

Raciocínio Básico

Situado na região Norte de Mato Grosso, às margens da BR-163, o município de Sorriso está entre as dez maiores cidades do estado, com população superior a 80 mil habitantes. Os primeiros moradores, que em sua maioria oriundos do Sul do país, chegaram na região em decorrência dos incentivos dos Governos Militares para colonização e ocupação da Floresta Tropical, conhecida como Amazônia Legal, na década de 1970. Claudino Frâncio, colonizador vindo de Santa Catarina, gerenciou grandes quantidades de terras pertencentes a um grupo americano na área, o que permitiu o loteamento de áreas e a implantação do plano piloto que hoje é o município de Sorriso. Aos poucos, mais famílias chegavam ao local para trabalhar, e uma vila agrícola se formou. Em 26 de dezembro de 1980, a pequena agrovila foi elevada à categoria de distrito, pertencente ao município de Nobres. Em 20 de março de 1982, foi instalada a Subprefeitura do Distrito de Sorriso, tendo como subprefeito Genuíno Spenassato. Alguns anos mais tarde, em 1986, a Assembleia Legislativa do Estado do Mato Grosso e o Governador Júlio Campos aprovaram a Lei nº 5.002/86, que elevou o Distrito de Sorriso à categoria de município. Desde então, a cidade vem crescendo e ganhando cada vez mais destaque no cenário nacional. Hoje, Sorriso é 4ª maior economia de Mato Grosso, que conta com 141 municípios no total, e a 13ª maior do Centro-Oeste brasileiro, segundo o IBGE. Conhecida como a Capital Nacional do Agronegócio, o município é o maior produtor de soja do país, produzindo, individualmente, 3% da produção nacional e 17% da produção estadual. Em seus 615 mil hectares agricultáveis são produzidos mais de 5,6 milhões de toneladas de grãos em um único ciclo, além de 26,4 mil toneladas de pluma de algodão. Quase 84% da produção é de soja, seguida de forma direta pelo milho. O agronegócio impulsionou a economia da cidade, que atualmente possui 8.305 empresas, entre elas, grandes multinacionais, como Amaggi, Cargill, Bunge entre outras. Além do cultivo de grãos, Sorriso destaca-se, também, pela piscicultura, ostentando o título de maior produtor de peixes de Mato Grosso, segundo dados do IBGE. Recentemente, o município também registrou um crescimento significativo do comércio e da atividade industrial. O Índice de Desenvolvimento Humano de Sorriso é de 0.744, o 9º maior do estado, algo muito expressivo para uma cidade com pouco mais de 30 anos de idade.

É nítido que a cidade vive um momento de expansão, os números e resultados positivos são impressionantes, mas, para que sejam sustentados e transformados em benefícios para todos os seus habitantes, é preciso que a administração pública participe de todo o processo de forma assertiva e ágil. O Artigo 6º da Constituição da República Federativa do Brasil afirma que “São direitos sociais a educação, a saúde, a alimentação, o trabalho, a moradia, o lazer, a segurança, a previdência social, a proteção à maternidade e à infância, a assistência aos desamparados [...]”. Portanto, está claro que é dever do poder público assumir seu papel como promotora do desenvolvimento para assegurar aos cidadãos todos os seus direitos. Peter Drucker, professor e consultor administrativo, afirmou que “para sobreviver e ter sucesso, cada organização tem de se tornar um agente da mudança. E a forma mais eficaz de gerenciar a mudança é criá-la”. Foi essa a postura tomada pela Prefeitura Municipal de Sorriso. Em 2019, o órgão não mediu esforços para estabelecer um clima de satisfação geral por parte da população, atendendo as demandas da sociedade, dando abertura ao diálogo e promovendo ações e iniciativas que contribuíram para o desenvolvimento da cidade e o fortalecimento do bem-estar social. Fica evidente que a Prefeitura Municipal de Sorriso assumiu seu papel natural como agente da transformação, o desafio atual, contudo, é mostrar à população todo o trabalho executado durante o ano. Uma comunicação clara e objetiva é essencial para destacar as iniciativas da atual gestão como catalisadoras do progresso em todos os setores fundamentais para a população, seja a saúde, a educação ou a segurança. E não há época melhor do que o fim do ano, período em que as pessoas param para fazer um balanço, analisar o que foi feito e estabelecer certas metas para o futuro próximo, para mostrar, com inteligência, criatividade e eficiência,

como o trabalho realizado tem impacto positivo na vida de cada sorricense e no crescimento da cidade.

Estratégia de Comunicação

Sorriso é um gigante na produção agrícola. A capital do agronegócio é o maior município produtor de soja do país, responsável por 3% da produção do grão no Brasil e 17% no Mato Grosso. Essa pujança trouxe para a cidade desenvolvimento econômico, social, cultural e industrial, fazendo o capital oriundo do agro girar não só no campo, mas também na área urbana e até mesmo nos municípios e distritos adjacentes, fazendo da cidade um verdadeiro polo. Mas, como toda história, essa ascensão sorricense também teve o seu começo. Para entender melhor isso, precisamos voltar em sua fundação.

Há mais de 33 anos, Sorriso não passava de coordenadas geográficas de algo pouco maior que uma vila agrícola. Para muitos de seus futuros colonizadores, Mato Grosso era mais que um lugar desconhecido: era longínquo, gigante e praticamente inacessível. Ou seja, colonizá-lo era uma missão para poucos e bons. Mais do que isso: para pessoas com virtudes no coração.

Alexandre o Grande disse uma vez que a sorte favorece os destemidos. E foram eles, os corajosos, que embarcaram nessa jornada, rumo ao futuro município de Sorriso. Uma odisséia onde apenas aqueles que carregassem virtudes em seus corações conseguiriam vencer. É baseando-se nisso (virtudes) que nossa proposta de campanha foi construída.

Quem veio para Sorriso possuía virtudes únicas e especiais. Como a Coragem, para desbravar uma terra desconhecida, sem saber o que os aguardavam. A Perseverança, para continuar enfrentando as dificuldades do dia a dia sem desistir, sem esmorecer, acreditando que só o trabalho assegura a conquista. O Respeito, por suas tradições, suas raízes e sua família. A Fé, em Deus, na chuva que vai molhar a terra, no Sol que vai alimentar as plantas, num futuro próspero e vencedor. Foram as virtudes dos sorrissenses que construíram a cidade e, ao longo dessas quase três décadas e meia, fizeram o que ela é hoje: referência em desenvolvimento socioeconômico em todo o país.

Ao olhar o passado aprendemos a trabalhar no presente e a preparar o futuro. Foi com esse pensamento que nossa campanha trouxe um paralelo entre as virtudes dos sorrissenses e o trabalho da Prefeitura do Município, que também empenhou coragem, perseverança, respeito e fé em seu trabalho no ano de 2019.

O conceito da campanha sugerido é “Assim que nós construímos Sorriso.”. Ele serve de resposta e apoio para a aplicação das virtudes (Perseverança, Coragem, Fé, Respeito), nas peças sugeridas da campanha. A ideia do visual da campanha traz, em primeiro plano, o rosto de um homem que representa todos os primeiros colonizadores e produtores de Sorriso. Ele se apresenta com uma expressão altiva e, ao mesmo tempo, esperançosa, remetendo ao fato da Prefeitura já ter realizado muito, mas que também ainda irá realizar novas conquistas. O visual das peças também contempla fusões de imagens que representam as ações e obras das prefeituras em diversas áreas, no tempo atual, em especial na Saúde, Educação e Infraestrutura. A prestação de contas junto à população também é de importância vital, por isso as peças da campanha também apresentam com destaque os valores investidos, destacando algumas das obras e ações de maior relevância, sendo que tais informações foram todas coletadas na seção de notícias do site da Prefeitura de Sorriso (www.sorriso.mt.gov.br). Como a Prefeitura realizou incontáveis ações junto à cidade, deixamos no final das peças um chamamento para que a população saiba mais sobre o que foi feito ao acessar o site da instituição.

Em seus desdobramentos de peças, a campanha apresenta diferentes virtudes em primeiro plano (como a Coragem), e também contempla outros perfis e estereótipos de pessoas, representando a diversidade com que a cidade foi colonizada. Em todas as peças, também trazemos o viés da prestação de contas ao apresentar os números investidos pela Prefeitura. A seguir, contemplamos a lista das peças sugeridas para a campanha e suas descrições

criativas.

Ideia Criativa

Peças Corporificadas

Anúncio de Jornal

A peça traz em primeiro plano o rosto de um senhor de idade caracterizado como um fazendeiro, representando de forma comum os muitos agricultores e pecuaristas que fazem parte de Sorriso. Junto dele aparece a palavra-chave “PERSEVERANÇA”, continuada pelo texto “Foi assim que nós construímos Sorriso”. Ao lado do senhor, também em destaque, há uma montagem de várias fotos representando espaços da cidade sendo reformados e cidadãos utilizando os serviços municipais. Depois disso, há um texto de apoio destacando os desafios enfrentados pelos pioneiros da região e lembrando o papel fundamental da Prefeitura no processo de construção e crescimento de Sorriso. Além disso, há um compilado das principais obras realizadas pelo poder público municipal nos setores de saúde, educação, transporte, lazer e segurança. De forma geral, a peça tem as cores trabalhadas para remeterem às mesmas cores da comunicação oficial da Prefeitura de Sorriso, reforçando ainda mais a presença da atual gestão nos investimentos exemplificados na peça.

VT 30”

O filme de 30 segundos começa ambientado no passado, mostrando um homem do campo que passa por diversas dificuldades em sua lavoura, mas que se mantém resiliente apesar disso. A locução séria reforça cada fase desse processo. Em determinado momento há uma transição para o presente e o mesmo personagem, agora um senhor de idade, aparece como um grande agricultor, demonstrando que ele conseguiu superar os desafios. Nesse momento o filme introduz as realizações da Prefeitura de Sorriso, comparando a mudança de situação do personagem mostrado com a mudança ocorrida na cidade desde o seu surgimento. As novas cenas mostram obras acontecendo na cidade e moradores usando serviços municipais de setores que receberam investimentos em 2019, como ruas e escolas. Nos momentos finais do filme, o destaque fica para vários sorrisesenses em primeiro plano, exemplificando o conceito de humanização e positividade abordados na campanha, trazido também na locução. Por fim, a peça termina com a assinatura oficial da atual gestão. Assim como nas demais peças, as cores de todas as cenas remetem às cores da comunicação oficial da Prefeitura de Sorriso.

Fullbanner

O Fullbanner apresenta algumas das informações trazidas no restante da campanha de forma resumida devido às limitações de seu formato, que demanda uma leitura mais rápida. Mesmo assim, ele garante um excelente reforço para a comunicação da campanha de forma geral, pois o ambiente da internet é abrangente. A peça se divide em sete frames animados que se sobrepõem um ao outro continuamente para passar toda a mensagem. O primeiro frame traz uma palavra-chave e uma foto que são complementadas pelo frame seguinte. Os frames que seguintes trazem dados sobre melhorias realizadas pela Prefeitura em 2019. Por fim, o último frame traz o mote da campanha e assina a peça com a marca da atual gestão. Assim como as demais peças, o Fullbanner destaca as cores da atual gestão da Prefeitura de Sorriso para reforçar e unificar a comunicação.

Carrossel

O post Carrossel é um dos formatos mais diferenciados e interessantes do Facebook e do Instagram. Ele se apresenta no feed de notícias, através de patrocínio por meio de dark post (quando a postagem aparece somente para público segmentado) como uma série de imagens dispostas uma ao lado da outra, conhecidas como cartões, criando assim uma barra de navegação para que a pessoa possa “deslizar” para os lados. Nessa peça, o cartão inicial traz um convite para que o internauta seja instigado a interagir com

a publicação. Ao passar para o lado, a pessoa então verá frases e fotos que remetem ao conceito de positividade da campanha, sempre representando a história da cidade e de seus cidadãos. No penúltimo cartão, ao invés de uma imagem estática, a peça reproduz em vídeo a segunda metade do VT de 30 segundos, apresentando alguns dos investimentos realizados pela Prefeitura de Sorriso em 2019. A peça ganha destaque principalmente pela sua interatividade com o meio sugerido.

Spot 30"

A peça inicia com as vozes de uma conversa entre um menino e seu avô, que conta como os primeiros moradores da região de Sorriso enfrentaram as dificuldades para conseguir prosperar. O intuito é transmitir humanização e gerar identificação com o ouvinte. Em seguida, uma locução institucional traz o conceito para a realidade da cidade, onde a Prefeitura é quem promove o desenvolvimento, citando ainda algumas informações sobre ações realizadas pela gestão em 2019. Ao final, o mote da campanha é citado para amarrar o conceito e em seguida entra a assinatura sonora.

Peças Não Corporificadas

MMS WhatsApp Marketing com Vídeo Websérie

Um dos aplicativos mais baixados do mundo, o WhatsApp revolucionou a forma como as pessoas se comunicam diariamente. A mensagem será enviada por meio de uma ferramenta que permite o disparo automático e massificado para uma determinada seleção de usuários do aplicativo. Através dessa ferramenta, ainda é possível saber o nome do usuário – o que possibilita uma abordagem mais pessoal – e segmentar o público por renda, idade, classe social, sexo e localização. Nesta peça vamos utilizar de uma mensagem mais curta e conversada para convidar a pessoa para dar o play no vídeo da websérie, que também fará parte do conteúdo da mensagem.

Websérie 30" para Internet (Facebook, Instagram e Youtube)

A websérie faz parte de nossa estratégia digital para alcançar um público maior e conseguir mais engajamento. Nessa série de dois vídeos, de 30 segundos cada, traremos relatos fictícios de famílias de Sorriso que estão na cidade desde a sua colonização. Pessoas que, com perseverança, coragem e muito trabalho, ajudaram a construir a cidade como ela é hoje: a Capital do Agronegócio e referência em desenvolvimento em todo o país. Os depoimentos seriam captados em pontos estratégicos da cidade, onde as obras e ações mais importantes da Prefeitura aconteceram em 2019, fazendo um paralelo entre o trabalho dos sorrisenses e da atual gestão municipal, que também carrega virtudes em seu trabalho pelo município.

Estratégia de Mídia

A estratégia de mídia adotada foi subsidiada por pesquisas técnicas e comportamentais sobre os hábitos de consumo dos meios, bem como por levantamentos de dados dos veículos de comunicação com abrangência em Sorriso, com métodos utilizados para elaboração e execução de um planejamento e análises de mídia, atendimento do público-alvo e alcance da área de abrangência, de forma a atingir os munícipes de todas as idades e classes sociais, alcançando por abrangência e influência dos veículos trabalhados formadores de opinião e investidores próximos. Não existe estratégia de mídia sem técnica, todo planejamento envolve estudo e execução com os movimentos gravitacionais, responsáveis por fazer a mensagem publicitária chegar aos consumidores, envolvendo indicadores elementares como cobertura e a frequência de mídia para se produzir efeitos significativos à mensagem e ao público receptor. Trabalhamos com a continuidade da campanha linear objetivando massificação de mídia com frequência e proximidade com o público sorricense, dando visibilidade e conhecimento das ações desenvolvidas pela Prefeitura Municipal de Sorriso, mostrando um município forte, ativo com capacidade de expansão, mais sem deixar de lado o cuidado e a atenção para cada sorricense, deixando claro que a Prefeitura atende esta demanda crescente e ela também prepara o município para o futuro, investindo em estudos ligados ao trânsito e ao transporte público, saúde, segurança, esporte, educação, social e infraestrutura.

Atendendo ao edital e visando obedecer os objetivos da campanha, a mídia sugerida foi elaborada no período de 30 dias com veiculação de 01 a 30 de novembro da seguinte forma: 86% em mídia (R\$ 259.272,50), 10% em criação (R\$ 29.410,00) e 4% em produção (R\$ 11.180,00), totalizando um investimento de R\$ 299.862,50 demonstrados pelas planilhas e relatórios a seguir.

A campanha está integrada entre o off-line e on-line se aproveitando da criatividade e impulsionamento para explorar os diferentes recursos das mídias sociais, como webséries para o feed de notícias do Facebook e utilizado de forma orgânica no Youtube, formatos interativos no Facebook e disparos de vídeos programados no WhatsApp e impactando cada vez mais estes impulsionamentos nas visualizações nas mídias de massa. Assim, o on-line e off-line, juntos, conseguirá atingir o público-alvo exigido no briefing.

As estratégias foram desenvolvidas respeitando as características comportamentais de cada público e desenvolvimento de mídia para cada meio, com o objetivo de impactar e impulsionar a campanha publicitária da Prefeitura Municipal de Sorriso, preconizando principalmente, pelos termos de eficácia, eficiência e efetividade da campanha, deixando claro os objetivos a serem atingidos mediante a divulgação, trabalhando o maior tempo possível e dando maior visibilidade a campanha com uma frequência massificada em seus meios interlocutores e aproveitando as oportunidades e economia de divulgação por meio dos recursos próprios a custo zero disponíveis pela Prefeitura de Sorriso.

Para o meio TV foi destinado 54,9% da verba de mídia (R\$ 142.219,50), sendo trabalhado VT de 30". A tática adotada de veiculação para o meio TV é da utilização das principais emissoras com alto grau de aceitação e priorizando programas locais, jornalísticos, alternados com programas de entretenimento nos períodos de manhã, tarde e noite para atingir uma gama maior de público e aumentar a frequência nos horários de grande audiência. A cobertura visual no meio TV será no período de 01 a 30 de novembro de 2019 de maneira intercalada entre os veículos trabalhados, somando um montante de 359 inserções de 30".

O meio rádio entra como sustentação, continuação da mensagem estratégica e de massa da campanha onde se foi programado 20,7% da verba de mídia (R\$ 53.553,00), sendo trabalhado um Spot de 30". Este meio foi selecionado por sua forma direta de comunicar, e por sua presença inegável com todos os públicos, pois tem um alcance significativo dentro da sociedade com programações variadas. A tática implantada irá levar em consideração os critérios técnicos em relevância, influência e alcance do público-alvo. O período de

divulgação para este meio é de 01 a 30 de novembro de 2019, com inserções diárias de segunda a domingo mantendo sempre o posicionamento em frequência e presença na mídia, entre as emissoras trabalhadas somaremos um total de 900 inserções de 30”.

O Meio Internet, com as mais diversas formas e plataformas de anúncio, proporcionam cada dia mais a interação e a conexão com o público, seja por meio das mídias digitais (internet social) ou pela mídia programática e sites (internet display). Estar atento a toda esta interação, novas tecnologias e segmentações é muito importante para a definição de novas estratégias e ações, bem como a correção de rumos, visando atender mais assertivamente as demandas do público objetivado e criar um relacionamento mais otimizado e direto. Trabalharemos em nossa estratégia 2 vídeos webséries de 30”, 1 vídeo institucional de 30” (o mesmo direcionado ao meio TV), post carrossel para o Facebook e Instagram, display/banner para internet e impulsionamento digital, onde foi destinado 2,3% para internet social da verba de mídia (R\$ 6.000,00) e 17,9% para internet display (R\$ 46.300). Para uma estratégia digital eficiente no Facebook e Instagram, utilizaremos o VT institucional de 30” (o mesmo do meio TV) e os 2 VTs webséries de 30”, no feed de cada rede social. Além de um post carrossel que publicaremos como dark, post, que é uma publicação patrocinada e segmentada que não aparece na timeline da página. Para o investimento dos VTs utilizaremos a segmentação de visualização de vídeo, idade, cidade, sexo e filtros que remetem o público-alvo. Na Internet display, trabalharemos com banners para internet em sites locais formadores de opinião e com a mídia programática nos principais portais e provedores, Investiremos durante 30 dias no período de 01 a 30 de Novembro de 2019, com abrangência local e alcance em média de 147.105 impactos, somadas entre os veículos trabalhados. A métrica de compra utilizada foram as formas CPM,CPV e diária.

Meio Impresso, o jornal é um meio de comunicação que possui apelo universal, maleabilidade e multiplicidade de assunto, é um meio que possui um público amplo e diversificado por ter caráter seletivo, é uma mídia mais experiente e possui vida útil longa. Segundo pesquisas, 67% dos leitores tem preferência pela versão impressa e 26% pela versão digital, onde 69% dos seus leitores possuem atividades em Administração Pública, sendo que destes 78% estão entre a faixa etária de 45 a 54 anos, sendo um público formador de opinião. O jornal é conhecido tradicionalmente na cidade, com mais de 29 anos existência tem a sua circulação às quintas-feiras com uma tiragem de 3.000 exemplares. Na programação da estratégia de mídia iremos trabalhar com um anúncio de jornal página dupla espelhada na primeira semana da campanha junto com todas as outras peças dando start na campanha. Assim, para este meio, destinamos 2,5% da verba de mídia (R\$6.400,00).

Mídia Mobile, hoje as facilidades oferecidas pelo mundo mobile, têm impulsionado cada vez mais o número de adeptos ao uso do celular e suas comunicações, principalmente as que envolvem o envio e troca de mensagens por vídeo e imagem. Possui uma mecânica simples e funcional, onde se é falado com quem realmente interessa, com essa base consegue-se clusterizar por sexo, renda, geolocalização, idade, entre outros, 82,3% dos usuários da mídia mobile alegam utilizar diariamente o aplicativo WhatsApp e o mesmo já fica instalado em sua home, 89,1% abrem suas mensagens logo que recebidas, tornando-o um grande potencializador de vendas e conhecedor de marcas, eventos e ações específicas. Sendo assim, para este meio, destinamos 1,9% da verba de mídia (R\$ 4.800,00) onde será feito o disparo dos 2 VTs webséries de 30”, juntamente com uma mensagem de texto de abertura. Serão realizados 30.000 disparos de MMs marketing (whatsapp marketing), este envio dividido em 2 disparos de 15.000, no início da campanha e também no meio da mesma, trabalhado como sustentação e fixação da mensagem. Acreditamos que com este plano estratégico criamos meios e canais de comunicação que possam atingir o público-alvo.

ESPELHO DA COBERTURA

Cliente : PREFEITURA MUNICIPAL DE SORRISO (03.239.076/0001-62)

	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
Internet Display	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	
NOVEMBRO/19 SIMPLEADS ON LINE ADVERTISING	█																														
SITE CLICHOJE	█																														
SITE FOLHA DO CERRADO	█																														
SITE MT NOTICIAS.NET	█																														
SITE PORTAL SORRISO MT	█																														
Internet Social	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
NOVEMBRO/19 FACEBOOK AD	█																														
Jornal	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
NOVEMBRO/19 JORNAL FOLHA DO CERRADO							█																								
Mídia Mobile	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
NOVEMBRO/19 SMS E WHATS APP 2 CALL MOBILE MARKETING				█							█																				
Rádio	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
NOVEMBRO/19 RADIO FM 104.9 JOVEM SORRISO	█																														

ESPELHO DA COBERTURA

Cliente : PREFEITURA MUNICIPAL DE SORRISO (03.239.076/0001-62)

Rádio	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
	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	
RADIO FM 89.3 CENTRO AMERICA SORRISO	█																														
RADIO FM 99.1 SORRISO	█																														
Televisão	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
NOVEMBRO/19																															
TV BAND SORRISO - 1	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
TV GLOBO CENTRO AMERICA SINOP	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
TV RECORD SORRISO CANAL 10	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
TV SBT CIDADE DE SORRISO...	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█

Cliente: PREFEITURA MUNICIPAL DE SORRISO
 Campanha: CONCORRÊNCIA PÚBLICA 002/2019

RESUMO DE INVESTIMENTO - POR MEIO E VEÍCULO

MEIO	VEÍCULO	Novembro/19		TOTAL	
INTERNET DISPLAY	SITE CLICHOJE	12.960,00	5,0%	12.960,00	5,0%
	SITE PORTAL SORRISO	10.500,00	4,0%	10.500,00	4,0%
	SIMPLEADS ON LINE AD	10.440,00	4,0%	10.440,00	4,0%
	SITE MT NOTICIAS.NET	10.000,00	3,9%	10.000,00	3,9%
	SITE FOLHA DO CERRA	2.400,00	0,9%	2.400,00	0,9%
		46.300,00	17,9%	46.300,00	17,9%
INTERNET SOCIAL	FACEBOOK AD	6.000,00	2,3%	6.000,00	2,3%
		6.000,00	2,3%	6.000,00	2,3%
JORNAL	JORNAL FOLHA DO CER	6.400,00	2,5%	6.400,00	2,5%
		6.400,00	2,5%	6.400,00	2,5%

Cliente: PREFEITURA MUNICIPAL DE SORRISO
 Campanha: CONCORRÊNCIA PÚBLICA 002/2019

RESUMO DE INVESTIMENTO - POR MEIO E VEÍCULO

MEIO	VEÍCULO	Novembro/19		TOTAL	
MÍDIA MOBILE	SMS E WHATS APP 2 CA	4.800,00	1,9%	4.800,00	1,9%
		4.800,00	1,9%	4.800,00	1,9%
RÁDIO	RADIO FM 99.1 SORRISO	21.000,00	8,1%	21.000,00	8,1%
	RADIO FM 104.9 JOVEM	18.000,00	6,9%	18.000,00	6,9%
	RADIO FM 89.3 CENTRO	14.553,00	5,6%	14.553,00	5,6%
		53.553,00	20,7%	53.553,00	20,7%
TELEVISÃO	TV GLOBO CENTRO AM	49.475,00	19,1%	49.475,00	19,1%
	TV RECORD SORRISO C	46.400,00	17,9%	46.400,00	17,9%
	TV SBT CIDADE DE SOR	25.656,50	9,9%	25.656,50	9,9%
	TV BAND SORRISO - 1	20.688,00	8,0%	20.688,00	8,0%
		142.219,50	54,9%	142.219,50	54,9%
TOTAIS		259.272,50		259.272,50	

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA MUNICIPAL DE SORRISO (03.239.076/0001-62) R. SOCIAL: RÁDIO E TELEVISÃO MATOGROSSENSE LTDA.
 PRODUTO: PREFEITURA MUNICIPAL CAMPANHA: CONCORRÊNCIA PÚBLICA 002/2019

MEIO: TELEVISÃO
 PERÍODO: NOVEMBRO/2019

PEÇA
A - VT

FORMATO
30"

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO NOVEMBRO/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	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	%	%	CUSTO TOTAL R\$	
		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							DESCONTO
DOMINGO DO FAUTÃO	A			1														1								1							3	50.1	724,00			2.172,00
FANTASTICO	A			1						1																1							3	55.50	1.090,00			3.270,00
** SUB. TOTAL																																	81	1020				49.475,00
PRAZO PAGTO: 15DFM-15/12/2019-49.475,00																																						
OBSERVAÇÃO																											81	1020	TOTAL R\$		49.475,00							
																											MÍDIA											
																											APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA											

Cliente: PREFEITURA MUNICIPAL DE SORRISO
Campanha: CONCORRÊNCIA PÚBLICA 002/2019

RESUMO DE INVESTIMENTO - POR MEIO

MEIO	Novembro/19		TOTAL	
TELEVISÃO	142.219,50	54,9%	142.219,50	54,9%
RÁDIO	53.553,00	20,7%	53.553,00	20,7%
INTERNET DISPLAY	46.300,00	17,9%	46.300,00	17,9%
JORNAL	6.400,00	2,5%	6.400,00	2,5%
INTERNET SOCIAL	6.000,00	2,3%	6.000,00	2,3%
MÍDIA MOBILE	4.800,00	1,9%	4.800,00	1,9%
TOTAIS	259.272,50		259.272,50	

	LICITAÇÃO	Orçamento
--	------------------	------------------

Cliente: PREFEITURA MUNICIPAL DE SORRISO
Campanha: LICITAÇÃO

ESPECIFICAÇÕES

CRIAÇÃO DE VT 30"
CRIAÇÃO DE SPOT 30"
CRIAÇÃO DE ANÚNCIO DE JORNAL
CRIAÇÃO DE BANNER PARA INTERNET
CRIAÇÃO DE POST CARROCEL

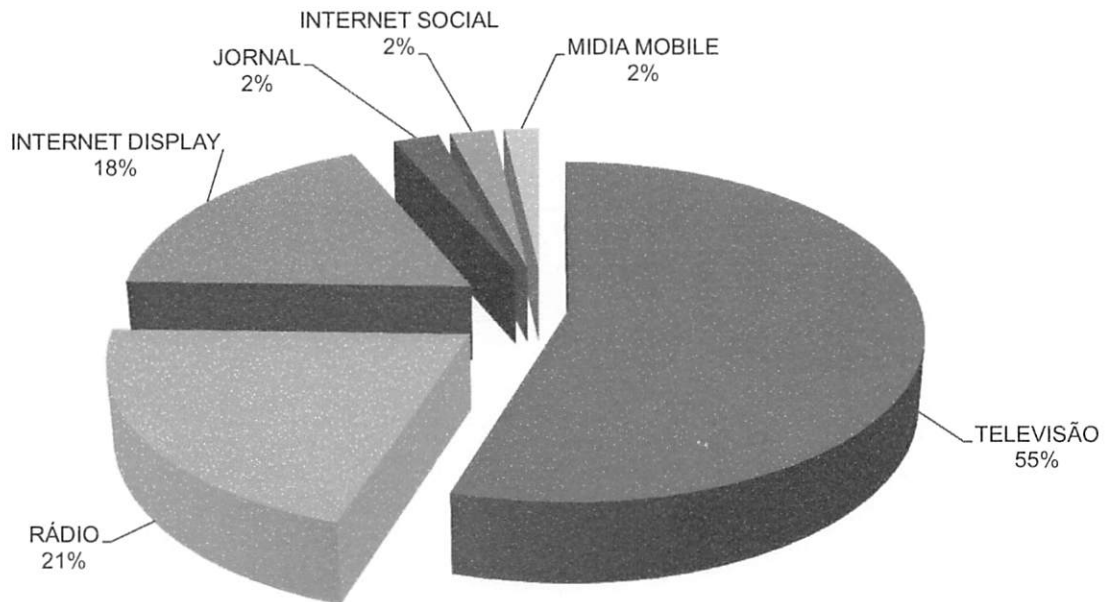
* CUSTOS DE FOTOS ORÇADOS JUNTO COM A PRODUÇÃO

CUSTOS FIXOS

SERVIÇOS INTERNOS	CONDIÇÕES	QTD	C. UNITÁRIO	VALOR
CRIAÇÃO VT 30"	30DD	3	3.347,67	10.043,00
CRIAÇÃO SPOT 30"	30DD	1	3.049,00	3.049,00
CRIAÇÃO DE ANÚNCIO DE JORNAL	30DD	1	9.230,00	9.230,00
CRIAÇÃO DE BANNER P INTERNET	30DD	1	3.734,00	3.734,00
CRIAÇÃO DE POST CARROSSEL	30DD	1	3.354,00	3.354,00
Subtotal Serviços Internos				29.410,00
SERVIÇOS DE TERCEIROS	CONDIÇÕES	QTD	C. UNITÁRIO	VALOR
PRODUÇÃO DE VT 30" INCLUSO LINK	30DD	1	3.000,00	3.000,00
PRODUÇÃO DE SPOT 30"	30DD	1	700,00	700,00
PRODUÇÃO DE BANNER P INTERNET	30DD	6	80,00	480,00
PRODUÇÃO DE VT 30" PARA INTERNET	30DD	2	3.500,00	7.000,00
Subtotal Serviços Terceiros				11.180,00
Honorários				0,00
Total Geral Custos Fixos				40.590,00

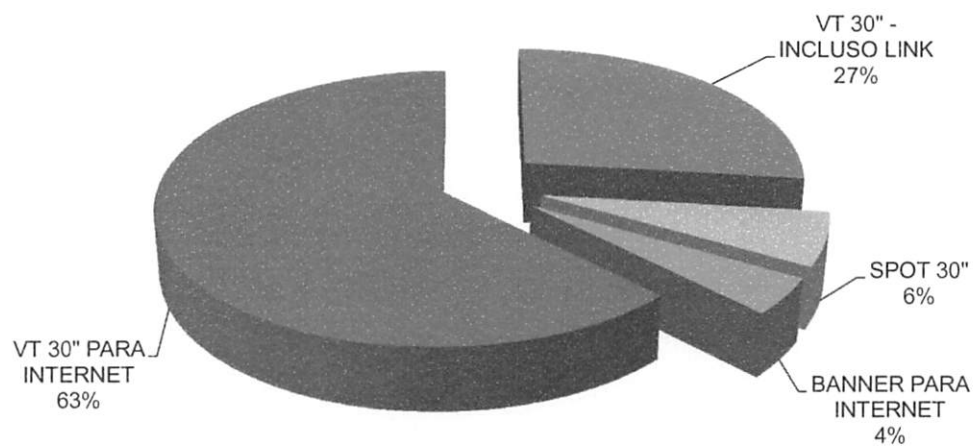
Produção	Atendimento	Opção	Aprovação pelo Cliente	Data
----------	-------------	-------	------------------------	------

RESUMO DE INVESTIMENTO DE MIDIA			
MEIO	INSERÇÕES/IMPRESSÕES	INVESTIMENTO	%
TELEVISÃO	359	R\$ 142.219,50	54,9%
RÁDIO	900	R\$ 53.553,00	20,7%
INTERNET DISPLAY	90.105	R\$ 46.300,00	17,9%
JORNAL	1	R\$ 6.400,00	2,5%
INTERNET SOCIAL	57.000	R\$ 6.000,00	2,3%
MIDIA MOBILE	30.000	R\$ 4.800,00	1,9%
TOTAL DO INVESTIMENTO		R\$ 259.272,50	100%



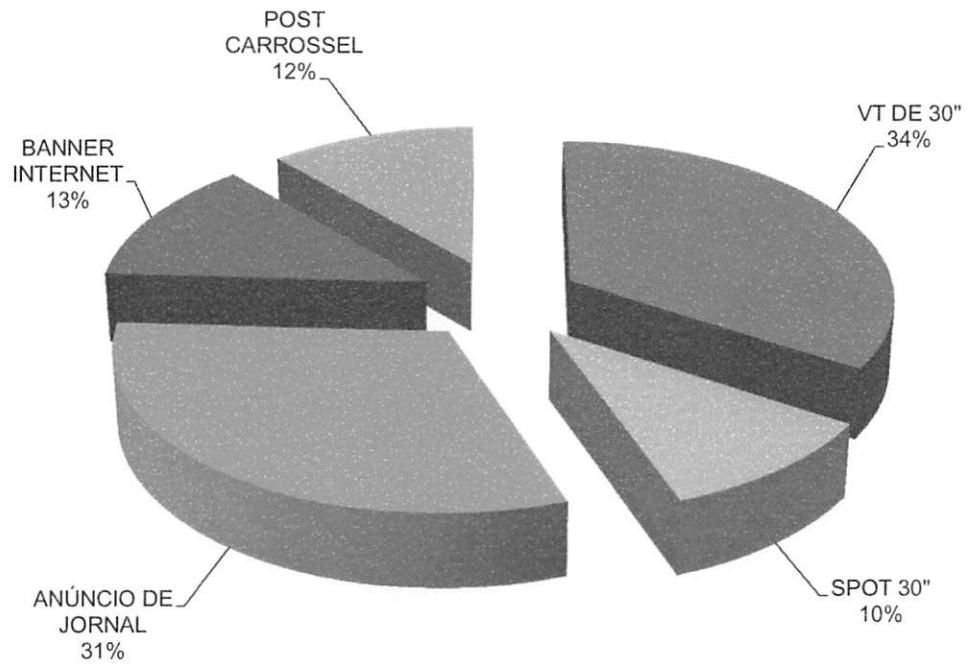
RESUMO DE INVESTIMENTO EM PRODUÇÃO (SERVIÇOS DE TERCEIROS)

PEÇA	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL	%
VT 30" - INCLUSO LINK	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00	27%
SPOT 30"	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00	6%
BANNER PARA INTERNET	6	R\$ 80,00	R\$ 480,00	4%
VT 30" PARA INTERNET	2	R\$ 3.500,00	R\$ 7.000,00	63%
TOTAL DO INVESTIMENTO			R\$ 11.180,00	100%



RESUMO DE INVESTIMENTO EM CRIAÇÃO (SERVIÇOS INTERNOS)

PEÇA	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL	%
VT DE 30"	3	R\$ 3.347,67	R\$ 10.043,00	34%
SPOT 30"	1	R\$ 3.049,00	R\$ 3.049,00	10%
ANÚNCIO DE JORNAL	1	R\$ 9.230,00	R\$ 9.230,00	31%
BANNER INTERNET	1	R\$ 3.734,00	R\$ 3.734,00	13%
POST CARROSSEL	1	R\$ 3.354,00	R\$ 3.354,00	12%
TOTAL DO INVESTIMENTO			R\$ 29.410,00	100%



RESUMO GERAL DE INVESTIMENTO			
INVESTIMENTO TOTAL EM MÍDIA	R\$	259.272,50	86%
INVESTIMENTO TOTAL EM CRIAÇÃO	R\$	29.410,00	10%
INVESTIMENTO TOTAL EM PRODUÇÃO	R\$	11.180,00	4%
TOTAL	R\$	299.862,50	100%

