

1. Raciocínio Básico

Administrar Canela é, basicamente, administrar duas cidades. Uma delas é voltada à visitação, ao fomento turístico, deixar a cidade sempre acolhedora e atrativa, uma vez que o turismo representa, de acordo com o briefing, 70% da economia da cidade; a outra é a cidade para seu munícipe, que envolve serviços de infraestrutura, saúde e educação. É um desafio constante o de atuar nessas duas frentes de forma igual e eficaz.

E aquilo que é desafio para o Poder Executivo, torna-se, evidentemente, desafio para seu departamento de comunicação, entretanto, de maneira um pouco distinta. O papel publicitário, nesse caso, dá conta da forma de demonstrar as ações traçadas pelo Poder Público, de maneira que ele cumpra um objetivo central: demonstrar que ações voltadas ao turismo são tão importantes para Canela quanto a pavimentação de uma rua, afinal de contas, é gerando renda que se qualifica a cidade e, conseqüentemente, a vida de um morador.

Sendo assim, traçamos três pontos principais que serão os principais desafios publicitários da Prefeitura de Canela:

a) Comunicar ao turista: Canela é deslumbrante e possui particularidades que nenhuma outra cidade brasileira apresenta. A união entre uma arquitetura tradicionalmente europeia, a gastronomia da mais alta qualidade, o aconchego da hotelaria e o encantamento de seus eventos, aliados à natureza abundante e originalmente Brasileira. Essa simbiose é singular e faz da cidade um canhão turístico inigualável.

Assim, divulgar essas belezas e mostrar o que só se encontra em Canela é um dos desafios centrais, uma vez que ainda há quem refira-se a Canela como uma parte de Gramado. Embora a relação gere bom fluxo de visitação, é preciso mostrar que Canela possui atrativos que superam qualquer cidade turística nacional e que são exclusivos dela.

b) Comunicar ao canelense: uma das obrigações do Poder Executivo é tornar públicos seus atos e demonstrar para todo cidadão habitante da cidade onde o orçamento público está sendo investido. Isso pode ser feito de maneira assertiva, portanto, outro desafio é criar estratégias claras que divulguem o trabalho da Prefeitura para o canelense, de maneira ampla, objetiva e eficaz.

c) Relação entre turismo e comunidade: por fim, o último desafio da comunicação da Prefeitura de Canela é mostrar para os cidadãos canelenses a importância do turismo para a evolução da cidade, arrecadação, geração de emprego e qualificação da infraestrutura, a partir de campanhas pontuais e que ofereçam subsídio de fácil assimilação.

Por isso, entendemos como objeto central dessa proposição, relacionar de forma sublime e assertiva esses três eixos supracitados, a partir de estratégias publicitárias que estejam em consonância com a Assessoria de Imprensa da Prefeitura que já atua de forma importante nesse sentido.

Trabalhando a partir de um conceito central, é possível relacionar os três pontos e fazê-los representar a Prefeitura em um grau de excelência comunicativa, abrangendo públicos diferentes, a partir de linguagens distintas, mas com objetivos semelhantes.

2. Estratégia de Comunicação

O desafio de comunicar para dois públicos exige atenção e, sobretudo, que não se exclua um desses *targets*. Assim, a estratégia traçada é a criação de uma campanha que coloque num mesmo lugar de fala e como receptor da mensagem, ambos os públicos. Isso se dará a partir do nome central do conceito, e definindo peças de características semelhantes, assinando todas elas com a mesma temática.

2.1 Para Viver em Canela

Quem chega a Canela para passar alguns dias viverá experiências únicas, conhecerá lugares incríveis e desfrutará da estrutura de uma cidade única. Viver Canela em sua essência é guardar lembranças eternas de locais como a Cascata do Caracol, Catedral de Pedra, Parque da Ferradura e do Pinheiro Grosso, é deliciar-se com uma gastronomia sublime e passear por ruas charmosas e encantadoras. Isso precisa ser mostrado.

Enquanto isso, morar em Canela é viver em tempo integral numa cidade com qualidade de vida e que conta com uma Prefeitura preocupada em oferecer ao seu cidadão serviços e infraestrutura de qualidade.

Por isso, criamos o conceito "Para Viver em Canela", apresentando ao canelense obras e realizações do Poder Público e ao visitante locais que ele não pode perder para experimentar Canela em sua essência.

Assim, todas as peças contam com essa assinatura, deixando claro a ambos os públicos que eles são equivalentes e que compõem uma cadeia que desenvolve o município de forma prática.

Entendemos que é fundamental envolver a comunidade no sucesso da cidade e mostrar o quão importante cada indivíduo é para que o município evolua e que, por isso, pautou toda sua estratégia em cima desse modelo de atuação.

3. Ideia Criativa

[Handwritten signatures in blue ink]

4. Estratégia de Mídia e Não Mídia

Com base na estratégia de comunicação e na ideia criativa apresentada, traçamos a estratégia de mídia e não mídia apresentada a seguir.

4.1 Anúncios em Jornal

Para a veiculação dos anúncios do Parque do Caracol, escolhemos os jornais Nova Época e Integração, ambos com circulação bissemanal na cidade de Canela e que estão entre os principais veículos impressos do município. Conforme a planilha de inserções (Anexo A), ao longo do mês de janeiro de 2020, o anúncio de rodapé será inserido em três edições de cada jornal, enquanto o anúncio de página inteira aparecerá em duas edições de cada veículo, sempre em datas intercaladas.

4.2 Anúncios em Revista

O espetáculo Catedral de Luzes terá seus dois formatos de anúncio veiculados em revistas de abrangência nacional, que são: a) Revista Qual Viagem: a maior revista do Brasil quando o assunto é turismo. O veículo tem 18 anos de existência e tiragem de 25 mil exemplares por mês, sendo 15 mil distribuídos gratuitamente em estabelecimentos comerciais do estado de São Paulo e 10 mil vendidos em bancas e estabelecimentos de todo o Brasil e; b) Revista Viaje Mais: com tiragem mensal, circulação por todo o território nacional e forte atuação nas regiões sul e sudeste, a Revista Viaje Mais, da Editora Europa, é um dos principais veículos impressos e digitais do segmento turístico. Com 18 anos de existência e mais de 220 edições impressas, a revista conta com 38.500 unidades impressas mensalmente. Com base na grande circulação e na relevância desses veículos no turismo brasileiro, sugerimos a inserção dos anúncios nestas revistas, ambos no mês de março de 2020, conforme especificado na planilha de inserções (Anexo A).

4.3 Spots de rádio

Para a veiculação das peças, selecionamos duas das maiores rádios da região, que são a Rádio Clube FM e a Rádio Sorriso FM. Por terem abordagens musicais e editoriais distintas, atingem públicos variados e, ainda, ambas são presença constante em sistemas de som de estabelecimentos comerciais e em veículos de transporte (taxis, veículos de aplicativo etc.). O Aplicativo Guia de Canela é gratuito e pode ser instalado tanto por turistas e visitantes, quanto por moradores locais, sendo que estes atuam também como indicadores do serviço. Sendo assim, se torna interessante que o aplicativo seja divulgado em rádios que estão ao alcance desses dois públicos. O detalhamento do plano de mídia encontra-se nos Anexos A e B.

4.4 VT para televisão

A RBS TV é o veículo líder de audiência no estado do Rio Grande do Sul, sendo as sucursais de Porto Alegre e Caxias do Sul as mais interessantes para a divulgação da Temporada de inverno em Canela, por atingirem públicos próximos e que tendem a visitar a cidade aos finais de semana ou durante as férias de julho. Sendo assim, selecionamos dias e horários estratégicos para as inserções, conforme planilha de inserções (Anexo A) e detalhamento de inserções (Anexo B). O período das 8 horas costuma acompanhar o café da manhã de muitas pessoas; o horário de almoço tem forte programação na emissora, sendo um dos picos de audiência e; o fim de tarde costuma coincidir com a chegada em casa, após o trabalho.

4.5 Ação de Não mídia

O turismo é a principal fonte econômica da cidade e por isso se faz fundamental a comunicação com objetivo de fomentá-lo. Para tal, anualmente a Secretaria de Turismo de Canela está presente em feiras e eventos relacionados ao tema. É nesses locais que boa parte da venda institucional da cidade acontece e, por isso, é importante que o estande da Prefeitura chame a atenção, atraindo olhares de agentes de turismo, empresas e operadores do segmento. Assim, propomos um estande totalmente interativo a partir da tecnologia de realidade aumentada.

A decoração do estande contará com imagens dos pontos turísticos e ações previstos nessa campanha (Sonho de Natal, Páscoa em Canela, Festa Colonial, Semana do Bebê, Temporada de Inverno, Catedral de Pedra e Cascata do Caracol). Ao baixar o aplicativo específico (cuja publicidade estará divulgada em toda a área do estande) e apontar o smartphone para qualquer uma das imagens, elas ganharão vida na tela do aparelho. Ao apontar para a Cascata do Caracol, a queda d'água se move e torna-se um vídeo; ao apontar para a Catedral, ela ilumina-se por meio de uma animação 3D; ao apontar para o Sonho de Natal, um vídeo com personagens convidando para o evento entra em cena, mesma coisa que acontece com a Páscoa, Temporada de Inverno e com a Semana do Bebê.

Com isso, todo o estande terá movimento e, por certo, chamará a atenção de todos que circularem pelo evento, mostrando as belezas de Canela e, ao mesmo tempo, demonstrando que a cidade está de acordo com o que de mais moderno se pratica, em termos de comunicação e tecnologia.

Ainda, sugerimos que esta aplicação seja incorporada ao aplicativo Guia de Canela, desta forma, além de incrementar o produto já existente, automaticamente o divulga com todas suas outras funcionalidades.

Por fim, a tecnologia de realidade aumentada inserida no Guia de Canela pode se estender a todas as peças gráficas criadas e apresentadas na ideia criativa (invólucro 1). Ao apontar o smartphone para uma peça (anúncio de jornal, programação impressa de evento etc.), a mesma se apresentará em formato audiovisual e trará uma nova experiência acerca do tema.

Os valores de investimento para realização da ação estão presentes no detalhamento de custos ação de não mídia (Anexo D).

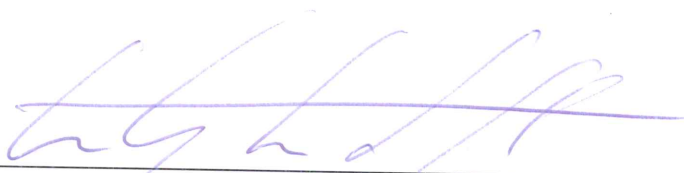
5. Identificação da Licitante

Razão Social: Gemelo Comunicação LTDA.

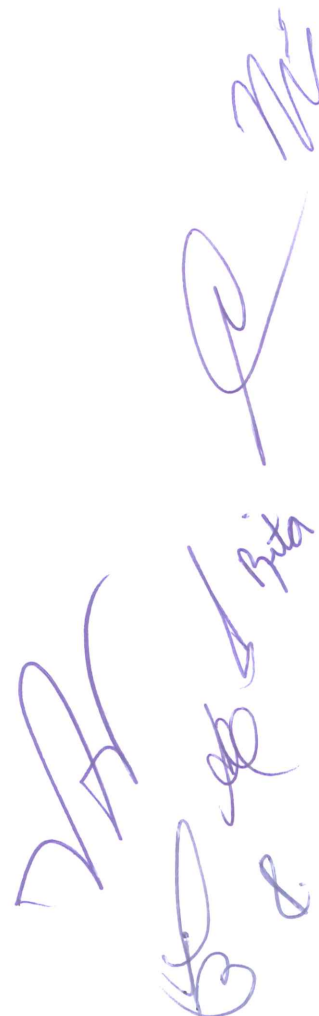
CNPJ/MF: 19.480.767/0001-93

Concorrência 006/2019

Canela/RS, 19 de setembro de 2019



Luis Gustavo de Souza Melo
CPF: 054.445.057-46



ANEXO A

TABELAS DE CUSTOS E INSERÇÕES DE MÍDIA

INSERÇÕES EM JORNAL, REVISTA, RÁDIO e TV				
PEÇA / FORMATO / VEÍCULO	VEICULAÇÃO	CUSTO INSERÇÃO	QTDE	TOTAL
Anúncio Parque do Caracol / 26x34cm - color / Jornal Nova Época	edições de 17/01 e 31/01/2020	R\$ 1.500,00	2	R\$ 3.000,00
Anúncio Parque do Caracol / 26x08cm - color / Jornal Nova Época	edições de 03/01, 10/01 e 24/01/2020	R\$ 580,00	3	R\$ 1.740,00
Anúncio Parque do Caracol / 26x34cm - color / Jornal Integração	edições de 03/01 e 24/01/2020	R\$ 1.400,00	2	R\$ 2.800,00
Anúncio Parque do Caracol / 26x08cm - color / Jornal Integração	edições de 10/01, 17/01 e 31/01/2020	R\$ 480,00	3	R\$ 1.440,00
Anúncio Espetáculo Catedral de Luzes / 18x26cm - color / Revista Qual Viagem	edição de Março de 2020	R\$ 45.000,00	1	R\$ 45.000,00
Anúncio Espetáculo Catedral de Luzes / 21x14cm - color / Revista Viaje Mais	edição de Março de 2020	R\$ 13.000,00	1	R\$ 13.000,00
Spot de rádio / 15" / Rádio Clube FM	Novembro e Dezembro de 2019	R\$ 10,00	163	R\$ 1.630,00
Spot de rádio / 30" / Rádio Clube FM	Novembro e Dezembro de 2019	R\$ 15,00	92	R\$ 1.380,00
Spot de rádio / 15" / Rádio Sorriso FM	Novembro e Dezembro de 2019	R\$ 21,00	83	R\$ 1.743,00
Spot de rádio / 30" / Rádio Sorriso FM	Novembro e Dezembro de 2019	R\$ 28,00	63	R\$ 1.764,00
VT para televisão / 30" / RBS TV CAXIAS DO SUL / 08h	Junho a Agosto de 2020	R\$ 516,00	6	R\$ 3.096,00
VT para televisão / 30" / RBS TV CAXIAS DO SUL / 18h30min	Junho a Agosto de 2020	R\$ 1.623,00	13	R\$ 21.099,00
VT para televisão / 30" / RBS TV PORTO ALEGRE / 08h	Junho a Agosto de 2020	R\$ 3.911,00	6	R\$ 23.466,00
VT para televisão / 30" / RBS TV PORTO ALEGRE / 12h50min	Junho a Agosto de 2020	R\$ 9.460,00	3	R\$ 28.380,00
INVESTIMENTO TOTAL EM JORNAL, REVISTA, RÁDIO E TV				R\$ 149.538,00

ANEXO B

DETALHAMENTO DE INSERÇÕES EM RÁDIO

CALENDÁRIO DE INSERÇÕES RÁDIO - NOVEMBRO 2019																															
PEÇA/FORMATO/VEÍCULO	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
SPOT/15"/RÁDIO CLUBE FM	4	4	2	1	1	1	2	4	4	2	1	1	1	2	4	4	2	1	1	1	2	4	4	2	1	1	1	2	4	4	
SPOT/30"/RÁDIO CLUBE FM	2	2	1			1	1	2	2	1	1			1	2	2	1		1		1	2	2	1			1	1	2	2	
SPOT/15"/RÁDIO SORRISO FM	1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	
SPOT/30"/RÁDIO CLUBE FM	2	2	1			1	1	2	2	1			1	1	2	2	1			1	1	2	2	1			2	2	1	1	
CALENDÁRIO DE INSERÇÕES RÁDIO - DEZEMBRO 2019																															
PEÇA/FORMATO/VEÍCULO	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
SPOT/15"/RÁDIO CLUBE FM	3	2	2	2	3	5	5	3	2	2	2	3	5	5	3	2	2	2	3	5	5	3	2	2	2	3	5	5	3	2	2
SPOT/30"/RÁDIO CLUBE FM	2	1	1	2	2	3	3	2	1	1	2	2	3	3	2	1	1	2	2	3	3	2	1	1	2	2	3	3	2	1	1
SPOT/15"/RÁDIO SORRISO FM	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1
SPOT/30"/RÁDIO CLUBE FM	1				1	2	3	1		1	1	1	2	2	1	1			1	2	2	1		1		1	2	2	1		1

ANEXO C

DETALHAMENTO DE INSERÇÕES EM TELEVISÃO

CALENDÁRIO DE INSERÇÕES TV - JUNHO A AGOSTO DE 2020																																
PEÇA/FORMATO/VEÍCULO/HORA	junho	julho																														
	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S
	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
VT / 30" / RBS TV CAXIAS DO SUL / 8h	1										1					1		1						1							1	
VT / 30" / RBS TV CAXIAS DO SUL / 18h30min	1			1	1				1	1	1					1	1	1					1	1	1						1	
VT / 30" / RBS TV PORTO ALEGRE / 8h				1						1	1						1							1							1	
VT / 30" / RBS TV PORTO ALEGRE / 12h50min	1										1							1														







ANEXO D

DETALHAMENTO DE CUSTOS AÇÃO DE NÃO MÍDIA

AÇÃO DE NÃO MÍDIA – DETALHAMENTO DE CUSTOS	
DESCRIÇÃO DA PEÇA	INVESTIMENTO
Criação e Programação de aplicativo para smartphones	R\$ 18.000,00
Plotagem de estande (aproximadamente 10m²)	R\$ 6.000,00

Importante: os valores são aproximados e podem variar conforme metragem e outras particularidades do estande, bem como a seleção de fornecedores para tais serviços.

A collection of handwritten signatures in blue ink, including a large stylized signature at the top, several smaller signatures below it, and a signature on the right side.