

calia[©]

INVÓLUCRO Nº 3 – OUTROS COMPONENTES DA PROPOSTA TÉCNICA

LICITAÇÃO Nº 011/24 - Modo de Disputa Fechado

Proposta Técnica: Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

EMPRESA: CALIA | Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA.

CNPJ: 04.784.569/0001-46



calia[©]



5.10. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

[Handwritten signature in blue ink]



Relato 01 – Tudo em dia - CAIXA

Handwritten marks in red and blue ink, including a checkmark and a signature-like scribble.

RELATO TUDO EM DIA – CAIXA CAMPANHA: RENEGOCIAÇÃO DE DÍVIDAS

Contexto

A inadimplência é um problema grave que causa grandes consequências para as pessoas físicas, jurídicas e para o país. Segundo o levantamento do Mapa da Inadimplência no Brasil feito em junho de 2023 (Serasa), o país contava com 71,45 milhões de brasileiros endividados, cerca de 43,78% da população. A situação é crítica para tantos brasileiros que, com o nome sujo, não conseguem crédito em instituições financeiras e nem têm acesso a produtos importantes como cartões de crédito, empréstimos e financiamentos.

Solução

Com o objetivo de estimular e promover a negociação de dívidas em atraso com a CAIXA, criou-se o programa “Tudo em Dia CAIXA”, que inicialmente teve como condições especiais para renegociação das dívidas descontos de até 90% à vista ou até 96 meses para pagar.

A campanha publicitária abordou, de forma leve, bem-humorada e respeitosa o incômodo que as pessoas sentem ao estarem endividadas. E este incômodo é personificado pelo homem-dívida: uma figura engraçada, que veste uma roupa coberta de contas e boletos, e que aparece no subconsciente das pessoas nas mais diversas situações do dia a dia. Ele só desaparece quando o “devedor” acessa os canais da CAIXA para fazer a renegociação. O ator que interpreta o homem-dívida é o humorista Welder Rodrigues.

A campanha contou com peças específicas para Pessoas Físicas e Jurídicas e foi veiculada nacionalmente em TV aberta e fechada, rádio, mídia exterior, internet e redes sociais.


 Documento assinado digitalmente
 ROSA MARIA MENEZES CORDEIRO
 Data: 07/11/2024 14:16:10-0300
 Verifique em <https://validar.it.gov.br>

RAFAEL MENDES
 DA
 SILVA:02983783103

Assinado de forma digital
 por RAFAEL MENDES DA
 SILVA:02983783103
 Dados: 2024.11.07
 13:49:57 -03'00'

Autora do Relato
 Rosa Maria Menezes Cordeiro
 Diretora de Contas

CAIXA ECONOMICA FEDERAL – CEF
 Rafael Mendes da Silva
 Coordenador – Compras de Marketing

Resultados

A campanha publicitária “Tudo em Dia CAIXA”, criada pela Calia para a Caixa Econômica Federal e contribuiu significativamente para o alcance das metas negociais. Com resultados expressivos na mídia, teve sua veiculação no período de 25/06/23 a 18/08/23. Apenas durante a primeira semana de julho, houve um aumento de 66% nos valores recebidos, em comparação mesmo período do mês anterior.

A partir de 17/07/23, passou a trazer em suas peças a ação da CAIXA para o programa do Governo Federal, Desenrola Brasil. Em números gerais, foram alcançados mais de R\$1,74 bilhão em negociações, com mais 78 mil clientes, viabilizando a regularização de 100 mil contratos.

Em termos de mídia, os números são igualmente relevantes, alcançando 80 milhões de brasileiros maiores de 18 anos em TV aberta, além da veiculação em mídia exterior em 15 capitais. Já o spot foi veiculado em 608 emissoras de rádio nos 27 estados do País.



Documento assinado digitalmente
ROSA MARIA MENEZES CORDEIRO
 Data: 07/11/2024 14:13:29-0300
 Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Autora do Relato
Rosa Maria Menezes Cordeiro
 Diretora de Contas

Atestamos, para fins de comprovação de autenticidade, as informações constantes no relato de solução de problemas de comunicação referente à campanha intitulada “Tudo em dia Caixa”, executada pela agência Calia, em 2023.

RAFAEL MENDES DA SILVA:02983783103
 3

Assinado de forma digital por RAFAEL MENDES DA SILVA:02983783103
 Dados: 2024.11.07 13:52:34 -03'00'

CAIXA ECONOMICA FEDERAL – CEF
Rafael Mendes da Silva
 Coordenador – Compras de Marketing

Relato 1 – Tudo em dia – CAIXA – FICHA TÉCNICA

PEÇA 1

Desafio: Criar uma campanha com a finalidade de estimular os clientes da Caixa a renegociarem suas dívidas, reforçando a oportunidade de regularizar a situação financeira com o desconto ofertado (Até 90% de desconto).

Com isso, ajudar na recuperação de créditos em atraso e educação financeira. Além de contribuir com uma possível reversão da inadimplência.

Solução: A campanha Tudo em dia Caixa, aborda de forma bem-humorada, o incômodo que as pessoas sentem ao estarem endividadas. O incômodo é personificado pelo homem-dívida, uma figura engraçada, interpretado pelo ator Welder Rodrigues, que veste uma roupa coberta de contas e boletos, e que importuna as pessoas nas mais diversas situações do dia a dia. No filme para pessoas físicas vemos o homem- dívida aparecer nos lugares mais inusitados da casa do Alcides para tirar seu sono. Dentro da geladeira, no espelho do banheiro, atrapalhando a conversa do casal. Ele só desaparece quando o “devedor” acessa o site da CAIXA para fazer a renegociação.

Licitante:	Calia Y2 Propaganda e Marketing Ltda.
Cliente:	Caixa Econômica Federal
Título:	RENEGOCIAÇÃO DE DÍVIDAS (Tudo em Dia CAIXA)
Formato:	FILME 30” CASA – Pessoa Física
Data de Produção:	Junho 2022
Período de Veiculação:	Junho a Julho 2023
Veículos que Divulgaram:	Globo, SBT, Band, Record, Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter, CNN, Bandnews, Cultura


Relato 1 – Tudo em dia – CAIXA – FICHA TÉCNICA
PEÇA 2

Desafio: Criar uma campanha com a finalidade de estimular os clientes da Caixa a renegociarem suas dívidas, reforçando a oportunidade de regularizar a situação financeira com o desconto ofertado (Até 90% de desconto).

Com isso, ajudar na recuperação de créditos em atraso e educação financeira. Além de contribuir com uma possível reversão da inadimplência.

Solução: Atrapalhando o dia a dia de mais um “endividado”, no filme pessoas jurídicas da campanha, toda situação se passa dentro da lanchonete da Regina. Vemos o homem-dívida sair no meio dos pães, causar um fogaréu no meio da cozinha, que faz com que todos os clientes da lanchonete saiam correndo. Assim que a Regina acessa ao site do Tudo em Dia CAIXA pelo celular para renegociar suas dívidas, ela expulsa ele do seu estabelecimento com um extintor de incêndio.

Licitante: Calia|Y2 Propaganda e Marketing Ltda.

Cliente: Caixa Econômica Federal

Título: RENEGOCIAÇÃO DE DÍVIDAS (Tudo em Dia CAIXA)

Formato: FILME 30” Lanchonete – Pessoa Jurídica

Data de Produção: Junho 2022

Período de Veiculação: Junho a Julho 2023

Veículos que Divulgaram: Globo, SBT, Band, Record, Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter, CNN, Bandnews, Cultura


Relato 1 – Tudo em dia – CAIXA – FICHA TÉCNICA
PEÇA 3

Desafio: Criar uma campanha com a finalidade de estimular os clientes da Caixa a renegociarem suas dívidas, reforçando a oportunidade de regularizar a situação financeira com o desconto ofertado (Até 90% de desconto).

Com isso, ajudar na recuperação de créditos em atraso e educação financeira. Além de contribuir com uma possível reversão da inadimplência.

Solução: Com objetivo de chamar a atenção dos empresários, de forma direta e alertá-los da possibilidade da renegociação de suas dívidas, foi criado um filme onde o homem-dívida atrapalha o trabalho do dono da oficina, fazendo dancinhas enquanto seu funcionário tenta chamar sua atenção.

Assim que ele acessa ao site do Tudo em Dia Caixa pelo computador, o homem-dívida desaparece

Licitante: Calia|Y2 Propaganda e Marketing Ltda.

Cliente: Caixa Econômica Federal

Título: RENEGOCIAÇÃO DE DÍVIDAS (Tudo em Dia CAIXA)

Formato: FILME 15" OFICINA – Pessoa Jurídica

Data de Produção: Junho 2022

Período de Veiculação: Junho a Julho 2023

Veículos que Divulgaram: Globo, SBT, RTV, Facebook, Instagram, Tik Tok, Twitter.


Relato 1 – Tudo em dia – CAIXA – FICHA TÉCNICA
PEÇA 4

Desafio: Criar uma campanha com a finalidade de estimular os clientes da Caixa a renegociarem suas dívidas, reforçando a oportunidade de regularizar a situação financeira com o desconto ofertado (Até 90% de desconto).

Com isso, ajudar na recuperação de créditos em atraso e educação financeira. Além de contribuir com uma possível reversão da inadimplência.

Solução: Para peça de rádio, lançamos mão do tradicionais recados românticos para ilustrar o que as pessoas que tem dívidas sentem, no seu dia a dia, lembrando o tempo inteiro da sua situação.

Licitante: Calia|Y2 Propaganda e Marketing Ltda.

Cliente: Caixa Econômica Federal

Título: RENEGOCIAÇÃO DE DÍVIDAS (Tudo em Dia)

Formato: SPOT 30" Recado especial – Pessoa Física

Data de Produção: Junho 2022

Período de Veiculação: Junho a Julho 2023

Veículos que Divulgaram: Antena 1, Band FM, CBN, Nova Brasil FM

Relato 1 – Tudo em dia – CAIXA – FICHA TÉCNICA

PEÇA 5

Desafio: Criar uma campanha com a finalidade de estimular os clientes da Caixa a renegociarem suas dívidas, reforçando a oportunidade de regularizar a situação financeira com o desconto ofertado (Até 90% de desconto).

Com isso, ajudar na recuperação de créditos em atraso e educação financeira. Além de contribuir com uma possível reversão da inadimplência.

Solução: Com o objetivo de gerar engajamento com o público da campanha nas redes sociais, no post de Facebook trouxemos 3 imagens do homem dívida, o ator Welder Rodrigues, com seus estágios de humor, de acordo com a sua situação financeira.

O momento de maior alegria é quando ele quita suas dívidas com o programa Tudo em Dia CAIXA.

Licitante: Calia|Y2 Propaganda e Marketing Ltda.

Cliente: Caixa Econômica Federal

Título: RENEGOCIAÇÃO DE DÍVIDAS (Tudo em Dia CAIXA)

Formato: Post Redes Sociais (Humor de Hoje)

Data de Produção: Junho 2022

Período de Veiculação: Junho a Julho 2023

Veículos que Divulgaram: Facebook



Relato 02 – Novo PAC – SECOM /PR

[Handwritten signature in blue ink]
[Small red mark]

RELATO NOVO PAC – SECOM/PR
CAMPANHA: NOVO PROGRAMA DE ACELERAÇÃO DO CRESCIMENTO - PAC

Contexto

O Novo PAC é um programa para o retorno do setor público ao papel de indutor do crescimento, integrando público e privado e melhorando o ambiente de negócios. O programa confere sentido mais amplo e atuação transversal dos diversos atores, com presença em áreas como sustentabilidade, comunicação, transição ecológica, saúde e educação, com a retomada, aceleração e contratação de novas obras. Como programa de investimentos coordenado pelo Governo Federal, em parceria com o setor privado, estados, municípios e movimentos sociais, o Novo PAC garante infraestrutura para competitividade, promovendo desenvolvimento justo e inclusivo, com foco no crescimento econômico, inclusão social, geração de emprego e renda, redução das desigualdades sociais e regionais e bem-estar da população em geral.

O programa está organizado em Medidas Institucionais e Eixos de Investimento. As medidas institucionais são um conjunto articulado de atos normativos de gestão e de planejamento que contribuem para a expansão sustentada de investimentos públicos e privados no Brasil. Os eixos de investimento são as grandes áreas de organização do programa que reúne todas as obras e serviços destinados à população.

Os investimentos do programa têm compromisso com a transição ecológica, com a nova industrialização, com o crescimento do País e a geração de empregos de forma sustentável.

Solução

A campanha criada destaca a importância do programa a partir do conceito: “O Novo PAC é o nosso PAC”.

O Novo PAC é novo porque assume o compromisso de um desenvolvimento preocupado com o meio ambiente, com a transição ecológica e energética, com a geração de emprego de forma sustentável. E, por falar em emprego, a previsão é que sejam criados 4 milhões de novos postos de trabalho em todo o país.

Documento assinado digitalmente
 **SAMIR AUGUSTO OLIVEIRA DE BRITO**
 Data: 06/11/2024 11:21:51-0300
 Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Documento assinado digitalmente
 **CATIA ADRIANA MACEDO SIQUEIRA**
 Data: 07/11/2024 16:49:00-0300
 Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Autor do Relato
 Samir Augusto Oliveira de Brito
 Gerente de Atendimento
 Calia|Y2 Propaganda e Marketing Ltda

Secretaria de Comunicação Social -SECOM/PR
 Cátia Adriana Macêdo Siqueira
 Coordenadora-Geral de Conteúdo
 Publicitário

E o Novo PAC é nosso porquê o benefício está junto da população, nas novas moradias do Minha Casa Minha Vida, nas grandes obras de rodovias, de produção de petróleo e gás natural, nas usinas eólicas, na internet gratuita nas escolas públicas, no transporte urbano e muito mais.

Essa grandeza e proximidade se refletem também na produção da campanha. Ou melhor, das campanhas, pois para cada um dos 26 estados e Distrito Federal foi criado um conjunto de peças gráficas e digitais, filmes e spots para rádio de forma personalizada. Uma estratégia pensada para tornar a comunicação mais eficiente, adaptando a mensagem, as imagens e até mesmo o sotaque da locução.

A campanha também contou com um filme nacional que apresenta os grandes números do programa e reforça o compromisso de construir um país com mais inclusão social, sustentabilidade e desenvolvimento para todos.

Documento assinado digitalmente
 **SAMIR AUGUSTO OLIVEIRA DE BRITO**
 Data: 06/11/2024 11:23:55-0300
 Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Autor do Relato
 Samir Augusto Oliveira de Brito
 Gerente de Atendimento
 Calia|Y2 Propaganda e Marketing Ltda

Atestamos, para fins de comprovação de autenticidade, as informações constantes no relato de solução de problemas de comunicação referente à campanha intitulada Novo Programa de Aceleração do Crescimento – PAC, executada pela agência Calia, em 2023

Documento assinado digitalmente
 **CATIA ADRIANA MACEDO SIQUEIRA**
 Data: 07/11/2024 16:46:59-0300
 Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Secretaria de Comunicação Social
 SECOM/PR
 Cátia Adriana Macêdo Siqueira
 Coordenadora-Geral de Conteúdo
 Publicitário

Relato 2 – NOVO PAC – SECOM – FICHA TÉCNICA

PEÇA 1

Desafio: Apresentar a toda sociedade o NOVO PAC, anunciando a chegada do maior programa de investimentos do país o qual vai garantir emprego e renda para todos os brasileiros.

Solução: Foi criado um filme de 30 segundos, embalado num jingle marcante, com imagens representativas das diversas obras e ações que envolvem o NOVO PAC, com cenas da melhoria de vida dos brasileiros: água para todos, saúde, educação, transporte, etc, além da população sendo beneficiada. Números importantes são apresentados, como o montante de R\$ 1,7 trilhão em investimentos com 12 mil obras, a previsão de 4 milhões de novos empregos, destacando atributos importantes do programa: justiça social e sustentabilidade.

Licitante: Calia|Y2 Propaganda e Marketing Ltda.

Cliente: Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República

Título: NOVO PAC Nacional.

Formato: Filme TV 30”.

Data de Produção: setembro de 2023.

Período de Veiculação: setembro de 2023.

Veículos que Divulgaram: Globo, SBT, Record, Band, Rede TV e TV Brasil.

Relato 2 – NOVO PAC – SECOM – FICHA TÉCNICA

PEÇA 2	
<p>Desafio: Apresentar as principais ações do NOVO PAC no estado do Pernambuco.</p> <p>Solução: Comunicação regionalizada, nesta peça, mostramos cenas de obras importantes para o estado de Pernambuco, embalado com o jingle marcante da campanha nacional e locução com sotaque local que apresentam imagens da Transnordestina, Adutora do Pajeú, obras de rodovias, entre outras e os benefícios futuros a população.</p>	
Licitante:	Calia Y2 Propaganda e Marketing Ltda.
Cliente:	Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.
Título:	NOVO PAC PE
Formato:	Filme TV 30”.
Data de Produção:	outubro de 2023
Período de Veiculação:	dezembro de 2023
Veículos que Divulgaram:	Globo, SBT, Record, Band, Rede TV.

Relato 2 – NOVO PAC – SECOM – FICHA TÉCNICA

PEÇA 3

Desafio: Apresentar as principais ações do NOVO PAC para estado do Amazonas.

Solução: Com recurso de uma comunicação regionalizada, o filme mostra cenas de obras importantes para o estado do Amazonas, embalado com o já conhecido jingle da campanha nacional e imagens de portos hidroviários, aeroportos, obras de rodovias entre outras.

Licitante: Calia|Y2 Propaganda e Marketing Ltda.

Cliente: Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República

Título: NOVO PAC AM

Formato: Filme TV 30”.

Data de Produção: outubro de 2023

Período de Veiculação: dezembro de 2023

Veículos que Divulgaram: lobo, SBT, Record, Band, Rede TV


Relato 2 – NOVO PAC – SECOM – FICHA TÉCNICA
PEÇA 4

Desafio: Apresentar as principais ações do NOVO PAC no Distrito Federal.

Solução: Comunicação regionalizada e nesta peça mostramos as importantes obras no Distrito Federal como: expansão do Metrô em Ceilândia, milhares de moradias do Minha Casa Minha Vida e o tão sonhado pela população brasiliense que é a implantação do BRT e tudo isso embalado com o jingle que foi sucesso na campanha nacional.

Licitante: Calia|Y2 Propaganda e Marketing Ltda.

Cliente: Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República

Título: NOVO PAC DF

Formato: Filme TV 30”

Data de Produção: Novembro de 2023

Período de Veiculação: Dezembro de 2023

Veículos que Divulgaram: GLOBO, SBT, Record, Band e Rede TV.

Relato 2 – NOVO PAC – SECOM – FICHA TÉCNICA

PEÇA 5

Desafio: Apresentar as principais ações do NOVO PAC no estado do Rio de Janeiro.

Solução: Comunicação regionalizada com o principal objetivo de mostrar o que tem sido feito no estado e o que está saindo do papel. Os investimentos no Rio de Janeiro são diversos, como: a operação de 16 novas plataformas de petróleo e gás natural, mais de 235 km de gasoduto e melhorias na refinaria Duque de Caxias e o tão esperado pela população carioca, a nova sede do Instituto Nacional do Câncer – INCA e entre outras obras importantes para o estado.

Licitante: Calia|Y2 Propaganda e Marketing Ltda.

Cliente: Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República

Título: NOVO PAC RJ

Formato: Filme TV 30"

Data de Produção: Outubro de 2023

Período de Veiculação: Novembro de 2023

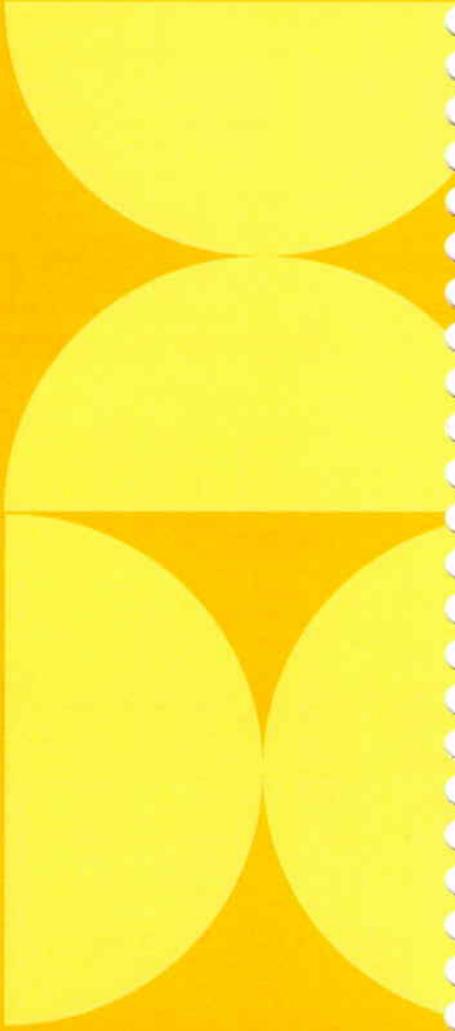
Veículos que Divulgaram: GLOBO, SBT, Record, Band e Rede TV.

São Paulo, 12 de novembro de 2024

CALIA|Y2 PROPAGANDA E MARKETING LTDA.
04.784.569/0001-46

José Augusto Vega Nigro
Vice-Presidente Executivo
CPF 046.990.398-80
RG 11.189.929-1 SSP/SP
Representante Legal





calia[©]

SÃO PAULO

Centro Empresarial de São Paulo
Av. Maria Coelho Aguiar, 215
Bloco E | 8º andar
05804-900 | São Paulo | SP
+ 55 11 2122-8600

BRASÍLIA

Centro Empresarial Brasil 21
SH/SUL Quadra 06
Bloco A | 5º andar | sala 510
70316-000 | Brasília | DF
+ 55 61 3039-8888

CALIA.COM.BR



Relato 01 – Peça 1
CAIXA – Tudo em Dia
FILME 30" CASA – Pessoa Física

Relato 01 – Peça 2
CAIXA – Tudo em Dia
FILME 30" Lanchonete – Pessoa Jurídica

Relato 01 – Peça 3
CAIXA – Tudo em Dia
FILME 15" OFICINA – Pessoa Jurídica

Relato 01 – Peça 4
CAIXA – Tudo em Dia
SPOT 30" Recado especial – Pessoa Física



Relato 02 – Peça 1
SECOM – Novo PAC
FILME 30" NOVO PAC Nacional.

Relato 02 – Peça 2
SECOM – Novo PAC
FILME 30" NOVO PAC PE

Relato 02 – Peça 3
SECOM – Novo PAC
FILME 30" NOVO PAC AM

Relato 02 – Peça 4
SECOM – Novo PAC
FILME 30" NOVO PAC DF

Relato 02 – Peça 5
SECOM – Novo PAC
FILME 30" NOVO PAC RJ

**TUDO
EM DIA
CAIXA**

QUAL O SEU HUMOR DE HOJE?



**WELDER SEM
CONSEGUIR DORMIR**



**WELDER QUITANDO
AS CONTAS**



**WELDER COM
TUDO EM DIA**

