanha em 3 dias e elaboração de plano de mídia em 2 dias.



**7.12.4 - As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato.**

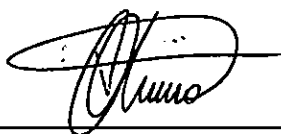
A Sol Propaganda está instalada numa ampla sede com 390m<sup>2</sup> de construção, distribuídos num espaço bem arborizado de 690m<sup>2</sup>. Localizada de forma privilegiada nos altos da Zona 5, em Maringá-PR, próxima a diversas redes de TV e produtoras de áudio e vídeo, a agência recebe seus clientes, fornecedores e veículos em espaços que têm a agradável vista do jardim e da piscina. Esse visual inspirador e as salas bem distribuídas da sede da agência formam um ambiente muito importante no processo criativo.

A capacidade de atendimento da agência distingue-se pela coordenação setorizada e controle das etapas de trabalho. Um software desenvolvido com exclusividade para a Sol gerencia desde a entrada do pedido de trabalho até sua entrega ao fornecedor ou veículo. O Prosige, como foi batizado, garante a agilidade do trabalho, regendo prazos para as equipes de criação, atendimento, mídia, planejamento e para o departamento financeiro. Esse programa permite compor diferentes grupos de trabalho para cada job; mantém cientes sobre o andamento das peças as diretorias de criação e arte; funciona como um banco de dados com informações de todos os veículos, fornecedores e clientes; além de controlar as entradas e saídas financeiras da empresa. O suporte para esse software é feito por meio de um servidor dedicado instalado na própria agência. Essa máquina também é o sustentáculo da rede de computadores da Sol Propaganda. Ao todo, 17 postos de trabalho estão interligados, sendo 14 computadores desktop e 3 notebooks, facilitando o fluxo constante da informação entre os funcionários, além de periféricos como impressoras, scanners e câmeras fotográficas.

Para o serviço externo, existe um automóvel Renault Scénic à disposição da equipe.

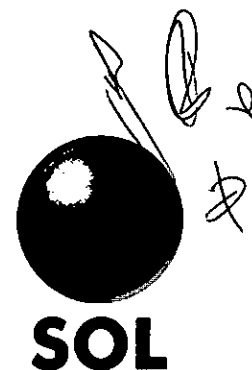


Arapongas, 23 de outubro de 2017.



---

Vanderlei de Oliveira Cirino  
CPF: 030.473.469-17  
Representante legal  
SOL PROPAGANDA LTDA - EPP





**CÂMARA MUNICIPAL DE ARAPONGAS**  
**TOMADA DE PREÇOS Nº 001/17**

**ENVELOPE Nº 03**  
**PROPOSTA TÉCNICA:**  
**REPERTÓRIO**





REPERTÓRIO

PEÇA Nº 3

○ SOL

FICHA TÉCNICA

**FLYER**

**Licitante:** Sol Propaganda.

**Cliente:** Câmara Municipal de Maringá.

**Título:** Deficiência Física.

**Formato original:** A5 frente e verso.

**Data de produção:** 27/11/2013.

**Período de divulgação:** 1 a 3 de dezembro/2013.

**Local de distribuição:** Maringá.

**Problema que a peça se propôs a resolver:** Informar, de forma leve e positiva, a data comemorativa do Dia Internacional da Pessoa com Deficiência Física, divulgando a programação dos eventos relacionados.

2  
b  
R  
P

# CONHEÇA A NOSSA PROGRAMAÇÃO.

**2 DE DEZEMBRO  
SEGUNDA-FEIRA**

- 12h - Abertura de exposição **PARA TODOS**, com trabalhos dos deficientes: Sara Camargo Vieira, Edvan Dias de Souza, Renanemar Martins de Brito e Ismael Roberto Batista Melo.
- Apresentações de capoeira e dança com alunos da Escola Especial Tânia Regina.
- Apresentação da **Famfara de APAE**.
- Palestra motivacional com Ana Carmen (deficiente visual).
- O evento contará com a presença de um intérprete de línguas (ASSUMAR).
- Local: Câmara Municipal de Maringá.

**3 DE DEZEMBRO  
TERÇA-FEIRA**

- 8h30 às 17h - Serão oferecidos serviços como cadastramento do programa Bolsa-Família, encaminhamento para retirada gratuita de documentos, atendimento e encaminhamento para o **Projovem**, Programa de Erradicação do Trabalho Infantil (PETI), atendimento do **Centro de Referência de Assistência Social (CRAS)**, atividades recreativas, além de apresentações musicais de crianças e adolescentes.
- Local: Praça Renato Ceitônio.

- 9h30 - Mesa Redonda com o tema: **Pessoas com Deficiência - Verdades e Mitos**.
- Local: Hélio Moreira.



CONSELHO MUNICIPAL  
DOS DIREITOS DA PESSOA  
COM DEFICIÊNCIA

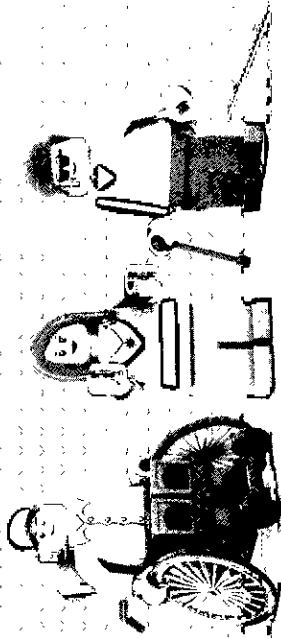


CÂMARA MUNICIPAL DE  
**MARINGÁ**  
www.cmmar.gov.br

PARTEIRA E CIDADE LINDA, NÃO JOQUE ESTE PANFLETO NO CHÃO

Frente  
e  
verso

5) **APALTO ANDAR** 2) **DO OÍDIO** 3) **DO OÍDIO** 4) **DO ENXERGAR**



1) **DO ENXERGAR**

**3 de dezembro, Dia Internacional da Pessoa com Deficiência Física**  
**Em Maringá, a acessibilidade promove o respeito e a cidadania**

SECRETARIA



CÂMARA MUNICIPAL DE  
**MARINGÁ**  
www.cmmar.gov.br

Handwritten signature and scribbles at the bottom right of the page.



REPERTÓRIO

PEÇA Nº4

○ SOL

FICHA TÉCNICA

**ANÚNCIO PARA JORNAL**

**Licitante:** Sol Propaganda.

**Cliente:** Unimed Maringá.

**Título:** Aquele abraço.

**Formato original:** 1 página standard.

**Data de produção:** 16/10/2014.

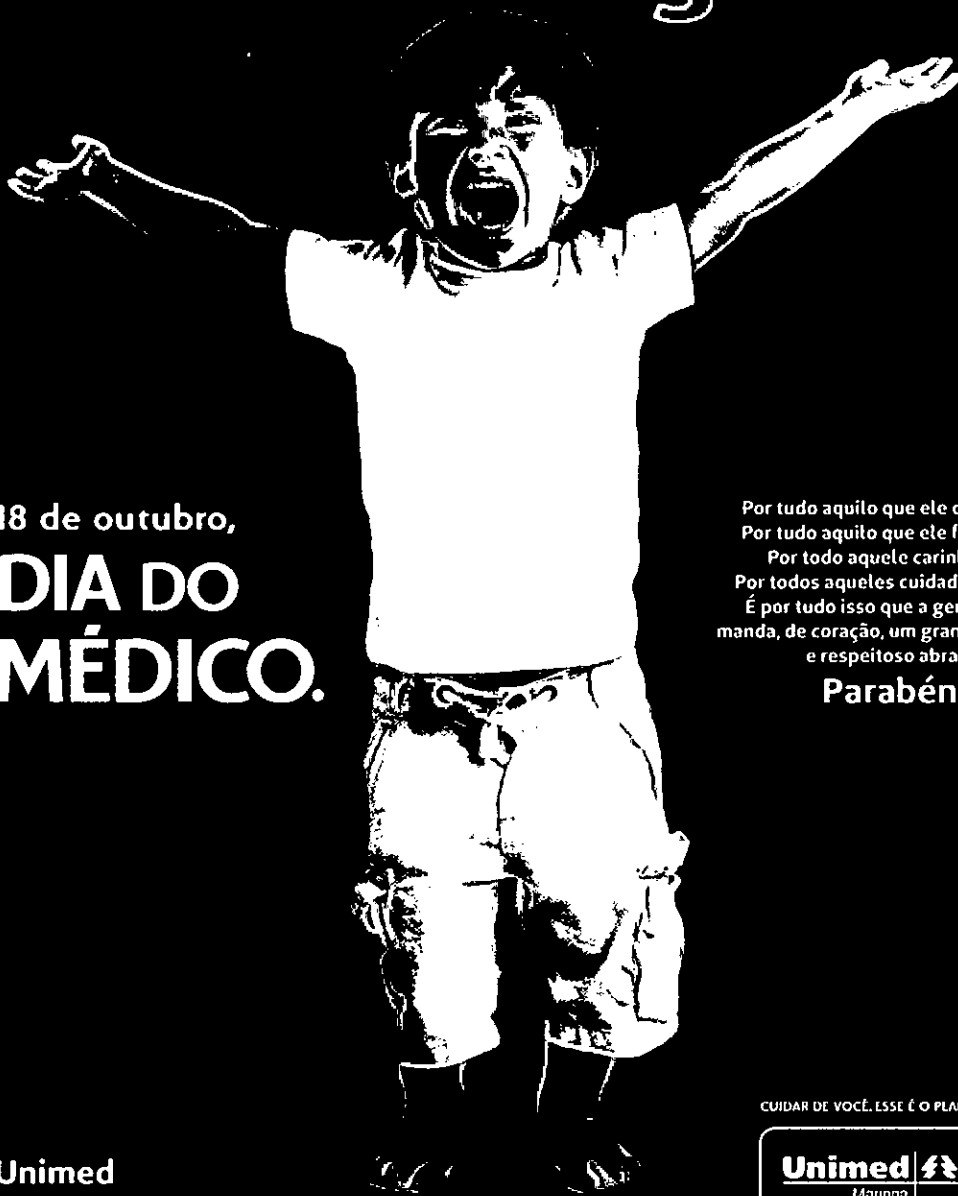
**Data de veiculação:** 18/10/2014.

**Veículo de divulgação:** Jornal O Diário.

**Problema que a peça se propôs a resolver:** O pedido da Unimed foi a criação de uma homenagem ao Dia do Médico, num anúncio que transmitisse a mensagem de forma emotiva e sincera.

4  
R  
P  
P

# AQUELE ABRACO



18 de outubro,  
**DIA DO  
MÉDICO.**

Por tudo aquilo que ele diz.  
Por tudo aquilo que ele faz.  
Por todo aquele carinho.  
Por todos aqueles cuidados.  
É por tudo isso que a gente  
manda, de coração, um grande  
e respeitoso abraço.  
**Parabéns!**

**Unimed**  
**Maringá:**  
892 médicos e  
muito amor pela vida.

CUIDAR DE VOCÊ. ESSE É O PLANO.



[www.unimedmaringa.com.br](http://www.unimedmaringa.com.br)  
0800 643 0027  
Av. Tiradentes, 1008 - 2º andar

5  
Handwritten signature and scribbles.



REPERTÓRIO

PECANº5

○ SOL

FICHA TÉCNICA

**ANÚNCIO PARA REVISTA**

**Licitante:** Sol Propaganda.

**Cliente:** Prefeitura Municipal de Marialva.

**Título:** Marialva, capital da uva fina do Paraná, cidade melhor é a gente que faz.

**Formato:** 1 página.

**Data de produção:** 31/08/2015.

**Período de veiculação:** Setembro/2015.

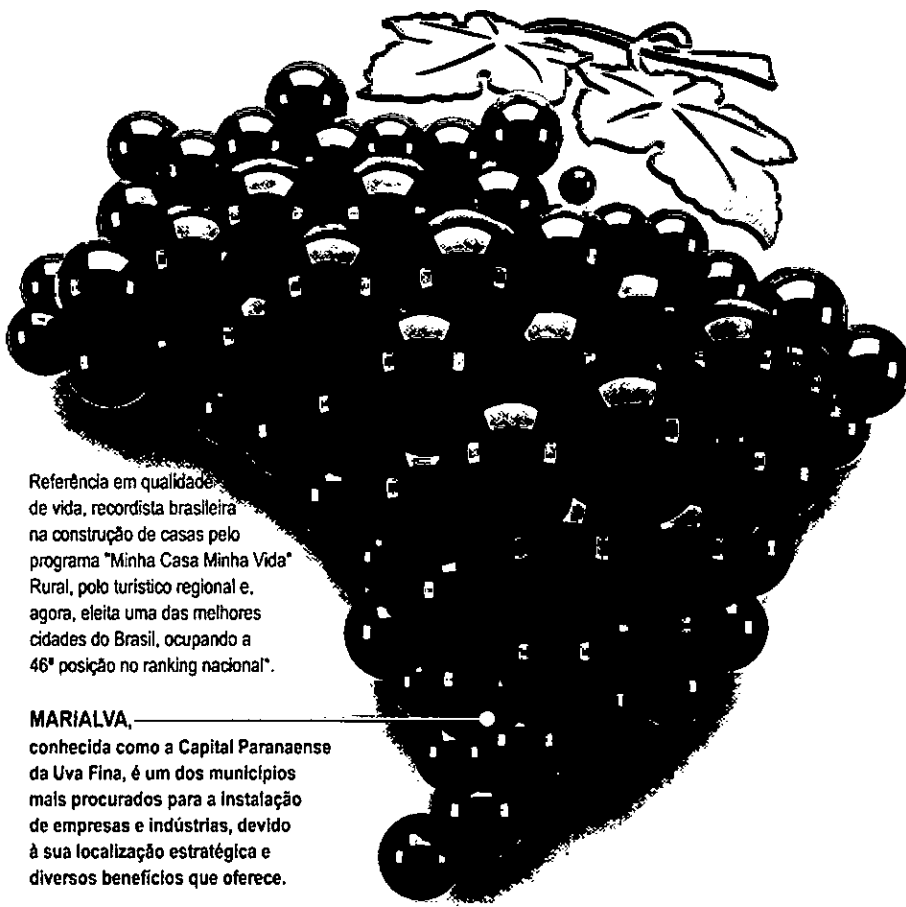
**Veículo de divulgação:** Revista Isto É (Edição Especial).

**Problema que se propôs a resolver:** Comunicar a presença de Marialva no ranking das "Melhores Cidades do Brasil 2015, como uma cidade privilegiada pela posição estratégica, desenvolvimento econômico e qualidade de vida.

6

# MARIALVA,

CAPITAL DA UVA FINA DO PARANÁ,  
CIDADE MELHOR É A GENTE QUE FAZ.



Referência em qualidade de vida, recordista brasileira na construção de casas pelo programa "Minha Casa Minha Vida" Rural, polo turístico regional e, agora, eleita uma das melhores cidades do Brasil, ocupando a 46ª posição no ranking nacional\*.

**MARIALVA,** conhecida como a Capital Paranaense da Uva Fina, é um dos municípios mais procurados para a instalação de empresas e indústrias, devido à sua localização estratégica e diversos benefícios que oferece.

As conquistas não param na cidade e sua maior obra continua sendo o cuidado com cada um de seus cidadãos.



[facebook.com/prefeituramarialva](https://www.facebook.com/prefeituramarialva)  
[www.marialva.pr.gov.br](http://www.marialva.pr.gov.br)

\*Fonte: ranking "Melhores Cidades do Brasil", critério "Capacidade de Atração, Indicadores Físicos", municípios até 50.000 habitantes, Inseto Auto Rating e Revista Isto É.



Monumento "Parreiral".



Cuidando do futuro.



Vista aérea noturna.



Uva natural.



Paisagismo.



Praça de lazer.



Monumento "Cacho de Uva".



Agroindústria Marialvaense.

Handwritten signatures and marks at the bottom right of the page.



REPERTÓRIO

PEÇA Nº 6

 SOL

FICHA TÉCNICA

**OUTDOOR**

**Licitante:** Sol Propaganda.

**Cliente:** Sancor Seguros.

**Título:** Parabéns, Maringá.

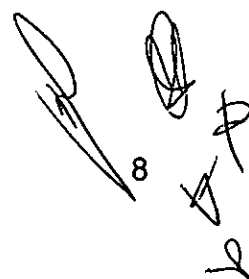
**Formato:** Outdoor padrão 9 x 3 m.

**Data de produção:** 27/04/2017.

**Período de veiculação:** 1 a 14 de maio de 2017.

**Veículo de divulgação:** Rede Outdoor Maringá.

**Problema que se propôs a resolver:** Comemorar o 70º aniversário de Maringá, cidade escolhida pela Sancor Seguros para sediar seus negócios no Brasil.

  
8  
A  
P



**PARABÉNS,  
MARINGÁ.**

**77**

**ANOS**

**A CASA DA SANCOR SEGUROS.**



**SANCOR  
SEGUROS**

[www.sancorseguros.com.br](http://www.sancorseguros.com.br)

*[Handwritten signatures and initials]*



REPERTÓRIO

PEÇA Nº 7

 SOL

FICHA TÉCNICA

**SELO COMEMORATIVO**

**Licitante:** Sol Propaganda.


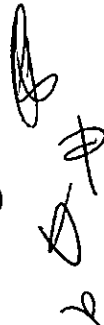
**Cliente:** Prefeitura Municipal de Mandaguari.

**Título:** Mandaguari 80 anos

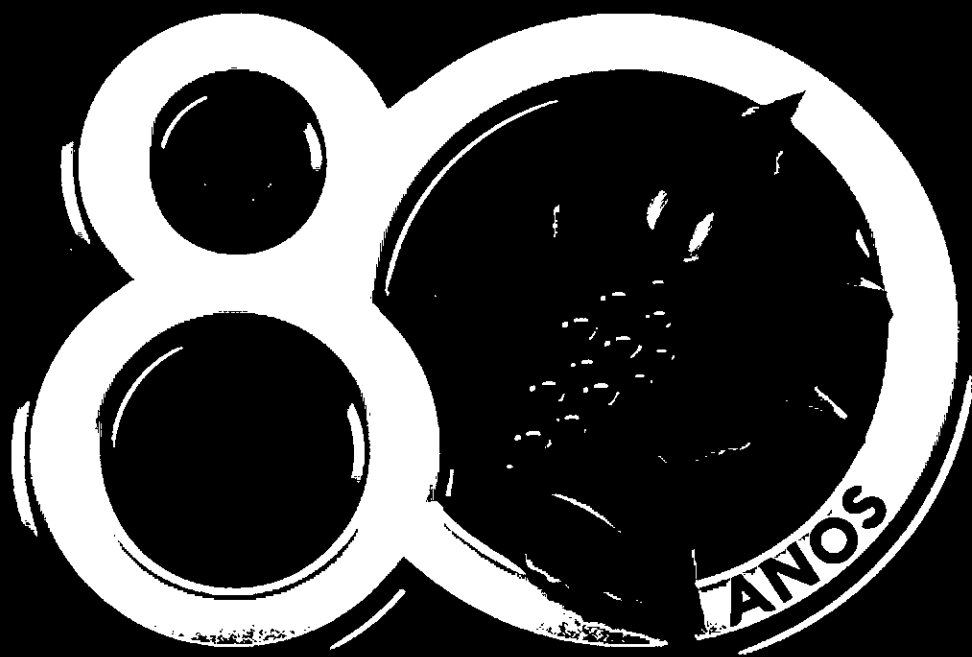
**Data de produção:** 02/05/2017.

**Período de exposição:** a partir de maio/2017.

**Problema que se propôs a resolver:** Criar uma identidade visual para Mandaguari que representasse 8 décadas de tradição, considerando o "café" como principal elemento gráfico para simbolizar a história da cidade.

  
10  


# MANDAGUARI



*Handwritten signature and initials:*  
A  
A  
A  
A  
A



REPERTÓRIO

PEÇA Nº8

 SOL

FICHA TÉCNICA

**POST PARA REDES SOCIAIS**

**Licitante:** Sol Propaganda.

**Cliente:** ICI - Instituto Cultural Ingá.

**Título:** Parabéns, Maringá.



**Formato:** 800 x 800 px.

**Data de produção:** 15/04/2016.

**Período de veiculação:** 19/04/2016.

**Veículo de divulgação:** Facebook.

**Problema que se propôs a resolver:** Criar um design para divulgação do resultado da pesquisa sobre ativos criativos de Maringá, como parte da campanha digital "Maringá + Criativa".

  
12  
  
b



MARINGÁ+CRIATIVA

52%

DOS ENTREVISTADOS  
APONTAM A CATEDRAL  
COMO O PRINCIPAL  
ATRATIVO TURÍSTICO  
DE MARINGÁ.



[www.maringamaiscriativa.com.br](http://www.maringamaiscriativa.com.br)

ORGANIZAÇÃO:



ACIM

SEBRAE



MARINGÁ

REYUB

COMUNICAR

EMPREENDEDOR

DESCUBRA Maringá

MÍDIA PARTNERS:

O DIÁRIO

TV

CBN

RBS

RBS

AGÊNCIAS PARCEIRAS:

VOV

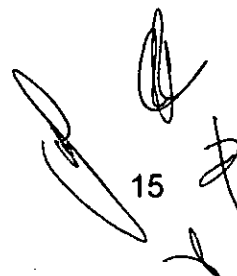
SOL

Handwritten signatures and the number 13.

Arapongas, 23 de outubro de 2017.

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Vanderlei", written over a horizontal line.

Vanderlei de Oliveira Cirino  
CPF: 030.473.469-17  
Representante legal  
SOL PROPAGANDA LTDA - EPP

Handwritten initials and the number "15" in the bottom right corner of the page.

**CÂMARA MUNICIPAL DE ARAPONGAS**

**TOMADA DE PREÇOS Nº 001/17**

**ENVELOPE Nº 03**

**PROPOSTA TÉCNICA:**

**RELATOS DE SOLUÇÕES**  
**DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO**



## "Case" Sancor Seguros

Em setembro de 2011, uma equipe de executivos e profissionais de marketing da Sancor Seguros Argentina veio ao Brasil iniciar um processo de seleção de uma agência de propaganda para atender a empresa que estava se preparando para iniciar seus trabalhos no país. Agências de Curitiba, Maringá e Campinas participaram. O briefing pedia a campanha completa de lançamento da empresa no Brasil. Ao final do processo, a Sol Propaganda foi escolhida.

Os trabalhos se iniciaram em janeiro de 2012. A agência preparou dezenas de formulários de seguros; manuais de apresentação das várias modalidades de seguros a serem lançadas pela empresa; traduções, versões, redação e layouts para manuais de ética e de conduta para seus colaboradores; espera telefônica com menu de instruções; toda a papelaria, compreendendo cartões de visitas, papéis de carta timbrados, envelopes e pastas; apresentações em Power Point para as reuniões de contatos preliminares da empresa enquanto preparava o início definitivo de suas atividades no país; versão de dublagem de um primoroso vídeo produzido pela Sancor Seguros Argentina. Enfim, todos os materiais necessários para o início das operações de uma empresa de grande porte.

Em setembro do mesmo ano foi iniciada a produção das peças publicitárias e de apoio a vendas. Sabidamente, o mercado de seguros é muito competitivo, com concorrentes poderosos e com imensos recursos financeiros. Vários deles estabelecidos há muitas décadas no Brasil, com intenso trabalho de propaganda de alta qualidade. Portanto, estava claro que havia alguns desafios: o material de introdução da Sancor Seguros no Brasil deveria ter criação consistente, diferenciada, impactante, atraente, com uma produção esmerada, com atenção aos detalhes; a campanha precisaria posicionar a empresa como um *player* maduro, sólido, de larga experiência internacional e que agora vinha ao maior país da América do Sul para conquistar seu espaço mediante o oferecimento de excelentes serviços e produtos inovadores no segmento de seguros.

Para a campanha publicitária de lançamento foram produzidos comerciais de televisão e cinema, jingle e spots de rádio, sequência de anúncios de jornal e revista, outdoors, painéis de estrada, cartazes grandes para ponto de venda e agências bancárias, displays de mesa, folders, volantes, revista de apresentação contando toda a trajetória da Sancor Seguros, desde seu início como cooperativa no interior da Argentina até atingir a liderança do mercado naquele país e posterior expansão internacional, com representações e filiais no Uruguai e Paraguai.

Uma campanha abrangente, com muitos materiais, mantendo a coesão e a unidade na mensagem e no visual. Foi criado o *slogan* que a empresa sustenta até hoje, desde a introdução no Brasil: "Tudo bem. Tudo seguro." Os layouts de todos os materiais ostentavam um ícone de lembrança que representava a entrada de um importante e sólido participante no mercado de seguros: a bandeira da Sancor Seguros. Um importante símbolo de conquista de espaço, indicando a presença de uma marca forte, de tradição, que havia chegado para ficar com a certeza de desenvolver um trabalho de alta qualidade.

A campanha foi iniciada no final de abril de 2013, marcando a inauguração da sede, em Maringá, e o início das atividades da Sancor Seguros no Brasil. O evento de inauguração foi um grandioso jantar para mais de mil convidados, incluindo profissionais, empresários e autoridades do Brasil e Argentina. Convites, cardápios, materiais de apoio, materiais de apresentação (incluindo audiovisuais e folhetos) e brindes foram criados pela Sol Propaganda.



A campanha continuou; em especial, o posicionamento e a coesão gráfica foram mantidos. Nos anos seguintes, a empresa passou a patrocinar eventos como seminários e palestras; provas ciclísticas e de pedestrianismo; participou de muitas feiras e exposições agrícolas em vários pontos do país. Para todos esses momentos, a agência preparou folhetos, uniformes, materiais de sinalização e outras peças específicas, bem como cuidou da decoração de estandes.

Outra atuação digna de nota foram suas ações no litoral do Paraná e Santa Catarina. Trailers especialmente decorados e equipes uniformizadas percorriam as praias no período do verão, distribuindo brindes e peças de divulgação, além de prestar serviços de informações e assistência ao cliente, diretamente dali, da praia. Todo material de merchandising e propaganda, novamente preparado pela agência.

Os resultados da Sancor Seguros no Brasil têm sido muito expressivos. Nestes pouco mais de quatro anos, a empresa já estendeu sua atuação para quatro estados brasileiros, inaugurando escritórios próprios no Paraná (Maringá, Curitiba, Londrina e Cascavel), Rio Grande do Sul (Porto Alegre), Santa Catarina (Blumenau) e Minas Gerais (Uberlândia). A Sol Propaganda preparou material para campanha de lançamento em cada uma das unidades, com peças para televisão, rádio, jornal, outdoor e panfletos. Nesse curto período, a operação brasileira já responde por cerca de 60% dos resultados internacionais do grupo Sancor Seguros.

Em 2016, a Sancor Seguros recebeu autorização da SUSEP (Superintendência de Seguros Privados) para atuar em todo o país. Nesse ano recebeu o Prêmio Segurador Brasil, na categoria "Maior Crescimento em Vendas", nos itens: Residencial (crescimento de 199%), Vida Individual (168%) e Riscos Rurais (impressionantes 828%).

Em outubro de 2016, a Sol Propaganda criou uma nova campanha institucional com o desdobramento para a nova gama de produtos desenvolvidos pela Sancor Seguros. Essa nova campanha é composta de: comerciais de TV e cinema (de 60" com redução para 30", 15" e vinhetas de assinatura); audiovisual institucional; anúncios de revista e jornais; spots de rádio; outdoors; uma nova linha de cartazes de ponto de venda; folhetos; panfletos.

Todo esse material foi lançado na inauguração da nova sede da Sancor Seguros em Maringá; um evento grandioso, que contou com a presença de líderes de entidades empresariais de vários setores, profissionais do segmento de seguros, além de importantes autoridades do Brasil e da Argentina.

Em 2017, a Sancor Seguros segue sua trajetória de crescimento e desenvolvimento em nosso país. Em abril, recebeu um novo Prêmio Segurador Brasil, desta feita, na categoria "Melhor Desempenho Global". Alicerçada por um posicionamento de seriedade e confiança, oferecendo produtos inovadores e serviços de alta qualidade. Levando sua mensagem de uma empresa sólida e confiante, por meio de comunicação clara, eficiente, objetiva, persuasiva e positiva. Um case de grande e abrangente sucesso.

Leandro Ariel Poretti - Diretor Geral  
SANCOR SEGUROS DO BRASIL S/A.

 **SANCOR  
SEGUROS**  
Leandro Poretti  
Diretor Geral  
MATRIZ MARINGÁ

**CASE: SANCOR SEGUROS****PEÇA Nº 1 - ANÚNCIO PARA REVISTA**

*Dimensões originais:* 21 x 28 cm (1 página). *Título:* "Tudo bem. Tudo seguro."

*Data de produção:* 26/04/2013. *Período de veiculação:* maio/2013.

*Veículo de divulgação:* Revista ACIM.

*Problema que se propôs a resolver:* Posicionar a Sancor Seguros como uma nova seguradora no mercado brasileiro, adotando o conceito de tranquilidade.

**Tudo bem.  
Tudo seguro.**

***Uma nova bandeira para sua tranquilidade.***

A **Sancor Seguros** sabe a importância do manter, do proteger, do cuidar. Cuidar daquilo que produzimos, dos momentos que vivemos, dos sorrisos que compartilhamos. Cuidar de nós mesmos, da nossa vida, nosso futuro, nossa família e nosso patrimônio.

Para viver **seguro** de verdade, procure uma ótima companhia, procure a **Sancor Seguros**, que conta com opções completas de **coberturas** para **proteger** tudo o que você tem.

A **Sancor Seguros** é solução para os imprevistos, é o apoio que você precisa para viver sem preocupações.



**SANCOR  
SEGUROS**

[www.sancorseguros.com.br](http://www.sancorseguros.com.br)

**CONSULTAS E DEMAIS INFORMAÇÕES**

Capitais e regiões metropolitanas: **4003 0392**

Outras localidades: **0800 888 0392**



**GRUPO SANCOR SEGUROS**

Av. XV de Novembro, 871 - Sala 1 - Centro - CEP 87013-230 - Maringá - PR

SANCOR SEGUROS DO BRASIL S.A. - CNPJ 17.643.407/0001-30. O registro deste plano no SUSEP não implica, por parte do autor, incentivo ou recomendação à sua comercialização.

*Handwritten signatures and initials.*

**CASE: SANCOR SEGUROS**

PEÇA Nº 2 - ANÚNCIO PARA REVISTA

*Dimensões originais: 21 x 28 cm (1 página). Título: "Tudo bem. Tudo seguro."*

*Data de produção: 26/04/2013. Período de veiculação: junho e julho/2013.*

*Veículo de divulgação: Revista ACIM.*

*Problema que se propôs a resolver: Posicionar a Sancor Seguros como uma nova seguradora no mercado brasileiro, adotando o conceito de tranquilidade.*



**Tudo bem.  
Tudo seguro.**

***Uma nova bandeira para sua tranquilidade.***

A **Sancor Seguros** sabe a importância do manter, do proteger, do cuidar. Cuidar daquilo que produzimos, dos momentos que vivemos, dos sorrisos que compartilhamos. Cuidar de nós mesmos, da nossa vida, nosso futuro, nossa família e nosso patrimônio.

Para viver **seguro** de verdade, procure uma ótima companhia, procure a **Sancor Seguros**, que conta com opções completas de **coberturas** para **proteger** tudo o que você tem.

A **Sancor Seguros** é solução para os imprevistos, é o apoio que você precisa para viver sem preocupações.



[www.sancorseguros.com.br](http://www.sancorseguros.com.br)

**CONSULTAS E DEMAIS INFORMAÇÕES**

Capitais e regiões metropolitanas: **4003 0392**

Outras localidades: **0800 888 0392**

Av. XV de Novembro, 871 - Sala 1 - Centro - CEP 87013-230 - Maringá - PR



SANCOR SEGUROS DO BRASIL S.A. - CNPJ 17.643.407/0001-30. O registro deste plano no SUSEP não implica, por parte da autarquia, incentivo ou recomendação à sua comercialização.

*[Handwritten signatures and initials]*

**CASE: SANCOR SEGUROS****PEÇA Nº 5 - CATÁLOGO DE SERVIÇOS**

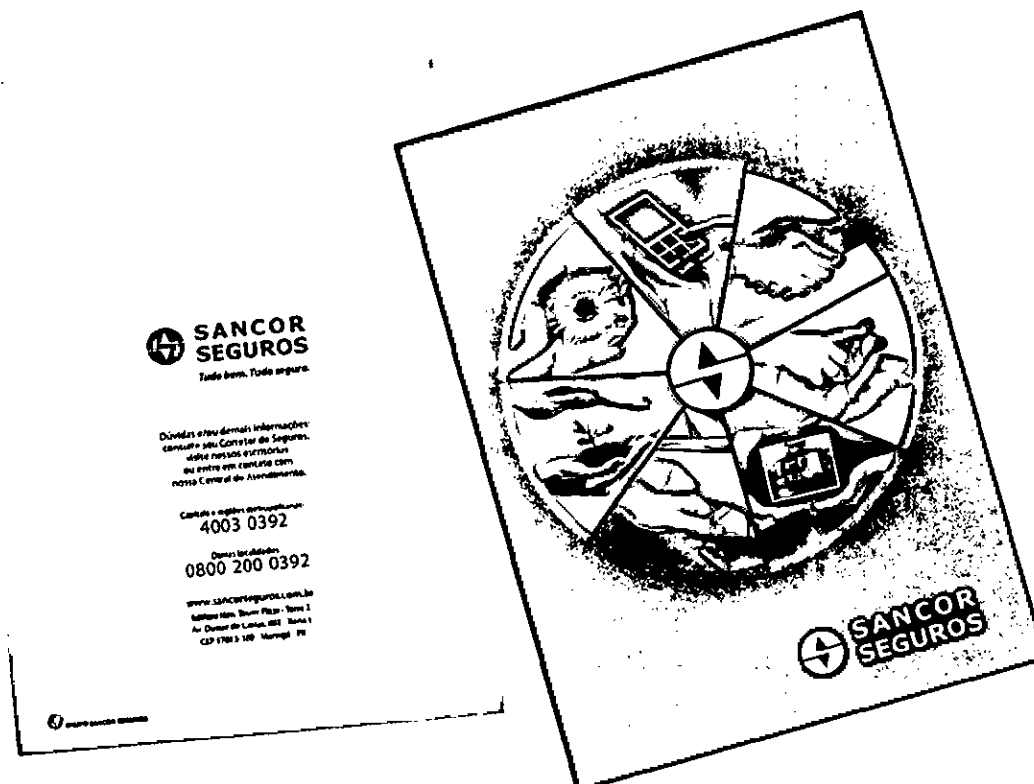
*Dimensões originais: 21 x 29 cm (fechado)*

*Título: "Sancor Seguros".*

*Data de produção: 04/05/2017.*

*Problema que se propôs a resolver: Divulgar a história, o porte da empresa e seu posicionamento, além de apresentar as linhas de serviços oferecidos, com moderna identidade visual.*

Capa: . . . . .



Parte interna:



**"Case" Pressure Compressores**

A Pressure é uma das mais conceituadas indústrias de compressores de ar do país, localizada na PR 317, em Maringá, PR. Iniciou suas atividades em 1993 e hoje comercializa seus produtos em todo o Brasil, além de exportar, principalmente para os países do Mercosul.

Dispostos a dar um novo posicionamento ao marketing da empresa, os diretores entraram em contato com a Sol Propaganda. Os trabalhos foram iniciados em setembro de 2016.

O mercado de compressores de ar tem um grande número de usuários, das mais diferentes categorias profissionais. Encontram-se compressores em oficinas mecânicas, borracharias, funilarias, marcenarias, indústrias de pequeno, médio e grande porte; até mesmo em consultórios odontológicos.

Para atender essa vasta gama de usuários, a Pressure fabrica compressores de diferentes tamanhos e capacidades, com especificações variadas para as várias funções.

O principal e mais tradicional meio de comercialização são as revendas. Normalmente, as lojas de ferragens; além disso, as vendas pela internet, por meio de sites especializados vêm ganhando relevância.

A Pressure conta com uma grande equipe de representantes em todo o Brasil, que abordam milhares de lojas de ferragens para a venda de sua linha de produtos.

Aqui começam a se delinear os problemas a serem enfrentados. Como falar com tantos consumidores finais dispersos em tantas regiões brasileiras? A mídia tradicional, especialmente a televisão aberta, seria uma ótima alternativa. Porém, os custos se mostravam virtualmente proibitivos para o orçamento de marketing da Pressure.

A saída foi a comunicação digital. A Sol Propaganda iniciou um trabalho em duas frentes. Uma das frentes foi uma ação que apelidamos "Pesca no Barril". Foi uma campanha para utilizarmos o cadastro de mais de 5 mil endereços de e-mail dos representantes e das revendas da Pressure pelo país afora.

Preparamos uma sequência de criações com mensagens estáticas e vídeos. Essas peças destacavam avanços tecnológicos dos compressores da Pressure, diferenciais de construção, além de outros aspectos que evidenciavam o profundo controle e a grande qualidade na fabricação própria da empresa. Em média, eram disparados dois e-mails diferentes por semana. A agência monitorou os envios, e-mails retornados ou não abertos, bem como o controle estatístico durante todo o período da campanha, com duração de 6 meses (breve interrupção nas festas de fim de ano). A campanha alavancou bastante a comunicação entre revendas e empresa, resultando em incremento de novos pedidos.

A outra frente de trabalho utilizou o Facebook. O objeto da divulgação foi basicamente o lançamento da linha Ônix Pro, avançada, com muitas inovações tecnológicas e design diferenciado. O trabalho foi segmentado. Inicialmente, para ter uma base de controle, os impulsionamentos se concentraram no Paraná. Em seguida, estendeu-se para outras regiões do país, onde a Pressure comercializa mais de 80% de sua produção: Sul, Sudeste e Centro-Oeste.

A segmentação, além de geográfica, se fez por áreas de interesse e atividades profissionais, cobrindo o escopo de possíveis usuários de compressores de ar. Os resultados foram expressivos e surpreendentes.

Uma das postagens, para se ter uma ideia, relativa à conquista, pela Pressure, do Selo de Certificação do Inmetro, teve um alcance de mais de 165 mil visualizações.

Mais impressionante ainda, foram 13 mil reações e 226 compartilhamentos. Números significativos. Afinal, a imagem não exibia gatos fofinhos, bebês engraçadinhos, nem beldades. Era a foto de um compressor de ar!

Rapidamente, a equipe de vendas da Pressure passou a perceber resultados práticos. Os pedidos de informações e os fechamentos de vendas aumentaram consideravelmente.

No início de abril de 2017, durante a Convenção de Vendas da Pressure, foi apresentada a nova campanha da empresa, com um garoto-propaganda de grande força: Mauricio Shogun, o campeão de MMA. Foi um furor.

Shogun compareceu à Convenção, fazendo uma entrada triunfal (aos moldes das grandes lutas de MMA). Todos os representantes de vendas fizeram questão de tirar fotos ao lado do atleta e foram estimulados a postar em suas redes sociais, ajudando na repercussão da novidade.

A campanha com Shogun tem como slogan "O Campeão que Aguenta Pressão", tema com duplo sentido aplicável tanto ao lutador quanto aos produtos Pressure.

Foram confeccionados materiais variados para ponto de venda: banners, display de tamanho natural, adesivo de balcão, móbil, folder e porta folder, wobblers e bandeirolas. Aspecto importante para o marketing da Pressure é a participação em feiras de máquinas e equipamentos pelo país. Para apoiar esses eventos, a agência ainda desenvolveu o "cenário" para os estandes, que simula um ringue de MMA, bem como se confeccionou 4 banners gigantes que complementam a decoração.


Além da forte presença no ponto de venda, foram produzidos quatro diferentes vídeos para utilização em TV e, principalmente, redes sociais.

O público-alvo é majoritariamente masculino. Portanto, a escolha de Shogun mostrou-se muito adequada para um público apreciador de esportes.

Cabe destacar que esse é um segmento com reduzidas ações de marketing. Os relatos indicam reações de grande surpresa e aprovação, por parte de lojistas e consumidores, frente aos materiais da campanha.

Outro detalhe: na primeira semana de maio, a Pressure participou de uma feira na cidade de São Paulo. Shogun compareceu à feira. O sucesso, novamente, chamou atenção. Filas se formaram para tirar fotos ao lado do lutador, beneficiando expressivamente a divulgação da marca Pressure.

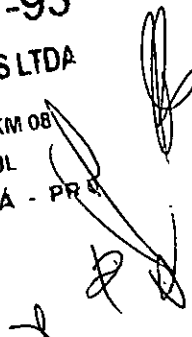
No tocante a resultados de vendas, a empresa informa que os números são altamente satisfatórios, desde o início das atividades na Internet, ganhando grande impulso após o lançamento da campanha com Shogun. Os investimentos em comunicação e marketing vão continuar, com maior intensidade, uma vez que os resultados iniciais da campanha com o lutador têm sido muito animadores. A ponto da Pressure projetar, ainda para 2017, atingir a liderança nacional no segmento de compressores de ar.



Abilio Teles da Silva  
Gerente Geral

03.339.170/0001-93  
PRESSURE COMPRESSORES LTDA

RODOVIA PR 317, LOTE 2, KM 08  
PARQUE INDUSTRIAL SUL  
CEP 87065-005 - MARINGÁ - PR



## CASE: PRESSURE COMPRESSORES

## FICHA TÉCNICA

**DISPLAY PARA PDV**

**Licitante:** Sol Propaganda.

**Cliente:** Pressure Compressores.

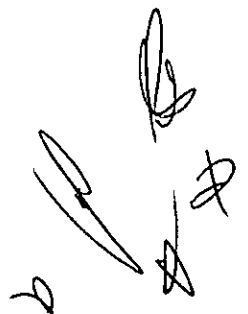
**Título:** O campeão que aguenta pressão.

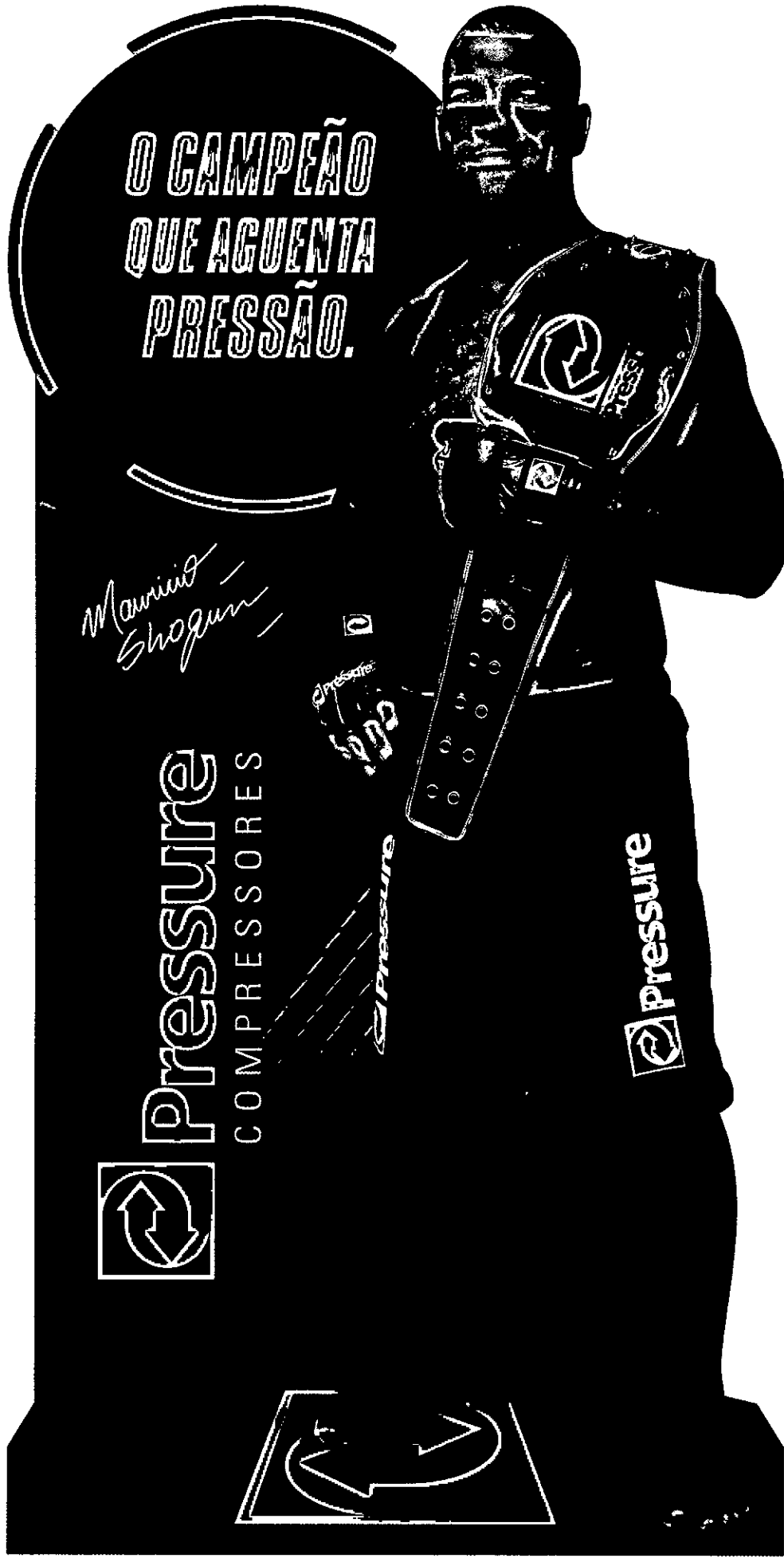
**Dimensões originais:** 92 x 183 cm

**Data de produção:** 11/04/2017.

**Período de exposição:** a partir de Maio/2017.

**Problema que se propôs a resolver:** Criar uma peça à altura do campeão Mauricio Shogun, que chamasse atenção no ponto de venda, local onde diversas marcas disputam espaço para seus equipamentos.

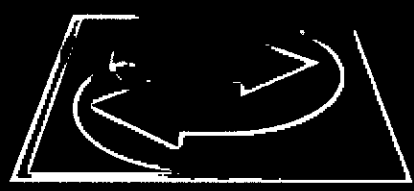




O CAMPEÃO  
QUE AGUENTA  
PRESSÃO.

*Maurice  
Shogun*

Pressure  
COMPRESSORES



*[Handwritten signature]*



## CASE: PRESSURE COMPRESSORES

## FICHA TÉCNICA

**ADESIVO PARA PDV**

**Licitante:** Sol Propaganda.

**Cliente:** Pressure Compressores.

**Título:** O campeão que aguenta pressão.

**Dimensões originais:** 30 x 30 cm

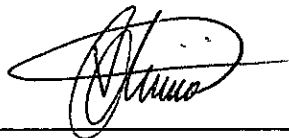
**Data de produção:** 11/04/2017.

**Período de exposição:** a partir de Maio/2017.

**Problema que se propôs a resolver:** Chamar atenção no ponto de venda, local onde diversas marcas disputam espaço para seus equipamentos.



Arapongas, 23 de outubro de 2017.



---

Vanderlei de Oliveira Cirino  
CPF: 030.473.469-17  
Representante legal  
SOL PROPAGANDA LTDA - EPP

