



Invólucro N° 3
Proposta Técnica: **Relatos de Soluções de Problemas**
Licitante: LoA Agência de Publicidade Ltda.
CNPJ: 15.176.802/0001-24
Concorrência N° 2019.04.04.1

Handwritten blue ink marks on the right margin, including a checkmark and several initials.



Colégios Canarinho e Sapiens

Problema

A crise econômica que atinge o Brasil vem deixando reflexos diretos na Educação. Muitos pais, coagidos pela perda do poder aquisitivo, estão optando por transferir seus filhos para a rede pública de ensino. E, quando se decidem pela rede privada, fazem as matrículas somente no período obrigatório e não nos primeiros anos de vida das crianças. Dados do Inep/Censo Escolar mostram que o percentual de matrículas na rede privada caiu a partir de 2014. Desde então, a pré-escola praticamente retornou ao nível apresentado em 2008. Já o ensino fundamental, apesar de continuar crescendo, sofreu desaceleração. Este cenário, somado ao grande número de escolas privadas existentes em Fortaleza, configurava um desafio para o processo de matrículas dos colégios Canarinho e Sapiens em 2018. O Canarinho existe há mais de 40 anos, e recebe alunos da Educação Infantil e do Ensino Fundamental I. O Sapiens, do mesmo grupo educacional, surgiu em 2003 para atender o Fundamental II. Ambas as instituições são conhecidas por uma atuação que vai além da formação acadêmica tradicional, desenvolvendo competências fundamentais para o mundo contemporâneo, como trabalho em grupo, liderança, flexibilidade, criatividade e autonomia. Elas oferecem um método pedagógico diferenciado, com atividades interdisciplinares que propiciam aos alunos o exercício de múltiplas linguagens, bem como a vivência das etapas de observação, pesquisa, experimentação, reflexão e criação. Assim, jovens e crianças podem não apenas cumprir os parâmetros da educação curricular, mas também atender seus próprios anseios de aprendizagem. Se por um lado o cenário econômico não colabora e o grupo sofre a concorrência direta de outras escolas privadas; por outro a credibilidade e a metodologia de ensino despertam o interesse da sociedade. Em síntese, era preciso desenvolver uma campanha de matrícula para 2018 com poucos recursos, que marcasse os nomes dos colégios Canarinho e Sapiens, transmitindo seus diferenciais em relação às outras instituições de ensino.

Solução

Em agosto de 2017, com o objetivo de aumentar o número de matrículas, a direção do grupo procurou a Loa Publicidade para planejar e executar uma campanha publicitária. Após estudar o perfil dos pais dos alunos já matriculados e a proposta pedagógica das duas escolas, a agência percebeu que esses pais escolheram o grupo por acreditarem que este atua de forma diferenciada em relação a outras instituições tradicionais – sem excessos de informação, sem massificação e sem estudantes decorando conteúdos para realizarem provas. Eles buscavam uma formação de qualidade, em que o objetivo final não fosse o vestibular e sim a própria vida. Uma escola parceira, que os ajudasse a formar cidadãos éticos, pensantes e conscientes sobre o mundo e para o mundo.


Apolônio Aguiar de Moura Ferreira Gomes



A partir daí, nasceram conceito e estratégia. Com o slogan "As melhores escolhas são feitas quando se une razão e sensibilidade", a identidade visual trazia um coração dividindo espaço com um cérebro. Com isso, a agência quis transmitir que o equilíbrio é necessário em todos os momentos da vida, inclusive na seleção da escola dos filhos. Na estratégia, a LoA Publicidade utilizou peças de mídia e não mídia em acordo com a realidade financeira do cliente, a fim de garantir os melhores resultados. A campanha compôs-se de:

Peças de mídia: spot 30" veiculado na rádio Tribuna BandNews e anúncio no jornal O Povo. Em ambas as peças, a mensagem trabalhada foi a importância da existência de um equilíbrio entre razão e sensibilidade para tudo na vida, inclusive no momento em que se opta por uma escola para os filhos. Buscou-se, também, reforçar o papel da parceria entre pais e instituição de ensino.

Peças de não mídia: Para reforçar a mensagem disseminada no spot e no anúncio de jornal, foram criados para a rede social Facebook do grupo: capa, vídeo e três posts. Utilizou-se o slogan em todas as peças. Em uma delas, o slogan vinha acompanhado da imagem que marcou a campanha, enquanto nas outras peças ele foi apresentado com ilustrações que combinavam com a ideia principal.

Resultados

A campanha cumpriu seu objetivo e as peças planejadas e desenvolvidas pela LoA Publicidade tiveram uma excelente aceitação. Destaque para o retorno obtido nas mídias sociais, que registraram demonstrações de carinho com as escolas, além do compartilhamento e reforço da mensagem.

Obs. Fonte: <http://dados.org.br/blog/os-efeitos-da-crise-nas-matriculas-da-rede-privada/>

Emilia Luna
Razão Social: Núcleo de Atividades Pedagógicas
Signatário: Emília Luna
Cargo: Diretora

Apolônio Aguiar de Moura Ferreira Gomes
Loa Agência de Publicidade LTDA.
CNPJ: 15.176.802/0001-24
Apolônio Aguiar de Moura Ferreira Gomes
Sócio-Administrador
CPF: 381.793.423-87

ESTADO DO CEARÁ - CARTÓRIO PERGENTINO MAIA - 3º OFÍCIO DE NOTAS E 1º RTD/PJ
TABELIÃO: ROBERTO FIUZA MAIA - CNPJ: 06.572.994/0001-05
AV. Pe Antônio Tomás, Nº 920 - Aldeota - CEP: 60.140-180 - Fortaleza - CE
Tel: (85) 3304-9444 - E-mail: tabeliao@cartorio.maia.com.br

Reconheço por SEMELHANÇA a(s) firma(s) de
[9D510dF1] - EMÍLIA DE CASTRO LUNA.

Dou fé. Us: 095
Fortaleza-CE, 23 de Maio de 2019.

Em testemunho da verdade,
Thiago Fernandes Araújo / Maria Mary Mota Ribeiro
Nael Marques da Silva / Claudia Carneiro da Silva
Selo - Valor: R\$ 4,49

VALIDO SOMENTE COM SELO DE AUTENTICIDADE.

Centro de dados de ato em: seelidigital.cefus.br/portal

W
2
AA



Instituto São Carlos Ensino e Pesquisa

Problema

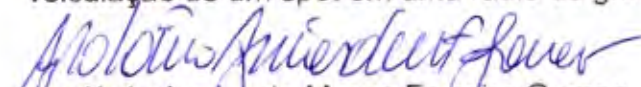
O Instituto São Carlos Ensino e Pesquisa foi criado em 2015 para atender as demandas de qualificação dos médicos, a partir de cursos personalizados de excelência. São oferecidos cursos práticos nas áreas de radiologia e diagnóstico por imagem, com aulas aos finais de semana e com professores de reconhecimento no Ceará e no Brasil. Até agosto de 2018, o Instituto São Carlos Ensino e Pesquisa não investia em mídia publicitária, apenas tinha uma tímida presença nas mídias sociais, com baixa repercussão e um site institucional.

Como o Instituto São Carlos Ensino e Pesquisa oferece apenas cursos para médicos, o seu público é altamente especializado, o que torna ainda mais acirrada a concorrência com as tradicionais instituições de ensino superior, já bem estruturadas e estabelecidas no mercado de Fortaleza. O público médico, principalmente, os recém-formados, ainda não conhecia o Instituto São Carlos e o leque de cursos oferecidos. Tratava-se de uma marca cuja maior necessidade era crescer em visibilidade, tanto para um público potencial quanto para a sociedade.

Outro ponto fundamental neste cenário diz respeito à questão financeira ao longo da formação médica. Apesar de a medicina sempre ser vista como uma área de excelente remuneração, a formação de um profissional de excelência envolve muitos custos. São seis anos de investimentos em acessórios, livros e mensalidades. Manter-se no mesmo ritmo e, quem sabe, ter que desembolsar mais dinheiro, pode ser difícil após a formação acadêmica. Por isso, alguns médicos recém-formados preferem adiar a realização de cursos de pós-graduação para um momento de maior maturidade financeira e profissional.

Solução

Em agosto de 2018, com o objetivo de ampliar a sua divulgação institucional e também aumentar o número de alunos inscritos em seus cursos, workshops e especializações, a direção do Instituto São Carlos Ensino e Pesquisa entrou em contato com a LoA Publicidade para planejar e executar ações de comunicação corporativa para a instituição. Após analisar o perfil dos alunos e analisar as suas necessidades e demandas, a agência definiu a importância do trabalho de produção de peças reforçando a mensagem institucional do corpo docente altamente qualificado, infraestrutura com tecnologia e aulas teóricas e práticas sendo um modelo de educação inovador e dinâmico, além de peças com apelos mais comerciais direcionadas para a matrícula dos cursos. Para isso, o trabalho de gestão das redes sociais com a presença de vídeos e peças mostrando essas duas vertentes, além da veiculação de um spot em uma rádio de grande audiência no estado do Ceará, ações


Apolônio Aguiar de Moura Ferreira Gomes



de relacionamento, assessoria de comunicação com formadores de opinião e jornalistas com entrevistas e envio de releases e notas para a imprensa, foram fundamentais para o bom resultado do trabalho proposto

Peças de mídia: spot 30" veiculado na rádio Tribuna BandNews e mídia out of home Elemidia nos principais prédios comerciais com frequência média. No spot, trabalhou-se a mensagem institucional para apresentação da marca ao mercado, já na mídia out of home foi abordada a parte institucional, bem como alguns cursos com vagas abertas.

Peças de não mídia: Para reforçar a mensagem disseminada no spot e na mídia out of home, foram criadas para as redes sociais Facebook e Instagram as seguintes peças: nova identidade visual, capa, avatar, posts, vídeos e novos ícones de destaque no Instagram. Além disso, foi realizado um trabalho de assessoria de imprensa durante 3 meses, com realização de entrevistas dos porta-vozes da instituição e sugestões de notas e releases para jornalistas estratégico e formadores de opinião.

Resultados

A campanha cumpriu seu objetivo e as peças planejadas e desenvolvidas pela Loa Publicidade tiveram uma excelente aceitação. Destaque para o retorno obtido nas mídias sociais, onde foi registrado um aumento de comentários sobre vários temas, incluindo a qualidade dos cursos e dos professores, além do compartilhamento e reforço da mensagem. No período de 6 meses (agosto de 2018 a janeiro de 2019) ocorreu um aumento de 373,6% de curtidores do Facebook e 636% de crescimento de seguidores no Instagram. Além disso, a média do alcance por mês foi para 58 mil pessoas enquanto que no início do trabalho da Loa Publicidade era de 5 mil pessoas. O cliente também destacou o retorno com aumento da procura de informações sobre os cursos, citando que conseguiram resultados concretos com matrículas realizadas a partir do spot no rádio e/ou na mídia out of home em elevadores de prédios comerciais.



Renata Cavalcante Lima Coelho

Razão Social: Instituto São Carlos de Ensino e Pesquisa
Signatário: Renata Cavalcante Coelho
Cargo: Diretora

W

Apolônio Aguiar de Moura Ferreira Gomes

Loa Agência de Publicidade LTDA.
CNPJ: 15.176.802/0001-24
Apolônio Aguiar de Moura Ferreira Gomes
Sócio-Administrador
CPF: 381.793.423-87

n

PS



BOTELHO 5º REGISTRO CIVIL DAS PESSOAS NATURAIS • ESTADO DO CEARÁ
Clarice Helena Botelho Costa Silva • Oflândia
Av. José Moreira, 1000B • Abastecimento • Fortaleza - CE • CEP: 60.170-001 • Tel: (81) 3266-9339 • contato@registrocivil.ce.gov.br
Reconheço por semelhança a firma de: Cód. (669426) (0936W)
--- RENATA CAVALCANTE LIMA COELHO ---
que confere com o padrão registrado nesta serventia. Vou fazer
Fortaleza, 23 de maio de 2019. Em testemunho de verdade,
TERECIÂNIA MARTINS DE ALBUQUERQUE (Escrivente)
Total: R\$ 4,49. Válido somente com o selo de autenticidade