



Prefeitura Municipal

E-mail: prefeitura@riobonito.pr.gov.br -
Rua 7 de Setembro, 720 - Centro - CEP: 85340

(P2)

Raciocínio Básico

Diversidade, tradição e regionalidade são os elementos que compõem a cultura brasileira. Não é à toa que, por todo o país, encontramos festividades e manifestações populares que ocorrem anualmente, levando muita diversão e entretenimento. Seja em uma escala nacional ou regional, há sempre algo para celebrar com seu povo, que pode ser desde a história, aniversário da localidade, religiosidade, ritmos musicais ou até mesmo a produção agrícola.

Além de contribuírem para a preservação cultural, para muitos municípios brasileiros esses eventos surgem como grandes impulsionadores da economia local, inclusive impactando significativamente para áreas prioritárias como saúde, segurança e educação por meio da geração de empregos e arrecadação de tributos.

Baseado nisso, é crucial que o poder público reconheça as consequências positivas dessas festividades populares para o fortalecimento econômico e desenvolvimento local, uma vez que tais eventos envolvem milhares de pessoas e uma variedade de atividades ao longo da cadeia produtiva.

Vale ressaltar que tais festas desempenham um papel essencial tanto nas áreas rurais quanto nas pequenas cidades do interior, uma vez que propiciam um espaço de lazer, cultura, celebração e interação entre a comunidade. Esses eventos também atraem visitantes de outras regiões, aumentando a visibilidade do município e promovendo o turismo regional.

Localizado na região centro-sul paranaense, Rio Bonito do Iguaçu é um excelente exemplo de como uma festa regional pode beneficiar e impulsionar o desenvolvimento. Com sua festa tradicional, a Exporio, a cidade não apenas celebra suas raízes culturais e históricas, mas também aproveita os benefícios econômicos e sociais que ela propicia para todos.

Sobre a cidade

Com uma população de 13.929 habitantes, segundo o último censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, em 2022, a cidade de Rio Bonito do Iguaçu tem a maioria de seus moradores vivendo no campo, o que representa 75% da totalidade. Visto isso, é natural que o município tenha sua base econômica voltada à agropecuária.

Essa força do setor primário é relatada em números, segundo o caderno do Iparides, referente às atividades de 2021, o PIB da cidade é de 441,54 milhões, sendo que mais de 50% do valor adicionado advém da agropecuária, com um VAB de R\$ 219,28 milhões. Na sequência aparecem as participações do comércio e serviços com um VAB de R\$ 112,2 milhões, da administração pública com VAB de R\$ 68,99 milhões e, finalizando esse montante, surge a indústria com R\$ 12,65 milhões.

Aliás, a soja foi o cultivo que mais gerou riquezas para o município, correspondendo a um total de R\$ 300 milhões, em uma área colhida de 27,8 mil hectares. Em segundo lugar, está o milho com um total R\$ 64,1 milhões das riquezas, seguido pelo feijão com 13,4 milhões de riquezas produzidas em 2022. É imprescindível evidenciar que, a produção de leite também é super forte, gerando R\$ 103,8 milhões de riquezas, resultantes da produção de 49.682 mil litros em 2022.

A Exporio

Uma cidade com a base econômica voltada à agricultura e a pecuária, só poderia ter uma festa exclusiva para mostrar todas essas potencialidades. Portanto, em 2024, o município de Rio Bonito do Iguaçu realizará a 11ª edição da Exporio, uma feira tradicional focada na Agropecuária, Indústria e Comércio da cidade, que atrai visitantes de outras regiões e contribui diretamente para o crescimento do turismo e do comércio local.

Com mais de 10 anos de existência, a Exporio chega com uma programação variada que celebra as tradições culturais com muita gastronomia, manifestações artísticas e entretenimento para toda família. Durante os dias de festa, que acontecerá em abril, o público poderá conferir as atrações com: a feira do comércio local e regional, rodeio, praça de alimentação e shows com artistas renomados.

O evento totalmente gratuito promete proporcionar momentos de diversão e lazer, mas sem deixar de exaltar a cultura local e promover ainda mais a agropecuária – que é a força motriz econômica da cidade. Para que isso aconteça, é indispensável despertar o interesse dos habitantes por essa super festa popular e regional, inclusive conseguindo elevar o número de frequentadores.

Os fatores mencionados acima deixam claro que a Exporio é um exemplo de como eventos tradicionais podem ser uma peça-chave para o progresso local, uma vez que gera impactos positivos em todas as esferas, desde as culturais, econômicas e até na qualidade de vida dos cidadãos. Assim, fica evidente a importância de divulgar o evento, para que cada vez mais pessoas participem dessa festa, cultivando o orgulho por onde moram, suas origens e sua principal fonte de sustento: a agropecuária.

Por fim, para promover a realização desse grande evento anual em Rio Bonito do Iguaçu, que conta com inúmeras atrações, é necessário detalhar os atrativos que a 11ª Exporio oferecerá e mostrar seu potencial para a região. Nesse sentido, torna-se fundamental criar uma campanha publicitária eficaz e criativa, enfatizando que a participação da população e de moradores da região é importantíssima, afinal o evento proporciona diversão, cultura e a valorização de sua terra e trabalho.

Estratégia de comunicação publicitária

Entender critérios importantes como: o que dizer, para quem dizer, quando dizer, onde dizer e como dizer são essenciais para o desenvolvimento de uma estratégia de comunicação publicitária eficiente e assertiva. Por isso, a licitante, através do briefing, do raciocínio básico e de estudos e diagnóstico das necessidades da comunicação publicitária da Prefeitura de Rio Bonito do Iguaçu, pontuou esses critérios, como descritos abaixo, que funcionam como norteadores da estratégia de comunicação publicitária desenvolvida para essa campanha simulada.

Para quem dizer: conforme descrito no briefing da Prefeitura de Rio Bonito do Iguaçu, o público-alvo desta campanha é a comunidade do município como um todo e também da região da Associação Cantuquiriguaçu.

Quando e onde dizer: com duração de 30 (trinta) dias e distribuição de verba de R\$60.000,00 (sessenta mil reais), a campanha deverá seguir critérios técnicos que repassem a mensagem de forma tática e com economicidade, distribuindo de forma assertiva a verba na criação, produção e veiculação das peças e dos veículos. A praça de veiculação da campanha é o município de Rio Bonito do Iguaçu e região do Cantuquiriguaçu. Os meios de comunicação para veiculação das peças escolhidas pela licitante são: Rádio, Jornal e Banner de Internet. Desta forma a estratégia de comunicação desenvolvida visa o melhor potencial e aproveitamento de cada meio, atingindo de forma estratégica o público-alvo, conforme descrito abaixo.

Rádio: meio democrático, fonte de informação e entretenimento e com grande alcance. Possui valor de investimento baixo, se comparado a outras mídias, como TV. Por isso escolhemos rádios da região para veicular 1 (um) spot de 30 (trinta) segundos.

Jornal: mídia que agrega conceitos como credibilidade e seriedade à campanha. Também atinge um público diferenciado, como formadores de opinião. Por isso, desenvolvemos 1 (um) anúncio formato (1) uma página, que será veiculado nos jornais da região.

Banner internet: possui grande fluxo de leitores, além de alta confiabilidade. Por isso utilizamos essa mídia para estar no meio on-line, destacando a mensagem para os leitores dos principais canais de notícias da região.

O que dizer: como descrito no briefing e defendido no raciocínio básico, essa campanha simulada tem como objetivo principal elevar o número de participantes na 11ª Exporio em Rio Bonito do Iguaçu em pelo menos 20%, além de informar e conscientizar o público-alvo como um todo sobre a realização da Feira.

Como dizer: para demonstrar todos os fatores citados acima, através de uma campanha publicitária eficiente e criativa, que transmita sua mensagem de forma resumida, a licitante partiu do princípio que além de ser uma Feira da Agropecuária, Indústria e Comércio do município, também é um evento onde o público poderá se divertir, com shows nacionais, praça de alimentação, atração para as crianças e etc. Por isso, criamos um selo comemorativo da 11ª Exporio, utilizando em destaque o nome do evento, a edição e o ano de realização. Adicionamos ícones que representam alguns atrativos da feira, como os shows em forma de notas musicais, o agronegócio com uma planta em uma engrenagem, a praça de alimentação com ícones de alimento, as atrações infantis com uma cama elástica e crianças, os bons negócios, a indústria e o comércio através de um cifrão e a agricultura com um homem do campo. Assim demonstramos de forma ilustrativa e atrativa aos olhos do público, trazendo uma mensagem positiva ao selo comemorativo, que aparece sempre em destaque nas peças.

Para reforçar o conceito, utilizamos como cenário uma montagem com foto de um trator e uma colheitadeira no campo e duas mãos apertando-se, representando os bons negócios. Já os títulos e textos chamam o público-alvo a participar de um show de bons negócios e diversão, mostrando assim o potencial do evento. Também adicionamos às peças sugestões de data, ou seja, de 19 a 21 de abril de 2024, e sugestões de shows nacionais, como Talagaço, Ana Castela e Mato Grosso e Matias. Também adicionamos fotos das

atrações, deixando-as com destaque ao primeiro olhar. Essas informações aparecem em destaque e são ilustrativas, podendo ser alteradas após a aprovação da campanha. Como assinatura, usamos o Brasão da Prefeitura, bem como os ícones das redes sociais. Também adicionamos um QR Code na peça impressa, que leva o leitor até o site do Administrativo Municipal, onde será possível obter mais informações sobre o evento.

As cores utilizadas nas peças também auxiliam a repassar a mensagem, através do uso da semiótica. Por isso, escolhemos duas como destaque: o verde e o laranja. A primeira representa a agricultura, o agronegócio e transmite sensações de crescimento e desenvolvimento. Já o laranja é a cor da alegria, energia e representa a diversão. O uso dos tons na campanha unifica a semiótica das duas cores, trazendo sentimentos positivos a mesma. A escolha da tipografia também é essencial para reforçar o conceito. A fonte escolhida pela licitante é DIN Next LT Pro sem serifa, que facilita a leitura. Seu formato tradicional, porém com contornos arredondados, une o peso do agronegócio, da indústria e do comércio do município com o lado divertido do evento.

Para o material eletrônico, utilizamos locução e trilha animadas para transmitir o conceito da campanha, unificando os dois elementos de forma estratégica, chamando atenção do ouvinte e transmitindo a mensagem de forma tática.

Abaixo descreveremos de forma sucinta cada uma das peças da ideia criativa, que corporificam a estratégia de comunicação publicitária da licitante.

Anúncio Jornal: em formato de uma página inteira, esse anúncio traz em evidência o selo comemorativo da 11ª Exporio, chamando atenção do leitor, e os dias e atrações principais. A identidade do anúncio segue a campanha, com background e elementos que o corporificam. Por ser uma mídia com tempo de leitura maior, utilizamos um título que fala sobre os principais atrativos do evento e adicionamos um texto de apoio falando sobre as demais atrações, como shows nacionais, rodeio, atrações infantis e etc. Assim como as informações de data, local e atrações principais, essas informações dos atrativos também poderão ser alteradas após aprovação da campanha. Adicionamos um call to action para o leitor chamar a família e participar, engajando-o com a mensagem e com o evento. Assinamos o material com o Brasão da Administração Municipal, os ícones das Redes Sociais e o QR Code que leva ao site da Prefeitura, onde o público poderá obter mais informações.

Spot rádio: com 30 (trinta) segundos, locução masculina animada e trilha estilo sertaneja também animada. Assim trazemos dinamicidade à peça e informamos sobre a realização do evento, além de convidar o ouvinte para chamar sua família e participar. Corporificamos informações importantes como data, local e principais atrações, que como defendido acima, podem ser alteradas após aprovação da campanha. Assinamos o material com a realização da Prefeitura Municipal de Rio Bonito do Iguaçu.

Banner Internet (Gif): em formato 740x400 pixels animado, destacamos o selo comemorativo da 11ª Exporio já na primeira tela, junto com a data e o local do evento, além do Brasão da Prefeitura Municipal e os ícones das redes sociais. Assim, o internauta já identifica no primeiro contato do que se trata a peça. Na segunda tela adicionamos um breve título e texto de apoio falando sobre o evento e chamando o público a participar e trazer sua família. Abaixo adicionamos as principais atrações de cada dia, com data e foto dos artistas. Também assinamos a segunda tela com o Brasão da Prefeitura e os ícones das redes sociais como reforço. Por ser um banner clicável, esse levará diretamente ao site do Administrativo Municipal, onde o público poderá obter mais informações sobre a Exporio. Desta forma, a licitante cumpre o objetivo central do briefing da Prefeitura de Rio Bonito do Iguaçu através de uma estratégia de comunicação eficiente e dinâmica, indo além de uma campanha comum, informando, divulgando e envolvendo o público-alvo com a mensagem, além de fortalecer a identidade do executivo perante seus públicos.

19 a 21 de abril Centro de Eventos

11ª EXPO RIO 2024

Um show de bons negócios e muita diversão para toda a família!

A Exporio reúne Shows Nacionais, Rodeio, Atrações Infantis, Praça de Alimentação, Exposição Agropecuária, Indústria e Comércio. **Chame a família e participe!**

TALAGAÇO

Sexta, 19/04

Ana Castela

Sábado, 20/04

MATOGROSSO & MATHIAS

Domingo, 21/04

Confira a programação completa.

prefeiturariobonitodoiguacu

PREFEITURA MUNICIPAL DE
RIO BONITO DO IGUAÇU

2 – Rádio – Roteiro spot 30"

Locução: Masculina, Animada

Trilha: Instrumental Animada, Estilo Sertanejo

Vem aí a décima primeira Exporio, em Rio Bonito do Iguaçu!

De 19 a 21 de abril, no Centro de Eventos.

Shows nacionais, Rodeio, Atrações Infantis, Praça de Alimentação, Exposição e muita animação!

Dia 19, sexta, show com Talagaço.

Dia 20 o show é com Ana Castela.

E no dia 21, domingo a animação fica por conta de Mato Grosso e Matias!

11ª Exporio 2024.

Realização: Prefeitura Municipal de Rio Bonito do Iguaçu.

3 – Internet – Banner (Gif)

19 a 21 de abril

Centro de Eventos

11º EXPO RIO
2024

[prefeiturariobonitodoiguacu](#)

PREFEITURA MUNICIPAL DE
RIO BONITO DO IGUAÇU

Um show de diversão e negócios!

A Exporio reúne Shows Nacionais, Rodeio, Atrações Infantis, Praça de Alimentação, Exposição Agropecuária, Indústria e Comércio. **Chame a família e participe!**

TALAGAÇO
Sexta, 19/04

Ana Castela
Sábado, 20/04

MATOGROSSO & MATHIAS
Domingo, 21/04

[prefeiturariobonitodoiguacu](#)

PREFEITURA MUNICIPAL DE
RIO BONITO DO IGUAÇU

Estratégia de Mídia e não Mídia

O pensamento estratégico de mídia tem como objetivo atender às necessidades de comunicação através de uma integração com a criação e o planejamento, com argumentos e dados adequados que respaldem a definição de meios e veículos para atingir o público-alvo, com resultado eficiente, eficaz e econômico.

Para definir uma estratégia de mídia eficaz, iniciamos nosso trabalho buscando meios que façam parte do cotidiano do target, visando atingir maior visibilidade, flexibilidade, audiência, penetração e acesso.

Objetivos de Mídia

Com um mix de meios de alto alcance que irão impactar com eficiência e economicidade, além da estratégia de frequência e repetição da mensagem, a campanha atingirá seu objetivo. Nosso principal objetivo é mostrar a grandeza da festa, convidando a toda a população de Rio Bonito do Iguazu e da região de Cantuquiriguaçu a participarem da 11ª Exporio que acontecerá em abril de 2024 e terá shows nacionais, exposição agropecuária, indústria e comércio, exemplificados pelo exercício criativo sob a temática da campanha. Além de utilizar de tecnicidade para a seleção dos melhores meios de comunicação para que essa mensagem seja entregue de forma clara e efetiva. A estratégia de mídia irá apresentar essa comunicação com um mix de meios que irá gerar o máximo de alcance no público-alvo, garantindo eficácia na entrega da mensagem.

Seleção dos meios

Considerando as necessidades e objetivos do público-alvo, selecionamos a seguinte plataforma de meios de comunicação. Veicularemos nossa mensagem nos meios rádio FM, jornal e mídia digital. Desse modo, o mix de meios recomendados atuará de forma integrada para a melhor eficiência do objetivo de comunicação para impactar o público-alvo durante os 30 dias de campanha (Março entre os dias 20 a 31 e Abril entre os dias 1 a 18).

Para que a campanha do município de Rio Bonito do Iguazu seja compreendida e assimilada por todos, é importante que a mensagem seja veiculada com uma frequência suficiente para cumprir esse entendimento, permitindo a eficiência da campanha e, ao mesmo tempo, garantindo que não tenha excesso de exposição da mensagem. Dessa maneira, evita-se o desperdício do investimento publicitário.

Hábitos de consumo

Para o objetivo de alta cobertura, recomendamos o rádio, com presença nas principais emissoras regionais, jornal como meio de credibilidade editorial entre os formadores de opinião e mídia digital com grande frequência, além de promover contato com o público de forma detalhada e explicativa, com argumentação clara e contundente, somando credibilidade e caráter noticioso à campanha.

Rádio

O rádio é o quarto meio de comunicação com alcance, é regionalizado o que permite grande índice de fidelidade. O rádio é companheiro do ouvinte seja em casa, nos carros, via web, atividades de lazer e esportivas. Com isso as chances de alcance ao público objetivo são grandes. Tem condições de transmitir a informação com mais rapidez do que qualquer outro meio. Entre os meios de comunicação de massa, é o mais popular e o de maior alcance, muitas vezes o único a levar a informação para regiões que ainda não têm acesso a outros meios. Segundo o Mídia Dados Brasil 2022 – Kantar Ibope Media - o rádio tem penetração de 55%, assim distribuída na classe econômica: 41% classe A/B, 44% C e 14% D/E. Atinge 38% da faixa etária entre 12 e 34 anos, 22% entre 35 e 44 anos, 18% entre 45 e 54 anos, 14% de 55 a 64 anos e 9% de 65 anos a 75 anos.

Jornal

Meio de comunicação impresso de periodicidade variada que por ser impresso, dá maior credibilidade e confiança à mensagem. Permite maior detalhamento sobre a informação. O leitor identifica-se com o jornal, independentemente da linha editorial, já que é esse veículo que informa o que lhe interessa mais de perto. O jornal também possibilita a ampliação do

alcance da população em geral. Sua penetração é de 31%, tendo como perfil dos consumidores – 54% classe A/B, 39% C e 7% D/E. Sendo 41% da faixa etária de 12 a 34 anos, 22% de 35 a 44 anos, 17% de 45 a 54, 13% de 55 a 64 anos e 9% acima dos 65 anos. Fonte: Mídia Dados Brasil 2022 – IVC.

Mídia Digital – Internet

Em função da afinidade com o público e presente em todas as classes sociais, exploramos neste meio todas as possibilidades que ele permite. Na internet a interação é bem maior e a velocidade da informação também. Essa é uma importante ferramenta de multiplicação da mensagem em constante crescimento e penetração. Segundo a Kantar Ibope Mídia (Mídia Dados) a internet tem penetração de 91%, assim distribuída na classe econômica: 39% classes A/B, 48% C e 13% D/E. Atinge 45% da faixa etária entre 12 e 34 anos, 21% entre 35 e 44 anos, 16% entre 45 e 54 anos, 12% de 55 a 64 anos e 7% de 65 a 75 anos. Fonte: Mídia Dados Brasil 2022 – Kantar Ibope Media.

Tática de Mídia

Entendendo os melhores canais de audiência para cada formato e target: selecionamos os canais de maior adequação para o target, pensando no poder de alcance da mensagem e relevância de conteúdo.

Foram analisadas as defesas de cada emissora e ou/veículo, assim como os dados de audiência e valores para chegar no raciocínio tático com o melhor custo-benefício para a campanha, garantindo a visibilidade e frequência para o conteúdo. De acordo com o público-alvo elaboramos a descrição da campanha e distribuição dos valores utilizados para cada meio e veículo, detalhado em anexo, com valores absolutos e relativos em percentuais.

Cabe enfatizar que para definir os investimentos em cada veículo analisamos as audiências fornecidas pelos próprios veículos. Assim identificamos os veículos mais assertivos à solução do desafio de comunicação exposto no edital.

Plano simulado e distribuição

Levamos em conta a análise e o conhecimento dos hábitos de consumo dos meios, já mencionados, para a simulação do Plano de Mídia onde distribuiremos as peças nos meios de comunicação disponíveis. Tanto para a seleção dos veículos quanto da programação foi adotado o critério de melhor relação custo-benefício.

Rádio

Atuaremos nas principais emissoras que abrangem a cidade de Rio Bonito do Iguaçu e toda a região da Cantuquiriguaçu e que tem grande cobertura. O Rádio foi planejado visando a multiplicação da campanha chegando ao público solicitado pelo briefing. A relevância local é um dos fatores que torna esse meio um importante canal de contato. Foram selecionadas as principais emissoras que atingem a população de Rio Bonito do Iguaçu – Rádio Nossa FM 102.9, Rádio Líder Sul FM 106.7, Rádio Campo Aberto FM 94.1 e Rádio Educadora FM 103.9.

A Rádio Nossa FM 102.9 se tornou uma das 5 maiores rádios em potência do Paraná, operando de forma regional em mais de 100 cidades, com cobertura aproximada de 1 milhão de pessoas. Já a Rádio Líder Sul está há 15 anos no mercado, presente em mais de 30 municípios da região, alcança fortemente a região Centro-Oeste e parte da região Sudeste do Paraná. Conta com uma programação jornalística e musical. A Rádio Educadora está presente em mais de 70 municípios, (regiões oeste, centro-oeste, central e centro-sul do Estado do Paraná), municípios fronteiriços de Santa Catarina, com população superior a um milhão de habitantes. E a Rádio Campo Aberto tem 28 anos de tradição e chega para 24 cidades. O formato utilizado para a veiculação da campanha em rádio será um spot com duração de 30”.

Jornal

Por sua força entre os formadores de opinião e pela credibilidade editorial, o meio jornal terá um papel complementar aos demais meios. Selecionamos o principal jornal que circula

e com maior relevância em Rio Bonito do Iguaçu e região – Jornal Xagu. O jornal Xagu foi escolhido pelas suas características. É um veículo local, circulando nas cidades de Rio Bonito do Iguaçu, Laranjeiras do Sul, Porto Barreiro, Nova Laranjeiras, Virmond, Cantagalo e Saudade do Iguaçu. Tem circulação bissemanal todas quartas e sextas-feiras e tiragem de 1.500 exemplares.

Digital

Com o objetivo impactar o público diversas vezes ao dia, analisamos os hábitos de consumo da Internet por parte do público-alvo, a abrangência na cidade e no interior, os índices de acessos e selecionamos o portal Cantu em Foco, Portal Cantu e portal Olho Aberto. O portal Olho Aberto que tem mais de 2 milhões de visualizações/mês, com notícias de Porto Barreiro e toda a região. Já Cantu em Foco abrange a região da Cantuquiriguaçu, com mais de 202 mil visualizações/mês. E o Portal Cantu é hoje um dos mais importantes veículos de comunicação de toda a região da Cantuquiriguaçu, que compreende 21 municípios, chegando a quatro milhões de visualizações/mês. O portal está no ar há mais de 40 anos oferecendo notícias, entretenimento, música e informação. Para os portais foi criado um banner (gif) 740x400px e feito duas adaptações para banners animados 200x200px e 1100x350px onde o usuário será impactado logo no momento da entrada, dando grande visibilidade a campanha.

Os esforços de mídia atingirão o público de forma integrada e impactante, rentabilizando o investimento da campanha. E assim finalizamos a estratégia certos de termos estruturado o melhor e mais rentável aproveitamento do investimento disponível.

Considerações finais e custos

Do total de R\$ 60.000,00 disponibilizados, foram investidos R\$ 59.602,52 sendo que deste, R\$ 15.563,52 foram aplicados na veiculação das peças de mídia, representando 26%, na produção das peças de mídia foram investidos R\$ 1.850,00 que representam 3% e na criação das peças R\$ 42.189,00, representando 71% do valor total.

Nos anexos poderão ser conferidas as planilhas referentes aos meios e veículos definidos, assim como as programações, número de inserções e valores absolutos e percentuais de cada um deles, além da produção das peças de mídia e criação (custos internos).

RESUMO GERAL - INVESTIMENTOS (VEICULAÇÃO, CRIAÇÃO e PRODUÇÃO)

VEICULAÇÃO (MÍDIA) - valores pagos para os veículos					
Meios	Formato	Inserções	Valor	% Mídia	% Geral
Rádio	Spot 30'	220 Inserções	R\$ 7.063,52	45%	12%
Jornal	1 página	3 publicações	R\$ 4.500,00	29%	8%
Banner Internet	1100x350px 740x400px 200x200px	3 banners	R\$ 4.000,00	25,70%	7%
Total em Mídia			R\$ 15.563,52	100%	26%

PRODUÇÃO EXTERNA - valores pagos para fornecedores					
Serviço	Quantidade	Especificações	Valor	% Produção	% Geral
Produção Spot	1	Spot 30", locução masculina, trilha produzida, edição, sonorização, mixagem e finalização	R\$ 1.200,00	64,86%	2,01%
Qrcode	1	Geração de Qrcode personalizado, com acesso ilimitado	R\$ 150,00	8,11%	0,25%
Fotos/Vetores		Utilização de banco de imagens, vetores para a campanha	R\$ 500,00	27,03%	0,84%
Total em Produção			R\$ 1.850,00	100%	3%

PRODUÇÃO INTERNA - Conforme tabela do Sinapro-PR					
Peça	Quantidade	Valor	% Produção	% Geral	
Rádio - Spot 30"	1	R\$ 5.870,00	14%	10%	
Jornal - 1 página	1	R\$ 7.174,00	17%	12%	
Banner Internet 740x400px	1	R\$ 5.889,00	13,96%	10%	
Adaptação banner internet - animado 200x200px/ 1110x350px	2	R\$ 5.168,00	12,25%	9%	
Selo comemorativo	1	R\$ 18.088,00	42,87%	30%	
Total em Produção Interna			R\$ 42.189,00	100%	71%

VALOR TOTAL DE INVESTIMENTO			% Geral
VEICULAÇÃO	R\$	15.563,52	26%
PRODUÇÃO	R\$	1.850,00	3%
CRIAÇÃO	R\$	42.189,00	71%

VALOR TOTAL	R\$	59.602,52	100%
--------------------	-----	------------------	-------------

Simulação do plano de distribuição de todas as peças:

MÍDIA - MARÇO (20 a 31 de março)/ ABRIL (1 a 18 de abril)																																	
RÁDIO																																	
Veículo	MARÇO											ABRIL															Custo Unitário	Total Inv.	Custo Total				
	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14				15	16	17	18
	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	Q	Q
RÁDIO NOSSA FM 102.9 Rotativo Indeterminado - Spot 30" - 7h00 às 19h00	3	2	3			3	2	3	2	3			2	3	2	3	2			3	2	3	2	3			2	3	2	3	R\$ 33,12	56	R\$ 1.854,72
RÁDIO CAMPO ABERTO FM 94.1 Rotativo Indeterminado - Spot 30" - 7h00 às 19h00	2	3	2			2	3	2	3	2			3	2	3	2	3			2	3	2	3	2			3	2	3	2	R\$ 28,90	54	R\$ 1.539,00
RÁDIO EDUCADORA FM 103.9 Rotativo Indeterminado - Spot 30" - 6h00 às 24h00	3	2	3			3	2	3	2	3			2	3	2	3	2			3	2	3	2	3			2	3	2	3	R\$ 43,45	56	R\$ 2.433,20
RÁDIO LÍDER SUL FM 106.7 Rotativo Indeterminado - Spot 30" - 6h00 às 19h00	2	3	2			2	3	2	3	2			3	2	3	2	3			2	3	2	3	2			3	2	3	2	R\$ 22,90	54	R\$ 1.236,60
TOTAL EM RÁDIO																			220	R\$ 7.063,52													

JORNAL																																	
Veículo	MARÇO											ABRIL															Custo Unitário	Total Inv.	Custo Total				
	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14				15	16	17	18
	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	Q	Q
JORNAL XAGU 1 página - Cor - Indeterminada - Bimestral												1																		1	R\$ 1.500,00	3	R\$ 4.500,00
TOTAL EM JORNAL																			3	R\$ 4.500,00													

INTERNET																																	
Veículo	MARÇO											ABRIL															Custo Mensal	Vimbleções	Custo Total				
	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14				15	16	17	18
	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	Q	Q
OLHO ABERTO Banner lateral direita 200x200px	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R\$ 2.500,00	2 milhões	R\$ 2.500,00
PORTAL CANTU Banner superior direita 2 740x400px	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R\$ 700,00	4 milhões	R\$ 700,00
PORTAL CANTU EM FOCO Banner superior 1100x330px	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R\$ 800,00	250 mil	R\$ 800,00
TOTAL EM INTERNET																				R\$ 4.000,00													

TOTAL EM MÍDIA R\$ **15.563,52**

**RÁDIO CHOPINZINHO LTDA**

Rua Frei Everaldo, 3835 - Centro

Chopinzinho - Paraná

CNPJ 77.139.152/0001-02 CAD/ICMS

90547664-56

e-mail financeiro@radiochopinzinho.com.br

Chopinzinho, 06 de fevereiro de 2024.

Tabela de Preços.

- 01 inserção de 5", entre 07:00 as 19:00 horas, valor R\$ 5,51 (valor bruto).
- 01 inserção de 15", entre 07:00 as 19:00 horas, valor R\$ 16,55(valor bruto).
- 01 inserção de 30" entre 07:00 as 19:00 horas, valor R\$ 33,12(valor bruto).
- 01 inserção de 45" entre 07:00 as 19:00 horas, valor R\$ 49,68(valor bruto).
- 01 inserção de 60" entre 07:00 as 19:00 horas, valor R\$ 66,25(valor bruto).
- 01 inserção de 90" entre 07:00 as 19:00 horas, valor R\$ 99,37(valor bruto).
- 01 inserção de 2' entre 07:00 as 19:00 horas, valor R\$ 132,50(valor bruto).

Tabela válida somente para Prefeituras.

Atenciosamente,

Elizane Roncem de Lima

Financeiro

RG 7.608.758-0

CPF 028.535.139

77.139.152/0001-02**RÁDIO CHOPINZINHO LTDA**Rua Frei Everaldo, 3835 - Centro
85.560-000 Chopinzinho - PR

TABELA DE PREÇOS –ROTATIVO/INDETERMINADO

FAIXA HORÁRIA	DURAÇÃO	CUSTO UNITÁRIO - BRUTO
07h - 19h	5"	R\$ 8,60
	10"	R\$ 13,20
	15"	R\$ 18,20
	30"	R\$ 28,50
	45"	R\$ 42,50
	60"	R\$ 51,00
	90"	R\$ 71,00

Vigência da tabela: 01/07/2023 a 30/06/2024

Laranjeiras do Sul, 09 de Fevereiro de 2024.

João Gurtat Neto
CPF 554.328.089-00
Gerente Geral

RÁDIO EDUCADORA DE LARANJEIRAS DO SUL LTDA.

FM 103.9 – TABELA 2024 – (valor bruto)

Faixa horária: (04h00 às 24h00)

10 segundos	R\$ 15,95
15 segundos	R\$ 32,45
30 segundos	R\$ 43,45
45 segundos	R\$ 68,75
60 segundos	R\$ 84,15
90 segundos	R\$ 105,05

= ABRANGÊNCIA(Potência: 15 MIL Watts)

Mais de 70 municípios, (regiões oeste, centro-oeste, central e centro-sul do Estado do Paraná) e também municípios fronteiriços de Santa Catarina, com população superior a um milhão de habitantes.

Departamento Comercial
comercial@e103fm.com.br
www.e103.fm

Rádio Líder Sul FM LTDA.ME

Rua Sete de Setembro, 1830 – Fone (42) 3635-1819.
Laranjeiras do Sul 85301-070 Paraná
CNPJ 03.865.478/0001-72 CCE 90504813-92
www.radiolidersul.com.br

**TABELA DE PREÇOS:**

TEMPO	VALOR UNITÁRIO
10 s	R\$ 8,00
15 s	R\$ 10,00
30 s	R\$ 22,90
45 s	R\$ 31,90
60 s	R\$ 42,90
90 s	R\$ 63,90
120 s	R\$ 81,90
10 m	R\$ 520,00

HORÁRIO-INDETERMINADO: 6 h às 19 h

Validade da Tabela 31/12/2024

Entre em contato com o nosso Departamento Comercial

Telefone (42) 3635-1819.

Laranjeiras do Sul 06/02/2024

IIVALDIR PERACCHI
DIRETOR

Tabela de Valores

01 - 1 Página, Colorida, Tamanho 26 x 33 cm:

1 EDIÇÃO - R\$ 1.500,00

02 - 1/2 Página, Colorida, Tamanho 26 x 16,5 cm:

1 EDIÇÃO - R\$ 750,00

03 - 1/4 Página, Colorida, Tamanho 12,5 x 16,5 cm:

1 EDIÇÃO - R\$ 400,00

Os valores relacionados acima são valores brutos.

O Jornal Xagu, com sede em Rio Bonito do Iguaçu, tem sua circulação Bi-semanal, nas cidades de: Rio Bonito do Iguaçu, Laranjeiras do Sul, Porto Barreiro, Nova Laranjeiras, Virmond, Cantagalo e Saudade do Iguaçu.

Tabela 2024.



ORÇAMENTO

Tabela de preço - Validade 30/06/2024

- Banner lateral 200x200 – R\$ 2.500,00 valor mensal
- Banner lateral 200x300 – R\$ 3.000,00 valor mensal
- Banner lateral 400x400 – R\$ 3.500,00 valor mensal

Os valores orçados acima são para banners laterais válidos por 30 dias (mensal)

OBS: Valor bruto

Laranjeiras do Sul, 20 de fevereiro de 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Julio Cesar Minotto'.

Julio Cesar Minotto

CNPJ 25.107.124.0001/00

Você realmente sabe onde investir no marketing da sua marca?

Divulgar é importante? Será que se o cliente não conhecer a nossa marca e o nosso produto, ele comprará? Grandes marcas só se tornaram conhecidas graças à propaganda.

Segundo a agência F/Nazca, **somos mais de 110 milhões de internautas no Brasil**, e esses números **crescem 20% ao ano**.

A internet já alcançou o Rádio e a TV. 87% dos internautas utilizam a rede para pesquisar produtos e serviços antes de comprar.

Sejam bem vindos à nova Economia Digital, onde o pequeno veloz leva uma enorme vantagem sobre o grande lento! **A internet é um instrumento que reduz drasticamente o custo da comunicação.**

O Portal Cantu sempre antenado com o que os internautas procuram, é hoje um dos mais importantes veículos de comunicação de toda a região da **Cantuquiriguaçu**, que compreende 21 municípios, chegando aos impressionantes quatro milhões de visualizações/mês. Tendo ainda relevante audiência em outros grandes centros, como por exemplo Cascavel e Guarapuava.

O mundo está convergindo para esta fantástica mídia. Você vai ficar de fora?

Espaços publicitários no Portal Cantu: (Período = 30 dias, exceto Pop Up) para Home Page

Pop Up (toda vez que o Portal é aberto)	700x500px	R\$ 100.00 (cem reais ao dia)
1 - Super Slide (a cada 3 visualizações)	1240x300px	R\$ 1.000.00 (hum mil reais)
2 (aparecendo com outros três anúncios em sistema carrossel)	740x400px	R\$ 700.00 (setecentos reais)
3 (a cada 5 visualizações)	300x250px	R\$ 500.00 (quinhentos reais)
4 (a cada 5 visualizações)	300x600px	R\$ 600.00 (seiscentos reais)
5 (a cada 5 visualizações)	900x300px	R\$ 600.00 (seiscentos reais)
6 e 7 (a cada 5 visualizações)	400x150px	R\$ 400,00 (Quatrocentos reais)
8 (a cada 5 visualizações)	300x250px	R\$ 350,00 (trezentos e cinquenta reais)
9, 10 e 11 (a cada 5 visualizações)	300x100px	R\$ 200,00 (duzentos reais)

O banner 1 também aparece em sistema rotativo com até outros três clientes em todas as páginas do portal.

Os banners 2 e 5 também aparecem em sistema rotativo com todos os clientes destes espaços, nas páginas de relevância ao mesmo, como cidade, categoria, etc..(sempre determinado em conjunto com a editoria do Portal Cantu).

Orçamento

Tabela de preços

Conforme solicitado, enviamos a proposta para veiculação de Banner no **Portal de Notícias Cantu em Foco** com valores brutos.


Banner : Superior

Tamanho do banner: 1100px X 350px

Valor: R\$ mensal: 800,00 Reais

Atenciosamente, Elessandra Carla Silvestre Carneiro Martins

19 de fevereiro de 2024.



A PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO BONITO DO IGUAÇU
TOMADA DE PREÇOS Nº. 13/2023-PMRBI
LICITANTE: OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE EIRELI
CNPJ: 03.979.287/0001-31
PROPOSTA TÉCNICA
"ENVELOPE Nº. 02" – PLANO DE COMUNICAÇÃO (VIA IDENTIFICADA)

P2 de

Angela H. 

Raciocínio Básico

Diversidade, tradição e regionalidade são os elementos que compõem a cultura brasileira. Não é à toa que, por todo o país, encontramos festividades e manifestações populares que ocorrem anualmente, levando muita diversão e entretenimento. Seja em uma escala nacional ou regional, há sempre algo para celebrar com seu povo, que pode ser desde a história, aniversário da localidade, religiosidade, ritmos musicais ou até mesmo a produção agrícola.

Além de contribuírem para a preservação cultural, para muitos municípios brasileiros esses eventos surgem como grandes impulsionadores da economia local, inclusive impactando significativamente para áreas prioritárias como saúde, segurança e educação por meio da geração de empregos e arrecadação de tributos.

Baseado nisso, é crucial que o poder público reconheça as consequências positivas dessas festividades populares para o fortalecimento econômico e desenvolvimento local, uma vez que tais eventos envolvem milhares de pessoas e uma variedade de atividades ao longo da cadeia produtiva.

Vale ressaltar que tais festas desempenham um papel essencial tanto nas áreas rurais quanto nas pequenas cidades do interior, uma vez que propiciam um espaço de lazer, cultura, celebração e interação entre a comunidade. Esses eventos também atraem visitantes de outras regiões, aumentando a visibilidade do município e promovendo o turismo regional.

Localizado na região centro-sul paranaense, Rio Bonito do Iguaçu é um excelente exemplo de como uma festa regional pode beneficiar e impulsionar o desenvolvimento. Com sua festa tradicional, a Exporio, a cidade não apenas celebra suas raízes culturais e históricas, mas também aproveita os benefícios econômicos e sociais que ela propicia para todos.

Sobre a cidade

Com uma população de 13.929 habitantes, segundo o último censo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, em 2022, a cidade de Rio Bonito do Iguaçu tem a maioria de seus moradores vivendo no campo, o que representa 75% da totalidade. Visto isso, é natural que o município tenha sua base econômica voltada à agropecuária.

Essa força do setor primário é relatada em números, segundo o caderno do Iparides, referente às atividades de 2021, o PIB da cidade é de 441,54 milhões, sendo que mais de 50% do valor adicionado advém da agropecuária, com um VAB de R\$ 219,28 milhões. Na sequência aparecem as participações do comércio e serviços com um VAB de R\$ 112,2 milhões, da administração pública com VAB de R\$ 68,99 milhões e, finalizando esse montante, surge a indústria com R\$ 12,65 milhões.

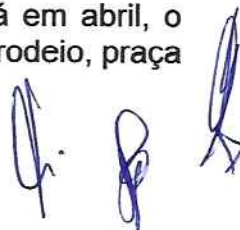
Aliás, a soja foi o cultivo que mais gerou riquezas para o município, correspondendo a um total de R\$ 300 milhões, em uma área colhida de 27,8 mil hectares. Em segundo lugar, está o milho com um total R\$ 64,1 milhões das riquezas, seguido pelo feijão com 13,4 milhões de riquezas produzidas em 2022. É imprescindível evidenciar que, a produção de leite também é super forte, gerando R\$ 103,8 milhões de riquezas, resultantes da produção de 49.682 mil litros em 2022.

A Exporio

Uma cidade com a base econômica voltada à agricultura e a pecuária, só poderia ter uma festa exclusiva para mostrar todas essas potencialidades. Portanto, em 2024, o município de Rio Bonito do Iguaçu realizará a 11ª edição da Exporio, uma feira tradicional focada na Agropecuária, Indústria e Comércio da cidade, que atrai visitantes de outras regiões e contribui diretamente para o crescimento do turismo e do comércio local.

Com mais de 10 anos de existência, a Exporio chega com uma programação variada que celebra as tradições culturais com muita gastronomia, manifestações artísticas e entretenimento para toda família. Durante os dias de festa, que acontecerá em abril, o público poderá conferir as atrações com: a feira do comércio local e regional, rodeio, praça de alimentação e shows com artistas renomados.

Angela



O evento totalmente gratuito promete proporcionar momentos de diversão e lazer, mas sem deixar de exaltar a cultura local e promover ainda mais a agropecuária – que é a força motriz econômica da cidade. Para que isso aconteça, é indispensável despertar o interesse dos habitantes por essa super festa popular e regional, inclusive conseguindo elevar o número de frequentadores.

Os fatores mencionados acima deixam claro que a Exporio é um exemplo de como eventos tradicionais podem ser uma peça-chave para o progresso local, uma vez que gera impactos positivos em todas as esferas, desde as culturais, econômicas e até na qualidade de vida dos cidadãos. Assim, fica evidente a importância de divulgar o evento, para que cada vez mais pessoas participem dessa festa, cultivando o orgulho por onde moram, suas origens e sua principal fonte de sustento: a agropecuária.

Por fim, para promover a realização desse grande evento anual em Rio Bonito do Iguaçu, que conta com inúmeras atrações, é necessário detalhar os atrativos que a 11ª Exporio oferecerá e mostrar seu potencial para a região. Nesse sentido, torna-se fundamental criar uma campanha publicitária eficaz e criativa, enfatizando que a participação da população e de moradores da região é importantíssima, afinal o evento proporciona diversão, cultura e a valorização de sua terra e trabalho.

Handwritten signatures and initials in blue ink, including the name 'Angelo' and several other illegible marks.

Estratégia de comunicação publicitária

Entender critérios importantes como: o que dizer, para quem dizer, quando dizer, onde dizer e como dizer são essenciais para o desenvolvimento de uma estratégia de comunicação publicitária eficiente e assertiva. Por isso, a licitante, através do briefing, do raciocínio básico e de estudos e diagnóstico das necessidades da comunicação publicitária da Prefeitura de Rio Bonito do Iguaçu, pontuou esses critérios, como descritos abaixo, que funcionam como norteadores da estratégia de comunicação publicitária desenvolvida para essa campanha simulada.

Para quem dizer: conforme descrito no briefing da Prefeitura de Rio Bonito do Iguaçu, o público-alvo desta campanha é a comunidade do município como um todo e também da região da Associação Cantuquiriguaçu.

Quando e onde dizer: com duração de 30 (trinta) dias e distribuição de verba de R\$60.000,00 (sessenta mil reais), a campanha deverá seguir critérios técnicos que repassem a mensagem de forma tática e com economicidade, distribuindo de forma assertiva a verba na criação, produção e veiculação das peças e dos veículos. A praça de veiculação da campanha é o município de Rio Bonito do Iguaçu e região do Cantuquiriguaçu. Os meios de comunicação para veiculação das peças escolhidas pela licitante são: Rádio, Jornal e Banner de Internet. Desta forma a estratégia de comunicação desenvolvida visa o melhor potencial e aproveitamento de cada meio, atingindo de forma estratégica o público-alvo, conforme descrito abaixo.

Rádio: meio democrático, fonte de informação e entretenimento e com grande alcance. Possui valor de investimento baixo, se comparado a outras mídias, como TV. Por isso escolhemos rádios da região para veicular 1 (um) spot de 30 (trinta) segundos.

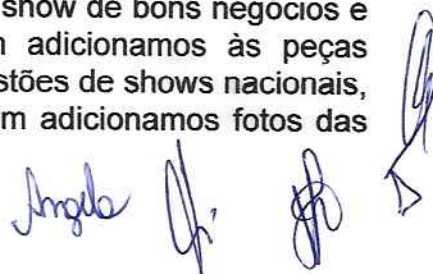
Jornal: mídia que agrega conceitos como credibilidade e seriedade à campanha. Também atinge um público diferenciado, como formadores de opinião. Por isso, desenvolvemos 1 (um) anúncio formato (1) uma página, que será veiculado nos jornais da região.

Banner internet: possui grande fluxo de leitores, além de alta confiabilidade. Por isso utilizamos essa mídia para estar no meio on-line, destacando a mensagem para os leitores dos principais canais de notícias da região.

O que dizer: como descrito no briefing e defendido no raciocínio básico, essa campanha simulada tem como objetivo principal elevar o número de participantes na 11ª Exporio em Rio Bonito do Iguaçu em pelo menos 20%, além de informar e conscientizar o público-alvo como um todo sobre a realização da Feira.

Como dizer: para demonstrar todos os fatores citados acima, através de uma campanha publicitária eficiente e criativa, que transmita sua mensagem de forma resumida, a licitante partiu do princípio que além de ser uma Feira da Agropecuária, Indústria e Comércio do município, também é um evento onde o público poderá se divertir, com shows nacionais, praça de alimentação, atração para as crianças e etc. Por isso, criamos um selo comemorativo da 11ª Exporio, utilizando em destaque o nome do evento, a edição e o ano de realização. Adicionamos ícones que representam alguns atrativos da feira, como os shows em forma de notas musicais, o agronegócio com uma planta em uma engrenagem, a praça de alimentação com ícones de alimento, as atrações infantis com uma cama elástica e crianças, os bons negócios, a indústria e o comércio através de um cifrão e a agricultura com um homem do campo. Assim demonstramos de forma ilustrativa e atrativa aos olhos do público, trazendo uma mensagem positiva ao selo comemorativo, que aparece sempre em destaque nas peças.

Para reforçar o conceito, utilizamos como cenário uma montagem com foto de um trator e uma colheitadeira no campo e duas mãos apertando-se, representando os bons negócios. Já os títulos e textos chamam o público-alvo a participar de um show de bons negócios e diversão, mostrando assim o potencial do evento. Também adicionamos às peças sugestões de data, ou seja, de 19 a 21 de abril de 2024, e sugestões de shows nacionais, como Talagaço, Ana Castela e Mato Grosso e Matias. Também adicionamos fotos das



atrações, deixando-as com destaque ao primeiro olhar. Essas informações aparecem em destaque e são ilustrativas, podendo ser alteradas após a aprovação da campanha. Como assinatura, usamos o Brasão da Prefeitura, bem como os ícones das redes sociais. Também adicionamos um QR Code na peça impressa, que leva o leitor até o site do Administrativo Municipal, onde será possível obter mais informações sobre o evento.

As cores utilizadas nas peças também auxiliam a repassar a mensagem, através do uso da semiótica. Por isso, escolhemos duas como destaque: o verde e o laranja. A primeira representa a agricultura, o agronegócio e transmite sensações de crescimento e desenvolvimento. Já o laranja é a cor da alegria, energia e representa a diversão. O uso dos tons na campanha unifica a semiótica das duas cores, trazendo sentimentos positivos a mesma. A escolha da tipografia também é essencial para reforçar o conceito. A fonte escolhida pela licitante é DIN Next LT Pro sem serifa, que facilita a leitura. Seu formato tradicional, porém com contornos arredondados, une o peso do agronegócio, da indústria e do comércio do município com o lado divertido do evento.

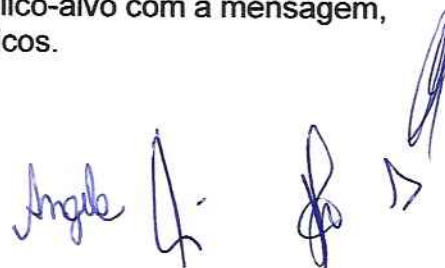
Para o material eletrônico, utilizamos locução e trilha animadas para transmitir o conceito da campanha, unificando os dois elementos de forma estratégica, chamando atenção do ouvinte e transmitindo a mensagem de forma táctica.

Abaixo descreveremos de forma sucinta cada uma das peças da ideia criativa, que corporificam a estratégia de comunicação publicitária da licitante.

Anúncio Jornal: em formato de uma página inteira, esse anúncio traz em evidência o selo comemorativo da 11ª Exporio, chamando atenção do leitor, e os dias e atrações principais. A identidade do anúncio segue a campanha, com background e elementos que o corporificam. Por ser uma mídia com tempo de leitura maior, utilizamos um título que fala sobre os principais atrativos do evento e adicionamos um texto de apoio falando sobre as demais atrações, como shows nacionais, rodeio, atrações infantis e etc. Assim como as informações de data, local e atrações principais, essas informações dos atrativos também poderão ser alteradas após aprovação da campanha. Adicionamos um call to action para o leitor chamar a família e participar, engajando-o com a mensagem e com o evento. Assinamos o material com o Brasão da Administração Municipal, os ícones das Redes Sociais e o QR Code que leva ao site da Prefeitura, onde o público poderá obter mais informações.

Spot rádio: com 30 (trinta) segundos, locução masculina animada e trilha estilo sertaneja também animada. Assim trazemos dinamicidade à peça e informamos sobre a realização do evento, além de convidar o ouvinte para chamar sua família e participar. Corporificamos informações importantes como data, local e principais atrações, que como defendido acima, podem ser alteradas após aprovação da campanha. Assinamos o material com a realização da Prefeitura Municipal de Rio Bonito do Iguaçu.

Banner Internet (Gif): em formato 740x400 pixels animado, destacamos o selo comemorativo da 11ª Exporio já na primeira tela, junto com a data e o local do evento, além do Brasão da Prefeitura Municipal e os ícones das redes sociais. Assim, o internauta já identifica no primeiro contato do que se trata a peça. Na segunda tela adicionamos um breve título e texto de apoio falando sobre o evento e chamando o público a participar e trazer sua família. Abaixo adicionamos as principais atrações de cada dia, com data e foto dos artistas. Também assinamos a segunda tela com o Brasão da Prefeitura e os ícones das redes sociais como reforço. Por ser um banner clicável, esse levará diretamente ao site do Administrativo Municipal, onde o público poderá obter mais informações sobre a Exporio. Desta forma, a licitante cumpre o objetivo central do briefing da Prefeitura de Rio Bonito do Iguaçu através de uma estratégia de comunicação eficiente e dinâmica, indo além de uma campanha comum, informando, divulgando e envolvendo o público-alvo com a mensagem, além de fortalecer a identidade do executivo perante seus públicos.



Estratégia de Mídia e não Mídia

O pensamento estratégico de mídia tem como objetivo atender às necessidades de comunicação através de uma integração com a criação e o planejamento, com argumentos e dados adequados que respaldem a definição de meios e veículos para atingir o público-alvo, com resultado eficiente, eficaz e econômico.

Para definir uma estratégia de mídia eficaz, iniciamos nosso trabalho buscando meios que façam parte do cotidiano do target, visando atingir maior visibilidade, flexibilidade, audiência, penetração e acesso.

Objetivos de Mídia

Com um mix de meios de alto alcance que irão impactar com eficiência e economicidade, além da estratégia de frequência e repetição da mensagem, a campanha atingirá seu objetivo. Nosso principal objetivo é mostrar a grandeza da festa, convidando a toda a população de Rio Bonito do Iguaçu e da região de Cantuquiriguaçu a participarem da 11ª Exporio que acontecerá em abril de 2024 e terá shows nacionais, exposição agropecuária, indústria e comércio, exemplificados pelo exercício criativo sob a temática da campanha. Além de utilizar de tecnicidade para a seleção dos melhores meios de comunicação para que essa mensagem seja entregue de forma clara e efetiva. A estratégia de mídia irá apresentar essa comunicação com um mix de meios que irá gerar o máximo de alcance no público-alvo, garantindo eficácia na entrega da mensagem.

Seleção dos meios

Considerando as necessidades e objetivos do público-alvo, selecionamos a seguinte plataforma de meios de comunicação. Veicularemos nossa mensagem nos meios rádio FM, jornal e mídia digital. Desse modo, o mix de meios recomendados atuará de forma integrada para a melhor eficiência do objetivo de comunicação para impactar o público-alvo durante os 30 dias de campanha (Março entre os dias 20 a 31 e Abril entre os dias 1 a 18).

Para que a campanha do município de Rio Bonito do Iguaçu seja compreendida e assimilada por todos, é importante que a mensagem seja veiculada com uma frequência suficiente para cumprir esse entendimento, permitindo a eficiência da campanha e, ao mesmo tempo, garantindo que não tenha excesso de exposição da mensagem. Dessa maneira, evita-se o desperdício do investimento publicitário.

Hábitos de consumo

Para o objetivo de alta cobertura, recomendamos o rádio, com presença nas principais emissoras regionais, jornal como meio de credibilidade editorial entre os formadores de opinião e mídia digital com grande frequência, além de promover contato com o público de forma detalhada e explicativa, com argumentação clara e contundente, somando credibilidade e caráter noticioso à campanha.

Rádio

O rádio é o quarto meio de comunicação com alcance, é regionalizado o que permite grande índice de fidelidade. O rádio é companheiro do ouvinte seja em casa, nos carros, via web, atividades de lazer e esportivas. Com isso as chances de alcance ao público objetivo são grandes. Tem condições de transmitir a informação com mais rapidez do que qualquer outro meio. Entre os meios de comunicação de massa, é o mais popular e o de maior alcance, muitas vezes o único a levar a informação para regiões que ainda não têm acesso a outros meios. Segundo o Mídia Dados Brasil 2022 – Kantar Ibope Media - o rádio tem penetração de 55%, assim distribuída na classe econômica: 41% classe A/B, 44% C e 14% D/E. Atinge 38% da faixa etária entre 12 e 34 anos, 22% entre 35 e 44 anos, 18% entre 45 e 54 anos, 14% de 55 a 64 anos e 9% de 65 anos a 75 anos.

Jornal

Meio de comunicação impresso de periodicidade variada que por ser impresso, dá maior credibilidade e confiança à mensagem. Permite maior detalhamento sobre a informação. O leitor identifica-se com o jornal, independentemente da linha editorial, já que é esse veículo que informa o que lhe interessa mais de perto. O jornal também possibilita a ampliação do

Angela

f.

B

D

alcance da população em geral. Sua penetração é de 31%, tendo como perfil dos consumidores – 54% classe A/B, 39% C e 7% D/E. Sendo 41% da faixa etária de 12 a 34 anos, 22% de 35 a 44 anos, 17% de 45 a 54, 13% de 55 a 64 anos e 9% acima dos 65 anos. Fonte: Mídia Dados Brasil 2022 – IVC.

Mídia Digital – Internet

Em função da afinidade com o público e presente em todas as classes sociais, exploramos neste meio todas as possibilidades que ele permite. Na internet a interação é bem maior e a velocidade da informação também. Essa é uma importante ferramenta de multiplicação da mensagem em constante crescimento e penetração. Segundo a Kantar Ibope Mídia (Mídia Dados) a internet tem penetração de 91%, assim distribuída na classe econômica: 39% classes A/B, 48% C e 13% D/E. Atinge 45% da faixa etária entre 12 e 34 anos, 21% entre 35 e 44 anos, 16% entre 45 e 54 anos, 12% de 55 a 64 anos e 7% de 65 a 75 anos. Fonte: Mídia Dados Brasil 2022 – Kantar Ibope Media.

Tática de Mídia

Entendendo os melhores canais de audiência para cada formato e target: selecionamos os canais de maior adequação para o target, pensando no poder de alcance da mensagem e relevância de conteúdo.

Foram analisadas as defesas de cada emissora e ou/veículo, assim como os dados de audiência e valores para chegar no raciocínio tático com o melhor custo-benefício para a campanha, garantindo a visibilidade e frequência para o conteúdo. De acordo com o público-alvo elaboramos a descrição da campanha e distribuição dos valores utilizados para cada meio e veículo, detalhado em anexo, com valores absolutos e relativos em percentuais.

Cabe enfatizar que para definir os investimentos em cada veículo analisamos as audiências fornecidas pelos próprios veículos. Assim identificamos os veículos mais assertivos à solução do desafio de comunicação exposto no edital.

Plano simulado e distribuição

Levamos em conta a análise e o conhecimento dos hábitos de consumo dos meios, já mencionados, para a simulação do Plano de Mídia onde distribuiremos as peças nos meios de comunicação disponíveis. Tanto para a seleção dos veículos quanto da programação foi adotado o critério de melhor relação custo-benefício.

Rádio

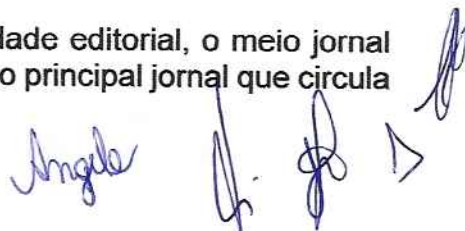
Atuaremos nas principais emissoras que abrangem a cidade de Rio Bonito do Iguaçu e toda a região da Cantuquiriguaçu e que tem grande cobertura. O Rádio foi planejado visando a multiplicação da campanha chegando ao público solicitado pelo briefing. A relevância local é um dos fatores que torna esse meio um importante canal de contato. Foram selecionadas as principais emissoras que atingem a população de Rio Bonito do Iguaçu – Rádio Nossa FM 102.9, Rádio Líder Sul FM 106.7, Rádio Campo Aberto FM 94.1 e Rádio Educadora FM 103.9.

A Rádio Nossa FM 102.9 se tornou uma das 5 maiores rádios em potência do Paraná, operando de forma regional em mais de 100 cidades, com cobertura aproximada de 1 milhão de pessoas. Já a Rádio Líder Sul está há 15 anos no mercado, presente em mais de 30 municípios da região, alcança fortemente a região Centro-Oeste e parte da região Sudeste do Paraná. Conta com uma programação jornalística e musical. A Rádio Educadora está presente em mais de 70 municípios, (regiões oeste, centro-oeste, central e centro-sul do Estado do Paraná), municípios fronteiriços de Santa Catarina, com população superior a um milhão de habitantes. E a Rádio Campo Aberto tem 28 anos de tradição e chega para 24 cidades. O formato utilizado para a veiculação da campanha em rádio será um spot com duração de 30”.

Jornal

Por sua força entre os formadores de opinião e pela credibilidade editorial, o meio jornal terá um papel complementar aos demais meios. Selecionamos o principal jornal que circula

Angela



e com maior relevância em Rio Bonito do Iguaçu e região – Jornal Xagu. O jornal Xagu foi escolhido pelas suas características. É um veículo local, circulando nas cidades de Rio Bonito do Iguaçu, Laranjeiras do Sul, Porto Barreiro, Nova Laranjeiras, Virmond, Cantagalo e Saudade do Iguaçu. Tem circulação bissemanal todas quartas e sextas-feiras e tiragem de 1.500 exemplares.

Digital

Com o objetivo impactar o público diversas vezes ao dia, analisamos os hábitos de consumo da Internet por parte do público-alvo, a abrangência na cidade e no interior, os índices de acessos e selecionamos o portal Cantu em Foco, Portal Cantu e portal Olho Aberto. O portal Olho Aberto que tem mais de 2 milhões de visualizações/mês, com notícias de Porto Barreiro e toda a região. Já Cantu em Foco abrange a região da Cantuquiriguaçu, com mais de 202 mil visualizações/mês. E o Portal Cantu é hoje um dos mais importantes veículos de comunicação de toda a região da Cantuquiriguaçu, que compreende 21 municípios, chegando a quatro milhões de visualizações/mês. O portal está no ar há mais de 40 anos oferecendo notícias, entretenimento, música e informação. Para os portais foi criado um banner (gif) 740x400px e feito duas adaptações para banners animados 200x200px e 1100x350px onde o usuário será impactado logo no momento da entrada, dando grande visibilidade a campanha.

Os esforços de mídia atingirão o público de forma integrada e impactante, rentabilizando o investimento da campanha. E assim finalizamos a estratégia certos de termos estruturado o melhor e mais rentável aproveitamento do investimento disponível.

Considerações finais e custos

Do total de R\$ 60.000,00 disponibilizados, foram investidos R\$ 59.602,52 sendo que deste, R\$ 15.563,52 foram aplicados na veiculação das peças de mídia, representando 26%, na produção das peças de mídia foram investidos R\$ 1.850,00 que representam 3% e na criação das peças R\$ 42.189,00, representando 71% do valor total.

Nos anexos poderão ser conferidas as planilhas referentes aos meios e veículos definidos, assim como as programações, número de inserções e valores absolutos e percentuais de cada um deles, além da produção das peças de mídia e criação (custos internos).

Angela

Ch.

A

D

RESUMO GERAL - INVESTIMENTOS (VEICULAÇÃO, CRIAÇÃO e PRODUÇÃO)

VEICULAÇÃO (MÍDIA) - valores pagos para os veículos					
Meios	Formato	Inserções	Valor	% Mídia	% Geral
Rádio	Spot 30'	220 Inserções	R\$ 7.063,52	45%	12%
Jornal	1 página	3 publicações	R\$ 4.500,00	29%	8%
Banner Internet	1100x350px 740x400px 200x200px	3 banners	R\$ 4.000,00	25,70%	7%
Total em Mídia			R\$ 15.563,52	100%	26%

PRODUÇÃO EXTERNA - valores pagos para fornecedores					
Serviço	Quantidade	Especificações	Valor	% Produção	% Geral
Produção Spot	1	Spot 30", locução masculina, trilha produzida, edição, sonorização, mixagem e finalização	R\$ 1.200,00	64,86%	2,01%
Qrcode	1	Geração de Qrcode personalizado, com acesso ilimitado	R\$ 150,00	8,11%	0,25%
Fotos/Vetores		Utilização de banco de imagens, vetores para a campanha	R\$ 500,00	27,03%	0,84%
Total em Produção			R\$ 1.850,00	100%	3%

PRODUÇÃO INTERNA - Conforme tabela do Sinapro-PR					
Peça	Quantidade	Valor	% Produção	% Geral	
Rádio - Spot 30"	1	R\$ 5.870,00	14%	10%	
Jornal - 1 página	1	R\$ 7.174,00	17%	12%	
Banner Internet 740x400px	1	R\$ 5.889,00	13,96%	10%	
Adaptação banner internet - animado 200x200px/ 1110x350px	2	R\$ 5.168,00	12,25%	9%	
Selo comemorativo	1	R\$ 18.088,00	42,87%	30%	
Total em Produção Interna			R\$ 42.189,00	100%	71%

VALOR TOTAL DE INVESTIMENTO			% Geral
VEICULAÇÃO	R\$	15.563,52	26%
PRODUÇÃO	R\$	1.850,00	3%
CRIAÇÃO	R\$	42.189,00	71%

VALOR TOTAL	R\$	59.602,52	100%
--------------------	------------	------------------	-------------

Simulação do plano de distribuição de todas as peças:

MÍDIA - MARÇO (20 a 31 de março) ABRIL (1 a 18 de abril)																																			
RÁDIO																																			
Veículo	MARÇO															ABRIL															Custo Unitário	Total Ins.	Custo Total		
	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18					
	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	Q	Q					
RÁDIO NOSSA FM 102.9 Rotativo Indeterminado - Spot 30" - 7h00 às 19h00	3	2	3				2	3	2	3			2	3	2	3	2				3	2	3	2	3			2	3	2	3	R\$ 33,12	56	R\$ 1.854,72	
RÁDIO CAMPO ABERTO FM 94.1 Rotativo Indeterminado - Spot 30" - 7h00 às 19h00	2	3	2				2	3	2	3	2			3	2	3	2	3				2	3	2	3	2			3	2	3	2	R\$ 28,50	54	R\$ 1.539,00
RÁDIO EDUCADORA FM 103.9 Rotativo Indeterminado - Spot 30" - 6h00 às 24h00	3	2	3				3	2	3	2	3			2	3	2	3	2				3	2	3	2	3			2	3	2	3	R\$ 43,45	56	R\$ 2.432,20
RÁDIO LÍDER SUL FM 106.7 Rotativo Indeterminado - Spot 30" - 6h00 às 19h00	2	3	2				2	3	2	3	2			3	2	3	2	3				2	3	2	3	2			3	2	3	2	R\$ 22,90	54	R\$ 1.236,60
TOTAL EM RÁDIO																			229	R\$ 7.063,52															

JORNAL																																	
Veículo	MARÇO															ABRIL															Custo Unitário	Total Ins.	Custo Total
	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18			
	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	Q	Q			
JORNAL XAGU 1 página - Cor - Indeterminada - Rescmmal								1										1												1	R\$ 1.500,00	3	R\$ 4.500,00
TOTAL EM JORNAL																			3	R\$ 4.500,00													

INTERNET																																		
Veículo	MARÇO															ABRIL															Custo Mensal	Quantidade	Custo Total	
	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18				
	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	Q	Q				
OLHO ABERTO Banner lateral direita 200x250px	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R\$ 2.500,00	2 milhões	R\$ 2.500,00
PORTAL CANTU Banner super slide 2 740x400px	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R\$ 700,00	4 milhões	R\$ 700,00
PORTAL CANTU EM FOCO Banner superior 1100x350px	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	R\$ 800,00	250 mil	R\$ 800,00
TOTAL EM INTERNET																				R\$ 4.000,00														

TOTAL EM MÍDIA																			RS	15.563,52
-----------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	-----------	------------------



RÁDIO CHOPINZINHO LTDA

Rua Frei Everaldo, 3835 - Centro
 Chopinzinho - Paraná
 CNPJ 77.139.152/0001-02 CAD/ICMS
 90547664-56

e-mail financeiro@radiochopinzinho.com.br

Chopinzinho, 06 de fevereiro de 2024.

Tabela de Preços.

- 01 inserção de 5", entre 07:00 as 19:00 horas, valor R\$ 5,51 (valor bruto).
- 01 inserção de 15", entre 07:00 as 19:00 horas, valor R\$ 16,55(valor bruto).
- 01 inserção de 30" entre 07:00 as 19:00 horas, valor R\$ 33,12(valor bruto).
- 01 inserção de 45" entre 07:00 as 19:00 horas, valor R\$ 49,68(valor bruto).
- 01 inserção de 60" entre 07:00 as 19:00 horas, valor R\$ 66,25(valor bruto).
- 01 inserção de 90" entre 07:00 as 19:00 horas, valor R\$ 99,37(valor bruto).
- 01 inserção de 2' entre 07:00 as 19:00 horas, valor R\$ 132,50(valor bruto).

Tabela válida somente para Prefeituras.

Atenciosamente,

Elizane Roncem de Lima

Elizane Roncem de Lima
 Financeiro
 RG 7.608.758-0
 CPF 028.535.139

77.139.152/0001-02

RÁDIO CHOPINZINHO LTDA

Rua Frei Everaldo, 3835 - Centro
 85.560-000 Chopinzinho - PR

Angela   

TABELA DE PREÇOS –ROTATIVO/INDETERMINADO

FAIXA HORÁRIA	DURAÇÃO	CUSTO UNITÁRIO - BRUTO
07h - 19h	5"	R\$ 8,60
	10"	R\$ 13,20
	15"	R\$ 18,20
	30"	R\$ 28,50
	45"	R\$ 42,50
	60"	R\$ 51,00
	90"	R\$ 71,00

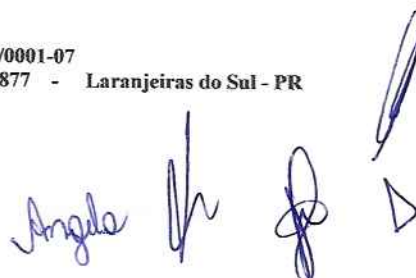
Vigência da tabela: 01/07/2023 a 30/06/2024

Laranjeiras do Sul, 09 de Fevereiro de 2024.

João Gurtat Neto
CPF 554.328.089-00
Gerente Geral

Rádiodifusão Campo Aberto Ltda - CNPJ 80.597.594/0001-07
Av. Santos Dumont 2505 - CEP 85301-040 - (42) 3635-1755 - (42) 3635-1877 - Laranjeiras do Sul - PR

Angela



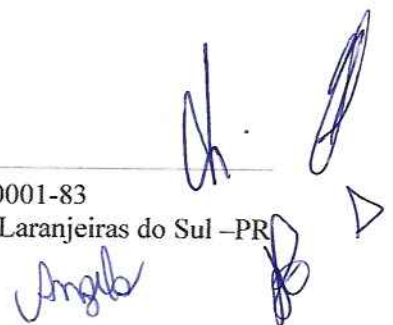
RÁDIO EDUCADORA DE LARANJEIRAS DO SUL LTDA.
FM 103.9 – TABELA 2024 – (valor bruto)
Faixa horária: (04h00 às 24h00)

10 segundos	R\$ 15,95
15 segundos	R\$ 32,45
30 segundos	R\$ 43,45
45 segundos	R\$ 68,75
60 segundos	R\$ 84,15
90 segundos	R\$ 105,05

= ABRANGÊNCIA(Potência: 15 MIL Watts)

Mais de 70 municípios, (regiões oeste, centro-oeste, central e centro-sul do Estado do Paraná) e também municípios fronteiriços de Santa Catarina, com população superior a hum milhão de habitantes.

Departamento Comercial
comercial@e103fm.com.br
www.e103.fm



Rádio Líder Sul FM LTDA.ME

Rua Sete de Setembro, 1830 – Fone (42) 3635-1819.

Laranjeiras do Sul 85301-070 Paraná

CNPJ 03.865.478/0001-72 CCE 90504813-92

www.radiolidersul.com.br



TABELA DE PREÇOS:

TEMPO	VALOR UNITÁRIO
10 s	R\$ 8,00
15 s	R\$ 10,00
30 s	R\$ 22,90
45 s	R\$ 31,90
60 s	R\$ 42,90
90 s	R\$ 63,90
120 s	R\$ 81,90
10 m	R\$ 520,00

HORÁRIO-INDETERMINADO: 6 h às 19 h

Validade da Tabela 31/12/2024

Entre em contato com o nosso Departamento Comercial

Telefone (42) 3635-1819.

Laranjeiras do Sul 06/02/2024

**IVALDIR PERACCHI
DIRETOR**



Tabela de Valores

01 - 1 Página, Colorida, Tamanho 26 x 33 cm:

1 EDIÇÃO - R\$ 1.500,00

02 - 1/2 Página, Colorida, Tamanho 26 x 16,5 cm:

1 EDIÇÃO - R\$ 750,00

03 - 1/4 Página, Colorida, Tamanho 12,5 x 16,5 cm:

1 EDIÇÃO - R\$ 400,00

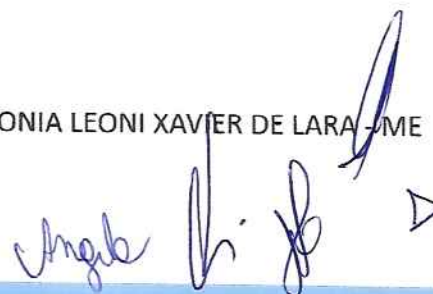
Os valores relacionados acima são valores brutos.

O Jornal Xagu, com sede em Rio Bonito do Iguaçu, tem sua circulação Bi-semanal, nas cidades de: Rio Bonito do Iguaçu, Laranjeiras do Sul, Porto Barreiro, Nova Laranjeiras, Virmond, Cantagalo e Saudade do Iguaçu.

Tabela 2024.

Rio Bonito do Iguaçu ____/____/____

ANTONIA LEONI XAVIER DE LARA - ME





ORÇAMENTO

Tabela de preço - Validade 30/06/2024

- Banner lateral 200x200 – R\$ 2.500,00 valor mensal
- Banner lateral 200x300 – R\$ 3.000,00 valor mensal
- Banner lateral 400x400 – R\$ 3.500,00 valor mensal

Os valores orçados acima são para banners laterais válidos por 30 dias (mensal)

OBS: Valor bruto

Laranjeiras do Sul, 20 de fevereiro de 2024

A handwritten signature in blue ink that reads 'Julio Cesar Minotto'.

Julio Cesar Minotto

CNPJ 25.107.124.0001/00

Three handwritten signatures in blue ink, appearing to be initials or names, located at the bottom right of the page.

Você realmente sabe onde investir no marketing da sua marca?

Divulgar é importante? Será que se o cliente não conhecer a nossa marca e o nosso produto, ele comprará? Grandes marcas só se tornaram conhecidas graças à propaganda.

Segundo a agência F/Nazca, **somos mais de 110 milhões de internautas no Brasil**, e esses números **crecem 20% ao ano**.

A internet já alcançou o Rádio e a TV. 87% dos internautas utilizam a rede para pesquisar produtos e serviços antes de comprar.

Sejam bem vindos à nova Economia Digital, onde o pequeno veloz leva uma enorme vantagem sobre o grande lento! **A internet é um instrumento que reduz drasticamente o custo da comunicação.**

O **Portal Cantu sempre antenado com o que os internautas procuram**, é hoje **um dos mais importantes veículos de comunicação de toda a região da Cantuquiriguaçu**, que compreende 21 municípios, chegando aos impressionantes quatro milhões de visualizações/mês. Tendo ainda relevante audiência em outros grandes centros, como por exemplo Cascavel e Guarapuava.

O mundo está convergindo para esta fantástica mídia. Você vai ficar de fora?

Espaços publicitários no Portal Cantu: (Período = 30 dias, exceto Pop Up) para Home Page

Pop Up (toda vez que o Portal é aberto)	700x500px	R\$ 100.00 (cem reais ao dia)
1 - Super Slide (a cada 3 visualizações)	1240x300px	R\$ 1.000.00 (hum mil reais)
2 (aparecendo com outros três anúncios em sistema carrossel)	740x400px	R\$ 700.00 (setecentos reais)
3 (a cada 5 visualizações)	300x250px	R\$ 500.00 (quinhentos reais)
4 (a cada 5 visualizações)	300x600px	R\$ 600.00 (seiscentos reais)
5 (a cada 5 visualizações)	900x300px	R\$ 600.00 (seiscentos reais)
6 e 7 (a cada 5 visualizações)	400x150px	R\$ 400,00 (Quatrocentos reais)
8 (a cada 5 visualizações)	300x250px	R\$ 350,00 (trezentos e cinquenta reais)
9, 10 e 11 (a cada 5 visualizações)	300x100px	R\$ 200,00 (duzentos reais)

O banner 1 também aparece em sistema rotativo com até outros três clientes em todas as páginas do portal.

Os banners 2 e 5 também aparecem em sistema rotativo com todos os clientes destes espaços, nas páginas de relevância ao mesmo, como cidade, categoria, etc..(sempre determinado em conjunto com a editoria do Portal Cantu).

Orçamento

Tabela de preços

Conforme solicitado, enviamos a proposta para veiculação de Banner no **Portal de Notícias Cantu em Foco** com valores brutos.


Banner : Superior

Tamanho do banner: 1100px X 350px

Valor: R\$ mensal: 800,00 Reais

Atenciosamente, Elessandra Carla Silvestre Carneiro Martins

19 de fevereiro de 2024.

Handwritten signatures in blue ink, including the name 'Angela' and several other illegible signatures.

Angela Ch. 



A PREFEITURA MUNICIPAL DE RIO BONITO DO IGUAÇU

TOMADA DE PREÇOS Nº. 13/2023-PMRBI

LICITANTE: OLÉ PROPAGANDA E PUBLICIDADE EIRELI

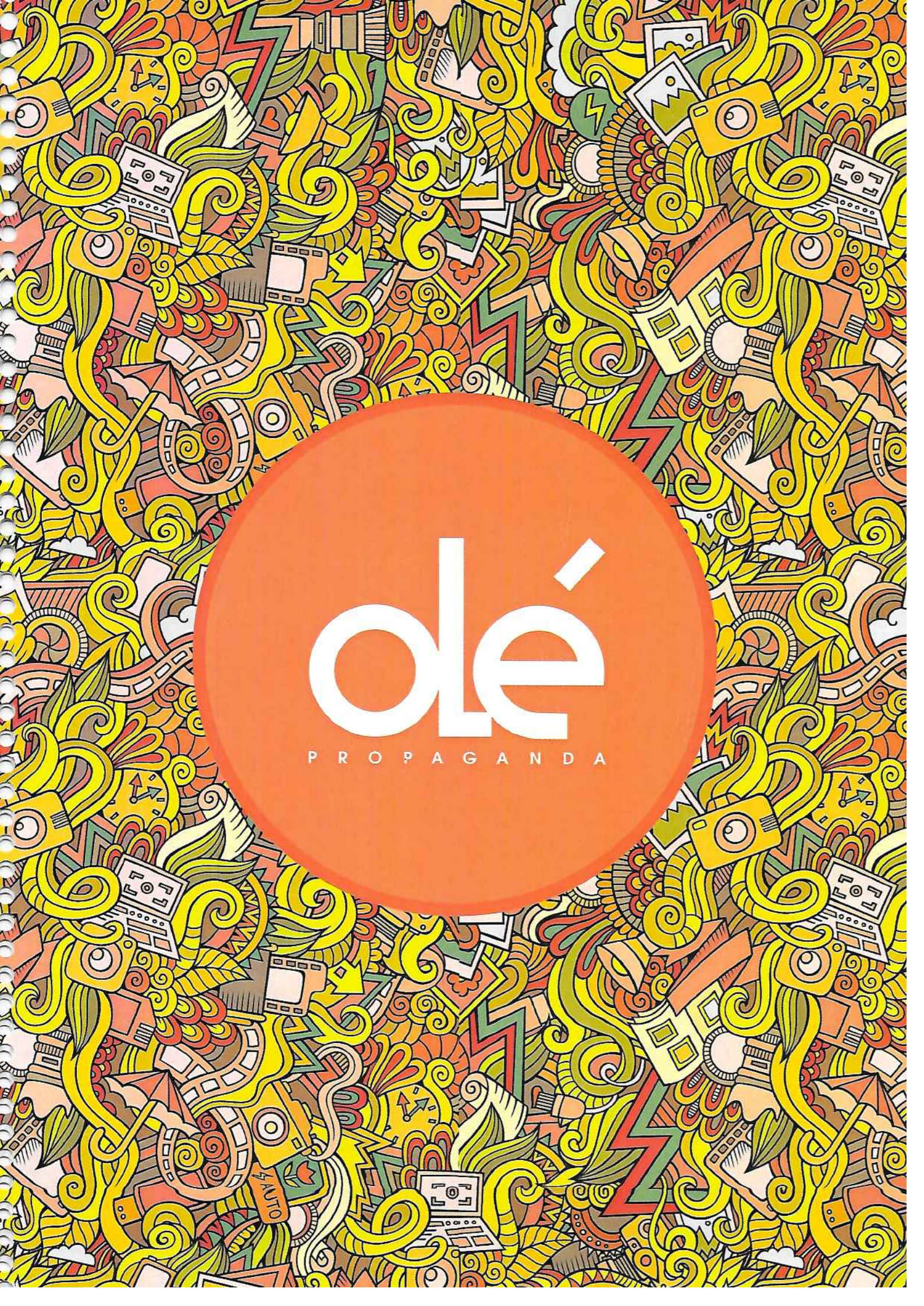
CNPJ: 03.979.287/0001-31

PROPOSTA TÉCNICA

“ENVELOPE Nº. 03” – CONJUNTO DE INFORMAÇÕES REFERENTES À

LICITANTE

Prefeitura Municipal de Rio Bonito do Iguaçu.



olé

PROPAGANDA



Conjunto de Informações referentes a licitante

A Olé Propaganda e Publicidade está no mercado há mais de 21 anos no mercado, oferecendo soluções de comunicação para os segmentos público e privado. Somos especialistas em transformar o simples no grandioso e o complicado, naquilo que é fácil de se entender. Está entre as **15 maiores agências do estado do Paraná** no ranking divulgado pelo CENP. Somos filiados ao Sinapro Paraná e certificados pelo Cenp.



Nós driblamos o mito de saber comunicar!

Nosso direcionamento é assertivo. Nossa estratégia é o trabalho em equipe. Todos os departamentos da agência em sintonia e com foco num só objetivo: o cliente. Por trás de cada peça publicitária está um amplo estudo, diálogo e cuidado com cada detalhe.

Quantificação e Qualificação

A Olé Propaganda é formada por profissionais qualificados e capacitados para atender plenamente a todas as necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Rio Bonito do Iguaçu, que surjam durante o período de cumprimento do contrato. Os funcionários estão no escritório em Ponta Grossa, todos eles aptos para, dentro de suas especialidades, prestarem um atendimento profissional agregando toda a experiência de uma equipe reconhecida para as demandas da Prefeitura Municipal de Rio Bonito do Iguaçu. Destes, relacionados a seguir os que serão colocados à disposição da execução dos serviços da Prefeitura Municipal de Rio Bonito do Iguaçu.

Diretora - Fábila Pauliki – Graduada em Educação Física pela UEPG, especializou em Administração e Marketing e Gerência Comercial pela Fundação Getúlio Vargas. Começou sua carreira em 2000, na Olé Propaganda, exerceu a função de Gerente de Marketing e, atualmente é Diretora Geral. Experiência profissional na área: 22 anos

Diretor Criação – Murilo Augusto Bohaenco – Formado em Publicidade e Propaganda pelo Cescage. Pós-graduado em Direção de Arte pela PUC-PR. Experiência profissional na área: 8 anos.

Arte finalista – Guilherme Herdeck – Cursa Artes Visuais na UEPG em Ponta Grossa. Cursos: Adobe Photoshop, Illustrator, InDesign, After Effects, Premiere, Colorização Digital, Experiência profissional na área: 6 anos.

Rua Pedro Américo, 374 - Oficinas
Ponta Grossa PR | 84035-450
42 3220 7676

www.olepropaganda.com.br



Diretor de Arte – Diego Felipe Cavalli – Formado em Produção Publicitária pelo Cescage. Experiência avançada em Adobe Photoshop, Illustrator, After Effects e Premiere. Curso de gerenciamento de anúncios (Tráfego pago): Facebook e Instagram Ads. Experiência profissional na área: 7 anos.

Produção – Shayeini de Oliveira Carneiro – Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, pela Faculdade Secal – Ponta Grossa. Experiência profissional na área: 9 anos.

Atendimento - Evandro Luiz Barater – Formado em Administração de empresas pela Uninter. Cursa especialização em controladoria na Faculdades Sagrada. Integrou a equipe em 2015. Experiência profissional na área: 12 anos.

Mídia – Luana Valério – Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo, pela UNIVEL – PR, com especialização em Comunicação Empresarial e Assessoria de Imprensa pela UDC – PR. Experiência profissional na área: 17 anos.

Produção Internet – Rodrigo Vaz Gonzales – Formado em Tecnologia em Marketing Digital EAD pela UNINTER. Certificação de Publicidade em pesquisa do Google AdWords. Curso de Branding - Ideia de Marketing. Experiência na área: 11 anos.

Digital – Ivana Cristina Ribas – Formada em Letras – Português e Espanhol pela UEPG – Ponta Grossa. Experiência profissional na área: 4 anos.

Planejamento - Fernanda Nascimento Ossovski - Formada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela UFPR. Especializada em Comunicação Empresarial pela UTFPR. Experiência profissional na área: 15 anos.

Produção de Rádio e TV - Diego Elias Valentin - Técnico em edição de vídeo e áudio. Expertise em sonorização, edição e criação de áudios. Cursos: Blender 3D Animation, Blender 3D Produção de Personagem e Motion 3d para Blender. Experiência profissional na área: 16 anos.

Administrativo - Rosangela Aparecida Ricetti - Graduada em Ciência Contábeis pela Faculdade Sagrada Família. Experiência profissional na área: 17 anos.

Rua Pedro Américo, 374 - Oficinas
Ponta Grossa PR | 84035-450
42 3220 7676

www.olepropaganda.com.br

Relação de Clientes

Órgãos Públicos

Prefeitura Municipal de Missal
Ações institucionais
Desde 2013



Prefeitura Municipal de Serranópolis do Iguaçu
Ações Institucionais
Desde 2014



Prefeitura Municipal de Inácio Martins
Ações Institucionais
Desde 2015



Prefeitura Municipal de Virmond
Ações Institucionais
Desde 2015



Prefeitura Municipal de Araruna
Ações Institucionais
Desde 2017



Prefeitura Municipal de Tibagi
Ações Institucionais
Desde 2017



Prefeitura Municipal de Godoy Moreira
Ações Institucionais
Desde 2017



Prefeitura Municipal de Cantagalo
Ações Institucionais
Desde 2017



Prefeitura Municipal de Manoel Ribas
Ações Institucionais
Desde 2017



Prefeitura Municipal de Pitanga
Ações Institucionais
Desde 2017



Prefeitura Municipal de Lunardelli
Ações Institucionais
Desde 2017



Prefeitura Municipal de Jardim Alegre
Ações Institucionais
Desde 2018



Prefeitura Municipal de Mauá da Serra
Ações Institucionais
Desde 2018



Rua Pedro Américo, 374 - Oficinas
Ponta Grossa PR | 84035-450
42 3220 7676

www.olepropaganda.com.br

Prefeitura Municipal de Barbosa Ferraz
Ações Institucionais
Desde 2018



Prefeitura Municipal de Cruz Machado
Ações Institucionais
Desde 2019



Prefeitura Municipal de Turvo
Ações Institucionais
Em 2017/2018
Desde 2019



Prefeitura Municipal de Sulina
Ações Institucionais
Desde 2019



Prefeitura Municipal de Lidianópolis
Ações Institucionais
Desde 2019



Prefeitura Municipal de Marilândia do Sul
Ações Institucionais
Desde 2019





Prefeitura Municipal de Rondon
Ações Institucionais
Desde 2019



Prefeitura Municipal de Ariranha do Ivaí
Ações Institucionais
Desde 2021



Câmara de Vereadores de Turvo
Ações Institucionais
Desde 2021



Prefeitura Municipal de Novo Itacolomi
Ações Institucionais
Desde 2021



Prefeitura Municipal de Castro
Ações Institucionais
Desde 2021



Prefeitura Municipal de Marquinho
Ações Institucionais
Desde 2022



Rua Pedro Américo, 374 - Oficinas
Ponta Grossa PR | 84035-450
42 3220 7676

www.olepropaganda.com.br

Prefeitura Municipal de Goioxim
Ações Institucionais
Desde 2022



Prefeitura Municipal de Piraí do Sul
Ações Institucionais
Desde 2022



Prefeitura Municipal de Medianeira
Ações Institucionais
Desde 2022



Prefeitura Municipal de Arapuã
Ações Institucionais
Desde 2022



Prefeitura Municipal de Palmeira
Ações Institucionais
Desde 2022



Prefeitura de São Pedro do Ivaí
Ações Institucionais
Desde 2023



Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep)
Ações Institucionais
Desde 2020



Rua Pedro Américo, 374 - Oficinas
Ponta Grossa PR | 84035-450
42 3220 7676

www.olepropaganda.com.br

Privadas

Lojas MM Mercadomóveis
Maior rede varejista do Paraná e uma das maiores do Sul do Brasil , com mais de 200 lojas nos estados do Paraná, Santa Catarina, Mato Grosso do Sul e São Paulo
Ações institucionais e de varejo
Desde 2000



Lojasmm.com
Loja online que oferece várias categorias de produtos
Ações institucionais e de varejo
Desde 2005



TRP Multimarcas
Peças multimarcas TRP e genuínas DAF
Ações Institucionais e promocionais
Desde 2016



MapleBear
Ações institucionais e promocionais
Desde 2020



You Can Drinks
Ações institucionais e promocionais
Desde 2023



Rua Pedro Américo, 374 - Oficinas
Ponta Grossa PR | 84035-450
42 3220 7676

www.olepropaganda.com.br



Atendimento a Prefeitura Municipal de Rio Bonito do Iguaçu - O atendimento à conta será realizado por uma equipe multidisciplinar. Os profissionais tem experiência na comunicação de órgãos públicos, são qualificados e estão aptos a fazer toda a gestão da conta. O contato entre a agência e a prefeitura será feita por esses profissionais através de reuniões periódicas e/ou quando solicitadas pela prefeitura, para andamento dos trabalhos.

Obrigações - Entre as obrigações a serem cumpridas pela Olé Propaganda, destacamos:

- Coleta e análise de dados relevantes, procurando manter-se informada e atualizada sobre as ações de interesse direto do cliente. Todas as informações poderão ser repassadas ao cliente;
- Obtenção e discussão de briefing com o cliente. O conteúdo sempre que necessário será complementado por meio da busca de informações, tanto interna quanto externamente. O esclarecimento e a discussão do briefing junto ao cliente com as demais áreas da agência também são atribuições do atendimento;
- Elaboração e atualização – atualizada e permanente - de Follow up de todos os trabalhos em andamento, especialmente dos cronogramas detalhados com prazos de execução acordados com o cliente, além de todas as despesas de veiculação e produção autorizadas;
- Elaboração prévia de pautas para reuniões de trabalho, com o posterior e imediato registro de todos os assuntos discutidos em relatório específico. Os relatórios de atendimento contemplarão, além de todas as reuniões de trabalho, até mesmo os contatos telefônicos, e serão encaminhados ao cliente em até 24 horas após sua realização.

Prazos - Conforme este edital e, em condições normais de trabalho, a agência estabelece os seguintes prazos, em dias úteis, a contar da data de entrada do pedido de trabalho: - Criação de campanha: Até 2 dias (condições normais de trabalho) e 1 dia (prazo emergencial); - Elaboração plano de mídia: Até 1 dia (condições normais de trabalho) e até 12 horas (prazo emergencial);

Instalações, infraestrutura e recursos materiais

A Olé Propaganda e Publicidade é uma empresa especializada em comunicação e propaganda. A Olé foi projetada para melhor estruturação dos setores de atendimento, estudo e planejamento, redação, criação (arte), mídia, produção gráfica e RCTV, núcleo digital, administrativo e financeiro, gerência de contas e diretoria. Contamos com espaços coletivos, como salas de reunião, copa, recepção. Todas as salas possuem iluminação apropriada e aparelhos de ar-condicionado, em um ambiente moderno e aconchegante.

Atualmente conta com um quadro de profissionais especializados em comunicação e resultados, atendendo todas as demandas desde atendimento, criação, produção, mídia, planejamento e assessoria de imprensa. A Olé Propaganda oferece um conjunto de soluções capazes de atingir os objetivos de comunicação de nossos clientes. Oferece pacotes completos e personalizados para uma carteira variada de clientes afim de solucionar problemas ou oportunidades de comunicação. Ser uma agência de propaganda reconhecida como criativa, eficaz e capaz de atender clientes de diversos segmentos. O resultado da inovação constante resultou na premiação da filiada da Rede Globo no Paraná, a RPC, com o prêmio "RPC de Criação Regional e Estadual".

Metodologia de Operação- A equipe da Olé Propaganda é formada por profissionais de diversas áreas que contribuem com pontos de vista diferentes para os problemas de comunicação de cada cliente – seja no planejamento, criação, mídia ou produção – enriquecendo a gama de abordagem e linguagens utilizadas em cada solução proposta. Criando assim uma sinergia entre os departamentos. Abaixo, uma descrição das atividades de cada uma das áreas operacionais da agência.

Atendimento e Planejamento - Equipe de profissionais diretamente responsáveis pela gestão da marca orientados estrategicamente a partir do BrandMastering. O grupo tem



formação para planejar e pensar estrategicamente de forma a obter o melhor retorno possível para os investimentos e de maximizar os resultados das ações de comunicação.

Criação - Os profissionais da criação serão os responsáveis pelas ideias, desenvolvimento e acompanhamento de todos os materiais gráficos e audiovisuais. Toda a equipe de criativos da Olé Propaganda produzem materiais publicitários impactantes e memoráveis.

Mídia- O departamento de mídia conta com modernas ferramentas para elaborar o planejamento de mídia, específico para cada cliente. Dessa forma consegue monitorar, definir e apresentar aos clientes os melhores meios de comunicação (mídia e não mídia), satisfazendo as necessidades e viabilidade de cada campanha.

Produção Eletrônica – RCTV - Agrega a área de Rádio e TV, e para oferecer aos clientes um resultado além do esperado. Na equipe profissionais especializados em áudio, vídeo e computação gráfica, sempre atuando em sintonia com os processos de criação.

Infraestrutura e Recursos Materiais

A Olé Propaganda coloca à disposição uma estrutura perfeitamente aparelhada para atender com eficiência às demandas de serviços de comunicação exigidas para este edital. Além disso, oferece a Prefeitura Municipal de Rio Bonito do Iguaçu a vantagem de ambiente FTP próprio para disponibilizar anúncios, fotos, fontes e artes finais. Permite a transmissão de arquivos de baixa, média e de alta resolução. Esse tipo de transmissão gera maior agilidade para transparência de dados permitindo que campanhas e peças com maior resolução sejam apresentadas em um tempo menor, além de diminuir em muito a dependência de serviços de transporte. Conta com internet banda larga, celulares corporativos, telefones.

Sistema de Gestão Interna – Publi- Na Olé Propaganda os trabalhos são administrados pelo melhor software de gestão de agências do Brasil, o Publi. A plataforma garante agilidade ao andamento dos trabalhos e integra toda a agência. Para cada job o programa nos permite criar grupos diferentes para cada trabalho, mantendo toda a criação, a mídia, o planejamento, o atendimento e administrativo informados sobre o andamento do job. A utilização integrada dos módulos Financeiro/Contábil, mídia, digital, atendimento, planejamento, tráfego, criação e produção permite a elaboração de relatórios precisos, mantendo sempre atualizadas as operações de recebimento e pagamento. A mensuração, escalabilidade e dinâmica dos faturamentos e relatórios referentes a cada "Job" ficam abertas no sistema. Periodicamente são realizados treinamentos para atualizações operacionais do sistema, contamos com assessoria técnica para novos colaboradores e também consultorias de aprimoramento no uso da ferramenta e gestão organizacional de processos. Além disso, funciona como um banco de dados com informações de todos os veículos, fornecedores e clientes. Para dar suporte a esse software a agência tem um servidor instalado e que também dá sustentação a toda a rede de computadores da Olé Propaganda. Ao todo, 28 computadores estão interligados, sendo 15 desktop (sendo 10 deles Mac Mini) e 13 notebooks, facilitando a comunicação entre todos os colaboradores. Além de impressoras, scanners e câmeras fotográficas. Também contamos com uma estrutura complementar com 4 storage para backup de arquivos, 5 HD's externos.

Softwares - Na agência as estações de trabalho contam com computadores Apple, Acer, Dell, HP, com softwares instalados para a plena execução das funções dos profissionais. Temos softwares de design gráfico e editoração de última geração, como: Photoshop, Illustrator, Indesign, Flash, 3D Studio, Adobe Premier, Premier, After Effects, Word, Excel, dentre outros, assim como banco de imagens digitalizadas, acesso para compra de imagens em bancos nacionais e internacionais.

Logística - A empresa possui frota para a realização de operações de tráfego, produção e atendimento.

Rua Pedro Américo, 374 - Oficinas
Ponta Grossa PR | 84035-450
42 3220 7676

www.olepropaganda.com.br

Repertório

Jornal



Cliente: Prefeitura Municipal de Virmond

Campanha: Dengue

Data de produção: Julho/2022

Data de veiculação: Agosto/2022

Veículo: Jornal Correio do Povo do Paraná

Onde tem água parada **tem o mosquito da dengue!**

PNEU



Mantenha a caixa
d'água limpa e
tampada



Guarde pneus
sempre cobertos



Guarde garrafas
sempre de boca
para baixo



Coloque areia
nos vasos de plantas

Faça a sua parte!

A prevenção deve estar em todo o lugar.



Prefeitura Municipal
VIRMOND

Rua Pedro Américo, 374 - Oficinas
Ponta Grossa PR | 84035-450
42 3220 7676

www.olepropaganda.com.br

Jornal

Cliente: Prefeitura Municipal de Arapuã

Título: Dengue

Produção: Janeiro/2023

Período de veiculação: Janeiro/Fevereiro/Março/Abril 2023

Veículo: Jornal Paraná Centro



NÃO CRIE MOSQUITO DE ESTIMAÇÃO!



O *Aedes aegypti* pode estar aí, vivendo na sua casa. Não ignore recipientes que podem acumular água e ser um criadouro para o mosquito, como vasos de plantas, calhas entupidas, pneus, garrafas, tampas, caixas d'água e galões.

PREVINA-SE CONTRA A DENGUE.



ARAPUÃ
PREFEITURA MUNICIPAL

Rua Pedro Américo, 374 - Oficinas
Ponta Grossa PR | 84035-450
42 3220 7676

www.olepropaganda.com.br

Rádio – Spot 30”

Cliente: Prefeitura Municipal de Manoel Ribas

Campanha: Agora ficou mais fácil reciclar

Data de produção: Junho 2022

Data de veiculação: Julho 2022

Veículo: Rádio Nova Era



Esta peça se encontra no CD com o título Spot Manoel Ribas

Rua Pedro Américo, 374 - Oficinas
Ponta Grossa PR | 84035-450
42 3220 7676

www.olepropaganda.com.br

Rádio – Spot 30'

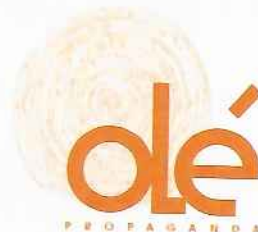
Cliente: Câmara de Vereadores de Turvo

Título: A nossa gente

Produção: Abril/2023

Período de veiculação: Abril/Maio/Junho/ 2023

Veículos: Rádio Poema



Esta peça se encontra no CD com o título **Spot Câmara de Vereadores de Turvo**

m

A

D M

Rua Pedro Américo, 374 - Oficinas
Ponta Grossa PR | 84035-450
42 3220 7676

www.olepropaganda.com.br

Revista

Cliente: Prefeitura Municipal de Castro

Título: 319 anos de Castro

Produção: Março/2023

Período de veiculação: Março/2023

Veículos: Revista D'Ponta / Revista Fix



Rua Pedro Américo, 374 - Oficinas
Ponta Grossa PR | 84035-450
42 3220 7676

www.olepropaganda.com.br

CASTRO **319** anos



São 319 anos da terra do leite, terra dos tropeiros e cidade mãe do Paraná.

Parabéns, Castro,
pela história, tradição e prosperidade!



PREFEITURA DE
CASTRO

A melhor cidade do
interior para viver!

Revista

Cliente: Prefeitura Municipal de Tibagi

Título: Tibagi Mais Turismo

Produção: Janeiro/2022

Período de veiculação: Janeiro/2022

Veículos: Revista Fix



Rua Pedro Américo, 374 - Oficinas
Ponta Grossa PR | 84035-450
42 3220 7676
www.olepropaganda.com.br

TIBAGI
TURISMO

DESTINO DE EXPERIÊNCIAS INCRÍVEIS

TURISMO EM TIBAGI

se tur
TIBAGI

0800 643 1388
0800 643 1388 (42) 98832-1849
tibagi.pr.gov.br/turismo

Imagem: Arquivo Local Prof. Elói



Rua Pedro Américo, 374 - Oficinas
Ponta Grossa PR | 84035-450
42 3220 7676
www.olepropaganda.com.br

▷

Televisão – VT 30”



Cliente: Prefeitura Municipal de Tibagi

Título: Turismo

Produção: Dezembro/2022

Período de veiculação: Janeiro/Fevereiro/2023

Veículo: RPC TV – Esplanada / Rede Massa (SBT)

Esta peça se encontra no CD com o título VT Tibagi Turismo

m

D

A

Rua Pedro Américo, 374 - Oficinas
Ponta Grossa PR | 84035-450
42 3220 7676

www.olepropaganda.com.br

Televisão – VT 30”



Cliente: Prefeitura Municipal de Medianeira

Título: Medianeira: o destino certo para viver e construir o seu futuro!

Produção: Setembro/2022

Período de veiculação: Outubro/Novembro e Dezembro/2022

Veículos: Rede Massa

Esta peça se encontra no CD com o título VT Medianeira



Rua Pedro Américo, 374 - Oficinas
Ponta Grossa PR | 84035-450
42 3220 7676

www.olepropaganda.com.br

Internet – Banner Gif

Cliente: Prefeitura Municipal de Novo Itacolomi

Título: IPTU 2023

Produção: Março/2023

Período de veiculação: Março e Abril/2023

Veículo: Blog do Berimbau



Esta peça se encontra no CD com o título **Gif Novo Itacolomi**

Rua Pedro Américo, 374 - Oficinas
Ponta Grossa PR | 84035-450
42 3220 7676

www.olepropaganda.com.br

Internet – Banner Gif

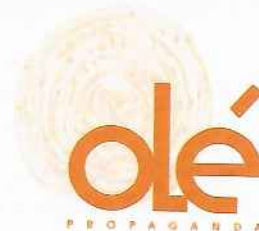
Cliente: Prefeitura Municipal de Missal

Campanha: Nota Missalente

Data de produção: Janeiro/2024

Data de veiculação: Janeiro/2024

Veículo: Portal Missal, Guia Missal, Oeste Agora, Correio do Lago



Esta peça se encontra no CD com o título **Gif Missal**

Rua Pedro Américo, 374 - Oficinas
Ponta Grossa PR | 84035-450
42 3220 7676

www.elepropaganda.com.br



Handwritten signature



