

I RACIOCÍNIO BÁSICO

A) Das características da Prefeitura Municipal de Sorriso e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação publicitária;

Na sociedade contemporânea, a meta da administração se volta para a busca de eficiência. Esse é o consenso dos especialistas em diferentes contextos políticos ou econômicos. Em Sorriso não é diferente. A cidade, declarada Município em 13 de maio de 1986, figura entre as dez maiores do Estado e ainda jovem, com apenas 33 anos, já apresentou resultados maduros, como o maior PIB agropecuário do Brasil, (R\$ 791,2 milhões segundo o IBGE, em 2010). Hoje, com seus 9.345,76 quilômetros quadrados de área, o município possui uma administração disposta a manter sua gestão focada em objetivos primordiais. Mesmo com o cenário econômico dos últimos anos, que faz com que Sorriso, assim como outros municípios do Brasil, sinta os efeitos na queda dos repasses estaduais e federais, é possível perceber as características marcantes da Prefeitura Municipal, que age com cautela ao gerir os recursos e não perde o foco no cidadão. Áreas prioritárias como saúde e educação não saem da pauta. No primeiro quadrimestre de 2019, segundo o portal da Prefeitura, a Administração Municipal de Sorriso aplicou 29,70% da receita no desenvolvimento do ensino, quando a lei exige 25%. Já na remuneração de professores, o município aplicou 66% da receita do Fundo de Manutenção e Desenvolvimento da Educação Básica (Fundeb), quando a exigência é 60%. E nos investimentos em saúde, em que a exigência legal é de 15% da receita, Sorriso aplicou 23,97%. Importante lembrar que estamos falando aqui de um grande número de beneficiados, uma população superior a 80 mil habitantes, com margem de crescimento populacional de 5% nos últimos cinco anos. O crescimento demográfico e a concentração urbana e metropolitana exigem novos mecanismos de organização, a fim de impedirem a desintegração ou desestruturação social. Soma-se a isso, o momento de transição no comportamento econômico local, que vem motivando a agro industrialização, e acaba por requerer muita energia administrativa, aumentando as expectativas nas pessoas, culminando no aumento das demandas na educação, saúde e infraestrutura no município. Com a administração trabalhando focada na eficiência e apresentação de resultados tangíveis, a Prefeitura Municipal, ao mesmo tempo em que atende à essa demanda crescente, também demonstra que está atenta a este momento de crescimento e pronta para acompanhar e impulsionar esse processo, investindo não só nas áreas citadas como prioridades, como também demandando e apoiando estudos ligados ao trânsito e ao transporte público, por exemplo. Com isso, fica claro que, a partir do constante planejamento e reestruturação dos compromissos financeiros, a Prefeitura quer mais do que garantir o fechamento das contas e apresentar um balanço, quer, verdadeiramente, cuidar das pessoas e investir na qualidade de vida dos cidadãos.

B) Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da Prefeitura Municipal de Sorriso com seus públicos;

O município de Sorriso possui aproximadamente 3.380,00 hectares de área urbana, segundo dados da Lei Municipal nº 425/95. Há dois núcleos urbanos em destaque no meio rural: Distritos de Primavera e o Distrito de Boa Esperança. A maioria absoluta da sua população (80%) é constituída por migrantes provenientes da Região Sul do País, sendo 20% do Estado de Santa Catarina, 35% do Rio Grande do Sul, 25% do Estado do Paraná e os demais (20%), provenientes de outros estados, especialmente os das Regiões Nordeste, Sudeste e Centro-Oeste. Ainda segundo dados do IBGE, no que diz respeito às famílias, são, em média, constituídas por 2 filhos, predominando a casa própria, e a maioria dos membros familiares tem adequado nível de alfabetização. No Portal da Prefeitura podemos notar mais alguns números relevantes. Para as crianças, são cerca de 12 Centros Municipais de Educação Infantil, um número de 20 Escolas da rede fundamental e mais de

13 mil alunos atendidos pela rede municipal. Em se tratando de oportunidades e mercado de trabalho, são mais de 8.305 empresas atuantes, com média salarial funcional de 2,6 salários mínimos e ainda grande destaque com a construção civil que movimenta muito a economia e geração de empregos. Em junho de 2019, Sorriso teve um saldo considerável na geração de empregos, segundo dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados, cerca de 600 vagas foram geradas com carteiras assinadas. Além disso, há ações voltadas para investidores, com objetivo de desburocratizar a instalação de novas empresas, uma vez que grandes marcas fomentam não só o mercado, como também contribuem para o posicionamento da cidade além do agronegócio, desmitificando a ideia de que só há oportunidades boas relacionadas ao campo. Todas essas iniciativas e seus resultados impactam positivamente na opinião pública, dentro e fora do Estado e mostram que Sorriso é uma cidade completa para todos. Como fica claro até aqui, os dados promissores da cidade interessam a diversos perfis de público, mas com um objetivo em comum: prosperar e viver bem em Sorriso. É para todas essas pessoas que a Administração Municipal trabalha, incentivando uma economia forte para diferentes idades e classes sociais.

C) Do papel da Prefeitura Municipal de Sorriso no atual contexto social, político e econômico.

O contexto atual, no qual projetos políticos e econômicos vêm sendo intensamente debatidos na busca por soluções duradouras de superação da crise, pode ser encarado como um momento privilegiado para demonstrar resultados práticos da Administração Municipal de Sorriso. Em pesquisa recente realizada pela Fundação Getúlio Vargas (FGV 2018), observou-se que, apesar do cenário de desconfiança, em relação ao futuro, o brasileiro mostra-se majoritariamente otimista, com 54% dos respondentes considerando que a qualidade de vida nos próximos cinco anos vai estar melhor do que nos dias de hoje. O que, mais uma vez, reforça a importância do papel da Prefeitura Municipal de demonstrar com clareza de dados os seus resultados, descolando sua imagem institucional desse cenário e afastando qualquer percepção de descrença. Vale lembrar que Prefeitura de Sorriso começou a implantar o Projeto Qualidade em Gestão que, na primeira etapa, estará voltado a criar um canal de comunicação entre a gestão municipal e o servidor público, mas que, em um segundo momento, passará a ouvir a população, captando opiniões dos usuários dos serviços públicos de Sorriso. É nesse contexto que Sorriso demonstra maturidade como um município produtivo, que preza por uma administração eficaz, que cuida de seus cidadãos hoje e que prepara um futuro ainda mais promissor para todos.

II ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Conceito ou partido temático

Para atender ao cenário apresentado e aos desafios de comunicação, teremos como partido temático: “Que balanço você faz da sua vida nos últimos 12 meses? Nós trabalhamos para que a sua vida ganhe um novo impulso”. O objetivo dessa frase é fazer uma ligação clara e direta com o tema da campanha, o balanço de ações realizadas pela Prefeitura durante o ano, usando, para isso, uma metáfora. Assim, teremos personagens diferentes balançando sob uma árvore bonita e frondosa e, conforme fazem isso, evoluem como se tivessem melhorado suas vidas a partir dos benefícios de viver em uma cidade em constante transformação.

Linhas gerais da proposta

Teremos uma campanha baseada em mídias impressas, eletrônicas, exteriores e digitais. O objetivo é ter meios que atinjam a população como um todo, com mídias de massa e outras mais segmentadas. Os canais escolhidos para divulgação foram: Televisão (VT 30”); Rádio (Spot de 30”); Digital (Banner para sites e Google Display); Impresso (anúncio de jornal ½ página) e Outdoor. Acreditamos que, com a orientação de apresentar no máximo 05 peças, esse “enxoval” contém peças estratégicas e convergentes que, somadas, vão garantir impacto, frequência e memorização de nossa mensagem junto a todos os públicos. A ideia é apresentar personagens diferentes que ilustram os benefícios do trabalho da Prefeitura em áreas fundamentais como Saúde e Educação. Nas peças, os personagens vão aparecer sempre no balanço e em movimento, indo de um ponto a outro. A ideia é mostrar uma passagem de tempo, representando os 12 meses de trabalho da Prefeitura e fazendo as pessoas refletirem sobre tudo o que mudou em suas vidas nesse período, motivadas pelo trabalho da gestão municipal e seus benefícios. Assim, temos um garoto de 6 anos para ilustrar a educação, que ao balançar nos revela um jovem calouro, indicando que a educação de qualidade vai levá-lo mais longe. Temos também um jovem casal em início de vida a dois e, após o balanço, a namorada surge com uma criança, indicando que a saúde e todo o apoio oferecido a ela enquanto gestante e aos dois, com toda a infraestrutura da cidade, proporcionaram o nascimento de uma família. A partir dessa ideia criativa, poderíamos desmembrar esse conceito para inúmeras outras situações, ilustrando áreas como: segurança, moradia, meio ambiente, lazer e várias outras. Como temos a limitação do número de peças, optamos por ilustrar algumas das áreas mais essenciais da gestão municipal (saúde e educação). O resultado é uma campanha leve e criativa, com estética suave e mensagem positiva, que tem tudo a ver com o perfil do município e com a qualidade de vida que se espera garantir para a população.

A) Adequação do conceito e do partido temático proposto à natureza e à qualificação da Prefeitura Municipal de Sorriso e a sua comunicação e/ou o seu problema específico de comunicação;

Sorriso tem muito a mostrar, resultados que se apresentam de maneira prática, tátil, perceptível na vida dos cidadãos. Por isso, fazer uma campanha de prestação de contas comum, mostrando apenas números, seria simples, mas pouco eficiente e, por entender que eficiência e empatia são valores importantes para a atual gestão, procuramos uma escolha estratégica que representasse essa personalidade da Prefeitura de Sorriso. Ao colocar o cidadão como protagonista dos benefícios desses resultados, exemplificando as diversas mudanças positivas em sua vida, as ações ganham um significado maior do que números e dados, além de se tornarem mais fáceis de serem compreendidas. Outro ponto importante é deixar claro que os números não cessam em si mesmos, pois são mudanças de impacto a médio e longo prazo, que não só propiciaram melhorias nos últimos 12 meses,

como também preparam o caminho para um futuro ainda mais promissor, da cidade e de todos que vivem nela.

B) A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em sua defesa;
Quando chega o final de ano é inevitável pensar no que passou, em tudo que foi feito e no que ainda precisa ser conquistado em termos de metas e objetivos futuros. Para todos nós, fazer um balanço da vida nessa época é natural. Aproveitando esse momento oportuno em que as pessoas em geral se encontram propícias para a reflexão, apresentamos também todas as ações da Prefeitura de Sorriso, colocando-a ao lado do cidadão comum, como se ela própria também fizesse um balanço da própria vida e atuação, contabilizando as conquistas e realizações dos últimos 12 meses. Com esse tipo de argumentação, conseguimos mostrar o impacto positivo na vida dos mais diversos tipos de cidadãos de maneira próxima, fácil e simples de entender.

C) A riqueza de desdobramentos positivos desse conceito para a comunicação da Prefeitura Municipal de Sorriso com seus públicos;

Mostrar é melhor do que falar. Abordando o mote do que mudou na vida das pessoas, os desdobramentos podem representar inúmeras possibilidades, além das ações prioritárias nas áreas de educação, saúde, segurança, meio ambiente, infraestrutura e demais segmentos. Soma-se a essa riqueza de desdobramentos positivos, o fato de poder representar, em cada um deles, um perfil de público diferente, seja pela classe social, pela idade ou fase da vida, possibilitando ainda maior identificação do público com as peças e sua real comparação com o que mudou positivamente em seu cotidiano, com a gestão realizada pela Prefeitura Municipal.

D) A adequação da estratégia de comunicação proposta para a solução do problema específico de comunicação da Prefeitura Municipal de Sorriso;

A estratégia de usar linguagem simples, com forte apelo visual se adequa perfeitamente ao problema de demonstrar claramente o impacto positivo das ações da Prefeitura Municipal na vida das pessoas e ainda permitir o fácil entendimento para o público-alvo tão diverso. Além dos benefícios das ações, mostrar o peso dos números corrobora a mensagem central e, ao escolher pessoas e ilustrar nas imagens os resultados práticos da mudança em suas vidas, é ainda mais garantia de entendimento por parte do cidadão, e demonstração de empatia, por parte da Prefeitura.

E) Consistência lógica e pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação publicitária proposta;

A argumentação é literal e muito oportuna ao associar o balanço feito pelas pessoas a respeito das atitudes e mudanças em suas vidas, com o balanço público, de números e benfeitorias da Prefeitura para com os cidadãos, usando a mesma metáfora. A campanha proposta se torna consistente no momento em que apresenta referências de situações que acontecem no dia a dia de forma simples e direta, entendendo que isso é fundamental para que haja a perfeita compreensão da mensagem por todos os públicos. A argumentação é bastante lógica e pertinente, pois em todas as peças tratamos do benefício prático e do impacto positivo na vida dos cidadãos de Sorriso, nesses últimos 12 meses.

III IDEIA CRIATIVA

O problema específico de comunicação é apresentar o balanço das ações dos últimos 12 meses e mostrar que a Prefeitura de Sorriso está fazendo melhorias práticas, com impacto positivo na vida dos cidadãos, não importa a fase da vida, a idade ou a classe social. Para isso, a ideia central da campanha instiga a pensar “Que balanço você faz da sua vida nos últimos 12 meses?” A metáfora do balanço, demonstrada visualmente pelo objeto se apresenta bastante pertinente nesse caso, pois é uma representação direta e, ainda assim, inspiradora. Pessoas de diferentes perfis aparecem em um balanço, colocado em uma árvore bonita e frondosa. Em cada um dos lados, podemos ver diferentes benefícios impactando a vida dessas pessoas. O objetivo é ilustrar as mudanças pelas quais as pessoas passaram nos últimos doze meses, junto com a cidade, evidenciando, assim, o trabalho da Prefeitura Municipal de Sorriso e a evolução que continuará acontecendo no futuro, graças a esse impulso na qualidade de vida de todos.

IV ESTRATÉGIA DE MÍDIA

Elaborar uma estratégia de mídia se traduz basicamente em encontrar o papel único e insubstituível que cada meio de comunicação desempenhará na tarefa de atingir os objetivos que foram propostos para uma campanha.

Para chegar a essa estratégia, é fundamental analisar o mais profundamente as premissas do planejamento, entre as quais a principal é o público. Analisar pesquisas de hábitos de consumo nos ajudam a entender como os consumidores age; os fatores que influenciam suas decisões de compra; o que, quando e onde eles costumam comprar seus produtos, e muito mais. Com esse tipo de pesquisa, ainda é possível identificar as mídias que mais consomem, aonde costumam ir, o que fazem nas horas vagas entre outras informações que nos apoiam para a tomada de decisões. Entender essas características do público com o qual devemos nos comunicar é a base para a escolha dos meios de comunicação e dos veículos que nos capacitarão a levar a mensagem às pessoas certas, no momento certo, com a melhor e mais rentável aplicação da verba. Para esse estudo, utilizamos a pesquisa de mídia do anuário Mídia Dados Brasil 2019. Todos os dados e tabelas de pesquisa foram extraídos dessa publicação, a qual é referência no país quando o assunto é mídia. Além disso, no caso da TV e rádio, contamos com a última pesquisa de mídia de audiência IBOPE.

Os pontos-chave considerados na elaboração da estratégia foram:

Estudo dos hábitos de consumo de mídia do público; aplicação desse estudo na escolha dos meios e veículos; análise dos meios que vão gerar uma economicidade e otimização da verba; uso de mídias segmentada, alternativa e de massa para atingir o máximo do nosso público desejado.

Público-alvo: nosso público definido no *briefing* da licitante são todos os cidadãos de Sorriso. Atualmente, segundo estimativa do IBGE 2019, a cidade possui pouco mais que 90 mil habitantes e a maioria da população está concentra na faixa etária de 15 a 34 anos.

Hábitos de Consumo de Mídia

A partir de agora, faremos uma análise dos hábitos de consumo dos meios de comunicação para observarmos o comportamento do público e, a partir disso, escolheremos os meios e os veículos que serão explorados na estratégia de divulgação. Nos gráficos em anexo, podemos analisar o quanto a população pesquisada interagiu com os meios de comunicação no período da pesquisa do Mídia Dados 2019.

A partir das análises do perfil do público e dos hábitos de consumo de mídia, entendemos que, para nossa comunicação atingir de forma efetiva a população de Sorriso, devemos usar diversos meios e canais para impactar desde os jovens, que estão mais conectados ao meio digital, até pessoas de perfil adulto que costumam consumir mídias mais

tradicionais como TV e rádio. Com a análise do horário de consumo dos meios, podemos determinar em nossa distribuição de programação, os horários mais estratégicos para as nossas inserções.

O período de veiculação da campanha será de 30 dias conforme definido no briefing com a abrangência em Sorriso. Programamos a veiculação de 1º a 30 de dezembro de 2019.

O Papel dos Meios de Comunicação na Estratégia de Mídia

Com base nas conclusões do estudo do público frente aos meios de comunicação, podemos passar à recomendação tática de quais meios utilizar e delinear o papel que cada um deverá desempenhar na tarefa de levar a mensagem da nossa campanha da forma mais eficiente e rentável. Por se tratar de um período único de 30 dias de campanha, veicularemos um *flight* contínuo nos meios off-line e digital, e os meios utilizados serão: TV, rádio, jornal, outdoor e internet.

Televisão (Filme de 30")

O estudo dos hábitos de consumo de mídia nos mostrou a grande importância que a televisão tem no cotidiano do público — ainda é o meio de maior força no Brasil seguido pela mídia exterior e internet. Com 88% de penetração na população, a televisão faz parte da rotina do brasileiro e é a grande responsável pela disseminação da informação e da cultura no país. Em Mato Grosso 93,6% da população possui televisão. Foi programada a veiculação de Filme de 30" (trinta segundos), durante 30 dias, nas emissoras Globo, Band, Record e SBT que juntas detêm um *share* de 66,41% de mercado. Todas as emissoras são de Sorriso, exceto a Globo que é de Sinop, porém com abrangência na cidade.

Estaremos presentes nos programas de gêneros variados como jornalismo, esporte, entretenimento, novelas, variedades, com o objetivo de impactar os diversos públicos. Para definir o programa, foram levados em consideração a audiência e o melhor custo-benefício com o objetivo de otimizar a verba e ter maior frequência da campanha.

Rádio (Spot 30")

Meio que envolve o ouvinte sem exigir dedicação exclusiva no momento do consumo e ainda se caracteriza por possuir imediatismo, interatividade, agilidade, alta frequência de exposição, excelente cobertura e seletividade. É dado como multiplicador de frequência, além de possuir forte apelo popular. Por ser um meio com grande penetração (presente todos os dias e em vários momentos da rotina das pessoas), o rádio é um grande "alavancador" na construção de frequência da mensagem da campanha e estabelece grande empatia com a população local, pois proporciona informação e entretenimento na linguagem da sua cidade.

Por todas essas vantagens que o meio possibilita, será veiculado um *spot* de 30" durante os 30 dias da campanha, com uma média diária de sete inserções. As emissoras selecionadas são de maiores audiência e penetração com o público sendo: Sorriso FM, Centro América Hits e Jovem FM, todas de Sorriso.

Out-Of-Home (Mídia exterior – Outdoor):

Penetração de 87% na população, a mídia exterior ampliará a visibilidade da campanha e potencializará a lembrança, auxiliando na fixação da mensagem. Para trazer mais poder e credibilidade à campanha, colocaremos a comunicação em lugares estratégicos.

Outdoor: Serão veiculadas 10 placas de outdoor durante uma bi-semana em pontos estratégicos e de grande fluxo de carros. O outdoor terá um *aplique* em formato de balanço, que irá contribuir para um alto impacto e visibilidade da peça.

Jornal (Anúncio ½ página)

Apesar de muitos jornais migrarem para a internet, a sua forma impressa ainda possui um público fiel. É informativo por excelência, tem e transfere credibilidade, possui o caráter de documento, alto envolvimento com o leitor (em especial formadores de opinião e empresários, público que tem um alto poder de influenciar na formação de conceitos, crenças e valores). Com 31% de penetração na população, sua principal característica é o fator notícia (é um informativo diário e prestador de serviço), sendo assim, utilizaremos os principais títulos para atingir parte do nosso público.

Veicularemos anúncio de ½ página no jornal Folha do Cerrado, que possui uma circulação de 3 mil exemplares.

Internet (posts/anúncios em redes sociais, vídeo e banners para sites e Google display) Terceiro maior meio de penetração na população brasileira, a internet não poderia ficar de fora da nossa estratégia de divulgação. No início do estudo, já falamos da estratégia da importância desse meio e, para definirmos nossos territórios digitais, analisamos os hábitos de navegação e as principais atividades realizadas pela população na internet.

O número de brasileiros com acesso à internet aumentou em 10 milhões, um crescimento de 7,2% em relação ao relatório do ano passado. Existem 7,7% mais usuários ativos nas mídias sociais no Brasil, totalizando 140 milhões de usuários. A penetração da Internet ultrapassou os 80% no Brasil, acima da média global de 57%. Mais de 149 milhões, dos quase 212 milhões de habitantes do país, são usuários de internet. Os números surpreendem a cada análise, 85% dos usuários de internet no Brasil navegam na web todos os dias e ficam conectados um total de 9 horas e 29 minutos, ou seja, temos a oportunidade de falar todos os dias com o público com abordagens diferentes. Isso torna a comunicação muito mais dinâmica.

Falando de internet móvel, 66% de todos os brasileiros são usuários de internet móvel. Os brasileiros passam 4 horas e 45 minutos por dia na internet em seus dispositivos móveis. Isso representa pouco mais de 50% de todo o tempo gasto on-line diariamente. Desses usuários 61% acessam suas contas de mídias sociais por meio de dispositivos móveis, um aumento de 8,3% em comparação ao ano anterior. Existem 215,2 milhões de conexões móveis no Brasil, o que representa 102% de penetração.

Na pesquisa do anuário Mídia Dados 2019, foi perguntado qual a atividade realizada na internet nos últimos 7 dias: 73,1% das pessoas responderam que usaram para enviar e receber mensagens instantâneas; 72,6% para enviar e receber e-mails; e 69,8% para checar suas redes sociais. Já quando perguntado qual a principal função da internet: 48,5% delas responderam “estudar qualquer assunto de qualquer lugar”; 35,2% responderam “comprar produtos e recebê-los em casa” e 30,5% disseram “pagar as contas sem irem ao banco”. Quando o assunto é conteúdo de vídeo, 78,4% delas disseram ter acessado esse tipo de conteúdo nos últimos 30 dias.

Baseados nas atividades *on-line* do público e no *ranking* de audiência dos canais digitais, percebemos que os itens de maior penetração e audiência são: plataforma de vídeo, redes sociais e mensagens instantâneas. Com base nesse estudo, passamos para as recomendações de canais que foram utilizados em nossa estratégia.

Facebook e Instagram (anúncios patrocinados e filme 30” da campanha): o Facebook é a maior rede social do país, com alto índice de tempo de navegação ao longo do dia e tem sido muito potencializado pelo crescimento do *mobile* no Brasil. Junto a esse crescimento da audiência, o Facebook vem aprimorando também seus formatos e oportunizando novas ferramentas a cada dia. Hoje, são mais de 130 milhões de brasileiros ativos, somando

Facebook e Instagram e, no Estado de Mato Grosso, temos 2.200 milhões de perfis ativos. Publicaremos alguns *posts* com conteúdo da campanha no perfil do *Facebook e Instagram* da Prefeitura de Sorriso com o objetivo de impactar seus seguidores (que hoje somam mais de 16 mil) e, com isso, disseminar a mensagem. Esse conteúdo também será impulsionado com uma estimativa de 133.33 engajamentos.

YouTube (filme 30"): é a maior plataforma de vídeos do mundo. Atualmente, são 98 milhões de brasileiros conectados, tem altíssima relevância nas buscas do *Google* e possui grande potencial viral. Os dados de pesquisa mostram que quase 80% do acesso às redes nos últimos 30 dias do período pesquisado foi com o objetivo de consumir conteúdo de vídeos. Por esses motivos, ampliaremos a divulgação no vídeo que estará na TV, também para o ambiente on-line através do *YouTube*. A estimativa no período de 30 dias é de 56.000 visualizações.

Google Display (Banners): a Rede de Display do *Google* é composta pelos *sites* do próprio *Google*, como *YouTube, Blogger, Gmail*, e por diversos sites parceiros como G1, Estadão, Época, entre diversos outros que cobrem 95% dos sites da internet brasileira. A Rede de Display utiliza diversos tipos e formatos de anúncios para gerar mais tráfego aos anunciantes. O *Google* utilizará palavras-chave e temas para achar páginas que possuem algum conteúdo relacionado ao segmento a ser trabalhado. Durante os 30 dias de campanha, estimamos 160.000 impressões.

Site (Banners): no período de 30 dias de campanha, veicularemos um banner nos principais portais de notícias da cidade que irá ajudar a ampliar a nossa divulgação no ambiente on-line sendo os sites: MT Notícias.net, Só Notícias, Portal Sorriso MT, Click Hoje, A Verdade dos Fatos, Site Rádio Sorriso.

Utilização dos Recursos Próprios

Será veiculado o banner da campanha no site da Prefeitura de Sorriso, além dos posts nas redes sociais.

ANEXO: RESUMOS DE INVESTIMENTO / TABELAS E DADOS DE PESQUISA

PERÍODO DE DISTRIBUIÇÃO DAS PEÇAS OU MATERIAIS																															
	DEZEMBRO																														
	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	
TV																															
RÁDIO																															
JORNAL																															
SITE																															
OUTDOOR																															
INTERNET																															

QUANTIDADES DE INSERÇÕES DAS PEÇAS EM VEÍCULOS DE DIVULGAÇÃO; VALORES DOS INVESTIMENTOS ALOCADOS NA DISTRIBUIÇÃO EM VEÍCULOS DE DIVULGAÇÃO, SEPARADAMENTE POR MEIOS (EXEMPLOS: RADIOFÔNICOS, TELEVISIVOS, JORNAIS IMPRESSOS, SITES E ASSIM POR DIANTE);

VEÍCULO	VALOR	INSERÇÕES/ IMPRESSÕES	%
TELEVISÃO			
TV CENTRO AMÉRICA -SINOP	55.436,00	72	24%
TV RECORD - SORRISO	24.300,00	33	11%
TV BAND - SORRISO	11.017,00	38	5%
TV CIDADE SBT SORRISO	8.625,20	28	4%
TOTAL TELEVISÃO	99.378,20	171	44%
RADIO			
RADIO SORRISO FM 99,1	13.230,00	147	6%
RADIO JOVEM FM - SORRISO	8.820,00	147	4%
RADIO CENTRO AMERICA HITS FM - SORRISO	7.130,97	147	3%
TOTAL RÁDIO	29.180,97	441	13%
JORNAL			
JORNAL FOLHA DO CERRADO - SORRISO	4.800,00	3	2%
TOTAL JORNAL	4.800,00	3	2%
SITE			
SITE PORTAL SORRISO MT	24.000,00	30	11%
SITE SÓ NOTÍCIAS - SINOP	15.450,00	30	7%
SITE CLIC HOJE	12.960,00	30	6%
SITE A VERDADE DOS FATOS	12.000,00	30	5%
SITE MT NOTÍCIAS.NET - SORRISO	10.000,00	30	4%
SITE RADIO SORRISO	3.000,00	30	1%
TOTAL SITE	77.410,00	180	34%
OUTDOOR			
OUTCOM - OUTDOOR EM SORRISO	6.500,00	10	3%
TOTAL OUTDOOR	6.500,00	10	3%
INTERNET			
FACEBOOK	5.000,00	133.334	2%
YOUTUBE	3.500,00	56.000	2%
GOOGLE	1.500,00	160.000	1%
TOTAL INTERNET	10.000,00	349.334	4%
TOTAL DA MÍDIA	227.269,17	350.139	100%

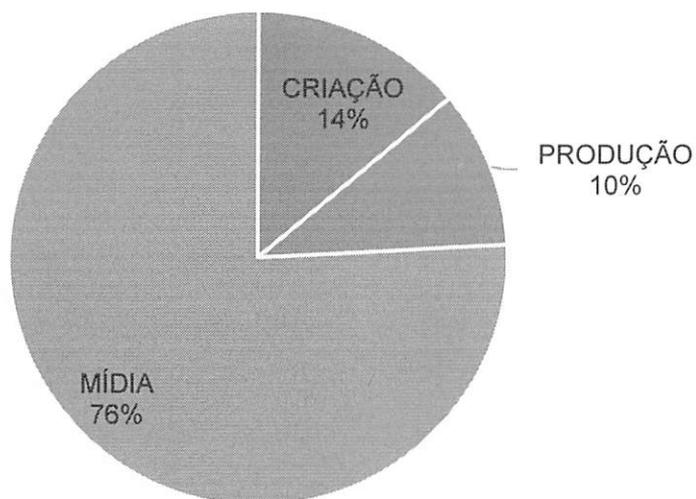
VALORES ALOCADOS DE CRIAÇÃO DE CADA PEÇA E OU MATERIAL DE NÃO MÍDIA;			
MATERIAIS	VALOR	QUANTIDADES	%
VT 30"	10.043,00	1	24%
SPOT 30"	3.049,00	1	7%
ANÚNCIO DE JORNAL	5.981,00	1	14%
OUTDOOR	5.808,00	1	14%
POST SIMPLES/ANÚNCIOS REDES SOCIAIS	16.770,00	5	40%
TOTAL	41.651,00	9	100%

QUANTIDADES A SEREM PRODUZIDAS DE CADA PEÇA E OU MATERIAL DE NÃO MÍDIA; VALORES ALOCADOS NA PRODUÇÃO DE CADA PEÇA E OU MATERIAL DE NÃO MÍDIA.			
MATERIAIS	VALOR	QUANTIDADES	%
VT 30"	15.500,00	1	50%
SPOT 30"	500,00	1	2%
OUTDOOR	9.000,00	10	29%
BANNER INTERNET	2.500,00	10	8%
PRODUÇÃO DE FOTO	3.500,00	6	11%
TOTAL	31.000,00	28	100%



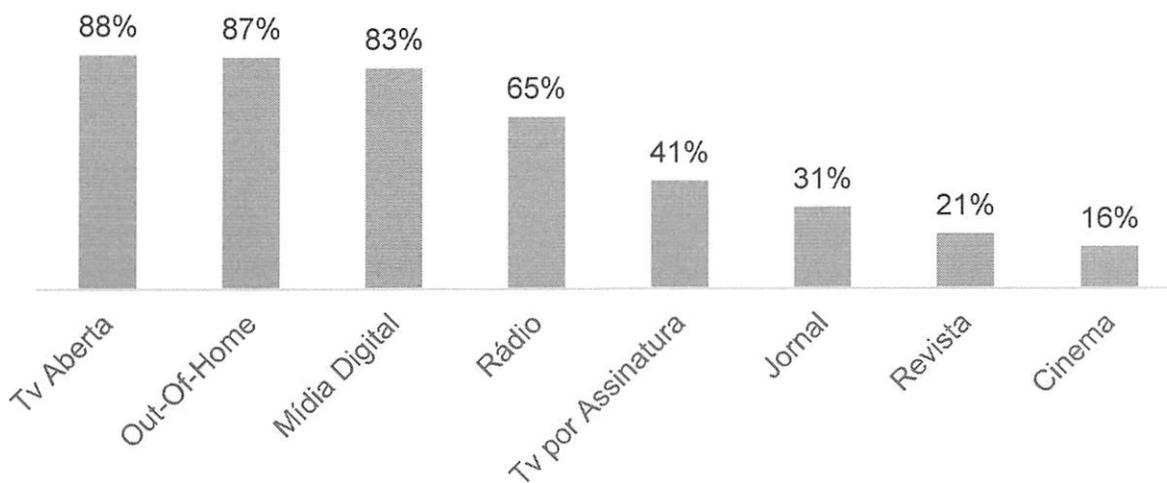
Meio	Valor	%
TELEVISAO	99.378,20	44%
RADIO	29.180,97	13%
JORNAL	4.800,00	2%
SITE	77.410,00	34%
OUTDOOR	6.500,00	3%
INTERNET	10.000,00	4%
TOTAL	227.269,17	100%

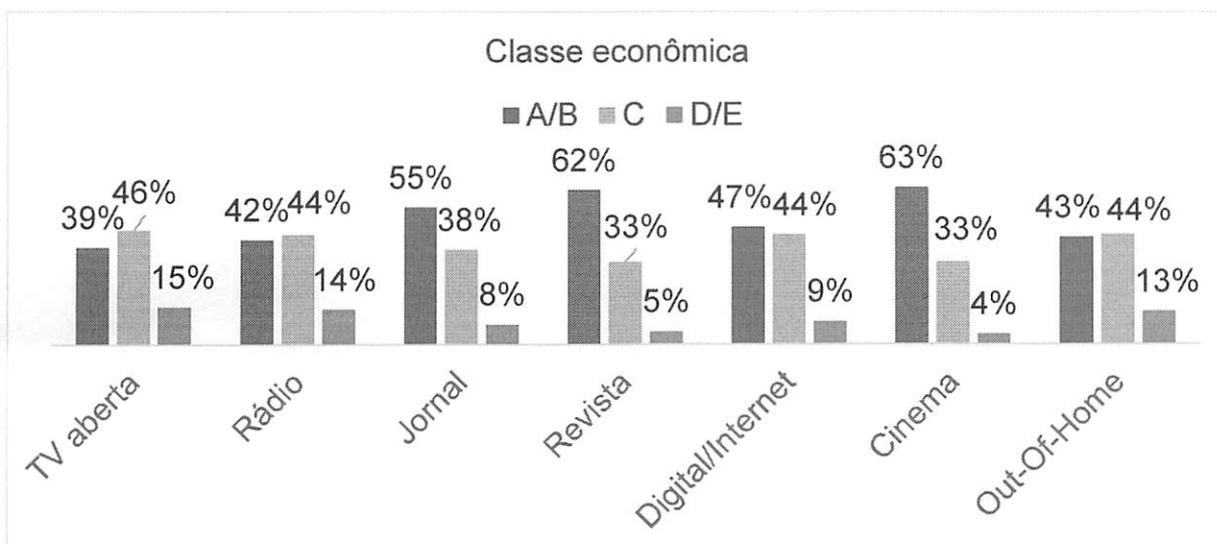
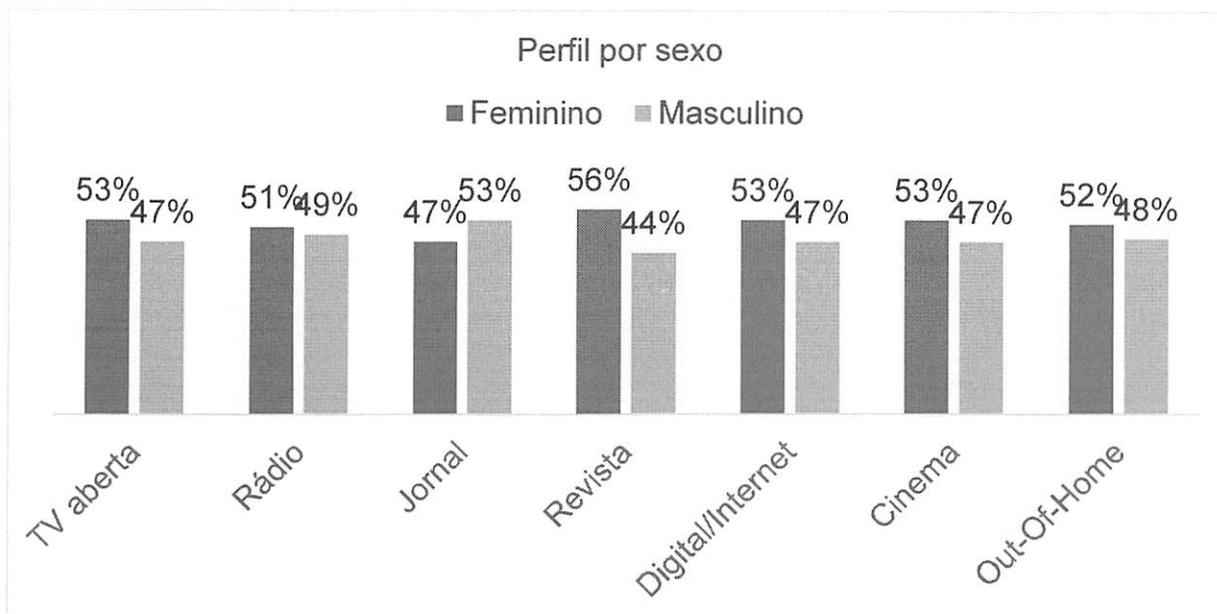
RESUMO DE INVESTIMENTO POR TIPO



DESCRIÇÃO	VALOR	%
CRIAÇÃO	41.651	14%
PRODUÇÃO	31.000,00	10%
MÍDIA	227.269,17	76%
TOTAL	299.920,17	100%

Penetração do meio no total da população – 30 dias





Faixa etária X consumo do meio							
Faixa Etária	12/19 anos	20/24 anos	25/34 anos	35/44 anos	45/54 anos	55/64 anos	65/75 anos
TV aberta	14%	9%	18%	19%	17%	14%	9%
Rádio	12%	8%	20%	20%	18%	14%	8%
Jornal	9%	9%	22%	21%	17%	14%	8%
Revista	10%	8%	21%	22%	18%	13%	7%
Digital/Internet	17%	11%	22%	21%	16%	10%	4%
Cinema	23%	16%	25%	17%	11%	5%	3%
Out-of-home	15%	10%	20%	20%	17%	12%	7%

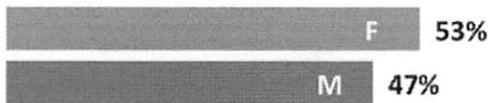
Horários de consumo de cada mídia					
Horários	Internet (%)	Jornal (%)	Revista (%)	Rádio (%)	TV (5%)
06h - 09h	5,68	25,18	16,42	18,79	2,49
09h - 12h	11,8	26,05	18,38	23,8	5,08
12h - 15h	14,43	10,37	17,11	15,81	10,85
15h - 18h	16,25	10,5	14,16	14,76	12,92

18h - 20h	15,55	6,28	7,46	10,17	17,98
20h - 22h	16,58	9,85	10,23	7,01	25,24
22h - 00h	13,8	5,83	8,19	5,74	20,06
00h - 02h	4,59	3,46	4,2	1,79	4,6
02h - 06h	1,32	3,86	3,86	2,13	0,77

PERFIL DEMOGRÁFICO DA TELEVISÃO

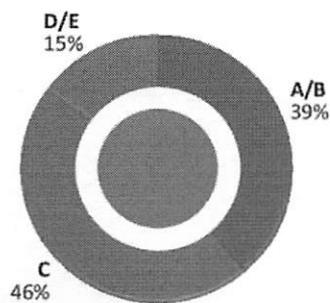
Sexo

Sex



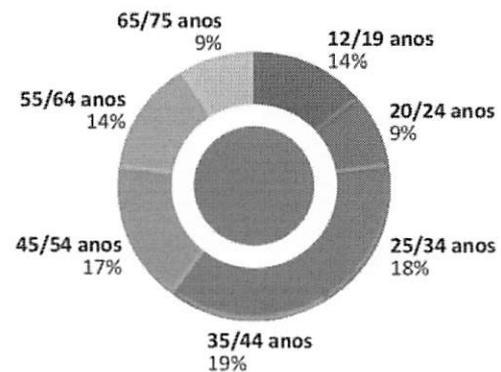
Classe econômica

Economic class

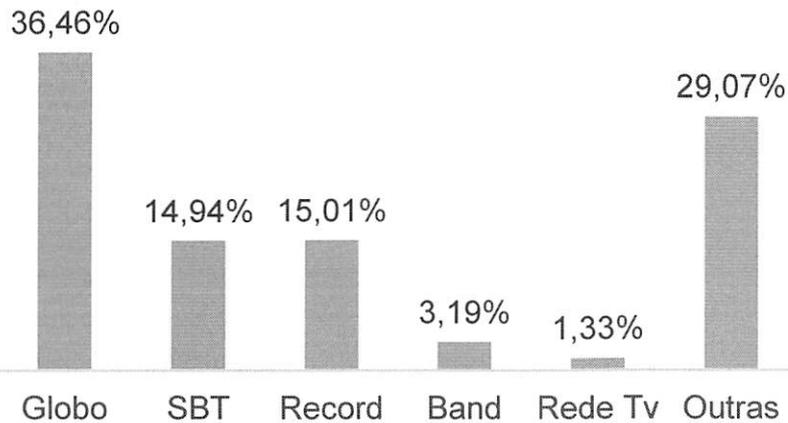


Faixa etária

Age group



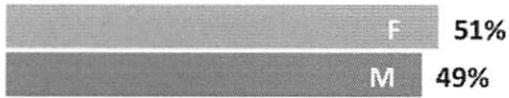
Share TV



PERFIL DEMOGRÁFICO DE RÁDIO

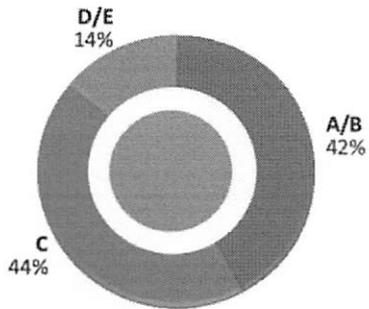
Sexo

Sex



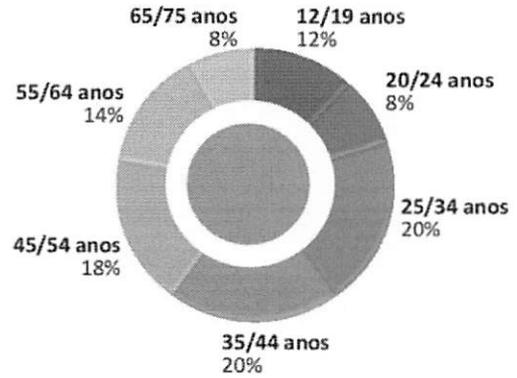
Classe econômica

Economic class



Faixa etária

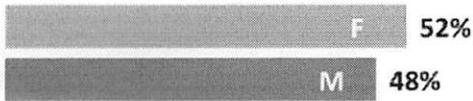
Age group



PERFIL DEMOGRÁFICO OUT-OF-HOME

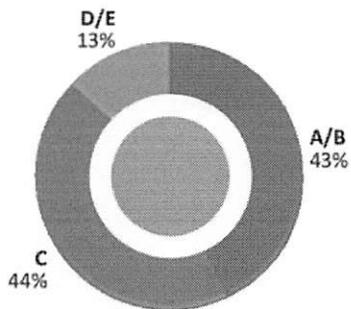
Sexo

Sex



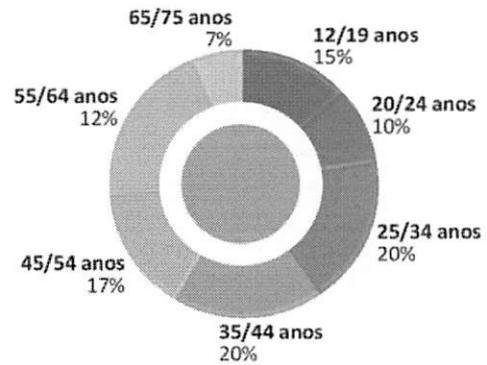
Classe econômica

Economic class



Faixa etária

Age group



PERFIL DEMOGRÁFICO JORNAL

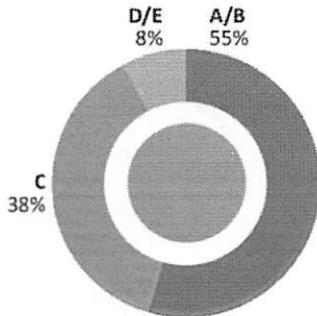
Sexo

Sex



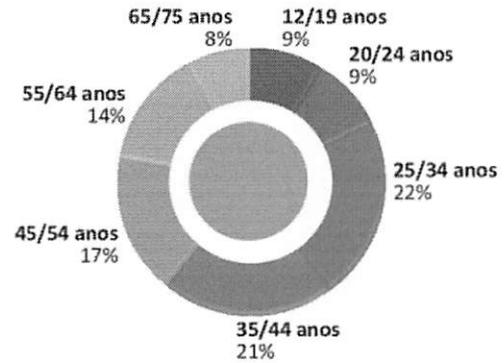
Classe econômica

Economic class



Faixa etária

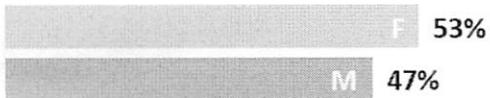
Age group



PERFIL DEMOGRÁFICO INTERNET

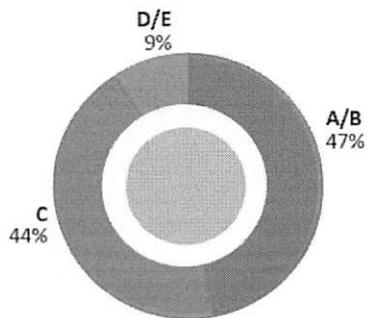
Sexo

Sex



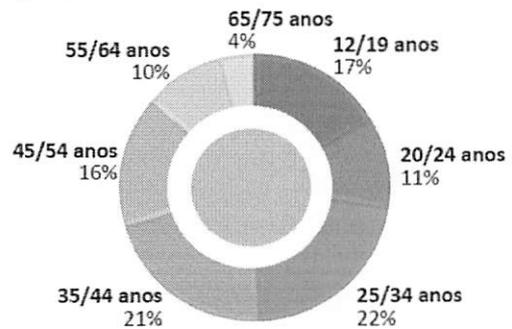
Classe econômica

Economic class

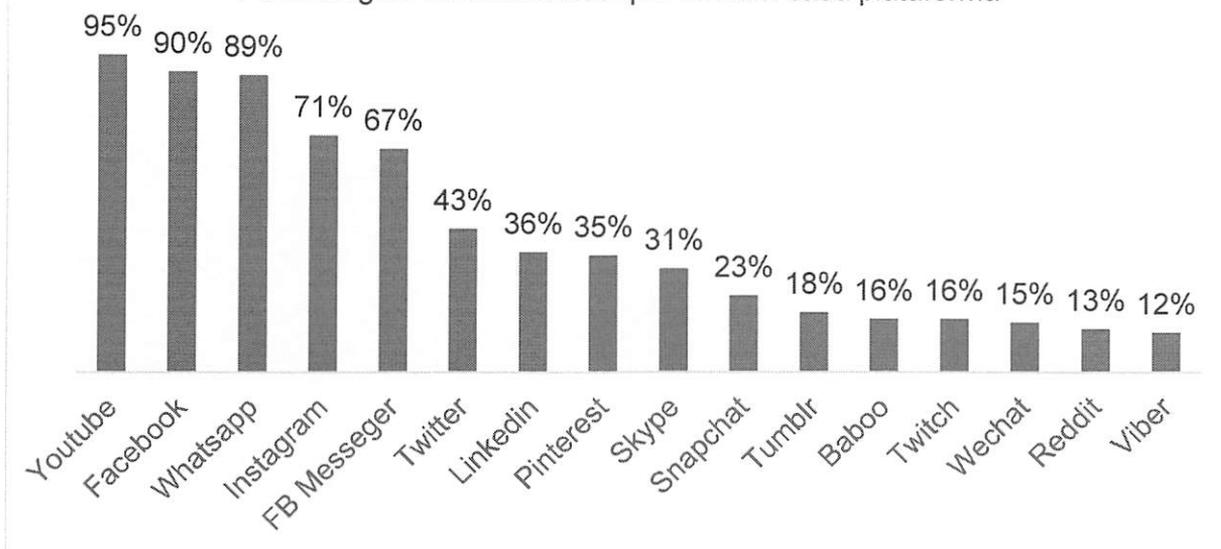


Faixa etária

Age group



Porcentagem de internautas que utilizam cada plataforma



LICITAÇÃO

Cliente: **PREFEITURA DE SORRISO**
Campanha: **LICITAÇÃO 2019**

ESPECIFICAÇÕES

ORÇAMENTO DE CRIAÇÃO DAS PEÇAS:

- VT 30"

- SPOT 30"

- ANÚNCIO DE JORNAL 1/2 PÁGINA

- OUTDOOR

- POST SIMPLES/ANÚNCIOS REDES SOCIAIS

CUSTOS FIXOS**SERVIÇOS INTERNOS**

	QTD	CONDIÇÕES	VALOR
VT 30"	1		10.043,00
SPOT 30"	1		3.049,00
ANÚNCIO DE JORNAL 1/2 PAGINA	1		5.981,00
OUTDOOR	1		5.808,00
POST SIMPLES/ANÚNCIOS REDES SOCIAIS	5		16.770,00

Subtotal Serviços Internos **41.651,00**

Total Geral Custos Fixos **41.651,00**

LICITAÇÃO

Cliente: PREFEITURA DE SORRISO
Campanha: LICITAÇÃO 2019

ESPECIFICAÇÕES

ORÇAMENTO DE CRIAÇÃO DAS PEÇAS:

- VT 30"
- SPOT 30"
- ANÚNCIO DE JORNAL 1/2 PÁGINA
- OUTDOOR
- POST SIMPLES/ANÚNCIOS REDES SOCIAIS

CUSTOS FIXOS

SERVIÇOS INTERNOS	QTD	CONDIÇÕES	VALOR
VT 30"	1		10.043,00
SPOT 30"	1		3.049,00
ANÚNCIO DE JORNAL 1/2 PAGINA	1		5.981,00
OUTDOOR	1		5.808,00
POST SIMPLES/ANÚNCIOS REDES SOCIAIS	5		16.770,00
		Subtotal Serviços Internos	41.651,00
		Total Geral Custos Fixos	41.651,00

Cliente: PREFEITURA DE SORISO
 Campanha: LICITAÇÃO 2019

LICITAÇÃO

ORÇAMENTO DE PRODUÇÃO:

- VT 30"
- SPOT 30"
- ANIMAÇÃO BANNER INTERNET - 10 FORMATOS
- OUTDOOR
- PRODUÇÃO DE FOTO

ESPECIFICAÇÕES

SERVIÇOS DE TERCEIROS

VALOR	QTD	CONDIÇÕES	SERVIÇOS DE TERCEIROS
15.500,00	1		VT 30"
500,00	1		SPOT 30"
9.000,00	10		OUTDOOR
2.500,00	10		BANNER INTERNET
3.500,00	6		PRODUÇÃO DE FOTO
31.000,00			Subtotal Serviços Terceiros
0,00			Honorários (%)
31.000,00			Total Geral Custos Fixos

CUSTOS FIXOS

Cliente: PREFEITURA DE SORRISO
Campanha: LICITAÇÃO 2019

RESUMO DE INVESTIMENTO - POR VEÍCULO

VEÍCULO	Dezembro/19	TOTAL	S/Desconto
TV CENTRO AMÉRICA - SINOP	55.436,00	55.436,00	55.436,00
TV RECORD - SORRISO	24.300,00	24.300,00	24.300,00
SITE PORTAL SORRISO MT	24.000,00	24.000,00	24.000,00
SITE SÓ NOTÍCIAS - SINOP	15.450,00	15.450,00	15.450,00
RADIO SORRISO FM 99,1	13.230,00	13.230,00	13.230,00
SITE CLIC HOJE	12.960,00	12.960,00	12.960,00
SITE A VERDADE DOS FATOS	12.000,00	12.000,00	12.000,00
TV BAND - SORRISO	11.017,00	11.017,00	11.017,00
SITE MT NOTICIAS.NET - SORRISO	10.000,00	10.000,00	10.000,00
RADIO JOVEM FM - SORRISO	8.820,00	8.820,00	8.820,00
TV CIDADE SBT SORRISO	8.625,20	8.625,20	8.625,20
19			

Cliente: PREFEITURA DE SORRISO
Campanha: LICITAÇÃO 2019

RESUMO DE INVESTIMENTO - POR VEÍCULO

VEÍCULO	Dezembro/19	TOTAL	S/Desconto
RADIO CENTRO AMERICA HITS FM - SORRISO	7.130,97	7.130,97	7.130,97
OUTCOM - OUTDOOR EM SORRISO	6.500,00	6.500,00	6.500,00
FACEBOOK	5.000,00	5.000,00	5.000,00
JORNAL FOLHA DO CERRADO - SORRISO	4.800,00	4.800,00	4.800,00
YOUTUBE	3.500,00	3.500,00	3.500,00
SITE RADIO SORRISO	3.000,00	3.000,00	3.000,00
GOOGLE	1.500,00	1.500,00	1.500,00
TOTALS	227.269,17	227.269,17	227.269,17

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE SORRISO

VEÍCULO: TV BAND - SORRISO

CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA
A - VT

FORMATO
30"

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO DEZEMBRO/2019	P E Ç A	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T												
CAFE COM JORNAL	A			1		1	1				1			1				1		1	1												8		70,00		560,00
JOGO ABERTO	A	1			1					1							1		1														5		192,00		960,00
JORNAL BAND SORRISO	A			1		1					1		1	1				1		1												7		425,00		2.975,00	
VOCE NA BAND	A				1				1		1							1														4		280,00		1.120,00	
BRASIL URGENTE 1	A					1					1										1											3		198,00		594,00	
JORNAL DA BAND	A	1					1					1		1			1															5		640,00		3.200,00	
BAND ESPORTE CLUBE	A	1						1								1																3		161,00		483,00	
TERCEIRO TEMPO	A	1						1							1																	3		375,00		1.125,00	
** SUB. TOTAL																																38				11.017,00	
																		38		TOTAL R\$		11.017,00															

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE SORRISO

VEÍCULO: SITE A VERDADE DOS FATOS

CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA
D - BANNER DE INTERNET

FORMATO

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO DEZEMBRO/2019	P E Ç A	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T												
BANNER DE INTERNET	D	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30		400,00		12.000,00
570x120																																					
** SUB. TOTAL																																	30				12.000,00
																		30		TOTAL R\$		12.000,00															

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE SORRISO

VEÍCULO: SITE MT NOTICIAS.NET - SORRISO

CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA
D - BANNER DE INTERNET

FORMATO

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO DEZEMBRO/2019	P E Ç A	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$	
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T													
BANNER DE INTERNET	D	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30				10.000,00	
550x100																																						
** SUB. TOTAL																																		30				10.000,00
																	30		TOTAL R\$		10.000,00																	

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE SORRISO

VEÍCULO: JORNAL FOLHA DO CERRADO - SORRISO

CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA
C - ANUNCIO DE JORNAL

FORMATO
1/2 PAGINA

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO DEZEMBRO/2019	P E Ç A	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$	
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T													
ANUNCIO DE JORNAL COR	C				1						1									1														3		1.600,00		4.800,00
** SUB. TOTAL																																		3				4.800,00

OBSERVAÇÃO

ABRANGENCIA: Sorriso (sede) Nova Ubiratã, Boa Esperança do Norte e Itanhanga
TIRAGEM: 3 MIL

FECHA TODAS AS TERÇAS FEIRAS E CIRCULA TODAS QUINTAS FEIRAS

3 TOTAL R\$ 4.800,00

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE SORRISO

VEÍCULO: RADIO JOVEM FM - SORRISO

CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA
B - SPOT

FORMATO
30"

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO DEZEMBRO/2019	P E Ç A	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$		
		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							
ROTATIVO	B	7	7	7	7	7		7	7	7	7	7				7	7	7	7	7				7	7	7	7	7		7					147		60,00		8.820,00
** SUB. TOTAL																																			147				8.820,00
																	147		TOTAL R\$		8.820,00																		

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE SORRISO

VEÍCULO: RADIO CENTRO AMERICA HITS FM - SORRISO

CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA
B - SPOT

FORMATO
30"

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO DEZEMBRO/2019	P E Ç A	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$						
		D	S	T	Q	S	Q	S	D	S	T	Q	S	D	S	T	Q	S	D	S	T	Q	S	D	S	T	Q	S	D	S	T												
ROTATIVO	B	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	147		48,51		7.130,97					
** SUB. TOTAL																																		147				7.130,97					
																				OBSERVAÇÃO																				TOTAL R\$		7.130,97	

ABRANGÊNCIA: SORRISO

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE SORRISO

VEÍCULO: RADIO SORRISO FM 99,1

CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA
B - SPOT

FORMATO
30"

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO DEZEMBRO/2019	P E Ç A	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$		
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T														
ROTATIVO	B	7	7	7	7	7		7	7	7	7					7	7	7	7	7				7	7	7	7	7		7					147		90,00		13.230,00
** SUB. TOTAL																																			147				13.230,00

OBSERVAÇÃO

ABRANGÊNCIA:
Sorriso, Itanhangá, Ipiranga do Norte, Primavera, Luca do Rio Verde, Boa Esperança, Nova Ubiratã, Vera, Feliz Natal

147	TOTAL R\$	13.230,00
-----	-----------	-----------

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE SORRISO

VEÍCULO: TV RECORD - SORRISO

CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA
A - VT

FORMATO
30"

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO DEZEMBRO/2019	PEÇA A	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$	
		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						
JORNAL DA MANHA MT	A	1			1					1	1					1			1		1													6		500,00		3.000,00
FALA BRASIL	A		1			1				1	1						1			1		1												6		700,00		4.200,00
HOJE EM DIA	A			1							1								1															3		700,00		2.100,00
BALANCO GERAL MT SORRISO	A	1		1	1			1		1	1	1				1			1	1	1													9		900,00		8.100,00
JORNAL DA RECORD	A		1			1		1		1	1							1		1		1												6		800,00		4.800,00
DOMINGO ESPETACULAR	A	1						1								1																		3		700,00		2.100,00
** SUB. TOTAL																																		33				24.300,00
OBSERVAÇÃO																		33		TOTAL R\$		24.300,00																
ABRANGENCIA 2 MUNICÍPIOS PRIMAVERINHA E SORRISO																																						

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE SORRISO

VEÍCULO: TV CENTRO AMÉRICA -SINOP

CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA
A - VT

FORMATO
30"

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO DEZEMBRO/2019	P E Ç A	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$	
		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						
SINOP - MT / MT																																						
TV CENTRO AMÉRICA -SINOP																																						
BOM DIA BRASIL	A		1							1		1					1				1				1								6	78	413,00		2.478,00	
ENCONTRO	A		1	1			1						1								1				1		1						7	80.50	324,00		2.268,00	
PRACA TV 1 EDICAO	A											1						1				1				1							4	44.40	621,00		2.084,00	
GLOBO ESPORTE	A				1	1						1								1											1		5	77.50	514,00		2.570,00	
JORNAL HOJE	A			1									1													1		1					4	70	548,00		2.192,00	
NOVELA I	A				1		1				1						1		1							1					1		7	175	588,00		4.116,00	
PRACA TV 2 EDICAO	A		1			1					1	1						1	1					1									7	221.90	777,00		5.439,00	
NOVELA II	A			1		1					1	1					1		1				1			1		1					8	281.60	882,00		7.056,00	
NOVELA III	A				1		1				1	1	1					1	1	1			1			1	1		1				12	532.80	1.275,00		15.300,00	
CALDEIRAO DO HUCK	A												1								1								1				3	48.3	472,00		1.416,00	
DOMINGAO DO FAUSTAO	A	1												1																			2	54.20	724,00		1.448,00	
FANTASTICO	A							1														1								1			3	81.3	1.090,00		3.270,00	
JORNAL NACIONAL	A								1										1						1		1						4	159.20	1.356,00		5.424,00	
** SUB. TOTAL																																		72	1905			55.061,00

OBSERVAÇÃO

ABRANGENCIA 32 MUNICIPIOS
 ALTA FLORESTA, APIACÁS, CARLINDA, COLIDER, FELIZ NATAL, GUARANTA DO NORTE, IPIRANGA DO NORTE, ITANHANGÁ,
 ITAUBA, JUARA, LUCAS DO RIO VERDE, MARCELANDIA, MATUPA, NOVA BANDEIRANTES, NOVA CANAA DO NORTE,
 NOVA GUARITA, NOVA MARINGÁ, NOVA MONTE VERDE, NOVA MUTUM, NOVA SANTA HELENA, NOVA UBIRATÁ,
 NOVO HORIZONTE DO NORTE, PARANAÍTA, PEIXOTO DE AZEVEDO, PORTO DOS GAUCHOS,
 SANTA RITA DO TRIVELATO, SINOP, SORRISO, TAPURAH, TERRA NOVA DO NORTE, UNIAO DO SUL, VERA.

TOTAL R\$

55.061,00

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE SORRISO

VEÍCULO: SITE SÓ NOTÍCIAS - SINOP

CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA	FORMATO												PEÇA	FORMATO				CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$																				
	FORMATO													FORMATO																										
COLOCAÇÃO DEZEMBRO/2019	P	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT	INS						
	E	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S				T			
BANNER DE INTERNET	D	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30				15.450,00	
728x90																																			30				15.450,00	
** SUB. TOTAL																																								
																		TOTAL R\$		TOTAL R\$		15.450,00																		

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE SORRISO

VEÍCULO: TV CENTRO AMÉRICA -SINOP

CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA
G - ENTREGA DIGITAL

FORMATO

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO DEZEMBRO/2019	P E Ç A	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$	
		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						
ENTREGA DIGITAL	G	1																																1		375,00		375,00
** SUB. TOTAL																																		1				375,00
OBSERVAÇÃO																	1		TOTAL R\$		375,00																	
ABRANGENCIA 32 MUNICIPIOS ALTA FLORESTA, APIACÁS, CARLINDA, COLIDER, FELIZ NATAL, GUARANTA DO NORTE, IPIRANGA DO NORTE, ITANHANGÁ, ITAUBA, JUARA, LUCAS DO RIO VERDE, MARCELANDIA, MATUPA, NOVA BANDEIRANTES, NOVA CANAA DO NORTE, NOVA GUARITA, NOVA MARINGÁ, NOVA MONTE VERDE, NOVA MUTUM, NOVA SANTA HELENA, NOVA UBIRATÁ, NOVO HORIZONTE DO NORTE, PARANAÍTA, PEIXOTO DE AZEVEDO, PORTO DOS GAUCHOS, SANTA RITA DO TRIVELATO, SINOP, SORRISO, TAPURAH, TERÇA NOVA DO NORTE, UNIAO DO SUL, VERA.																																						

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE SORRISO

VEÍCULO: SITE RADIO SORRISO

CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA
D - BANNER DE INTERNET

FORMATO

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO DEZEMBRO/2019	P E Ç A	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$	
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T													
BANNER DE INTERNET	D	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30				3.000,00	
26X4																																						
** SUB. TOTAL																																		30				3.000,00
																		30		TOTAL R\$		3.000,00																

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE SORRISO

VEÍCULO: SITE CLIC HOJE

CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA
D - BANNER DE INTERNET

FORMATO

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO DEZEMBRO/2019	P E Ç A	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T												
BANNER DE INTERNET	D	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30		432,00		12.960,00
649X164																																					
** SUB. TOTAL																																	30				12.960,00
																	30		TOTAL R\$		12.960,00																

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE SORRISO

VEÍCULO: SITE PORTAL SORRISO MT

CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA
D - BANNER DE INTERNET

FORMATO

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO DEZEMBRO/2019	P E Ç A	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$	
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T													
BANNER DE INTERNET	D	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30		800,00		24.000,00	
770x120																																						
** SUB. TOTAL																																		30				24.000,00
																		30		TOTAL R\$		24.000,00																

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE SORRISO

VEÍCULO: GOOGLE

CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA	FORMATO												PEÇA	FORMATO												CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$												
	FORMATO													FORMATO																										
COLOCAÇÃO DEZEMBRO/2019	P	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$			
GOOGLE	F	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30					1.600,00		
ESTIMATIVA DE IMPRESSÕES 160.000																																								
** SUB. TOTAL																																		30					1.500,00	
																																				30			TOTAL R\$	1.500,00