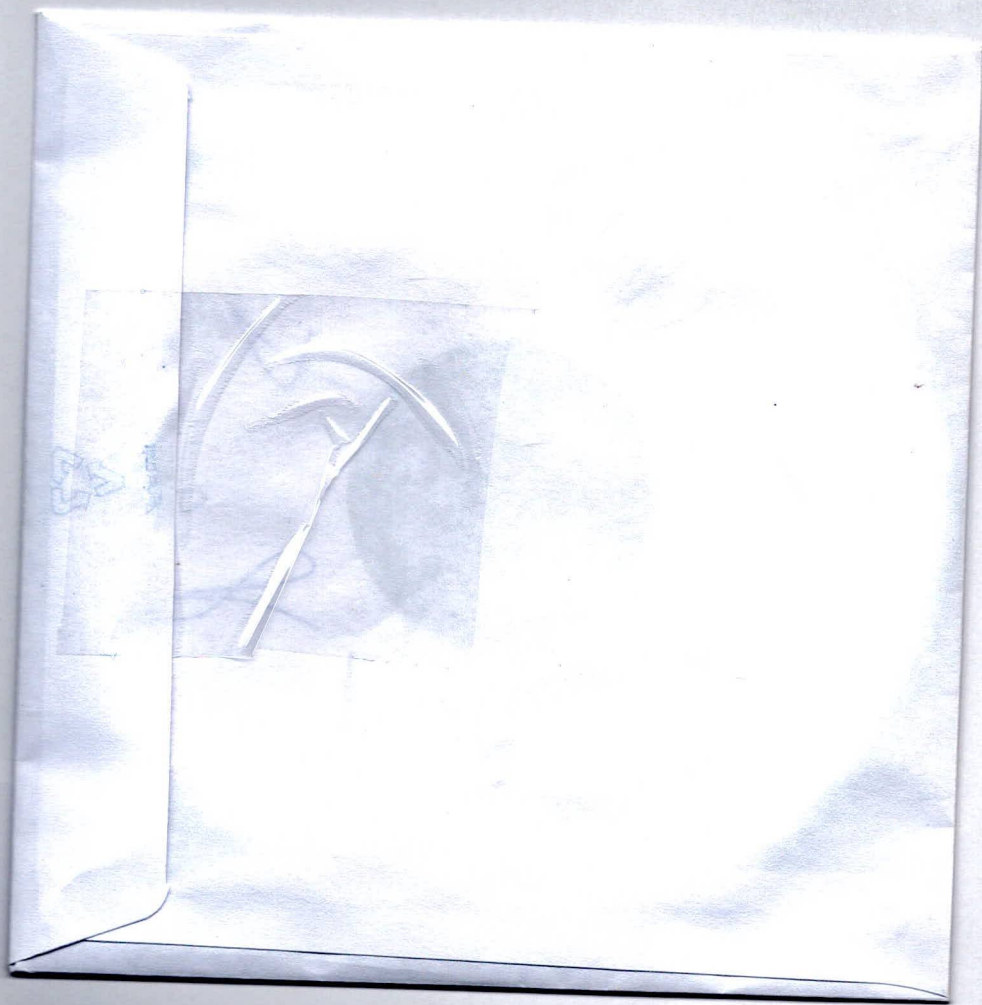


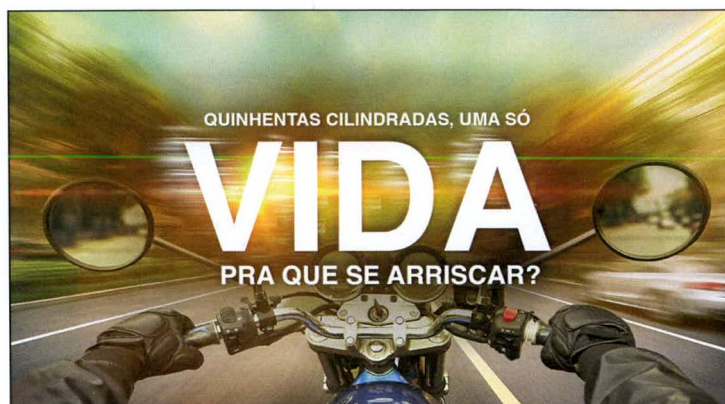
INVÓLUCRO Nº 01

**MANCINI
COMUNICAÇÃO E
MARKETING EIRELI**

4 60
and (PMT)

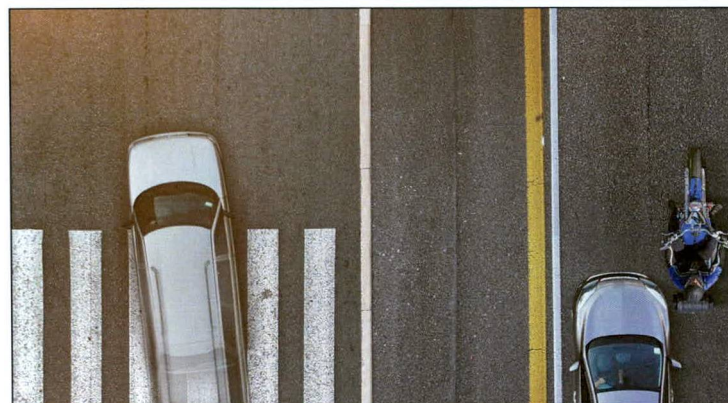


VT 30 SEGUNDOS



Vemos a perspectiva de alguém de moto, em alta velocidade, ultrapassando pela direita.
Entra locução com lettering.
(Téc.: ruído de moto acelerando)

Loc.:
**500 CILINDRADAS, UMA SÓ VIDA.
PRA QUE SE ARRISCAR?**



Entra um top view em 2D, reproduzindo graficamente as situações aludidas anteriormente. Vemos primeiramente uma moto ultrapassando pela direita. Depois, um veículo furando um sinal vermelho, fazendo os carros nas ruas perpendiculares frearem de repente. Depois, um veículo em alta velocidade, ultrapassando os demais.

Loc.:
SEMPRE QUE UMA MOTO ULTRAPASSA PELA DIREITA, UM CARRO FURA O SEMÁFORO, UM MOTORISTA PASSA DO LIMITE DA VELOCIDADE, MUITAS VIDAS ESTÃO EM JOGO.



Entra hashtag #TrânsitoConsciente e as logos da SMT e da Prefeitura.

Loc.:
**SUPERINTENDÊNCIA MUNICIPAL DE TRÂNSITO,
PREFEITURA DE CATALÃO.
CIDADE QUE SONHA E FAZ!**



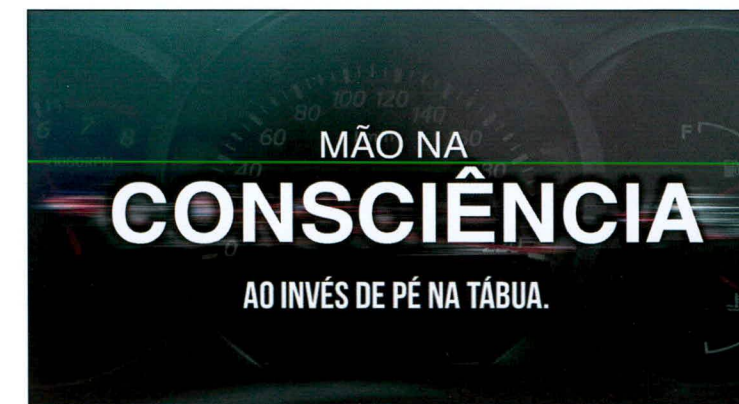
Vemos agora um semáforo vermelho sendo ultrapassado.
Entra locução com lettering.
(Téc.: ruído de buzinas)

Loc.:
**VIVE FURANDO O SEMÁFORO?
MAU SINAL...**



Vão entrando, um a um, ícones vetorizados representando sinalização de trânsito.

Loc.:
**PRA REDUZIR OS ACIDENTES NAS RUAS DE CATALÃO,
PRECISAMOS FAZER A NOSSA PARTE: RESPEITAR AS
LEIS DO TRÂNSITO.**



Agora, um velocímetro, onde o marcador ultrapassa o limite aceitável.
Entra locução e lettering.
(Téc.: ruído de carro acelerando)

Loc.:
**MÃO NA CONSCIÊNCIA,
AO INVÉS DE PÉ NA TÁBUA!**



Entra lettering reproduzindo na íntegra a locução.

Loc.:
EDUCAÇÃO NO TRÂNSITO É GARANTIA DE VIDA!

3 of

4 of

5 of

#TRÂNSITOCONSCIENTE

MÃO NA CONSCIÊNCIA

AO INVÉS DE PÉ NA TÁBUA.

EDUCAÇÃO NO TRÂNSITO
É GARANTIA DE VIDA.

PREFEITURA DE CATALÃO SMTC Superintendência Municipal de Trânsito
Cidade que sonha e faz.

Catalão cresce, e o trânsito precisa acompanhar esse crescimento de forma ordenada e consciente. Isso é responsabilidade de cada um de nós. Só com a Educação no Trânsito conseguiremos reduzir os acidentes, obedecendo à sinalização e tornando nossa cidade um grande exemplo de convivência entre motoristas, motociclistas, ciclistas e pedestres. Educação no Trânsito é garantia de vida, sempre.

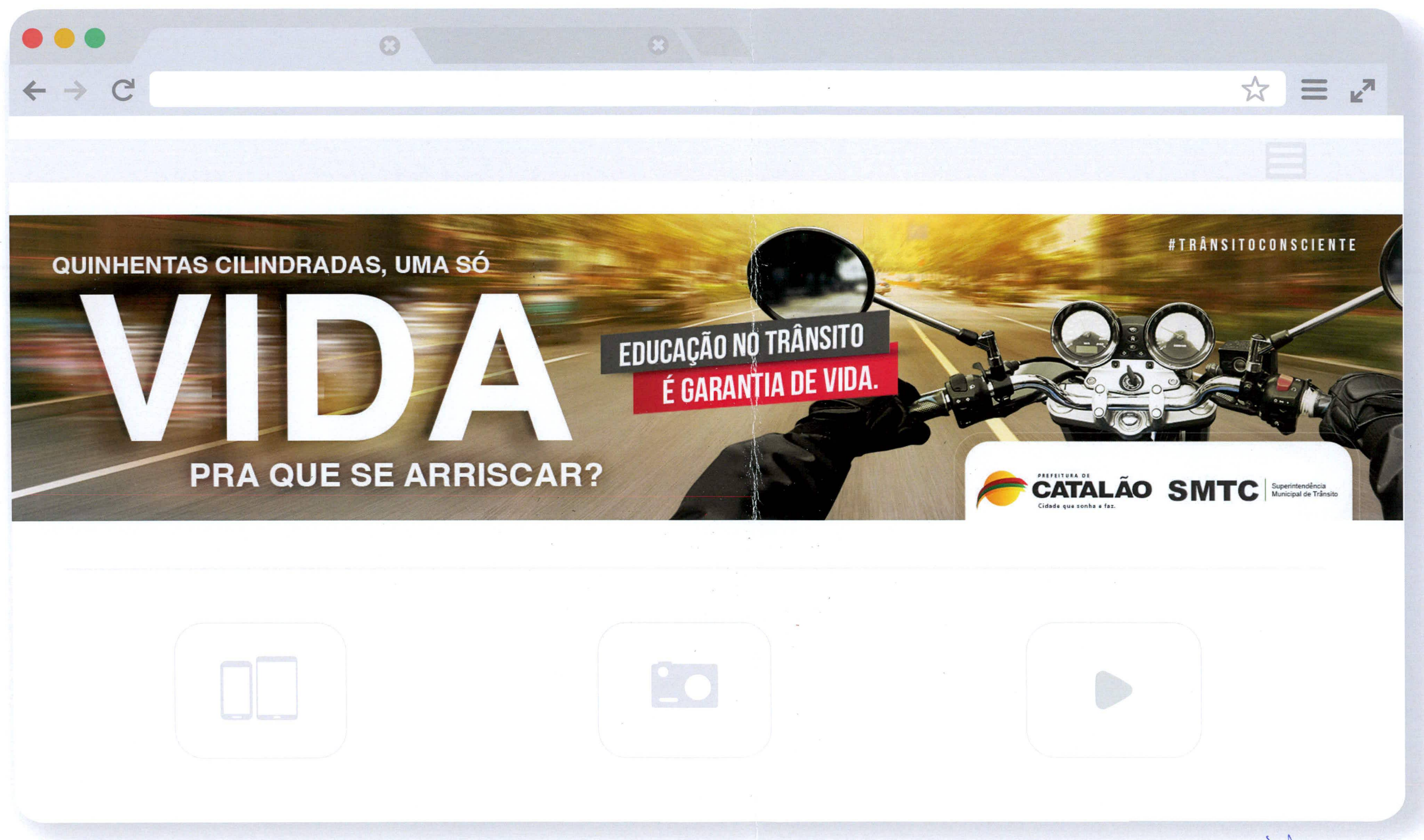
#transito #educacaonotransito #transitoconsciente #garantiadevida #catalao #smtc #prefeituradecatalao

Home Search Video Shopping Profile

J

30/07

4
5
6
7
8
9
10



30p ~~Amor~~ b. c.



8

30/09/2017 4 8

EDUCAÇÃO NO TRÂNSITO É GARANTIA DE VIDA.



Respeitar os sinais de trânsito salva muitas vidas. Mas é importante a gente lembrar, desde criança, os cuidados que devemos ter para, quando crescermos, ajudarmos a tornar nossa cidade cada vez mais segura.



308
Veja no verso quais são esses cuidados.



PREFEITURA DE
CATALÃO
Cidade que sonha e faz.

SMTC

Superintendência
Municipal de Trânsito

EDUCAÇÃO NO TRÂNSITO É GARANTIA DE VIDA.



NUNCA FURAR O SEMÁFORO.



**NUNCA ULTRAPASSAR A
VELOCIDADE PERMITIDA.**



**SEMPRE RESPEITAR A
FAIXA DE PEDESTRES.**



NUNCA ANDAR NA CONTRAMÃO.



**AS MOTOS SÓ PODEM
ULTRAPASSAR PELA ESQUERDA.**



CELULAR NO TRÂNSITO, JAMAIS.

**ESSAS E MUITAS OUTRAS REGRAS PRECISAM SER OBEDECIDAS,
PARA QUE EM CATALÃO A GENTE TENHA UM TRÂNSITO NOTA DEZ!**

**Leve esse folheto para o papai e a mamãe. É sempre bom saber que a Educação no Trânsito está chegando a todos, não é?*



PREFEITURA DE
CATALÃO
Cidade que sonha e faz.

SMTC

Superintendência
Municipal de Trânsito

RACIOCÍNIO BÁSICO

Segundo um levantamento de 2018 feito pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, o IPEA, o custo econômico anual dos acidentes de trânsito no Brasil chega a R\$ 50 bilhões, sem falar no mais trágico: as perdas humanas e os acidentes com graves sequelas nas vítimas. O instituto, após ouvir os diversos segmentos envolvidos no setor, reforçou o consenso de que é essencial a educação no trânsito, principalmente nas escolas brasileiras.

Em Catalão a situação é formatada proporcionalmente às dimensões do município. E não deixa de ser preocupante saber que, em uma cidade de pouco mais de cem mil habitantes, chegamos, de janeiro a setembro de 2022, a quase 800 ocorrências envolvendo acidentes de trânsito, sendo seis ocorrências fatais por mês. Apesar da cidade encontrar-se 100% pavimentada e contar com uma estrutura semafórica de qualidade e uma sinalização estrategicamente implantada, fica evidente o agravante de que essa estrutura não implicou na diminuição do número de acidentes.

De nada adianta uma estrutura moderna e favorável ao correto fluxo da malha viária, se o elemento humano não contribui para isso. Ou seja, no caso de Catalão, a infraestrutura fez sua parte, mas um ponto mais sensível precisa ser trabalhado e ajustado: o fator educacional, e nisso voltamos aos apontamentos do IPEA, mencionados no primeiro parágrafo deste tópico.

Falamos de conscientização, de respeito, de civilidade, e isso são valores que precisam ser, mais do que divulgados, consolidados como componentes de cidadania. Os catalanos precisam ver a si próprios como elementos nesse conjunto comunitário, e só com o comprometimento coletivo e recíproco desses elementos é que o conjunto vai primar pela harmonia, impactando também no trânsito. Isso só pode ser feito através da Educação.

E falamos em Educação em dois níveis. A iniciativa educacional cidadã, cujo target são os condutores e os pedestres, precisa deixar claro que depende deles, e não apenas da gestão municipal, a normalização das condições de trânsito, minimizando as causas e consequências dos acidentes.

Em outro nível teremos a iniciativa educacional escolar, que visa a formar desde cedo os futuros cidadãos para que se tornem atores de um cenário civilizado e respeitoso de trânsito. Deveremos investir fortemente neste cenário para não precisarmos concentrar todos os esforços no segmento adulto, onde a absorção dos valores de civilidade e respeito às normas do trânsito se torna significativamente menos eficaz.

Abrimos aqui um parêntese: é fundamental ter em mente que, em outros segmentos, como o geopolítico, o financeiro e o econômico – já que falamos da terceira maior economia no estado – o cenário é positivo. Mas para que essa prosperidade resulte em qualidade de vida, precisamos investir na educação do trânsito.

Este, portanto, será o eixo em torno do qual orbitará a dinâmica de nossa campanha, cuja estratégia será descrita em pormenores nos itens a seguir, a Estratégia de Comunicação e a Ideia Criativa.



ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Dando prosseguimento ao exposto no Raciocínio Básico, o planejamento pretende divulgar, através de uma abordagem moderna e atraente, e que fale aos mais de 100 mil catalanos – usuários da malha viária ou não –, a necessidade de uma educação eficaz para que a civilidade seja o principal protagonista no trânsito catalano.

Se o problema está na conscientização do usuário do sistema de trânsito, a Educação terá papel proeminente. Desta forma, o partido temático que apresentamos diz respeito ao efeito transformador da iniciativa educacional.

Antes de falarmos do partido temático, convém lembrar de três das disposições elencadas pelo DNIT – Departamento Nacional de Infraestrutura de Transportes – para incluir a Educação para o Trânsito no sistema de Ensino para 2023:

A Educação para o Trânsito salva vidas.

Dialoga diretamente com o Projeto de Vida.

Suscita o protagonismo e o autocuidado entre os estudantes.

Desta forma, lançaremos mão de sugestões impactantes e criativas, que falem à vida e à sua preservação, com destaque para mídias digitais e ações segmentadas, que permita desdobramentos eficazes e de aplicação prática. O Partido Temático consistirá no chamamento à Educação, dirigido a catalanos de todas as idades e espectros.

Desta forma, chegaremos ao conceito, que abrange nosso universo: diremos que, em Catalão, a Educação é refletida pela observância à sinalização de trânsito, e partimos para a assertiva de que Educação no Trânsito é garantia de vida.

Observe-se que neste conceito não nos ativemos ao previsível.

Não estamos afirmando somente que a Educação no Trânsito reduz os acidentes. Ou que contribui para a civilidade. Vamos direto ao âmago da questão: a vida, e a garantia dela, são os valores mais essenciais para qualquer ser humano, de qualquer gênero, idade, crença ou estrato social. E é isso que a Educação no Trânsito promove. É isso que precisamos dizer, para que a iniciativa surta efeito.

Sabemos muito bem a quem falar: não apenas aos usuários do trânsito – motoristas e motociclistas que, entre outros exemplos (como bem lembrou o briefing), avançam o sinal, ultrapassam o limite da velocidade, trafegam pela via inapropriada –, mas também à criança, à dona de casa, ao trabalhador urbano ou rural, ao empresário, e mesmo ao visitante. Como dissemos, toda a gama da população, mesmo as categorias que pouco se utilizam do trânsito, deverá ser impactada pela mensagem. Ao lembrarmos que vidas são salvas pela Educação no Trânsito, deixamos claro que está nas mãos de cada um a responsabilidade para que isso aconteça.

Frisamos aqui a importância de envidar esses esforços também no segmento escolar, junto a instituições de ensino, porque reiteramos que uma criança esclarecida é a premissa para um adulto civilizado.

A campanha será veiculada entre os dias 01 e 31 de maio, não por coincidência o mês de Conscientização do Trânsito (maio Amarelo), e trabalharemos aqui os meios e as peças para que consigamos otimizar a verba disponível chegando a resultados satisfatórios e consistentes.

Elegemos os meios eletrônico, Out of Home (OOH), digital e não mídia, pensando em abarcar os segmentos da população, seja na clivagem por idade, gênero, escolaridade ou condição social e financeira. Aqui, todos os catalanos serão os “educandos” da campanha.

MÍDIA ELETRÔNICA

Desta forma, a mídia eletrônica contará com televisão, que ainda é uma ferramenta poderosa de transmissão de mensagens de interesse público, atingindo todas as famílias,

307
2
4

de A a Z, nos mais diferentes horários. Trabalharemos a TV Anhanguera de Catalão, filiada à TV Globo e abrangente o município e mais 13 cidades nas vizinhanças. Se levarmos em consideração que boa parte da frota diária da malha viária de Catalão vem dessas cidades, estaremos atingindo nosso alvo de maneira estratégica e consistente.

A peça consistirá em uma peça de 30 segundos, impactante e visualmente chamativa, onde mostraremos três situações onde as regras costumam ser mais desobedecidas: o excesso de velocidade, a motocicleta trafegando pelo lado direito e o motorista que "fura o sinal". Mediante essas situações de risco, traremos o contraponto através de nosso partido temático, como um alerta e ao mesmo tempo um chamado à conscientização. Ele fala a todos os públicos, e certamente encontrará a acolhida esperada nas consciências de todos. No rádio, trabalharemos uma adaptação do áudio da peça de televisão, que será veiculada nas Rádios Nova Liberdade e na Rádio Cultura, as mais expressivas da cidade. Sabemos que o rádio, completando mais de um século de presença consolidada junto ao ouvinte, ainda é também um diferencial de peso na comunicação, principalmente a pública.

MÍDIA OOH

Esta mídia impacta o público fora de casa, e fala a ele de uma maneira peculiar, por sua exposição e pela capacidade de compactar a mensagem da campanha de forma direta e objetiva. Assim, teremos o outdoor, com 6 placas, dentro da cidade de Catalão como nas rodovias de acesso, próximas da zona rural. Ele exporá graficamente a situação do desrespeito ao semáforo, trazendo a narrativa de uma maneira que salte aos olhos de cumpra seu objetivo de passar a mensagem.

MÍDIA DIGITAL

Já a mídia digital envolverá a veiculação nos principais portais de notícias locais e regionais, sendo estes o portal G1 Goiás, segmentado para a cidade de Catalão. O portal local Zap Catalão também será contemplado, assim como o Portal Catalão e o site Catalão Online. É importante lembrar que contaremos, na mídia digital, com um banner em diferentes formatos, trazendo, graficamente, a situação referente ao uso equivocado da motocicleta, e também com a peça de vídeo, pensada para a TV e perfeitamente adaptada ao ambiente online.

NÃO MÍDIA

A não mídia será dividida para dois públicos distintos: o primeiro, o adulto, será abordado por um carrossel digital a ser postado nas redes sociais da prefeitura, trazendo, em sequência, uma ilustração alusiva ao desrespeito ao limite de velocidade, seguido do pertinente alerta.

É importante lembrar aqui que elegemos até aqui, como situações ilustrativas de infrações, três dos principais exemplos postos em relevância pelo briefing, mas as demais – avanço na contramão, desrespeito à faixa de pedestres e tantas outras – estarão englobadas quando falamos em obediência às leis e à sinalização de trânsito.

Chegamos agora ao segmento que contemplará especificamente a rede de ensino: um folheto 15 x 21cm, a ser distribuído nas escolas e que, em uma linguagem um pouco mais lúdica, passará o conteúdo da campanha de forma que seja de fácil compreensão para os alunos e que sirvam para reforçar o esforço da campanha junto aos pais.

Este tópico merece algumas considerações: primeiramente, partimos do pressuposto de que aqui os alunos serão os "formadores de opinião", uma vez que caberá a eles levar aos seus respectivos núcleos familiares a mensagem do folheto que receberão na escola. Em segundo lugar, como já dissemos anteriormente, estaremos ajudando a moldar uma categoria especial de público, que são os futuros cidadãos catalanos, que crescerão já imbuídos da conscientização e do respeito às leis de trânsito, e chegarão à vida adulta com

3-7
3

esse aprendizado já consolidado. Investir no futuro, principalmente em uma campanha dessa natureza, é parte essencial do esforço de comunicação.

A campanha é pensada de forma integrada, contemplando diferentes meios e formatos, que vão desde os mais tradicionais até os dirigidos a públicos específicos. Recomendamos assim a articulação da comunicação com outros órgãos da Prefeitura Municipal de Catalão, que, em sinergia, possam potencializar a força e o alcance de uma campanha tão importante para o município nos dias de hoje.

Sugerimos, como ações, palestras a serem dadas não apenas nas escolas mas também em ambientes públicos, e que tenham perfil didático, reproduzindo, de modo lúdico, algumas situações onde o respeito às leis de trânsito seja primordial.

A utilização dos recursos próprios da Prefeitura, através do site e das redes sociais, exige a manutenção de pontos de contato com cada um de seus públicos, já que, pelo que podemos observar, apresentam-se bem articulados. Recomendamos fortemente que a campanha apresentada marque presença também em grupos corporativos de e-mail marketing e cards de Whatsapp para mailing próprio, o que é de suma importância na capilarização da mensagem.

Sugerimos também a adoção de uma pesquisa pós-teste de recall, no sentido de se aferir a eficácia da campanha, servindo assim como um balizador não apenas para a continuidade desta como a execução de futuras campanhas similares.

A seguir, no item Ideia Criativa, apresentaremos a síntese criativa da campanha, acompanhada das peças que compõem a campanha.

IDEIA CRIATIVA

A síntese da Estratégia Criativa estará corporificada, como dissemos, pelo conceito:

EDUCAÇÃO NO TRÂNSITO É GARANTIA DE VIDA

Seguida pela hashtag #TrânsitoConsciente, onde atendemos ao mesmo tempo a ênfase na Educação solicitada pelo briefing e a importância da conscientização para a tomada de atitudes positivas no trânsito.

Esta descrição do conceito soluciona, a nosso ver, o problema de comunicação constante no briefing, qual seja o de buscar resultados práticos na diminuição de acidentes e no aumento da civilidade no trânsito.

As peças da campanha, obedecendo à quantificação prescrita pelo edital, são seis, abaixo descritas:

Vídeo de televisão, com 30 segundos, onde a sequência de infrações de trânsito é mostrada de modo graficamente impactante: a desobediência à sinalização, o uso incorreto das vias pelas motocicletas e o abuso da velocidade no trânsito. Entra o conceito e a hashtag, com assinatura da Prefeitura e da Secretaria de Trânsito.

Spot de rádio, com 30 segundos, consistindo numa adaptação do áudio da peça de televisão.

Outdoor, trazendo a situação do desrespeito ao sinal vermelho, com a chamada VIVE FURANDO O SEMÁFORO? MAU SINAL, seguida do conceito, da hashtag e das assinaturas.

Banner digital, para as redes sociais da prefeitura, trazendo a situação de uma motocicleta trafegando de modo errado e a mensagem 500 CILINDRADAS, UMA SÓ VIDA. PRA QUE SE ARRISCAR? seguida do conceito, da hashtag e das assinaturas.

Carrossel digital, com a ilustração sequenciada de um velocímetro em altíssima velocidade, a chamada MÃO NA CONSCIÊNCIA, AO INVÉS DE PÉ NA TÁBUA, seguida do conceito, da hashtag e das assinaturas.

Flyer didático, 15 x 21 cm, a ser distribuído nas escolas, trazendo uma abordagem mais lúdica, mas assim mesmo impactante, mostrando às crianças, através de infográficos interativos, a importância de se obedecer aos sinais de trânsito – não apenas os acima mencionados, mas os demais, tão importantes quanto –, com o intuito de que a peça sirva de apoio à grade curricular e também funcione como uma ferramenta de influência junto aos próprios pais.

Em anexo, a corporificação das peças mencionadas.



307
5
Handwritten signature in blue ink.

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

A seguir, apresentamos a estratégia de mídia que trabalharemos nessa campanha institucional voltada para a educação e conscientização para o trânsito de Catalão:

TV aberta na região principal da campanha, cidade de Catalão. TV Anhanguera, filiada à TV Globo. A mídia consiste na programação nos programas do segmento jornalístico, esportivo e entretenimento, considerando o público-alvo de todas as idades e classes sociais. O plano de mídia tem total de 103 inserções no período de 01 de maio a 31 de maio. As exibições neste período atingirão uma média de 368.132 telespectadores ligados por minuto e 234.241 domicílios com TV, ligados por minuto.

Em Rádio, trabalharemos com as duas principais emissoras da cidade: Rádio Nova Liberdade, 292 inserções na faixa nobre, todos os dias da semana, cobrindo todo o período da campanha. E Rádio Cultura, com 248 inserções na faixa nobre, todos os dias da semana, cobrindo todo o período da campanha.

Mídia Out of Home (OOH), no formato outdoor nas vias de grande fluxo dentro da cidade de Catalão e nas rodovias próximas da zona rural. Serão 6 placas de outdoor em duas Bi semanas (BI 20ª 08/05 a 21/05 e BI 22ª 22/05 A 04/06).

Meio digital, nos formatos de banners e vídeo nos principais portais de notícias locais e regionais. Portal regional de notícias G1 Goiás segmentado para a cidade de Catalão, nos formatos Maxiboard 1, Billboard, Retângulo Médio 1 e Oustream (vídeo). Portais locais, Zap Catalão, nos formatos Banner central e lateral, veiculação diária, e Portal Catalão, no formato Banner Flutuante e Banner 2 com veiculação mensal. E site Catalão Online, com Banners exclusivos na página principal e parte superior, veiculação mensal.

Peças não mídia: carrossel nas redes sociais da prefeitura, impactando as pessoas que seguem a página, e folheto educativo para distribuição nas escolas públicas urbanas e da zona rural. Serão distribuídas 20 mil unidades durante o período da campanha em 69 escolas do ensino fundamental e médio.

Para finalizar, seguem gráficos dos investimentos gerais da campanha.

8

Cliente: **PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO**
Razão Social: **PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO**

Veículo: **ZAP CATALÃO**
Razão Social: **ZAP CATALÃO**

Mês/Ano: **Maio/2023**

PROGRAMAÇÃO	VENDA	PEÇA	INÍCIO	B.	QTDE	VALOR UNIT. ()	SUBTOTAL ()
BANNER CENTRAL HOME LICITAÇÃO CATALÃO	Diária	--	01/05/2023		15	600,00	9.000,00
BANNER LATERAL HOME LICITAÇÃO CATALÃO	Diária	--	16/05/2023		20	467,00	9.340,00

Observações:
VEICULAÇÃO DE BANNERS - 30 DIAS (01/05 A 31/05) NO SITE ZAP CATALÃO.

BANNER CENTRAL - 1000 X 150PX (15 DIAS)
BANNER LATERAL - 340 X 170PX (20 DIAS)

ESTIMATIVA DE ENTREGA: 200.000 IMPRESSÕES.

TOTAL DA MÍDIA: 18.340,00
VALOR FATURADO: 18.340,00

464
20-8
Diana

8

Cliente: **PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO**
Razão Social: **PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO**

Veículo: **CATALÃO ONLINE**
Razão Social: **CATALÃO ONLINE**

Mês/Ano: **Maio/2023**

PROGRAMAÇÃO	VENDA	PEÇA	INÍCIO	B.	QTDE	VALOR UNIT. ()	SUBTOTAL ()
BANNERS SITE, HOME LICITAÇÃO CATALÃO	Diária	--	01/05/2023		1	4.000,00	4.000,00

Observações:

VEICULAÇÃO DE BANNERS - 30 DIAS (01/05 A 31/05) NO SITE CATALÃO ONLINE.
Estimativa de entrega: 250.000 Impressões.

TOTAL DA MÍDIA: 4.000,00
VALOR FATURADO: 4.000,00

Banner (300x250px) + Banner (exclusivo entre as notícias 750x90px) + Banner Exclusivo (728x90px) na página inicial, parte superior, ao lado da logomarca do site.

Handwritten signatures and initials in blue ink.



Cliente: **PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO**
Razão Social: **PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO**

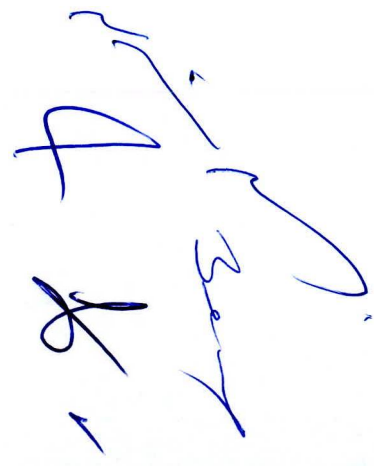
Veículo: **PLATAFORMA DE MÍDIAS**
Razão Social: **PLATAFORMA DE MÍDIAS**

Mês/Ano: **Maio/2023**
Início/Término: **08/05/2023 até 04/06/2023**

Código	Peça
--	--

PLACA	TIPO	PEÇA	OUTDOOR	INÍCIO	FIM	B.	QTDE	VALOR UNIT.	SUBTOTAL ()
PLACAS OUTDOORS LICITAÇÃO CATALÃO	Padrão	--	6	20/23 - (08/05/2023)	22/23 - (04/06/2023)		2	680,00	8.160,00

TOTAL DA MÍDIA (): 8.160,00
VALOR FATURADO (): 8.160,00



Cliente: **PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO**
Razão Social: **PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO**

Veículo: **TV ANHANGUERA CATALÃO**
Razão Social: **TELEVISÃO PIRAPITINGA LTDA**

Mês/Ano: **Maio/2023**
Início/Término: **01/05/2023 até 31/05/2023**

Código: **--** Peça: **--**

PROGRAMA	PERÍODO	HOR.	PEÇA	B.	1 S	2 T	3 Q	4 Q	5 S	6 S	7 D	8 S	9 T	10 Q	11 Q	12 S	13 S	14 D	15 S	16 T	17 Q	18 Q	19 S	20 S	21 D	22 S	23 T	24 Q	25 Q	26 S	27 S	28 D	29 S	30 T	31 Q	QTDE	VALOR UNIT. ()	SUBTOTAL ()
BOM DIA PRAÇA (30") LICITAÇÃO CATALÃO		---	--		1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	1	1			1	1	1	23	147,00	3.381,00
JORNAL 1ª ED (30") LICITAÇÃO CATALÃO		---	--		1	1			1			1							1		1						1							1	1	9	509,00	4.581,00
GLOBO ESPORTE (30") LICITAÇÃO CATALÃO		---	--		1			1						1	1					1		1						1		1					1	9	408,00	3.672,00
NOVELA DA TARDE - EDIÇÃO ESPECIAL (30") LICITAÇÃO CATALÃO		---	--		1	1			1								1		1	1												1			7	226,00	1.582,00	
NOVELA I (30") LICITAÇÃO CATALÃO		---	--				1					1	1										1					1	1							6	536,00	3.216,00
JORNAL 2ª ED (30") LICITAÇÃO CATALÃO		---	--		1			1	1			1	1							1	1				1								1		9	861,00	7.749,00	
NOVELA II (30") LICITAÇÃO CATALÃO		---	--			1								1								1							1							4	690,00	2.760,00
JORNAL NACIONAL (30") LICITAÇÃO CATALÃO		---	--				1					1			1				1			1	1			1		1		1			1	1	11	1.227,00	13.497,00	
NOVELA III (30") LICITAÇÃO CATALÃO		---	--		1			1				1			1				1	1					1	1							1		9	1.179,00	10.611,00	
CALDEIRÃO (30") LICITAÇÃO CATALÃO		---	--							1							1						1								1				4	362,00	1.448,00	
SESSÃO DE SÁBADO (30") LICITAÇÃO CATALÃO		---	--						1								1						1								1				4	201,00	804,00	
SHOW DE DOMINGO (30") LICITAÇÃO CATALÃO		---	--								1							1						1							1				4	293,00	1.172,00	
FANTÁSTICO (30") LICITAÇÃO CATALÃO		---	--								1							1						1							1				4	867,00	3.468,00	
INSERÇÕES POR DIA					6	4	3	4	4	2	2	5	3	4	3	3	2	2	5	4	4	4	3	2	2	4	3	4	3	3	2	2	3	4	4	103		

TOTAL DA MÍDIA: 57.941,00
VALOR FATURADO: 57.941,00

8

Cliente: **PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO**

Razão Social: **PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO**

Veículo: **RADIO CULTURA DE CATALAO**

Razão Social: **FUNDACAO FREI JOAO BATISTA VOGEL OFM**

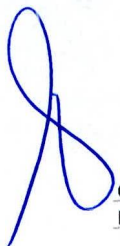
Mês/Ano:

Maio/2023

Código Peça

PROGRAMA	PERÍODO	HOR.	PEÇA	B.	1 S	2 T	3 Q	4 Q	5 S	6 S	7 D	8 S	9 T	10 Q	11 Q	12 S	13 S	14 D	15 S	16 T	17 Q	18 Q	19 S	20 S	21 D	22 S	23 T	24 Q	25 Q	26 S	27 S	28 D	29 S	30 T	31 Q	QTDE	VALOR UNIT. ()	SUBTOTAL ()
FAIXA NOBRE (30") LICITAÇÃO CATALÃO			-		8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	248	83,10	20.608,80
INSERÇÕES POR DIA					8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	248		

TOTAL DA MÍDIA (): 20.608,80
VALOR FATURADO (): 20.608,80




Cliente: **PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO**
Razão Social: **PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO**

Veículo: **Rádio Nova Liberdade**
Razão Social: **Rádio Nova Liberdade**

Mês/Ano: **Maio/2023**

Código Peça

PROGRAMA	PERÍODO	HOR.	PEÇA	B.	1 S	2 T	3 Q	4 Q	5 S	6 S	7 D	8 S	9 T	10 Q	11 Q	12 S	13 S	14 D	15 S	16 T	17 Q	18 Q	19 S	20 S	21 D	22 S	23 T	24 Q	25 Q	26 S	27 S	28 D	29 S	30 T	31 Q	QTDE	VALOR UNIT. 0	SUBTOTAL ()		
FAIXA NOBRE (30") LICITAÇÃO CATALÃO			--		8	10	10	10	10	8	8	10	10	10	10	10	8	8	10	10	10	10	10	8	8	10	10	10	10	10	8	8	10	10	10	10	292	35,00	10.220,00	
INSERÇÕES POR DIA					8	10	10	10	10	8	8	10	10	10	10	10	8	8	10	10	10	10	10	8	8	10	10	10	10	10	10	8	8	10	10	10	10	292		

TOTAL DA MÍDIA: 10.220,00
VALOR FATURADO: 10.220,00



8

Cliente: **PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO**
Razão Social: **PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO**

Veículo: **G1 GOIÁS**
Razão Social: **TELEVISAO ANHANGUERA S/A**

Mês/Ano: **Maio/2023**

PROGRAMAÇÃO	VENDA	PEÇA	INÍCIO	B.	QTDE	VALOR UNIT. ()	SUBTOTAL ()
MAXIBOARD 1, INTERNET LICITAÇÃO CATALÃO	CPM	--	01/05/2023		200000	24,00	4.800,00
Bilboard 2, Digital LICITAÇÃO CATALÃO	CPM	--	01/05/2023		200000	24,00	4.800,00
OUTSTREAM VÍDEO, Home - Internas LICITAÇÃO CATALÃO	CPV	--	01/05/2023		100000	00,06	6.000,00
Retângulo Médio 1, HOME LICITAÇÃO CATALÃO	CPM	--	01/05/2023		200000	24,00	4.800,00

Observações:
VEICULAÇÃO DE BANNERS E VÍDEO - 30 DIAS (01/05 A 31/05) NO SITE G1 GOIÁS - GEOLOCALIZADO/CATALÃO.

TOTAL DA MÍDIA: 20.400,00
VALOR FATURADO: 20.400,00

MAXIBOARD 1 (970 X 150PX) - 200.000 IMPRESSÕES
BILLBOARD (970 X 250PX) - 200.000 IMPRESSÕES
RETÂNGULO MÉDIO 1 (300 X 250PX) - 200.000 IMPRESSÕES
OUTSTREAM (640 X 360 - VÍDEO 30") - 100.000 IMPRESSÕES

Handwritten signature in blue ink.

Cliente: **PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO**
Razão Social: **PREFEITURA MUNICIPAL DE CATALÃO**

Veículo: **PORTAL CATALÃO**
Razão Social: **PORTAL CATALÃO**

Mês/Ano: **Maio/2023**

PROGRAMAÇÃO	VENDA	PEÇA	INÍCIO	B.	QTDE	VALOR UNIT. ()	SUBTOTAL ()
Banner Flutuante, HOME LICITAÇÃO CATALÃO	Mensal	--	01/05/2023		1	3.000,00	3.000,00
Banner 2, HOME LICITAÇÃO CATALÃO	Mensal	--	01/05/2023		1	1.000,00	1.000,00

Observações:
VEICULAÇÃO DE BANNERS - 30 DIAS (01/05 A 31/05) NO SITE PORTAL CATALÃO.

TOTAL DA MÍDIA: 4.000,00
VALOR FATURADO: 4.000,00

BANNER FLUTUANTE - 600 X 600PX
BANNER 2 - 400 X 400PX
ESTIMATIVA DE ENTREGA: 250.000

Handwritten notes and signatures in blue ink, including a large signature and the date '30/5'.

Resumo de Investimento por Tipo de Mídia e Veículo

TIPO DE MÍDIA	VEÍCULO	MAIO 2023	SUBTOTAL ()
TV*	TV ANHANGUERA CATALÃO	57.941,00 40,33%	57.941,00 40,33%
	Subtotal	57.941,00 40,33%	57.941,00 40,33%
Rádio*	RADIO CULTURA DE CATALAO	20.608,80 14,34%	20.608,80 14,34%
	Rádio Nova Liberdade	10.220,00 7,11%	10.220,00 7,11%
	Subtotal	30.828,80 21,46%	30.828,80 21,46%
Outdoor*	PLATAFORMA DE MÍDIAS	8.160,00 5,68%	8.160,00 5,68%
	Subtotal	8.160,00 5,68%	8.160,00 5,68%
Internet*	G1 GOIAS	20.400,00 14,20%	20.400,00 14,20%
	PORTAL CATALÃO	4.000,00 2,78%	4.000,00 2,78%
	ZAP CATALÃO	18.340,00 12,77%	18.340,00 12,77%
	CATALÃO ONLINE	4.000,00 2,78%	4.000,00 2,78%
	Subtotal	46.740,00 32,53%	46.740,00 32,53%
Total		143.669,80	143.669,80

SIMULAÇÃO DE PLANO DE DISTRIBUIÇÃO DE TODAS AS PEÇAS - RESUMO GERAL MEIOS; PERÍODO DE VEICULAÇÃO; VALORES ABSOLUTOS E PERCENTUAIS PERÍODO DE VEICULAÇÃO: DE 01 DE MAIO A 31 DE MAIO DE 2023				
MEIOS	PERÍODO	INSERÇÕES	% DE INVESTIMENTO	TOTAL (R\$)
TV				
TV Anhanguera Catalão	01 de maio a 31 de maio de 2023	103	28,97%	57.941,00
Total		103	28,97%	R\$ 57.941,00
MEIOS	PERÍODO	INSERÇÕES	% DE INVESTIMENTO	TOTAL (R\$)
RÁDIO				
Rádio Noval Liberdade	01 de maio a 31 de maio de 2023	292	5,11%	10.220,00
Rádio Cultura Catalão	01 de maio a 31 de maio de 2023	248	10,30%	20.608,80
Total		540	15,41%	30.828,80
MEIOS	PERÍODO	INSERÇÕES	% DE INVESTIMENTO	TOTAL (R\$)
OUT OF HOME				
Plataforma de mídia - Outdoor	Bi-semana 20ª (08/05 a 21/05) e Bi 22ª (22/05 a 04/06)	6	4%	8.160,00
Total		6	4,00%	8.160,00
MEIOS	PERÍODO	INSERÇÕES	% DE INVESTIMENTO	TOTAL (R\$)
MEIOS	PERÍODO	INSERÇÕES	% DE INVESTIMENTO	TOTAL (R\$)
DIGITAL				
G1 Goiás	01 de maio a 31 de maio de 2023	700.000	10,20%	20.400,00
Zap Catalão	01 de maio a 31 de maio de 2023	200.000	9,17%	18.340,00
Portal Catalão	01 de maio a 31 de maio de 2023	250.000	2,00%	4.000,00
Catalão Online	01 de maio a 31 de maio de 2023	200.000	2,00%	4.000,00
Total		1.350.000	23,37%	46.740,00
RESUMO GERAL DO INVESTIMENTO EM PRODUÇÃO E NÃO MÍDIA PEÇAS; PERÍODO DE VEICULAÇÃO; VALORES ABSOLUTOS E PERCENTUAIS				
PRODUÇÃO E NÃO MÍDIA	QUANTIDADE	% DE INVESTIMENTO	TOTAL (R\$)	
Produção de VT de 30"				
Total	1	22,60%	46.000,00	
Produção de Spot 30"				
Total	1	2,10%	4.200,00	
Impressão de Cartazes de Outdoor				
Total	6	0,55%	1.100,00	
Impressão de Folheto				
Total	20.000	3,02%	6.030,20	
Total - R\$	20.008	28,17%	56.330,20	
TOTAL GERAL DO INVESTIMENTO EM MÍDIA			71,83%	143.669,80
TOTAL GERAL DO INVESTIMENTO EM PRODUÇÃO E NÃO MÍDIA			28,17%	56.330,20
TOTAL GERAL DA CAMPANHA DE MÍDIA + PRODUÇÃO + NÃO MÍDIA			100,00%	200.000,00

L

Amor 327
L v