Raciocínio Básico

Cuiabá ocupa posição estratégica no cenário mato-grossense por concentrar funções administrativas, econômicas, institucionais e sociais que influenciam diretamente toda a região. Na condição de capital do estado e principal polo de serviços de Mato Grosso, a cidade reúne atividades governamentais, comerciais e de prestação de serviços que atendem não apenas seus moradores, mas também a municípios vizinhos e regiões adjacentes, consolidando-se como centro de decisões políticas, administrativas e econômicas de abrangência regional. Seu crescimento, impulsionado por diferentes ciclos históricos, pela diversidade cultural e pela expansão urbana acelerada, resultou em uma cidade com realidades sociais e econômicas variadas e distintos níveis de acesso aos serviços públicos.

Esse processo de crescimento, ao mesmo tempo em que ampliou as oportunidades econômicas e a oferta de serviços, também intensificou desafios relacionados à mobilidade urbana, à ocupação do solo, à oferta de infraestrutura e à garantia de acesso equitativo às políticas públicas. Esse conjunto de características impõe à Prefeitura de Cuiabá uma atuação integrada, contínua e orientada ao interesse coletivo, capaz de responder a demandas públicas cada vez mais complexas. Como ente central da gestão municipal, a Prefeitura coordena serviços essenciais como saúde, educação, mobilidade urbana, limpeza pública e manutenção da infraestrutura, além de conduzir a gestão fiscal necessária ao equilíbrio das contas públicas e à viabilização de novos investimentos. Essas atribuições exigem planejamento permanente, capacidade de coordenação intersetorial e eficiência na aplicação dos recursos públicos, especialmente em um contexto de restrições orçamentárias e de crescente cobrança por resultados e transparência por parte da sociedade.

Essa atuação é percebida em um ambiente marcado pelo crescimento populacional e pela diversidade do perfil socioeconômico da população, o que demanda a qualificação contínua da rede de serviços públicos, a modernização dos processos administrativos, o avanço da digitalização dos atendimentos e o fortalecimento das práticas de transparência, controle social e prestação de contas. A administração municipal precisa, portanto, conciliar a ampliação da oferta de serviços com a melhoria da qualidade do atendimento ao cidadão. Paralelamente, a gestão municipal executa programas e ações voltados à inclusão social, à segurança, ao bem-estar coletivo e à valorização cultural, reconhecendo que o desenvolvimento urbano sustentável não se limita à dimensão econômica, mas envolve também aspectos sociais, culturais e ambientais. Nesse cenário, a comunicação institucional assume papel estratégico ao orientar o cidadão, organizar o acesso aos serviços públicos, disseminar informações de interesse coletivo e assegurar que as ações governamentais alcancem, de forma efetiva, a população da capital.

A Prefeitura de Cuiabá dialoga com uma população superior a 650 mil habitantes, segundo estimativas recentes do IBGE, distribuída em um território marcado por diferentes realidades urbanas, socioeconômicas e culturais. Essa diversidade impõe desafios adicionais à gestão pública, que precisa adotar estratégias diferenciadas para atender públicos com necessidades, expectativas e níveis de acesso à informação distintos. A dimensão populacional da capital está diretamente associada ao papel econômico desempenhado pelo município, que concentra atividades

administrativas, comerciais e, sobretudo, de prestação de serviços, setor que se configura como principal motor da economia local.

A forte presença de prestadores de serviços, tanto formais quanto informais, faz com que o imposto sobre serviços de qualquer natureza – ISSQN, represente uma das bases mais relevantes da arrecadação municipal. Conforme dados do IBGE, em 2022, a receita proveniente do ISSQN alcançou aproximadamente R$ 411,9 milhões, evidenciando sua importância para o equilíbrio fiscal do município e para a manutenção e ampliação das políticas públicas. Esse volume de arrecadação demonstra que variações no comportamento do contribuinte, especialmente no hábito de solicitar a nota fiscal de serviços, produzem impactos diretos e significativos na sustentabilidade financeira da gestão municipal.

Esse cenário reforça a necessidade de políticas institucionais voltadas ao estímulo da emissão da nota fiscal de serviços, não apenas como instrumento de arrecadação, mas como prática de cidadania fiscal. A solicitação da nota fiscal fortalece a formalização das atividades econômicas, amplia a base arrecadatória, contribui para a justiça fiscal e permite que os recursos arrecadados retornem à sociedade por meio de investimentos em serviços e infraestrutura. Soma-se a isso o fato de Cuiabá apresentar características culturais próprias, expressas nos hábitos de consumo, nas relações de proximidade e na valorização do comércio e dos serviços locais, fatores que influenciam diretamente a forma como a população se informa, se engaja e responde às ações da administração pública.

Diante dessa realidade econômica e fiscal, a comunicação institucional passa a ocupar papel central na gestão pública municipal. Tornar claros os objetivos das políticas públicas, orientar o acesso aos serviços, esclarecer direitos e deveres do cidadão e dar visibilidade aos investimentos realizados são condições essenciais para fortalecer a relação de confiança entre a administração pública e a população. É nesse contexto que programas institucionais voltados à participação ativa da população ganham relevância, pois dependem não apenas de estrutura normativa e operacional, mas de uma comunicação capaz de apresentar seus benefícios de maneira integrada ao cotidiano dos moradores.

É a partir desse cenário que se insere o programa Nota Cuiabana como instrumento estratégico da política pública municipal. Diante da centralidade do setor de serviços na arrecadação do ISSQN e da necessidade de ampliar a formalização das operações, a administração municipal adota mecanismos que aproximam o cidadão da gestão fiscal e tornam visível o impacto de sua participação individual. Ao longo de sua trajetória, o Nota Cuiabana consolidou-se como política pública conhecida da população, inicialmente impulsionada pelos sorteios mensais, e agora fortalecida pela introdução do sistema de cashback.

Esse novo mecanismo amplia o alcance do programa ao oferecer retorno financeiro direto e recorrente ao cidadão, tornando mais tangível o benefício associado à solicitação da nota fiscal de serviços. Para usufruir dessa vantagem, é necessário que o contribuinte esteja devidamente cadastrado no programa, utilizando o site ou o aplicativo oficial para acompanhar créditos, participar dos sorteios e utilizar o cashback gerado a partir das notas fiscais solicitadas nos estabelecimentos do município.

A ampliação da adesão ao Nota Cuiabana passa, portanto, pela compreensão das barreiras que ainda afastam parte da população do hábito de solicitar a nota fiscal de serviços. Entre esses fatores estão o desconhecimento sobre o funcionamento do programa e do sistema de cashback, a percepção de burocracia, a ausência de estímulo no momento da compra e, em alguns casos, a desconfiança quanto ao retorno efetivo da participação.

A política de incentivos do programa Nota Cuiabana combina diferentes estímulos à participação cidadã, entre eles os sorteios mensais, que somam até R$ 130 mil, com prêmio principal de R$ 50 mil. Inserido nesse conjunto de benefícios, o sistema de cashback assume papel central ao transformar a solicitação da nota fiscal de serviços em retorno imediato e recorrente. Ao possibilitar que parte do valor movimentado gere créditos utilizáveis em diversos serviços e estabelecimentos parceiros, o programa reforça sua utilidade prática e sua integração ao cotidiano do cidadão.

A estratégia de comunicação considera, portanto, a necessidade de tornar explícitos e compreensíveis todos os benefícios associados ao cashback do programa Nota Cuiabana. A divulgação destacará de forma clara os locais onde os créditos podem ser utilizados, incluindo estacionamentos privados, cinemas, salões de beleza, serviços automotivos, estabelecimentos de educação, clínicas de saúde e academias, ampliando a percepção de utilidade prática do benefício em diferentes situações do cotidiano. Nesse processo, a estratégia contemplará tanto o cidadão quanto os prestadores de serviços, atores fundamentais na emissão da nota fiscal, que precisam ser informados e engajados como parceiros do programa. Da mesma forma, é essencial dar visibilidade aos estabelecimentos participantes, reforçando a aplicação concreta do cashback e fortalecendo a rede de parceiros do programa.

O diagnóstico das necessidades de comunicação evidencia dois desafios centrais. O primeiro, de caráter educativo, está relacionado à ampliação do entendimento da população sobre o funcionamento do programa Nota Cuiabana, com ênfase no sistema de cashback e em seus benefícios práticos. O segundo desafio, de natureza estratégica, refere-se ao posicionamento institucional da iniciativa de comunicação como política pública confiável, transparente e alinhada aos interesses coletivos.

Para enfrentar esses desafios, criamos uma estratégia de comunicação orientada à clareza, à utilidade prática e à transparência. A comunicação explicará de forma objetiva como funciona o cashback, como os créditos são gerados, onde podem ser utilizados e quais as vantagens cumulativas desse processo. Ao mesmo tempo, será evidenciado como a participação individual contribui para o fortalecimento da economia local, para a formalização das atividades de prestação de serviços e para a ampliação da capacidade de investimento do município.

Considerando a diversidade social, econômica e territorial de Cuiabá, a estratégia adota linguagem acessível, referências locais e tom próximo, assegurando diálogo efetivo com diferentes perfis de público. Dessa forma, a comunicação institucional transforma informação em engajamento contínuo e engajamento em benefícios concretos, criando as condições necessárias para o alcance dos objetivos estabelecidos no briefing e para o fortalecimento da relação entre a Prefeitura de Cuiabá, o cidadão e o desenvolvimento sustentável da capital.

Estratégia de Comunicação Publicitária

A estratégia parte do entendimento de que políticas públicas baseadas na adesão voluntária exigem clareza na entrega de benefícios percebidos, razão pela qual o programa é apresentado como iniciativa que transforma a participação do cidadão em vantagem real e verificável. Ao evidenciar benefícios mensuráveis e aplicáveis ao cotidiano, a comunicação reforça a relação de reciprocidade entre contribuinte e gestão pública, associando responsabilidade fiscal, transparência e retorno direto, o que contribui para o fortalecimento da confiança institucional e para a consolidação de uma cultura de cidadania fiscal.

A proposta nasce dessa premissa e enfatiza a praticidade do ato de solicitar a nota fiscal e sua conversão imediata em ganhos tangíveis por meio do cashback. Ao explicitar de forma objetiva o retorno gerado pela participação, a comunicação reposiciona a solicitação da nota fiscal como escolha consciente e vantajosa, integrada às decisões do dia a dia, que, além de proporcionar ganhos pessoais, fortalece a arrecadação municipal e melhoria dos serviços públicos, promovendo o desenvolvimento da cidade. Esse conceito permite a construção de mensagens informativas, educativas e motivacionais, adequadas a diferentes contextos de consumo de mídia, mantendo coerência narrativa em distintos meios, formatos e níveis de aprofundamento, sem perder clareza nem força persuasiva.

Essa construção conceitual consolida-se em um mote capaz de traduzir, de forma direta e próxima, a proposta central do Cashback Nota Cuiabana. A expressão "Vem de nota, que a vantagem volta" estabelece associação imediata entre o ato de solicitar a nota fiscal e o retorno gerado, deslocando o foco da obrigação para a percepção de benefício concreto. Sua sonoridade e simplicidade favorecem a memorização, leitura rápida e ampla adaptação aos diferentes pontos de contato da campanha, sustentando tanto mensagens de impacto quanto conteúdos explicativos, sempre com linguagem acessível e institucionalmente adequada.

A proposta ganha materialidade visual por meio de uma solução gráfica criada para representar, de forma simbólica e dinâmica, a ideia central do programa: o retorno do benefício ao cidadão. A partir do selo do Cashback Nota Cuiabana, surge um elemento gráfico em forma de laço contínuo, desenvolvido a partir da linguagem visual do papel e inspirado diretamente na textura e na materialidade das notas fiscais. Esse laço percorre as peças como representação visual do cashback, simbolizando o movimento de ida e volta entre consumo, emissão da nota fiscal e retorno em forma de benefício. Além de reforçar a compreensão do programa, o recurso cria unidade visual entre os diferentes desdobramentos da campanha. Em cada peça, o laço incorpora elementos específicos relacionados ao universo do serviço apresentado. Essa solução amplia o potencial narrativo da campanha, permitindo explorar múltiplos benefícios do programa sem perder coerência estética e conceitual.

A construção gráfica também reforça a identidade regional da campanha ao integrar referências visuais inspiradas na cultura cuiabana. Ao longo do laço, aparecem elementos ornamentais que remetem à flora local, como as flores de ipê, além de grafismos inspirados em padrões populares e cores vibrantes associadas ao imaginário cultural da cidade. Esses detalhes fortalecem a sensação de pertencimento

e aproximam a comunicação do cotidiano da população cuiabana, evitando uma estética genérica ou excessivamente institucional.

Outro elemento central da linguagem visual é a utilização de uma nota fiscal estilizada como base de apoio para textos e informações complementares das peças. Mais do que um recurso estético, essa escolha reforça continuamente a associação entre o benefício e o hábito de solicitar a nota fiscal, transformando um elemento cotidiano em ativo de comunicação. A presença recorrente desse suporte visual facilita a identificação imediata da campanha, fortalece a memorização da mensagem e contribui para simplificar visualmente a compreensão da mecânica do cashback.

A solução gráfica valoriza cores marcantes, tipografia expressiva e composição dinâmica, garantindo forte impacto visual e rápida leitura em diferentes ambientes de mídia. As peças destacam de forma objetiva os principais benefícios do programa, incluindo a indicação clara dos prêmios mensais e chamadas diretas para cadastro no Nota Cuiabana, deixando evidente que a participação e o acesso ao cashback dependem do cadastramento prévio. Essa construção assegura unidade visual, associação imediata ao programa e eficiência de comunicação em múltiplos formatos e pontos de contato da campanha.

O filme de 30" assume papel central, pois permite construir uma narrativa completa, contextualizando o Nota Cuiabana, explicando de forma didática o funcionamento do cashback e demonstrando, na prática, o benefício gerado ao cidadão. Essa peça é fundamental para consolidar a percepção do cashback como política pública confiável, incorporando elementos de regionalismo e expressões do cotidiano cuiabano, como o "xomano", aproximando a comunicação da realidade local. Em complemento, o jingle/ spot de 30" reforça a lembrança da campanha, explorando a força da linguagem sonora e associando o hábito de solicitar a nota fiscal à ideia de retorno imediato, com trilha inspirada em referências musicais regionais.

Os formatos digitais, como reels/ shorts de 30" e posts estáticos, são pensados para desdobrar a mensagem de forma direta e explicativa, estimulando a interação e esclarecendo dúvidas sobre o cashback. Nessas peças, são abordadas diferentes situações de uso do benefício, com linguajar típico cuiabano, destacando vantagens como descontos em tributos municipais, serviços automotivos, recarga do cartão do transporte público, academias e salões de beleza, sempre com chamadas claras para o cadastro no programa. As peças impressas, como o anúncio de jornal, e os formatos de mídia exterior, incluindo outdoor 9x3m, frontlight 10x4m e DOOH – Eletromídia, garantem presença consistente no espaço urbano, associando o cashback a benefícios concretos do cotidiano, como desconto no IPTU e uso no transporte público.

As ativações em ponto de venda, como o PDV na academia Smart Fit, aproximam a comunicação do momento real da decisão, utilizando imagens relacionadas ao ambiente da academia e QR Code direcionando para o cadastro no Nota Cuiabana. A landing page cumpre papel estratégico de convergência, reunindo informações, explicando o funcionamento do cashback, apresentando os benefícios do programa e orientando o cidadão de forma simples e objetiva. Já a ação não mídia, por meio do da landing page, funciona como o principal ambiente de aprofundamento, validação e conversão da comunicação.

Com base nesse conjunto de peças, organizamos a estratégia de forma a ampliar e reforçar a mensagem por meio de peças não corporificadas, utilizadas como extensões da comunicação. Esses formatos nos permitem levar o conceito do cashback do programa Nota Cuiabana para diferentes ambientes e situações do cotidiano, adequando a mensagem ao contexto de uso do serviço, ao perfil do público e ao momento em que o cidadão toma a decisão. A utilização de variações audiovisuais de curta duração, inserções em ambientes indoor e outdoor, ativações em locais de prestação de serviços, meios de mobilidade urbana e presença em plataformas digitais programáticas amplia o alcance da campanha e reforça a lembrança da mensagem em pontos estratégicos da cidade.

A articulação entre peças corporificadas e não corporificadas foi planejada para assegurar clareza na apresentação do programa e frequência adequada de exposição ao longo da campanha. As peças corporificadas concentram a explicação do Nota Cuiabana e a construção da credibilidade institucional, enquanto os desdobramentos em diferentes meios reforçam a mensagem de forma contínua e contextualizada, acompanhando o cidadão em distintos momentos do seu cotidiano. Essa organização permite otimizar investimentos, ampliar o aproveitamento criativo das peças e manter consistência visual e narrativa em toda a comunicação. Os meios próprios de comunicação da Prefeitura de Cuiabá, como site institucional, redes sociais e canais digitais do programa, são integrados à estratégia como extensões naturais da campanha, cumprindo papel fundamental na amplificação das mensagens e na orientação prática sobre cadastro, acompanhamento de créditos e utilização do benefício.

A viabilidade da estratégia foi considerada desde a concepção, com planejamento compatível com a verba referencial e com a complexidade das peças exigidas. A produção integrada das peças corporificadas permite gerar múltiplos desdobramentos a partir de um mesmo núcleo criativo, reduzindo custos operacionais e otimizando recursos de produção. A alocação orçamentária prioriza a veiculação, concentrando a maior parte da verba em mídia, enquanto os custos de produção são dimensionados de forma eficiente para viabilizar todas as entregas previstas. No planejamento de mídia, meios tradicionais de grande alcance, mídia exterior, ambientes de ponto de decisão e plataformas digitais são integrados, equilibrando alcance e frequência ao longo dos 60 dias de campanha. A execução prevê acompanhamento sistemático de resultados. Esse monitoramento contínuo permite ajustes táticos de formatos, canais e frequência, assegurando eficiência no uso dos recursos e aderência plena aos objetivos de comunicação estabelecidos.

O que dizer: vamos falar que o cashback do programa Nota Cuiabana transforma o ato de solicitar a nota fiscal de serviços em benefício. Nossa mensagem associa retorno financeiro direto à participação cidadã, deixando claro que parte do valor movimentado retorna ao próprio contribuinte, favorecendo o fortalecimento da arrecadação municipal e da capacidade de investimento da Prefeitura de Cuiabá.

A quem dizer: a campanha está direcionada para os moradores de Cuiabá em geral, contemplando diferentes perfis de consumo e realidades sociais. Consideramos tanto os cidadãos que já participam do programa quanto aqueles que ainda não incorporaram o hábito de solicitar a nota fiscal de serviços.

Como dizer: com linguagem simples e próxima, a partir de situações do cotidiano, com foco em expressões que reforçam vantagem, retorno imediato e facilidade de participação. Incorporaremos linguajar regional e referências da cultura cuiabana, além de elementos visuais que retratam cenários, símbolos e personagens locais, ampliando a identificação do público com a mensagem.

Quando dizer: por um período de 60 dias, conforme previsto no briefing, abrangendo os meses de fevereiro, março e abril. Esse intervalo foi definido pela relevância estratégica, pois coincide com o período de pagamento do IPTU, permitindo associar diretamente o sistema de cashback a um benefício imediato e importante para o cidadão.

Que meios, instrumentos ou ferramentas de divulgação utilizar: utilizaremos a combinação de formatos de grande alcance com canais de aprofundamento e estímulo à ação. Os meios televisão e rádio vão ampliar a notoriedade do programa e fortalecer a confiança institucional. Os meios digitais, como redes sociais, vídeos curtos, conteúdos explicativos e mídia programática, explicarão o funcionamento do cashback e estimularão a interação. A mídia exterior, incluindo outdoor e OOH eletromídia, reforçarão presença e lembrança no espaço urbano. E as ativações em ambientes de consumo, como academias e estabelecimentos de serviços, irão atuar no momento real da decisão. A landing page concentrará informações. De forma complementar, também utilizaremos os meios próprios de comunicação da Prefeitura de Cuiabá, ampliando a capilaridade da mensagem e a efetividade da estratégia.

Ao colocar o cashback no centro da comunicação, nossa Estratégia de Comunicação Publicitária para o programa Nota Cuiabana responde aos objetivos do briefing e ao desafio de ampliar a adesão da população. A partir dessa diretriz, estruturamos uma comunicação clara, integrada e orientada ao benefício concreto, capaz de dialogar com a diversidade dos públicos e com a dinâmica urbana de Cuiabá. Trata-se de estratégia exequível e tecnicamente consistente, que fortalece o Nota Cuiabana como política pública permanente de valorização do contribuinte, educação fiscal e geração de retorno direto ao cidadão.

Ideia Criativa

Peças corporificadas:

1. Filme 30" - A narrativa parte de uma serenata improvisada, que rapidamente transforma-se em frustração, criando um contraste bem-humorado que chama a atenção do público. A partir desse gancho, o filme introduz o cashback como o verdadeiro "retorno" possível, explicando que parte do valor pago por serviços pode voltar em forma de crédito. Ao longo das cenas, o benefício é contextualizado em diferentes usos. É peça responsável por apresentar o conceito completo da campanha, gerar identificação emocional e consolidar o entendimento do cashback.

2. Spot 30" - A peça combina um trecho do jingle da campanha com locução explicativa, criando uma mensagem envolvente e fácil de memorizar. Enquanto o jingle fixa o conceito "Vem de nota, que tem vantagem de volta", a locução complementa a informação, explicando como o cashback funciona, onde o crédito pode ser utilizado, destacando os prêmios mensais. O spot garante ampla cobertura territorial e frequência de exposição, alcançando públicos em diferentes regiões da cidade, inclusive em áreas onde outras mídias não chegam com a mesma intensidade.

3. Anúncio para jornal - Utiliza o cinema como tema central para apresentar o cashback da Nota Cuiabana. A peça parte de um hábito comum de lazer para explicar que parte do valor pago por serviços pode retornar em forma de crédito, que pode ser utilizado como desconto em diferentes áreas, incluindo o próprio entretenimento. O jornal oferece maior tempo de atenção e leitura, permitindo detalhar o funcionamento do cashback e consolidar o entendimento do benefício de maneira didática e confiável.

4. Outdoor - Explora o IPTU como tema central para tornar o cashback imediatamente relevante e palpável. A peça mostra que parte do valor gasto em serviços pode retornar como crédito e ser utilizado diretamente no pagamento de tributos municipais, conectando o programa a uma obrigação conhecida por todos os cidadãos. A mensagem é direta, com leitura rápida, reforçando a vantagem prática do cashback. O outdoor garante alcance massivo e impacto imediato.

5. Post estático - Utiliza o salão de beleza como exemplo de serviço cotidiano em que o cashback pode ser utilizado. A peça aproxima o benefício da rotina das pessoas, mostrando que cuidados pessoais também podem gerar retorno financeiro. O texto traduz o programa para um contexto leve e comum, ampliando a percepção de uso do crédito além dos serviços mais óbvios. Por ser impulsionado, o post amplia significativamente o alcance da campanha, permitindo segmentação geográfica e por interesse, além de controle de frequência e direcionamento para a landing page.

6. DOOH – Eletromídia - Apresenta a mensagem de forma sequencial, em cartelas animadas que conduzem o raciocínio do público. A comunicação começa anunciando a chegada do cashback, explica que parte do valor gasto em serviços retorna em forma de crédito que pode ser usado na recarga do cartão de ônibus e finaliza chamando para a landing page. O formato animado garante atenção e retenção da mensagem mesmo em situações de passagem rápida.

7. Frontlight - Utiliza a oficina mecânica como exemplo de serviço em que o cashback pode ser usado. A peça reforça que o crédito gerado pela nota fiscal pode ser aplicado em necessidades práticas, tornando o programa mais próximo da realidade do cidadão. O frontlight garante visibilidade contínua, inclusive em períodos noturnos, permitindo a repetição da mensagem e a segmentação por tema, o que amplia o entendimento sobre a diversidade de usos do cashback.

8. Reels - Percorre diferentes situações do dia a dia para mostrar a versatilidade do cashback. A peça apresenta múltiplos temas, conectando o benefício a momentos reais da vida urbana. O formato favorece alto engajamento e retenção de atenção nas redes sociais, ampliando alcance e frequência da mensagem. Além disso, o reels direciona o público para a landing page da campanha, estimulando o cadastro e fortalecendo a adesão à Nota Cuiabana.

9. Adesivo para espelho - Academias - Explora a academia como tema central para apresentar o Cashback da Nota Cuiabana de forma contextualizada e próxima da rotina do cidadão. A peça reforça que o crédito gerado a partir da nota fiscal também pode ser utilizado em academias. A presença do QR Code convida o usuário a acessar a landing page da campanha, na qual é possível compreender melhor o funcionamento do programa e se cadastrar. Instalado em um ponto de alta atenção visual e permanência, o adesivo gera contato direto e recorrente com a mensagem.

10. Landing page – Funciona como o principal ambiente de aprofundamento da campanha. É nela que o cidadão encontra, de forma organizada e clara, todas as informações sobre o funcionamento do programa e de que maneira o benefício pode ser utilizado em diferentes serviços do dia a dia. Taticamente, atua como ponto de conversão da campanha, concentrando o tráfego gerado pelas outras peças.

Peças não corporificadas:

11. Jingle 30" - Apresenta a mensagem da campanha de forma musical e altamente memorável. Com ritmo popular e letra simples, o jingle traduz o benefício do programa em linguagem fácil de cantar, associando o ato de pedir a nota fiscal à ideia de vantagem imediata. Taticamente, atua como elemento de fixação da campanha.

12. Outdoor popular - Explora diversos temas de uso do cashback, como IPTU e recarga de cartão de transporte, sempre de forma direta e contextualizada ao cotidiano das pessoas. A peça atua em áreas periféricas, ampliando o alcance e penetração da campanha para contribuir para a capilarização da mensagem.

13. Filmes 15" - Peças sem áudio, que apresentam inúmeras formas de usar o cashback por meio de textos curtos e imagens ilustrativas. Esse formato favorece veiculações em circuitos digitais e painéis de alta circulação, garantindo impacto visual imediato e facilitando a compreensão da mensagem mesmo sem o uso de áudio.

14. Filmes 10" - Peças sem áudio, que trabalham diversas formas de usar do cashback por meio de mensagens ainda mais sintéticas. Sua função tática é aumentar frequência e reforço de mensagem, atuando como estímulo rápido de lembrança em ambientes de alta rotatividade.

15. Busdoor - Apresenta a mensagem da campanha de forma direta, pensada para leitura em movimento. A peça aborda diferentes formas de usar o crédito do cashback. Por circular em bairros centrais e periféricos, o busdoor amplia a cobertura territorial da campanha.

16. Adesivo para vidro traseiro de carros de aplicativo - Comunica a chegada do cashback, assim como as inúmeras maneiras de usar o benefício. A peça transforma o trajeto em ponto de contato com a campanha, alcançando pessoas em diferentes horários e regiões da cidade, com alta recorrência de exposição.

17. Display interno para carro de aplicativo - Informa sobre o cashback, mostrando diversas situações em que o benefício pode ser utilizado. Taticamente, funciona como peça de lembrança, impactando o passageiro durante todo o percurso e fortalecendo a fixação da mensagem.

18. Testeira para aparelhos de academia (vários formatos) - Apresenta o cashback dentro do ambiente de prática esportiva, comunicando que o benefício pode ser usado para obter vantagens nesse contexto. Posicionada em local de atenção prolongada, a peça gera contato repetido com a mensagem.

19. Display para academia (vários formatos) - Oferece ponto de contato direto com o usuário, destacando que o cashback pode ser usado na academia. Por estar em local de alta visibilidade e permanência, a peça aumenta a taxa de leitura e reforça a mensagem de forma natural e recorrente.

20. Banners para sites (vários formatos) - Exploram diferentes usos do cashback, como cinema, IPTU, educação e serviços automotivos, direcionando o usuário para a landing page. Taticamente, amplia a precisão da mensagem e potencializa o tráfego qualificado para o site do programa.

21. Anúncio de jornal - Apresenta outro uso do cashback, além do explorado na peça exemplificada. O texto aproveita o espaço editorial para explicar o benefício com mais clareza. Sua função tática é atingir o público formador de opinião para potencializar a credibilidade da campanha.

22. Cancela de estacionamento - A peça reforça que o cashback pode ser utilizado como desconto em estacionamentos privados, atuando no ponto exato de uso do benefício, tornando o cashback imediato e concreto, o que fortalece a percepção de valor do programa.

23. Posts para redes sociais - Apresenta outros usos do cashback, além do explorado na peça exemplificada. Taticamente, as redes sociais permitem ampla disseminação da mensagem, interação com o público e direcionamento para a landing page, fortalecendo o engajamento e a adesão ao programa.

24. Carro de som - Comunica a chegada do cashback, assim como as inúmeras maneiras de usar o benefício. Taticamente, funciona como mídia móvel de alto impacto e grande capilaridade urbana, permitindo que a campanha alcance diferentes bairros e regiões da cidade de forma direta, especialmente em áreas de grande circulação popular.

Estratégia de Mídia e Não Mídia

Com o objetivo de lançar o sistema de Cashback do programa Nota Cuiabana, será utilizada, conforme o briefing, uma verba estimada de R$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais). A estratégia de comunicação proposta parte de uma abordagem integrada, combinando diferentes meios e formatos para potencializar o alcance e estimular a adesão da população, promovendo um movimento consistente de engajamento e participação cidadã.

Essa abordagem se justifica pelo perfil demográfico e socioeconômico de Cuiabá. O município possui uma população estimada em 682.932 habitantes (IBGE/2024), com predominância urbana (cerca de 98%), o que favorece a ampla disseminação de mensagens por meios digitais, televisão, rádio e mídia exterior. A distribuição etária também reforça a necessidade de diversificação dos canais, aproximadamente 70,7% da população está na faixa economicamente ativa (15 a 64 anos), público com maior potencial de consumo e engajamento com benefícios financeiros como o cashback. Ao mesmo tempo, a presença de 20,7% de jovens e 8,6% de idosos exige o uso de linguagens e meios distintos para garantir compreensão e alcance universal.

Do ponto de vista econômico, segundo o FGV Social, estudos sobre classes sociais no Brasil e em Mato Grosso, a Capital Cuiabá, apresenta uma estrutura social predominantemente concentrada na classe média, com renda domiciliar média em torno de 7 salários mínimos, o que posiciona a maior parte da população nas classes B e, principalmente, C. Esse grupo representa o maior contingente da cidade e se caracteriza por um padrão de consumo orientado ao custo-benefício, demonstrando alta sensibilidade a incentivos financeiros diretos, como programas de cashback.
Paralelamente, observa-se a presença de uma parcela relevante da população nas classes D/E, especialmente nas regiões periféricas, com menor renda e maior dependência de benefícios que impactem diretamente o orçamento familiar. Por outro lado, as classes A e B, embora menos representativas em volume, concentram maior poder aquisitivo e maior acesso aos meios digitais, exercendo influência sobre padrões de consumo e comportamento.

Esse cenário evidencia uma cidade com predominância de renda média, e com desigualdades territoriais, o que reforça a importância de uma estratégia de comunicação ampla, acessível e com diversos canais, capaz de dialogar com diferentes perfis socioeconômicos e, assim, aumentar o alcance e a efetividade da campanha.

A estratégia nos vários meios de comunicação, é uma necessidade técnica, pois a combinação de canais permite alcançar diferentes perfis da população. Meios digitais tendem a ter maior penetração entre públicos mais jovens e conectados. Televisão aberta e rádio seguem relevantes para públicos amplos e de menor renda, enquanto a mídia out-of-home garante presença constante em áreas de grande circulação, atingindo inclusive aqueles com menor acesso digital. A repetição da mensagem em diferentes plataformas aumenta a memorização, reduz ruídos na compreensão e reforça os objetivos da campanha.

Para a simulação da campanha de 60 dias, foi estabelecido o período de 9 de fevereiro a 9 de abril de 2026 por representar uma janela estratégica especialmente favorável. Inicia-se logo após o lançamento do IPTU 2026, ocorrido em 6 de fevereiro, e se estende até a véspera do vencimento da cota única e da primeira parcela, fixado em 10 de abril de 2026, conforme o portal da fazenda da Prefeitura de Cuiabá. Esse recorte temporal permite posicionar a comunicação exatamente no momento de maior atenção do contribuinte às suas obrigações fiscais, potencializando a relevância e a efetividade das ações.

A definição dos meios e investimentos será orientada por dados de consumo de mídia e estudos de mercado. Pesquisas nacionais, como o Mídia Dados e o Target Group Index da Kantar IBOPE Media, indicam a penetração dos meios na população total nos últimos 30 dias na seguinte hierarquia: Mídia Digital lidera com 93,2%, seguida por Mídia Out-of-Home (91,1%), TV Aberta (75,3%) e Rádio AM/FM (56,1%). Em seguida aparecem Jornal (impresso + digital) com 32,0%, TV por assinatura (29,0%), Revista (impressa + digital) com 19,1% e Cinema, com 13,7%.

Além disso, o uso do mapa de correspondência da Kantar IBOPE Media permitirá cruzar dados de faixa etária, hábitos de consumo e preferências de mídia, orientando a distribuição dos investimentos com maior precisão, conforme informado abaixo:

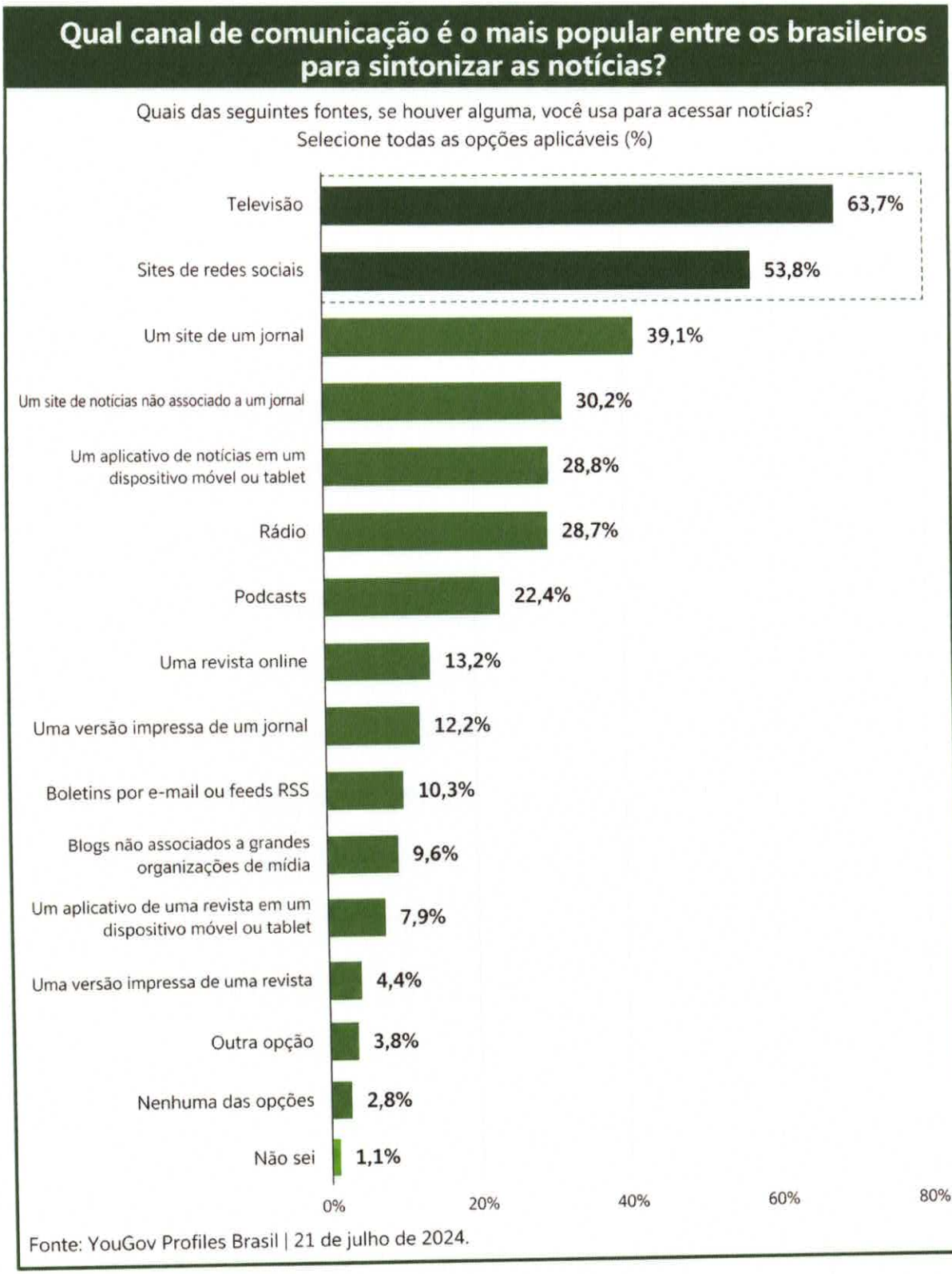
- Internet possui maior correspondência com Mídia Exterior, TV Aberta e Rádio. Demograficamente, possui correspondência principalmente com pessoas do sexo feminino e das Classes CDE.
- Mídia Exterior possui maior correspondência com Rádio, Internet e TV Aberta, demograficamente, possui correspondência principalmente com Classes CDE e sexo Feminino.
- TV Aberta possui maior correspondência com as mídias Rádio, Internet e Mídia Exterior. Demograficamente, possui correspondência com pessoas do sexo Feminino de 45 a 75 anos e classe CDE.
- Rádio possui maior correspondência com TV Aberta, Internet e Mídia extensiva. Demograficamente, possui correspondência principalmente com pessoas de 45 a 75 anos da Classes CDE do sexo Feminino.
- Revista possui maior correspondência com as mídias TV Paga e Jornal. Demograficamente, possui correspondência principalmente com pessoas de 35 a 44 anos, do sexo Masculino e da Classe AB.
- Jornal possui maior correspondência com Revista e TV Paga. Demograficamente, possui correspondência principalmente com adultos de 35 a 44 e de 65 a 75 anos de idade do sexo masculino e da Classe AB.
- Cinema possui maior correspondência com Outdoor e Revista. Demograficamente, possui correspondência principalmente com pessoas de 12 a 34 anos de idade, da Classe AB e do sexo Masculino.

Isso garante não apenas maior efetividade da campanha, mas também o uso responsável dos recursos públicos, alinhado ao princípio da economicidade. Dessa forma, a campanha se estrutura com base em evidências concretas sobre a população cuiabana, seu tamanho, perfil etário, características de renda e hábitos de consumo de mídia, transformando esses dados em direcionadores estratégicos. O resultado é uma comunicação mais eficiente, acessível e relevante, capaz de fortalecer a relação

entre a Prefeitura e a população, além do incentivo a cidadania fiscal e contribuição para o desenvolvimento econômico local.

Com estas informações, definimos que a campanha terá um mix de meios com alta penetração junto aos moradores de Cuiabá em geral, que podem se beneficiar dos descontos em serviços públicos e privados oferecidos pelo programa, contemplando áreas urbanas e rurais, com o melhor custo-benefício, em diversos meios (crossmedia), baseando-se nos percentuais de cada um para estruturar a proposta.

É estratégico concentrar a maior parte dos esforços de mídia em veículos de massa, reconhecidos por sua ampla cobertura e alta capacidade de gerar impacto imediato junto à população. Por esse motivo, uma parcela mais significativa do investimento será direcionada a esses meios, com base nos dados do YouGov Profiles Brasil (21 de julho de 2024).



Deste modo, os meios selecionados para o lançamento e sustentação da campanha (09/02/2026 a 09/04/2026): Com o objetivo de garantir alto impacto e ampla cobertura, serão utilizados TV Aberta, rádio, mídia exterior, mídia indoor, sites, mídia impressa, além de veiculação patrocinada em redes sociais e mídia programática (Formas Inovadoras de Comunicação). A diversidade dos meios propostos possibilita uma

comunicação abrangente, eficiente e segmentada, assegurando o alcance de toda a população cuiabana com idade acima de 18 anos.

Dessa forma, apresentamos a seguir a tática de mídia por canal, com os respectivos meios e veículos selecionados, bem como os percentuais de investimento sugeridos para cada um: TV aberta (23,12%), rádio (21,20%), mídia exterior (22,41%), mídia indoor (16,51%), sites (12,85%) e impresso (3,91%), além das Formas Inovadoras de Comunicação e Canais Próprios. A distribuição foi planejada para garantir o alcance e o impacto junto à população de Cuiabá ao longo de todo o período da estratégia.

RESUMO DE INVESTIMENTO POR VEÍCULO							
PREFEITURA MUNICIPAL DE CUIABÁ: 09/02/2026 A 09/04/2026 (60 DIAS)							
Meio	Veículo	Praça	Período de veiculação	Valor absoluto	Impactos	Inserções	% de Invest.
TV ABERTA	TV CENTRO AMÉRICA	CUIABÁ-MT	09/02 A 28/02	R$ 31.541,80	1.701.005	20	2,33
TV ABERTA	TV VILA REAL RECORD	CUIABÁ-MT	09/02 A 28/02	R$ 29.871,00	387.239	20	2,20
TV ABERTA	TV SBT CUIABÁ	CUIABÁ-MT	09/02 A 28/02	R$ 28.810,00	121.329	18	2,13
TV ABERTA	TV CIDADE VERDE	CUIABÁ-MT	09/02 E 16/02	R$ 21.564,00	6.006	2	1,59
TV ABERTA	TV BAND MT	CUIABÁ-MT	09/02 A 28/02	R$ 23.851,50	66.252	16	1,76
TV ABERTA	TV CENTRO AMÉRICA	CUIABÁ-MT	01/03 A 31/03	R$ 33.435,55	2.663.599	31	2,47
TV ABERTA	TV VILA REAL RECORD	CUIABÁ-MT	01/03 A 31/03	R$ 24.879,00	552.212	31	1,84
TV ABERTA	TV SBT CUIABÁ	CUIABÁ-MT	01/03 A 31/03	R$ 22.374,00	118.985	18	1,65
TV ABERTA	TV CIDADE VERDE	CUIABÁ-MT	02/03 E 16/03	R$ 21.564,00	6.006	2	1,59
TV ABERTA	TV BAND MT	CUIABÁ-MT	02/03 A 30/03	R$ 19.391,50	76.817	17	1,43
TV ABERTA	TV CENTRO AMÉRICA	CUIABÁ-MT	01/04 A 09/04	R$ 14.456,50	817.901	9	1,07
TV ABERTA	TV VILA REAL RECORD	CUIABÁ-MT	01/04 A 09/04	R$ 11.080,00	195.112	9	0,82
TV ABERTA	TV SBT CUIABÁ	CUIABÁ-MT	01/04 A 08/04	R$ 10.233,00	31.148	6	0,76
TV ABERTA	TV CIDADE VERDE	CUIABÁ-MT	01/abr	R$ 10.782,00	3.003	1	0,80
TV ABERTA	TV BAND MT	CUIABÁ-MT	01/04 A 08/04	R$ 9.451,00	26.580	5	0,70
TOTAL TV ABERTA				R$ 313.284,85	6.773.194	205	23,12

Meio	Veículo	Praça	Período de veiculação	Valor absoluto	Impactos	Inserções	% de Invest.
RÁDIO	RÁDIO GAZETA 99,9 FM	CUIABÁ-MT	09/02 A 27/02	R$ 7.387,20	217.747	9	0,55
RÁDIO	RÁDIO BAND 101,1 FM	CUIABÁ-MT	09/02 A 28/02	R$ 9.811,20	702.276	64	0,72
RÁDIO	RÁDIO VILA REAL 98,3 FM	CUIABÁ-MT	10/02 A 26/02	R$ 4.476,00	55.635	6	0,33
RÁDIO	RÁDIO CENTRO AMÉRICA 99,1 FM	CUIABÁ-MT	09/02 A 28/02	R$ 16.448,00	302.943	64	1,21
RÁDIO	RÁDIO MASSA FM 90,1	CUIABÁ-MT	09/02 A 28/02	R$ 18.304,00	238.282	64	1,35
RÁDIO	RÁDIO NATIVA 94,3 FM	CUIABÁ-MT	09/02 A 28/02	R$ 13.120,00	190.721	64	0,97
RÁDIO	RÁDIO CULTURA 90,7 FM	CUIABÁ-MT	09/02 A 27/02	R$ 5.841,00	20.432	9	0,43
RÁDIO	RÁDIO JOVEM PAN 90,9 FM	CUIABÁ-MT	09/02 A 28/02	R$ 13.416,96	94.603	64	0,99
RÁDIO	RÁDIO CAPITAL 101,9 FM	CUIABÁ-MT	09/02 A 28/02	R$ 8.960,00	79.420	64	0,66
RÁDIO	RÁDIO CBN 95,9 FM	CUIABÁ-MT	10/02 A 26/02	R$ 3.896,40	6.585	6	0,29
RÁDIO	RÁDIO GAZETA 99,9 FM	CUIABÁ-MT	02/03 A 30/03	R$ 10.670,40	314.524	13	0,79
RÁDIO	RÁDIO BAND 101,1 FM	CUIABÁ-MT	03/03 A 31/03	R$ 13.490,40	965.630	88	1,00
RÁDIO	RÁDIO VILA REAL 98,3 FM	CUIABÁ-MT	02/03 A 30/03	R$ 6.714,00	83.452	9	0,50
RÁDIO	RÁDIO CENTRO AMÉRICA 99,1 FM	CUIABÁ-MT	02/03 A 31/03	R$ 22.616,00	416.546	88	1,67
RÁDIO	RÁDIO MASSA FM 90,1	CUIABÁ-MT	02/03 A 31/03	R$ 25.168,00	327.638	88	1,86
RÁDIO	RÁDIO NATIVA 94,3 FM	CUIABÁ-MT	02/03 A 31/03	R$ 18.040,00	262.241	88	1,33
RÁDIO	RÁDIO CULTURA 90,7 FM	CUIABÁ-MT	02/03 A 31/03	R$ 6.490,00	22.702	10	0,48
RÁDIO	RÁDIO JOVEM PAN 90,9 FM	CUIABÁ-MT	02/03 A 31/03	R$ 18.448,32	130.079	88	1,36
RÁDIO	RÁDIO CAPITAL 101,9 FM	CUIABÁ-MT	03/03 A 31/03	R$ 12.320,00	109.203	88	0,91
RÁDIO	RÁDIO CBN 95,9 FM	CUIABÁ-MT	09/02 A 28/02	R$ 6.494,00	10.974	10	0,48
RÁDIO	RÁDIO GAZETA 99,9 FM	CUIABÁ-MT	01/04 A 08/04	R$ 3.283,20	96.777	4	0,24
RÁDIO	RÁDIO BAND 101,1 FM	CUIABÁ-MT	01/04 A 09/04	R$ 4.292,40	307.246	28	0,32
RÁDIO	RÁDIO VILA REAL 98,3 FM	CUIABÁ-MT	02/04 A 09/04	R$ 2.238,00	27.817	3	0,17
RÁDIO	RÁDIO CENTRO AMÉRICA 99,1 FM	CUIABÁ-MT	01/04 A 09/04	R$ 7.196,00	132.537	28	0,53
RÁDIO	RÁDIO MASSA FM 90,1	CUIABÁ-MT	01/04 A 09/04	R$ 8.008,00	104.248	28	0,59
RÁDIO	RÁDIO NATIVA 94,3 FM	CUIABÁ-MT	01/04 A 09/04	R$ 5.740,00	83.440	28	0,42
RÁDIO	RÁDIO CULTURA 90,7 FM	CUIABÁ-MT	01/04 A 09/04	R$ 2.596,00	9.081	4	0,19
RÁDIO	RÁDIO JOVEM PAN 90,9 FM	CUIABÁ-MT	01/04 A 09/04	R$ 5.869,92	41.389	28	0,43
RÁDIO	RÁDIO CAPITAL 101,9 FM	CUIABÁ-MT	01/04 A 09/04	R$ 3.920,00	34.746	28	0,29
RÁDIO	RÁDIO CBN 95,9 FM	CUIABÁ-MT	02/04 A 08/04	R$ 1.948,20	3.292	3	0,14
TOTAL RÁDIO				R$ 287.203,60	5.392.206	1166	21,20

Meio	Veículo	Praça	Período de veiculação	Valor absoluto	Inserções	% de Invest.
MÍDIA EXTERIOR	KREATIVE MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 11.180,00	20	0,83
MÍDIA EXTERIOR	MIDEX MÍDIA EXTERIOR	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 4.800,00	1	0,35
MÍDIA EXTERIOR	MIDEX MÍDIA EXTERIOR	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 4.800,00	1	0,35
MÍDIA EXTERIOR	MIDEX MÍDIA EXTERIOR	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 23.400,00	1	1,73
MÍDIA EXTERIOR	LIGRAF MÍDIA EXTERIOR	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 5.700,00	1	0,42
MÍDIA EXTERIOR	LIGRAF MÍDIA EXTERIOR	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 5.700,00	1	0,42
MÍDIA EXTERIOR	LIGRAF MÍDIA EXTERIOR	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 5.700,00	1	0,42
MÍDIA EXTERIOR	LIGRAF MÍDIA EXTERIOR	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 5.700,00	1	0,42
MÍDIA EXTERIOR	LIGRAF MÍDIA EXTERIOR	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 5.700,00	1	0,42
MÍDIA EXTERIOR	ELETROMÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 6.197,12	20496	0,46
MÍDIA EXTERIOR	ELETROMÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 6.197,12	20496	0,46
MÍDIA EXTERIOR	ELETROMÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 6.197,12	20496	0,46
MÍDIA EXTERIOR	KREATIVE MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 3.990,00	10	0,29
MÍDIA EXTERIOR	KREATIVE MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 2.590,00	10	0,19
MÍDIA EXTERIOR	KAFER CARRO DE SOM	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 2.295,00	15	0,17
MÍDIA EXTERIOR	MÍDIA MATO GROSSO	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 2.700,00	5600	0,20
MÍDIA EXTERIOR	MÍDIA MATO GROSSO	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 2.700,00	5600	0,20
MÍDIA EXTERIOR	MÍDIA MATO GROSSO	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 2.700,00	5600	0,20
MÍDIA EXTERIOR	MÍDIA MATO GROSSO	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 2.700,00	5600	0,20
MÍDIA EXTERIOR	MÍDIA MATO GROSSO	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 2.700,00	5600	0,20
MÍDIA EXTERIOR	MÍDIA MATO GROSSO	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 2.700,00	5600	0,20
MÍDIA EXTERIOR	MÍDIA MATO GROSSO	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 2.700,00	5600	0,20
MÍDIA EXTERIOR	VT PRINT OUTDOOR	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 27.000,00	20	1,99

MÍDIA EXTERIOR	MIDEX MÍDIA EXTERIOR	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 16.000,00	20	1,18
MÍDIA EXTERIOR	KREATIVE MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 11.180,00	20	0,83
MÍDIA EXTERIOR	MIDEX MÍDIA EXTERIOR	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 4.800,00	1	0,35
MÍDIA EXTERIOR	MIDEX MÍDIA EXTERIOR	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 4.800,00	1	0,35
MÍDIA EXTERIOR	MIDEX MÍDIA EXTERIOR	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 23.400,00	1	1,73
MÍDIA EXTERIOR	LIGRAF MÍDIA EXTERIOR	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 5.700,00	1	0,42
MÍDIA EXTERIOR	LIGRAF MÍDIA EXTERIOR	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 5.700,00	1	0,42
MÍDIA EXTERIOR	LIGRAF MÍDIA EXTERIOR	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 5.700,00	1	0,42
MÍDIA EXTERIOR	LIGRAF MÍDIA EXTERIOR	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 5.700,00	1	0,42
MÍDIA EXTERIOR	LIGRAF MÍDIA EXTERIOR	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 5.700,00	1	0,42
MÍDIA EXTERIOR	ELETROMÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 6.197,12	22692	0,46
MÍDIA EXTERIOR	ELETROMÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 6.197,12	22692	0,46
MÍDIA EXTERIOR	ELETROMÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 6.197,12	22692	0,46
MÍDIA EXTERIOR	KREATIVE MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 3.990,00	10	0,29
MÍDIA EXTERIOR	KREATIVE MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 2.590,00	10	0,19
MÍDIA EXTERIOR	KAFER CARRO DE SOM	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 2.142,00	14	0,16
MÍDIA EXTERIOR	MÍDIA MATO GROSSO	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 2.700,00	6200	0,20
MÍDIA EXTERIOR	MÍDIA MATO GROSSO	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 2.700,00	6200	0,20
MÍDIA EXTERIOR	MÍDIA MATO GROSSO	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 2.700,00	6200	0,20
MÍDIA EXTERIOR	MÍDIA MATO GROSSO	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 2.700,00	6200	0,20
MÍDIA EXTERIOR	MÍDIA MATO GROSSO	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 2.700,00	6200	0,20
MÍDIA EXTERIOR	MÍDIA MATO GROSSO	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 2.700,00	6200	0,20
MÍDIA EXTERIOR	MÍDIA MATO GROSSO	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 2.700,00	6200	0,20
MÍDIA EXTERIOR	VT PRINT OUTDOOR	CUIABÁ-MT	09/03 A 22/03	R$ 13.500,00	10	1,00
MÍDIA EXTERIOR	MIDEX MÍDIA EXTERIOR	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 8.000,00	10	0,59
MÍDIA EXTERIOR	KAFER CARRO DE SOM	CUIABÁ-MT	01/04 A 09/04	R$ 1.224,00	8	0,09
TOTAL MÍDIA EXTERIOR				R$ 303.663,72	212357	22,41

Meio	Veículo	Praça	Período de veiculação	Valor absoluto	Inserções	% de invest.
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 3.587,00	56.000	0,26
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 418,00	51.520	0,03
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 1.118,00	56.000	0,08
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 2.126,00	60.200	0,16
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 3.189,00	56.000	0,24
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 2.129,00	56.000	0,16
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 1.009,00	42.000	0,07
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 2.020,00	168.000	0,15
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 1.275,00	84.000	0,09
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 637,00	42.000	0,05
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 850,00	84.000	0,06
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 2.445,00	126.000	0,18
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 1.275,00	168.000	0,09
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 2.658,00	84.000	0,20
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 2.018,00	84.000	0,15
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 2.445,00	126.000	0,18
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/02 A 08/03	R$ 2.700,00	168.000	0,20
MÍDIA INDOOR	ESTAÇÃO SHOPPING	CUIABÁ-MT	05 A 11/03, 19 A 25/03	R$ 19.676,00	14	1,45
MÍDIA INDOOR	PANTANAL SHOPPING	CUIABÁ-MT	05 A 11/03, 19 A 25/03	R$ 19.676,00	14	1,45
MÍDIA INDOOR	SHOPPING 3 AMÉRICAS	CUIABÁ-MT	05 A 11/03, 19 A 25/03	R$ 19.676,00	14	1,45
MÍDIA INDOOR	ESTAÇÃO SHOPPING	CUIABÁ-MT	01/03 A 31/03	R$ 18.725,00	9	1,38
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 3.587,00	62.000	0,26
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 418,00	57.040	0,03
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 1.118,00	62.000	0,08
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 2.126,00	66.650	0,16
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 3.189,00	62.000	0,24
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 2.129,00	62.000	0,16
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 1.009,00	46.500	0,07
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 2.020,00	186.000	0,15
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 1.275,00	93.000	0,09
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 637,00	46.500	0,05
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 850,00	93.000	0,06
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 2.445,00	139.500	0,18
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 1.275,00	186.000	0,09
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 2.658,00	93.000	0,20
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 2.018,00	93.000	0,15
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 2.445,00	139.500	0,18
MÍDIA INDOOR	JC MÍDIA	CUIABÁ-MT	09/03 A 08/04	R$ 2.700,00	186.000	0,20
MÍDIA INDOOR	B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	CUIABÁ-MT	01/03 A 31/03	R$ 3.375,00	10	0,25
MÍDIA INDOOR	B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	CUIABÁ-MT	01/03 A 31/03	R$ 3.375,00	2	0,25
MÍDIA INDOOR	B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	CUIABÁ-MT	01/03 A 31/03	R$ 6.750,00	5	0,50
MÍDIA INDOOR	B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	CUIABÁ-MT	01/03 A 31/03	R$ 3.375,00	10	0,25
MÍDIA INDOOR	B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	CUIABÁ-MT	01/03 A 31/03	R$ 3.375,00	2	0,25
MÍDIA INDOOR	B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	CUIABÁ-MT	01/03 A 31/03	R$ 6.750,00	5	0,50
MÍDIA INDOOR	B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	CUIABÁ-MT	01/03 A 31/03	R$ 3.375,00	10	0,25
MÍDIA INDOOR	B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	CUIABÁ-MT	01/03 A 31/03	R$ 3.375,00	2	0,25
MÍDIA INDOOR	B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	CUIABÁ-MT	01/03 A 31/03	R$ 6.750,00	5	0,50
MÍDIA INDOOR	B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	CUIABÁ-MT	01/03 A 31/03	R$ 3.375,00	10	0,25
MÍDIA INDOOR	B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	CUIABÁ-MT	01/03 A 31/03	R$ 3.375,00	2	0,25
MÍDIA INDOOR	B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	CUIABÁ-MT	01/03 A 31/03	R$ 6.750,00	5	0,50
MÍDIA INDOOR	ESTAÇÃO SHOPPING	CUIABÁ-MT	02/04 A 08/04	R$ 9.383,00	7	0,69
MÍDIA INDOOR	PANTANAL SHOPPING	CUIABÁ-MT	02/04 A 08/04	R$ 9.383,00	7	0,69
MÍDIA INDOOR	SHOPPING 3 AMÉRICAS	CUIABÁ-MT	02/04 A 08/04	R$ 9.383,00	7	0,69
TOTAL MÍDIA INDOOR				R$ 223.700,00	3.185.550	16,51

Meio	Veículo	Praça	Período de veiculação	Valor absoluto	Inserções	% de Invest.
SITE	SITE MÍDIA NEWS	CUIABÁ-MT	09/02 A 28/02	R$ 10.710,00	20	0,79
SITE	STE G1 MT	CUIABÁ-MT	09/02 A 28/02	R$ 10.000,00	500.000	0,74
SITE	SITE OLHAR DIRETO	CUIABÁ-MT	09/02 A 28/02	R$ 6.800,00	20	0,50
SITE	SITE PRIMEIRA PÁGINA	CUIABÁ-MT	09/02 A 28/02	R$ 7.840,00	7	0,58
SITE	SITE MÍDIA JUR	CUIABÁ-MT	09/02 A 28/02	R$ 4.920,60	20	0,36
SITE	SITE REPÓRTER MT	CUIABÁ-MT	09/02 A 28/02	R$ 8.100,00	10	0,60
SITE	SITE FOLHAMAX	CUIABÁ-MT	09/02 A 28/02	R$ 14.045,87	20	1,04
SITE	SITE RDNEWS	CUIABÁ-MT	09/02 A 28/02	R$ 6.732,00	9	0,50
SITE	SITE MÍDIA NEWS	CUIABÁ-MT	01/03 A 30/03	R$ 16.065,00	30	1,19
SITE	STE G1 MT	CUIABÁ-MT	01/03 A 31/03	R$ 10.000,00	500.000	0,74
SITE	SITE OLHAR DIRETO	CUIABÁ-MT	01/03 A 31/03	R$ 5.440,00	16	0,40
SITE	SITE PRIMEIRA PÁGINA	CUIABÁ-MT	02/03 A 14/03	R$ 7.840,00	7	0,58
SITE	SITE MÍDIA JUR	CUIABÁ-MT	03/03 A 31/03	R$ 3.690,45	15	0,27
SITE	SITE REPÓRTER MT	CUIABÁ-MT	11/03 A 30/03	R$ 8.100,00	10	0,60
SITE	SITE FOLHAMAX	CUIABÁ-MT	01/03 A 30/03	R$ 10.534,41	15	0,78
SITE	SITE RDNEWS	CUIABÁ-MT	02/03 A 31/03	R$ 11.220,00	15	0,83
SITE	SITE MÍDIA NEWS	CUIABÁ-MT	01/04 A 09/04	R$ 4.819,50	9	0,36
SITE	STE G1 MT	CUIABÁ-MT	01/04 A 09/04	R$ 5.000,00	250.000	0,37
SITE	SITE OLHAR DIRETO	CUIABÁ-MT	01/04 A 09/04	R$ 3.060,00	9	0,23
SITE	SITE PRIMEIRA PÁGINA	CUIABÁ-MT	01/04 A 08/04	R$ 4.480,00	4	0,33
SITE	SITE MÍDIA JUR	CUIABÁ-MT	01/04 A 09/04	R$ 2.214,27	9	0,16
SITE	SITE REPÓRTER MT	CUIABÁ-MT	02/04 A 08/04	R$ 3.240,00	4	0,24
SITE	SITE FOLHAMAX	CUIABÁ-MT	01/04 A 09/04	R$ 6.320,64	9	0,47
SITE	SITE RDNEWS	CUIABÁ-MT	01/04 A 08/04	R$ 2.992,00	4	0,22
TOTAL SITE				R$ 174.164,74	1250262	12,85

Meio	Veículo	Praça	Período de veiculação	Valor absoluto	Inserções	% de Invest.
IMPRESSO	JORNAL DIÁRIO DE CUIABÁ	CUIABÁ-MT	17/fev	R$ 13.912,50	1	1,03
IMPRESSO	JORNAL DIÁRIO DE CUIABÁ	CUIABÁ-MT	03/mar	R$ 13.912,50	1	1,03
IMPRESSO	REVISTA RDM MATO GROSSO	CUIABÁ-MT	20/mar	R$ 11.200,00	1	0,83
IMPRESSO	JORNAL DIÁRIO DE CUIABÁ	CUIABÁ-MT	07/abr	R$ 13.912,50	1	1,03
TOTAL IMPRESSO				R$ 52.937,50	4	3,91
TOTAL DA MÍDIA				R$ 1.354.954,41	4649544	100,00

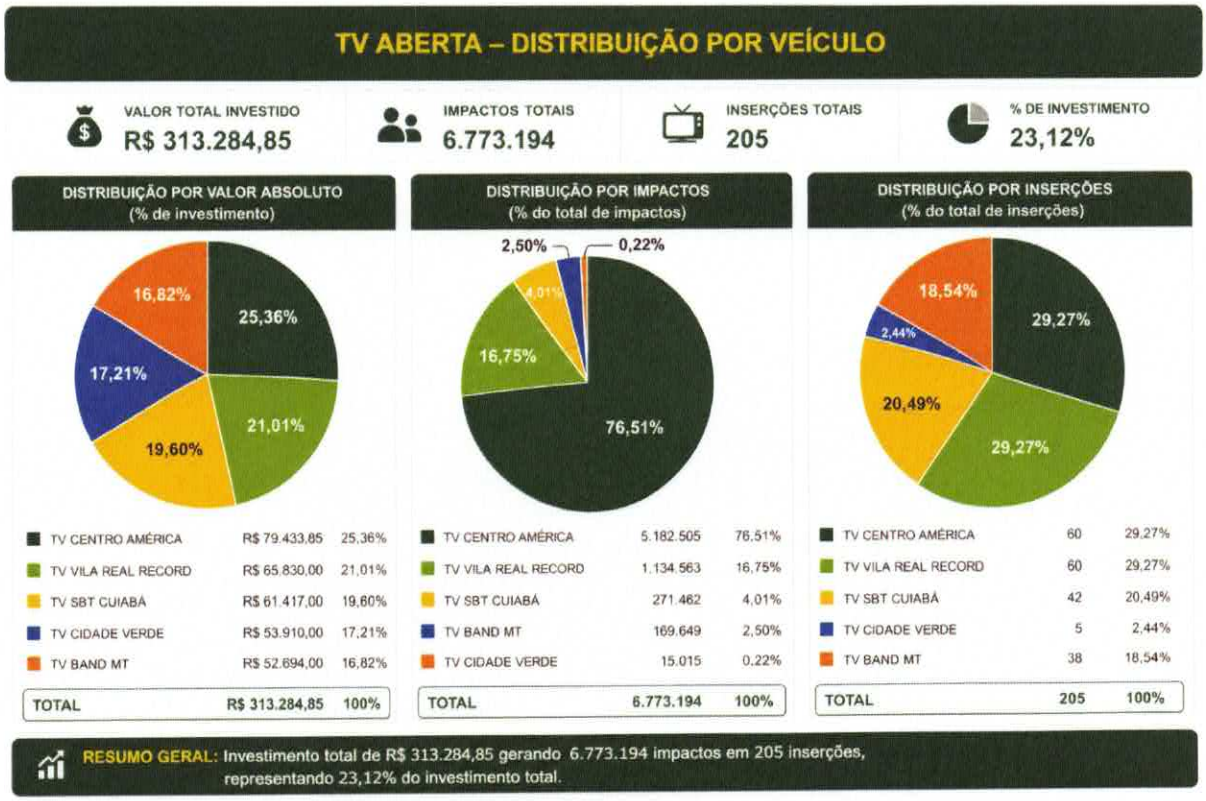
Meio	Veículo	Praça	Período de veiculação	Valor absoluto	Impressões	% de Invest.
FORMAS INOVADORAS	PROGRAMÁTICA DISPLAY	CUIABÁ	09/02 A 09/04	R$ 50.000,00	6.430.042	11,11
FORMAS INOVADORAS	PROGRAMÁTICA VÍDEO			R$ 50.000,00	4.451.566	11,11
FORMAS INOVADORAS	YOUTUBE			R$ 75.000,00	1.597.108	16,67
FORMAS INOVADORAS	PROGRAMÁTICA ÁUDIO			R$ 50.000,00	320.404	11,11
FORMAS INOVADORAS	PROGRAMÁTICA TV CONECTADA			R$ 50.000,00	190.640	11,11
FORMAS INOVADORAS	GOOGLE			R$ 50.000,00	11.466	11,11
FORMAS INOVADORAS	TIK TOK			R$ 50.000,00	149.064	11,11
FORMAS INOVADORAS	META ADS (FACEBOOK + INSTAGRAM)			R$ 75.000,00	3.194.214	16,67
TOTAL FORMAS INOVADORAS				R$ 450.000,00		100,00

TV Aberta – A televisão permanece como um dos meios mais eficazes para o alcance de públicos diversos, insights da pesquisa da Kantar IBOPE sobre o perfil dos consumidores de TV aberta na região de Cuiabá e Várzea Grande (MT). A TV Aberta apresenta alta penetração na região: 94,0% das pessoas assistiram TV nos últimos 30 dias e 58,6% consomem esse meio diariamente. Em relação ao gênero, a audiência é composta majoritariamente por mulheres (52,9%), enquanto os homens representam 47,1%. Quanto à distribuição por classe socioeconômica, a maior parte do público pertence à Classe C (58,3%), seguida pelas Classes AB (24,6%) e DE (17,0%). Abaixo, apresentamos o perfil de audiência das emissoras em Cuiabá, que serve como base para a elaboração de um planejamento estratégico consistente nas principais emissoras.

Perfil de Audiência das Emissoras de Cuiabá

EMISSORA	SEXO (%)		FAIXA ETÁRIA (%)						CLASSE SOCIAL (%)			
	M	F	4-11	12-17	18-24	25-34	35-49	50+	AB	C1	C2	DE
TVCA - Globo	41.98	58.02	4.52	3.76	5.12	10.36	30.63	45.60	25.21	26.38	27.67	20.74
TV Vila Real RECORD	46.42	52.58	8.94	7.00	5.79	10.34	25.56	42.37	22.53	23.57	43.02	10.88
TV SBT Cuiabá	38.32	61.68	6.79	8.08	3.24	6.45	27.97	47.47	17.45	16.04	33.23	33.25
TV Cidade Verde	58.10	41.90	6.05	2.78	0.00	7.41	23.14	60.64	28.74	9.37	29.09	32.80
TV Band	80.90	19.10	2.80	0.00	1.47	13.67	44.69	37.36	32.48	27.40	29.02	11.10
TBO - TV Brasil Oeste - Rede Brasil	48.00	52.00	13.00		8.00	11.00	25.00	43.00	85.00			15.00

Desse modo, podemos afirmar que em Cuiabá, a TV Aberta se destaca como uma ferramenta estratégica para incentivar a adesão da população ao programa Nota Cuiabana, promovendo alto impacto social, humanizando a comunicação e aproximando a Prefeitura de Cuiabá da população. Sendo assim, para a campanha contará com a veiculação nas emissoras TV Centro América (afiliada Rede Globo), TV Vila Real (Record), TV SBT Cuiabá, TV Cidade Verde e TV Band MT. A estratégia prevê a combinação de programações e faixas horárias, garantindo uma distribuição eficiente da mensagem junto à grande massa. Foram selecionados programas locais, jornalísticos e de entretenimento, ampliando a frequência e a relevância do contato com o público. Nesse meio, a campanha assegura cobertura de 100% da capital, além de áreas rurais, com distribuição contínua de inserções ao longo do período de 9 de fevereiro a 9 de abril, totalizando 205 inserções e 6.773.194 impactos. Os materiais de exibição serão VTs de 10" e 30", adequados às diferentes grades de programação.



Rádio – Estratégico e altamente eficaz para impactar a população em diferentes momentos do dia, especialmente durante os deslocamentos urbanos, no ambiente doméstico, no comércio e dentro das empresas. Além disso, o rádio apresenta ótimo custo-benefício, ampla cobertura territorial e forte penetração em públicos variados. Estudo realizado pela Kantar IBOPE sobre o perfil dos ouvintes de rádio no Brasil indica que, em relação ao gênero, a audiência é composta majoritariamente por mulheres (52%), enquanto os homens representam 48%. Quanto à distribuição por classe socioeconômica, a maior parcela do público pertence à Classe C (43%), seguida pelas Classes AB (40%) e DE (17%). A estratégia contempla veiculação nas emissoras Gazeta 99,9 FM, Rádio Band 101,1 FM, Rádio Vila Real 98,3 FM, Rádio Centro América 99,1 FM, Rádio Massa FM 90,1 FM, Rádio Nativa 94,3 FM, Rádio Cultura 90,7 FM, Rádio Jovem Pan 90,9 FM, Rádio Capital 101,9 FM e Rádio CBN 95,9 FM.

Ranking de Audiência das Emissoras de Rádio em Cuiabá
Ouvintes por Minuto + Participação (%)

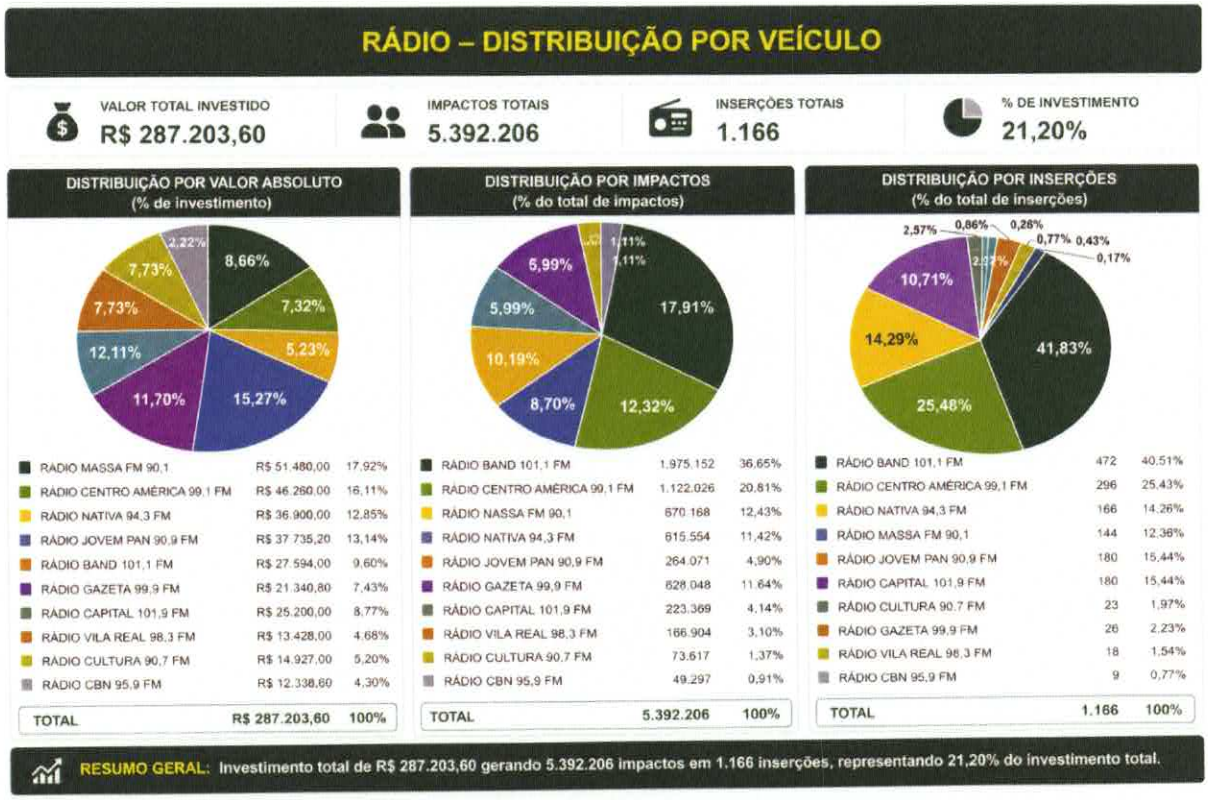
Emissora	Ouvintes por minuto	% de ouvintes
Rádio Gazeta 99,9 FM	24.194,15	**38,50%**
Rádio Band 101,1 FM	10.973,07	**17,46%**
Rádio Vila Real 98,3 FM	9.272,45	**14,76%**
Rádio Centro América 99,1 FM	4.733,48	**7,53%**
Rádio Massa 90,1 FM	3.723,16	**5,93%**
Rádio Nativa 94,3 FM	2.980,01	**4,74%**
Rádio Cultura 90,7 FM	2.270,20	**3,61%**
Rádio O Dia 103,7 FM	1.969,93	**3,14%**
Rádio Jovem Pan 90,9 FM	1.478,17	**2,35%**
Rádio Capital 101,9 FM	1.240,94	**1,97%**
TOTAL	**62.835,56**	**100%**

Fonte: Kantar IBOPE Media EasyMedia4 | Ambos os sexos | 5h às 5h - Segunda a sexta | CVA - 19 a 26 de agosto de 2024

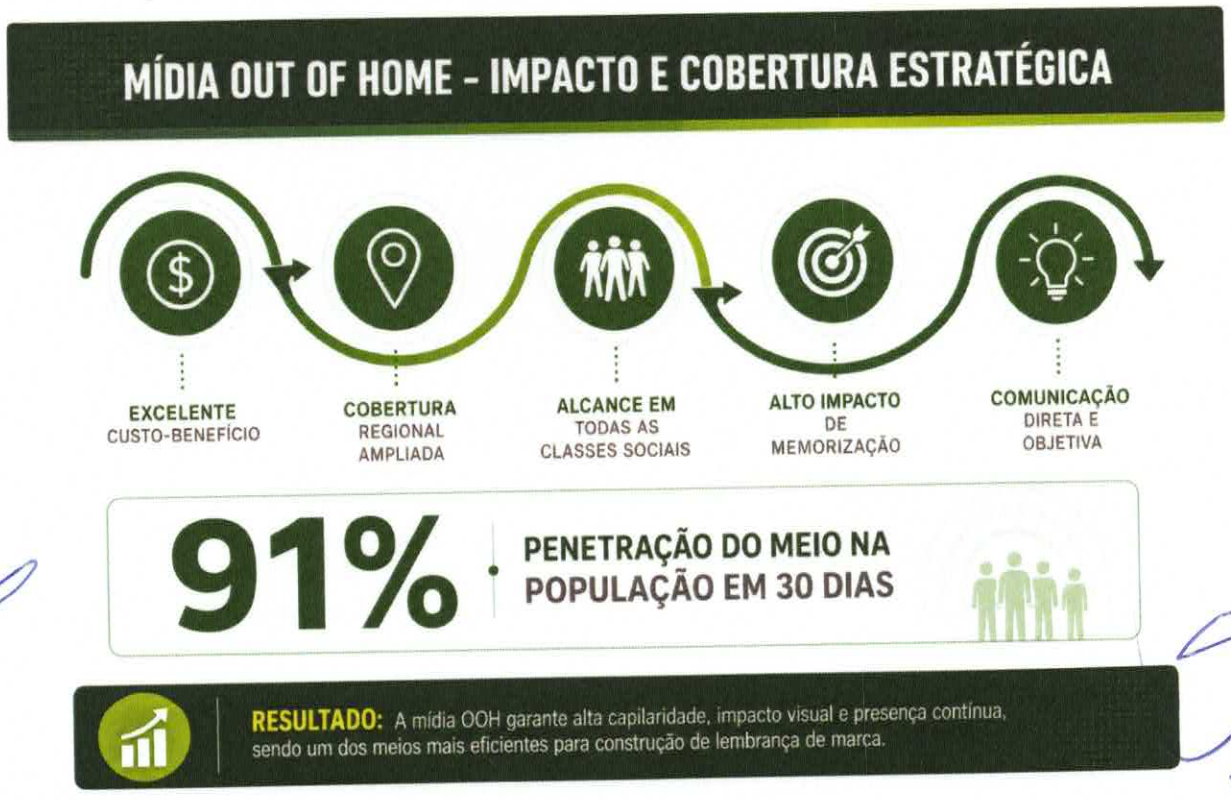
Perfil de Audiência das Emissoras de Cuiabá

EMISSORA	SEXO (%)		CLASSE SOCIAL (%)			FAIXA ETÁRIA (%)							
	F	M	AB	C	DE	10-17	18-24	25-29	30-34	35-39	40-49	50-59	60+
Perfil Geral Rádio	54	46	28	50	22	7	12	8	8	13	20	16	17
Rádio Gazeta 99,9	52	48	19	57	24	8	15	8	10	10	19	21	8
Rádio Vila Real 98,9	38	62	26	43	31	6	5	2	4	21	17	18	28
Rádio Band 101,1	52	48	29	46	14	14	14	13	10	15	22	5	7
Rádio Centro América 99,1	36	54	38	47	15	8	9	6	6	16	19	11	25
Rádio Nativa 94,3	77	23	51	34	15	2	16	9	5	19	16	26	6
Rádio Jovem Pan	45	55	34	52	14	6	19	21	11	14	13	6	10
Rádio Cultura 90,7	43	57	31	52	17	2	2	14	21	4	27	15	13
Rádio Mix 93,3	60	40	45	29	26	0	39	17	9	13	18	1	3
Rádio Massa 90,1	68	32	19	58	23	12	13	10	9	22	16	11	7
Rádio Capital 101,9	62	38	14	41	46	12	10	3	3	9	39	10	14
Rádio CBN 95,9	7	93	27	19	54	0	13	2	0	7	4	4	70

Dessa forma, garantimos ampla cobertura em toda a capital, com presença consistente em diferentes perfis de audiência. A veiculação será realizada de maneira contínua e estratégica entre 9 de fevereiro e 9 de abril, totalizando 1.166 inserções e 5.392.206 impactos. A distribuição ao longo de faixas horárias variadas permitirá alcançar o público em diferentes momentos do dia, ampliando a efetividade da comunicação. Os formatos de exibição incluem spot 30" e jingle 30" veiculados simultaneamente durante todo o período, recursos que favorecem o reconhecimento da campanha, a fixação da mensagem e a recorrência do conteúdo junto ao público.



Mídia exterior – Além de ampliar a visibilidade do Nota Cuiabana, esse meio fortalece a imagem de modernização e inovação da Prefeitura de Cuiabá, aproximando a comunicação institucional da linguagem urbana e do cotidiano da população.



A presença do programa em espaços públicos estratégicos contribui para a democratização da informação, alcançando públicos diversos, inclusive aqueles com menor acesso aos meios digitais tradicionais. Dentro da proposta, esse meio é adotado por oferecer uma solução imediata de apoio e sustentação à campanha, aliando alto impacto visual à capacidade de gerar resultados rápidos e eficientes. Dessa forma, potencializa o alcance e a efetividade da comunicação, estimulando de maneira consistente a adesão dos moradores de Cuiabá ao programa Nota Cuiabana.

Outdoor Popular – Uma solução econômica, com veiculação em áreas de grande circulação, especialmente em periferias e comunidades, aproximando a campanha do cotidiano da população, garantindo presença territorial e reforço contínuo da mensagem por meio de impacto visual direto e de fácil assimilação. A estratégia prioriza regiões de menor renda, com base em dados do IBGE, selecionando 10 bairros das classes C, D e E: Osmar Cabral, Pedra 90, Tijucal, Parque Cuiabá, São João Del Rey, São Sebastião, Santa Laura, Jardim Vitória, Pedregal e Renascer. Serão instaladas 20 placas (2 por bairro), no formato 2x1m, distribuídas estrategicamente entre 9 de fevereiro a 8 de abril, assegurando boa cobertura, visibilidade e frequência de contato.

Front-Light, Hiper Painel e Outdoor – Além do amplo alcance nas áreas centrais e de grande fluxo em Cuiabá, o meio permite a repetição diária da mensagem, sendo altamente eficaz para impactar quem circula pela cidade, gerando forte presença visual e reforço contínuo. Trata-se de um canal estratégico para promover a familiaridade da população com o programa de Adesão à Nota Cuiabana.

No primeiro mês, a proposta contempla a veiculação de 7 front lights e 1 hiper painel, no período de 9 de fevereiro a 8 de março, além de 20 outdoors, exibidos de 9 de fevereiro a 22 de fevereiro.

No segundo mês, estão previstos 7 front lights e 1 hiper painel, com veiculação de 9 de março a 8 de abril, além de 10 outdoors, exibidos de 9 de março a 22 de março.

Em ambos os períodos, as peças serão distribuídas estrategicamente nas principais vias de acesso, avenidas, ruas, bem como em entradas e saídas de bairros de Cuiabá, com o objetivo de alcançar a população acima de 18 anos, abrangendo todas as classes sociais.

- Front Light - Lado A, em frente ao Supermercado Comper - Av. Miguel Sutil: Viaduto sentido Rodoviária, com fluxo médio diário de 70 mil veículos e 4,2 milhões de veículos no período.

- Front Light - Lado B, em frente ao Supermercado Comper - Av. Miguel Sutil: Viaduto sentido Avenida do CPA, com fluxo médio diário de 70 mil veículos e 4,2 milhões de veículos no período.

- Hiper painel - Avenida do CPA, próximo ao Pantanal Shopping - Centro sentido Bairro, com fluxo médio diário de 90 mil veículos e 5,4 milhões de veículos no período.

- Front Light 045 - Av. Fernando Corrêa, Igreja Batista, em frente a Unimed Cuiabá, sentido centro, com fluxo médio diário de 25.470 veículos e 1.528.200 veículos no período.

- Front Light 085 - Av. Fernando Corrêa, em frente a Volvo, sentido Coxipó, com fluxo médio diário de 37.154 veículos e 2,2 milhões de veículos no período.

- Front Light 105 - Av. Das Torres, rotatória Viola de Coucho, com fluxo médio diário de 24.426 veículos e 1.465.560 veículos no perîood.

- Front Light 115 - Av. Trabalhadores, rotatória com avenida das Torres, com fluxo médio diário de 17.912 veículos e 1.074.720 veículos no período.

- Front Light 210 - Av. Parque do Barbado, sentido Alphaville, com fluxo médio diário de 25.470 veículos e 1.528.200 veículos no perídoo.

- 20 placas de outdoor simples 9x3m, na 8ª bi-semana (09/02 a 22/02/2026)

- 10 placas de outdoor simples 9x3m, na 12ª bi-semana (09/03 a 22/03/2026)

MUB-Rua Digital – Na estratégia, será utilizado o MUB Digital, em um circuito com três abrigos de ônibus localizados na Avenida Isaac Póvoas, Getúlio Vargas e Praça da República. Essa ação é altamente eficiente para incentivar a adesão ao programa Nota Cuiabana, pois une alto impacto visual, tecnologia e presença constante no dia a dia da população. Esses abrigos estão em pontos de grande circulação e concentram diariamente milhares de pessoas durante o tempo de espera, o que aumenta de forma significativa a exposição da mensagem da nossa campanha. O formato digital permite a exibição de conteúdos dinâmicos e objetivos, facilitando o entendimento do programa e estimulando a participação imediata do cidadão. As inserções serão veiculadas de forma contínua e estratégica entre 9 de fevereiro a 8 de abril, com 732 inserções por dia em cada MUB e 129.564 inserções no período. O material exibido será o VT de 10", garantindo alta frequência e reforço da mensagem ao longo de toda a campanha.

Carro de Aplicativo (mídia interna/externa) - A mídia em carros de aplicativo oferece visibilidade móvel e contínua, alcançando usuários do transporte urbano em diferentes regiões de Cuiabá ao longo do dia e reforçando a presença da campanha no cotidiano. A comunicação será aplicada de forma estratégica com displays internos (atrás do banco do passageiro) e adesivos no vidro traseiro. A ação contará com 20 veículos, totalizando 20 peças. Uma média de 300 mil quilômetros percorridos, 24 mil corridas com uma média de 31,2 mil passageiros e média 1.310.400 impactos pessoas ao longo de 60 dias. Trata-se de um formato eficiente por atingir um público receptivo durante todo o trajeto, aumentando o tempo de exposição à mensagem. A estratégia estará ativa de 9 de fevereiro a 8 de abril, ampliando o alcance, a frequência e o engajamento da campanha.

Carro de Som/Propaganda volante – Por ser um meio tradicional e eficaz em comunidades e áreas periféricas, alcança públicos que outros formatos muitas vezes não atinge, sendo direto, próximo e de fácil compreensão, gera alta atenção e credibilidade, levará a mensagem até moradores, comércios locais e pontos de grande circulação. A estratégia prevê circulação em horários comerciais, com 1 hora diária de veiculação de spot de 30 segundos, entre 9 de fevereiro a 9 de abril, totalizando 37 horas. Assim, o carro de som ampliará o alcance da campanha de forma direta e

acessível, reforçando a presença da mensagem nos bairros e estimulando o engajamento da população.

Painel LED – O investimento em painéis de LED será estratégico por oferecer alto impacto visual, qualidade de imagem e grande poder de atração, especialmente em áreas de intenso fluxo urbano. O formato digital facilitará a rápida assimilação da mensagem, mesmo em deslocamentos, além de reforçar a presença da campanha em pontos-chave da cidade. A estratégia prevê a utilização de 7 painéis de LED em alta resolução, posicionados em avenidas de grande circulação em Cuiabá, garantindo ampla visibilidade e reforço contínuo da mensagem. Assim, o meio contribui para ampliar o alcance, fortalecer a lembrança da campanha e potencializar a efetividade da comunicação, conforme abaixo:

01 Painel Digital LED – Avenida Presidente Marques, próximo ao Shopping Goiabeiras, com fluxo médio diário de 54 mil veículos e 3,2 milhões de veículos no período.

01 Painel Digital LED – Avenida XV de Novembro, próximo ao Colégio São Gonçalo, com fluxo médio diário de 64 mil veículos e 3,8 milhões de veículos no período.

01 Painel Digital LED – Avenida Mato Grosso, próximo à Avenida do CPA, com fluxo médio diário de 64 mil veículos e 3,8 milhões de veículos no período.

02 Painéis Digitais LED – Avenida José Monteiro de Figueiredo, Praça 8 de Abril, Bairro Quilombo (um no sentido Centro–Bairro Santa Rosa e outro no sentido Bairro Santa Rosa–Centro), com fluxo médio diário de 150 mil veículos e 9 milhões de veículos no período.

01 Painel Digital LED – Avenida Fernando Corrêa da Costa, em frente ao Delcas Hotel, com fluxo médio diário de 64 mil veículos e 3,8 milhões de veículos no período.

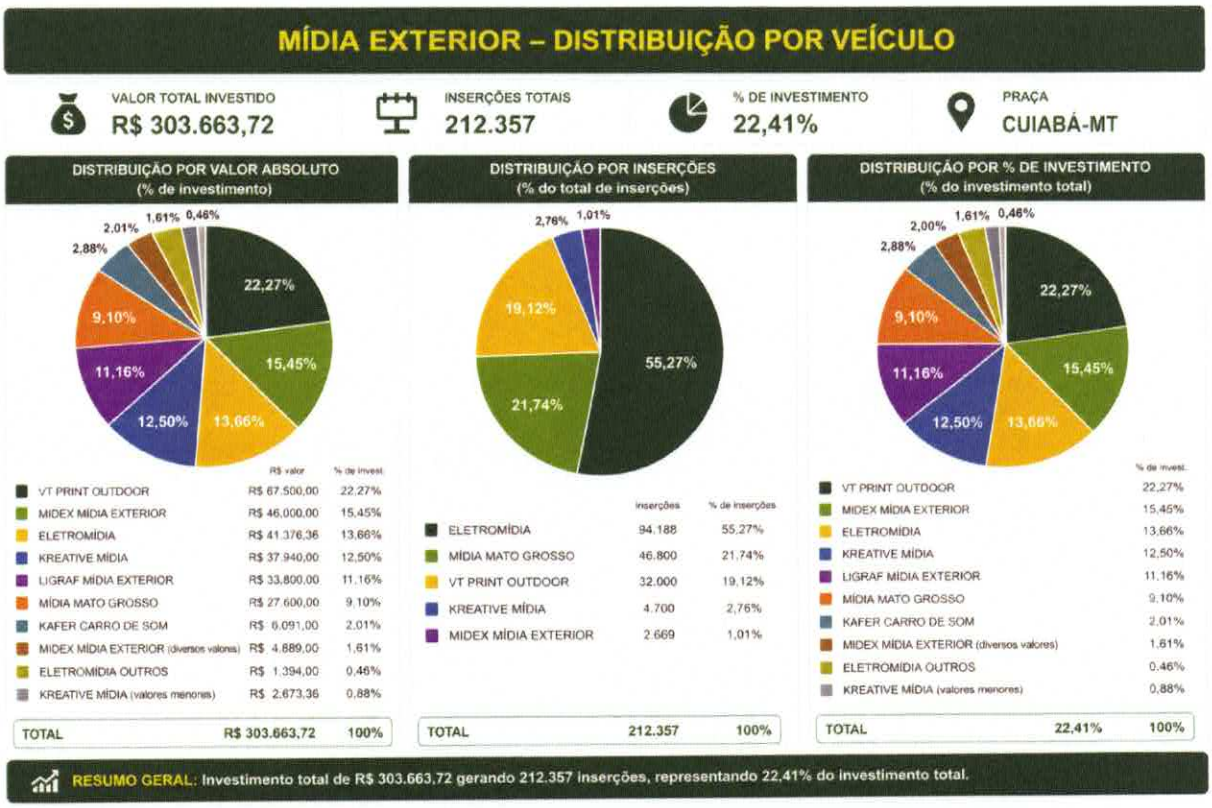
01 Painel Digital LED – Avenida Miguel Sutil, na rotatória do Bairro Santa Rosa, com fluxo médio diário de 64 mil veículos e 3,8 milhões de veículos no período.

Em todos os painéis será veiculado um VT de 15 segundos, com 200 inserções diárias por painel. Considerando os 7 painéis e o período de 9 de fevereiro a 8 de abril, a campanha alcançará um total de 82.600 inserções, garantindo alta frequência e forte presença da mensagem.

Busdoor – A comunicação em movimento amplia o alcance da campanha ao impactar diferentes públicos pela cidade, reforçando a mensagem em áreas de grande circulação, pois os ônibus percorrem bairros até as principais avenidas no centro da cidade, levando a campanha de forma abrangente por toda a cidade.

A estratégia contempla 30 busdoors: no primeiro mês, serão 20 peças veiculadas de 9 de fevereiro a 8 de março; no segundo mês, 10 peças de 9 de março a 8 de abril. Cada veículo gera, em média, 15 mil impactos diários e média 12,9 milhões de impactos no período.

No período de 9 de fevereiro a 8 de abril, a estimativa total é de aproximadamente 27 milhões de impactos.



Mídia Indoor – A mídia indoor é essencial para alcançar o público em ambientes de permanência prolongada, como shoppings, academias, prédios comerciais e residenciais. Por impactar as pessoas em momentos de maior atenção, aumenta o tempo de exposição e a assimilação da mensagem. Como complemento às mídias externas, amplia o alcance, reforça a lembrança da campanha e fortalece sua presença de forma contínua e estratégica em Cuiabá.

Televisor Indoor - Propomos a utilização de televisores indoor como um canal estratégico para ampliar a adesão ao Programa Nota Cuiabana. Instalados em locais como salões de beleza, barbearia, empresa de estética automotiva, restaurante, conveniência e edifícios comerciais e residenciais, esses pontos fazem parte da rotina da população e oferecem alto potencial de atenção e assimilação da mensagem. Posicionados em áreas de permanência prolongada, como recepções, halls, elevadores e espaços de convivência, os televisores permitem contato recorrente com o conteúdo, reforçando a lembrança da campanha de forma natural e contínua. A ação contempla 17 locais estratégicos, alcançando públicos diversos ao longo do dia, em momentos de trabalho, consumo e lazer. Com veiculação de VT de 10" entre 9 de fevereiro a 8 de abril, a campanha totalizará mais de 3.131.420 inserções.

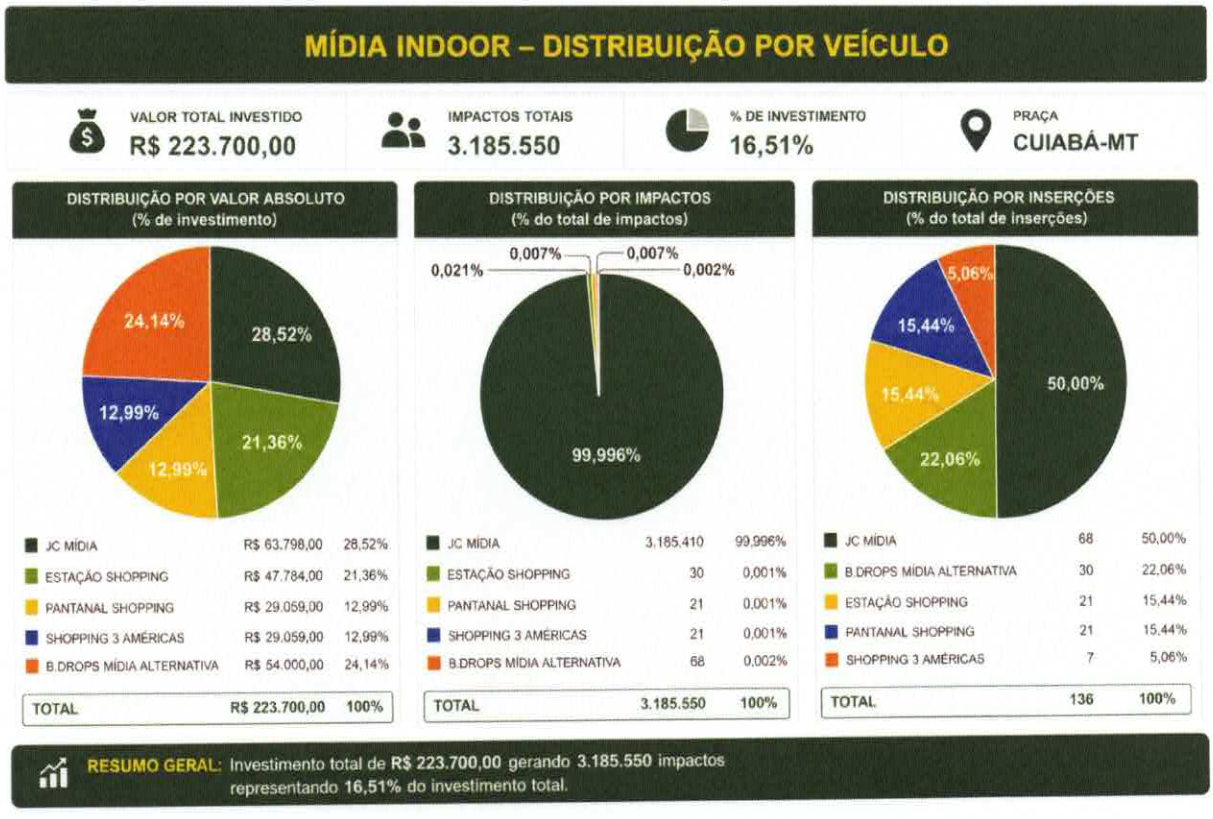
Cinema – O cinema é um meio altamente eficaz para a campanha de adesão ao Programa Nota Cuiabana, por alcançar o público em um ambiente de alta atenção e receptividade. Com tela ampla, som de qualidade e baixa dispersão, proporciona maior impacto, retenção e compreensão da mensagem. A veiculação será realizada nas salas de cinema do Shopping Estação Cuiabá, Pantanal Shopping e Shopping Três Américas, atingindo públicos diversificados em locais de grande circulação. O VT da campanha será exibido em todas as sessões das salas selecionadas, com média

de quatro sessões diárias por sala, totalizando 28 sessões semanais. A campanha será veiculada em três períodos, de 5 a 11 de março, de 19 a 25 de março e de 2 a 8 de abril, somando 84 sessões com exibição de VT 30". Além de ampliar a visibilidade do programa, o cinema fortalece a imagem de modernidade, proximidade e credibilidade da Prefeitura de Cuiabá, associando a campanha a uma experiência positiva de entretenimento. Essa estratégia contribui para aumentar a lembrança da mensagem e estimular a adesão ao programa de forma espontânea e eficaz.

Cancelas/Estacionamento – Propomos a utilização das cancelas de entrada do estacionamento do Estação Shopping como um canal estratégico de comunicação para incentivar a adesão ao Programa Nota Cuiabana. A campanha contará com veiculação em 9 cancelas, sendo 3 externas e 6 internas (4 para veículos e 2 para motos), garantindo ampla cobertura e impacto direto no público. O Estação Shopping é um dos principais polos de circulação de Cuiabá, recebendo diariamente consumidores de diferentes perfis, o que torna suas áreas de acesso pontos ideais para comunicação institucional. As cancelas são locais de alta visibilidade, onde o público permanece parado por alguns segundos, favorecendo a leitura e assimilação da mensagem. Além disso, trata-se de uma mídia democrática, com alcance orgânico junto a frequentadores de diversas regiões da cidade. A ação estará ativa de 1º a 31 de março, com estimativa de impacto superior a 780 mil pessoas, utilizando uma estrutura já existente e de alto fluxo, o que garante eficiência e excelente custo-benefício.

Academias - A veiculação da campanha de adesão ao Programa Nota Cuiabana nas academias SMART FIT (Avenida CPA, Jardim das Américas, Goiabeiras e CPA II) é estratégica por alcançar um público diversificado, com alta frequência de circulação e perfil alinhado ao uso de soluções digitais. A comunicação será aplicada em diferentes pontos das unidades, garantindo ampla exposição durante a rotina de treino: 20 placas/testeiras em aparelhos de cárdio, além de 4 adesivos em espelhos de banheiros e 5 adesivos em espelhos das áreas de musculação. Esses locais favorecem a atenção do público em momentos de permanência, ampliando a fixação da mensagem.

A estratégia será executada entre 1º e 31 de março, com reforço contínuo da comunicação ao longo do período. A combinação de formatos e pontos de contato dentro das academias potencializa a visibilidade da campanha, fortalece o reconhecimento do Programa Nota Cuiabana e estimula a adesão de forma direta e eficiente.



Site – No meio digital, os portais de notícias estão entre os sites mais acessados e são fontes constantes de informação para a população. Por isso, esse ambiente é um pilar estratégico da campanha, garantindo alcance e frequência junto a diferentes perfis de público.

A seleção dos veículos foi realizada com base em dados do Similarweb, ferramenta de inteligência de mercado que avalia audiência, comportamento do usuário e credibilidade dos portais em níveis local, regional e nacional. Com isso, foram priorizados sites com alta relevância e forte penetração em Cuiabá, reconhecidos por sua audiência consistente e confiabilidade editorial.

A veiculação contará com formatos digitais de alto impacto e excelente visibilidade, ampliando a presença da campanha no ambiente online:

- Mídia News – 380x120px | 1.026.000 usuários/mês
- G1 Mato Grosso – 970x90px | 3.290.567 usuários/mês
- Olhar Direto – 300x250px | 804.642 usuários/mês
- Primeira Página – 300x250px | 1.687.000 usuários/mês
- Mídia Jur – 300x600px | 617.092 usuários/mês
- Repórter MT – 300x250px | 478.975 usuários/mês
- Folhamax – 300x250px | 1.030.845 usuários/mês
- RDNews – 300x600px | 691.447 usuários/mês

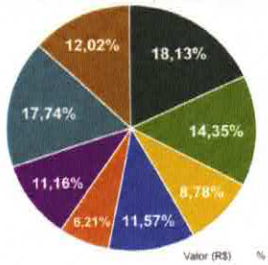
A campanha será veiculada de 9 de fevereiro a 9 de abril, assegurando presença contínua e reforço da mensagem ao longo de toda a jornada do usuário. Nesse

período, estima-se uma média superior a 9 milhões de usuários por mês, consolidando o meio digital como um dos principais vetores de alcance e eficiência da estratégia de comunicação.

SITE – DISTRIBUIÇÃO POR VEÍCULO

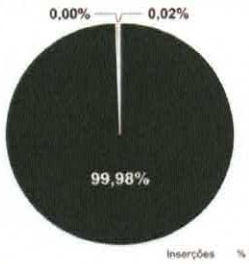
VALOR TOTAL INVESTIDO: R$ 174.164,74 | INSERÇÕES TOTAIS: 1.250.262 | % DE INVESTIMENTO: 12,85% | PRAÇA: CUIABÁ-MT

DISTRIBUIÇÃO POR VALOR ABSOLUTO (% de investimento)



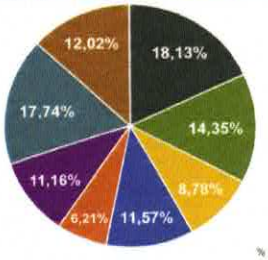
	Valor (R$)	% de Invest.
SITE MÍDIA NEWS	R$ 31.594,50	18,13%
STE G1 MT	R$ 25.000,00	14,35%
SITE OLHAR DIRETO	R$ 15.300,00	8,78%
SITE PRIMEIRA PÁGINA	R$ 20.160,00	11,57%
SITE MÍDIA JUR	R$ 10.825,32	6,21%
SITE REPÓRTER MT	R$ 19.440,00	11,16%
SITE FOLHAMAX	R$ 30.900,92	17,74%
SITE RDNEWS	R$ 20.944,00	12,02%
TOTAL	R$ 174.164,74	100%

DISTRIBUIÇÃO POR INSERÇÕES (% do total de inserções)



	Inserções	% de Inserções
STE G1 MT	1.250.000	99,98%
SITE MÍDIA NEWS	59	0,00%
SITE OLHAR DIRETO	45	0,00%
SITE PRIMEIRA PÁGINA	18	0,00%
SITE MÍDIA JUR	44	0,00%
SITE REPÓRTER MT	24	0,00%
SITE FOLHAMAX	44	0,00%
SITE RDNEWS	28	0,00%
TOTAL	1.250.262	100%

DISTRIBUIÇÃO POR % DE INVESTIMENTO (% do investimento total)



	% de Invest.
SITE MÍDIA NEWS	18,13%
STE G1 MT	14,35%
SITE OLHAR DIRETO	8,78%
SITE PRIMEIRA PÁGINA	11,57%
SITE MÍDIA JUR	6,21%
SITE REPÓRTER MT	11,16%
SITE FOLHAMAX	17,74%
SITE RDNEWS	12,02%
TOTAL	12,85% 100%

RESUMO GERAL: Investimento total de R$ 174.164,74 gerando 1.250.262 inserções, representando 12,85% do investimento total – Praça: CUIABÁ-MT.

Impresso (Jornal) - Trata-se de um canal estratégico por alcançar um público altamente qualificado e formador de opinião, composto principalmente por empresários, lideranças institucionais e agentes políticos com mais de 45 anos.

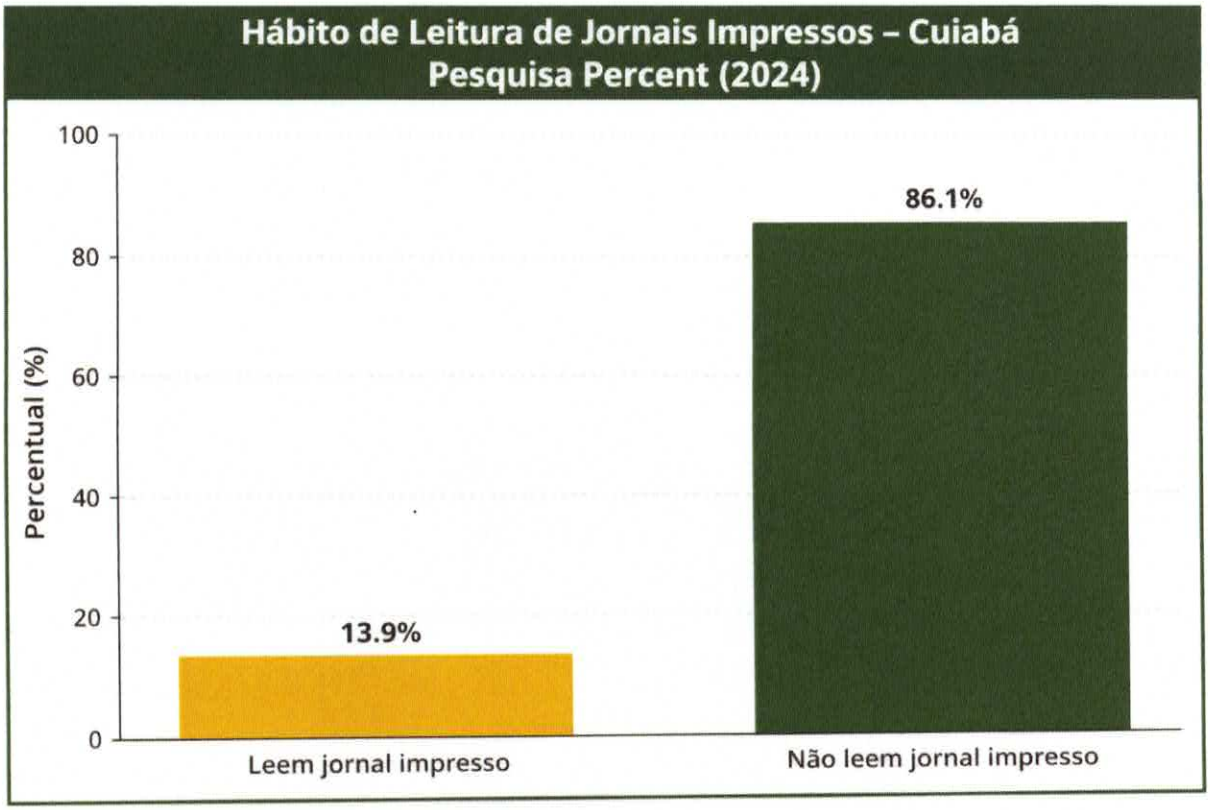
PERFIL DO LEITOR

IDADE
Entre 16 a 65 anos
48% mulheres
52% homens

TARGET PRINCIPAL
Classe A, B
C e D

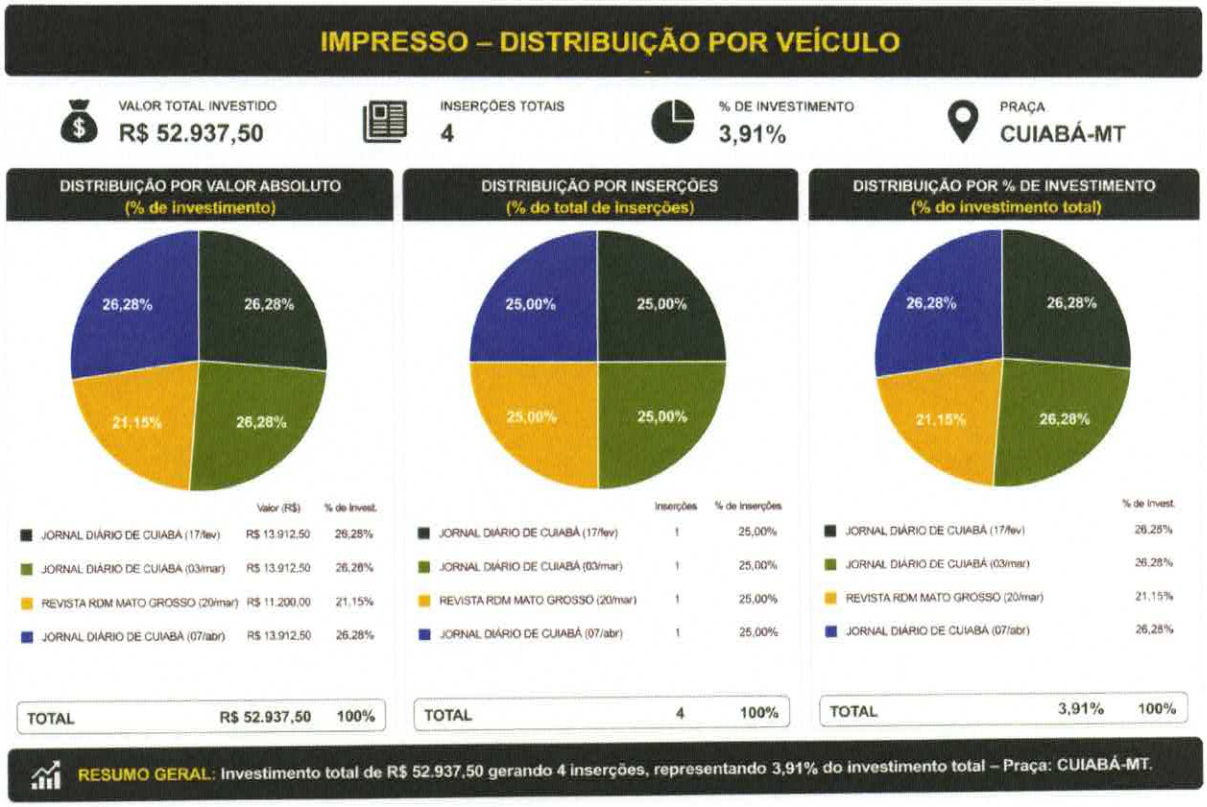
PERFIL SÓCIO-ECONÔMICO DOS LEITORES
58% pertencem às classes A e B
42% pertencem às classes C e D
68% de nível médio ou superior
65% ocupam cargos de direção

SEGMENTO DE DISTRIBUIÇÃO
35% Condomínios
21% Outros municípios
17% Empresas privadas
14% Indústrias
08% Órgãos públicos
05% Outros



Esse perfil tem o hábito consolidado de consumir jornais e revistas como fonte confiável de informação, o que garante maior credibilidade, atenção e tempo de exposição às mensagens. Dentro dessa estratégia, o Jornal Diário de Cuiabá se destaca como veículo de relevância regional, com tiragem de 16.500 exemplares e ampla distribuição em Cuiabá. A campanha contará com anúncios em formato de ½ página no dia 17 de fevereiro, 3 de março e 7 de abril, reforçando a presença da mensagem em momentos estratégicos e junto a um público influente e decisor.

Impresso (Revista) - Esse meio apresenta participação de 19,1%, reforçando sua relevância na construção de imagem e posicionamento. Além de complementar o plano de mídia, a revista impressa permite alcançar um público mais segmentado e qualificado. Nesse contexto, a Revista RDM Mato Grosso com penetração regional e perfil editorial alinhado ao público de interesse, possui tiragem mensal de 2.000 exemplares e circulação concentrada em Cuiabá, a veiculação de um anúncio de página inteira em março garante visibilidade, impacto visual e maior tempo de contato com a mensagem, contribuindo para o fortalecimento da campanha e da comunicação institucional.

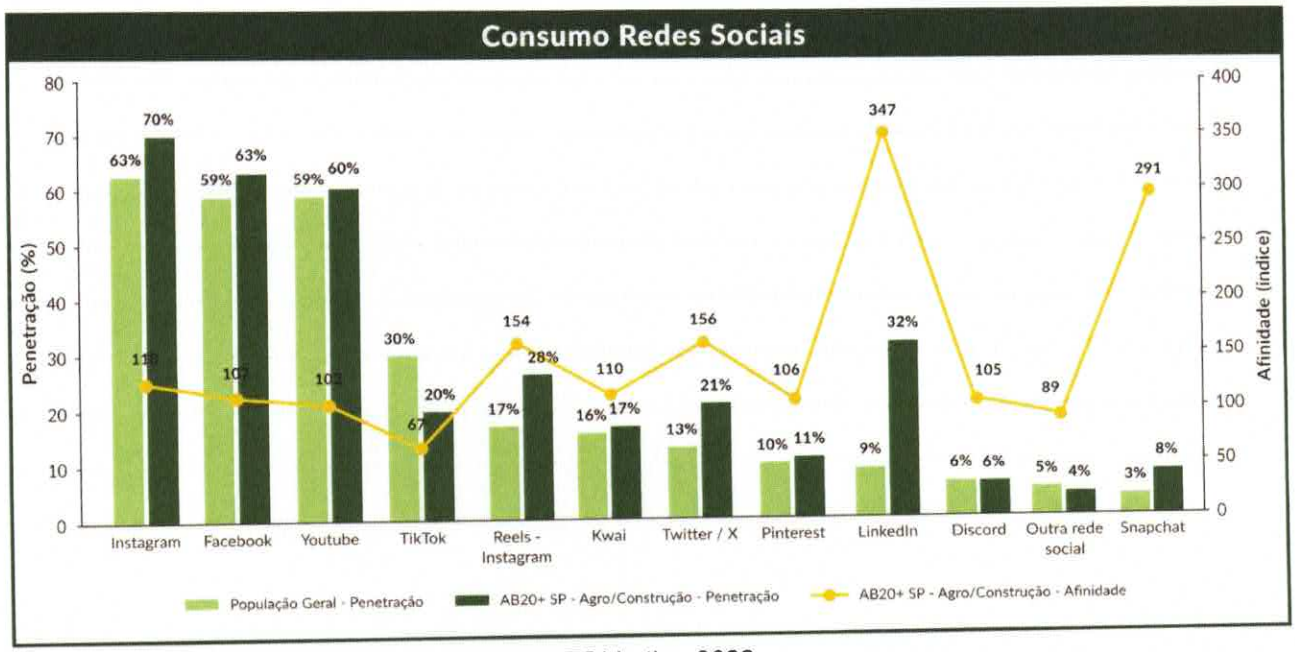


Formas inovadoras de comunicação – A mídia digital ocupa a 1ª posição em penetração, alcançando 93,2% da população (Fonte: Target Group Index – BR TG 2024 R1 – abril/23 a abril/24), o que a consolida como o principal meio para garantir escala e eficiência na comunicação. A campanha fará uso de segmentação geográfica, assegurando cobertura integral de Cuiabá, tanto em áreas urbanas quanto rurais. Essa abordagem permite ampliar o alcance de forma estratégica, garantindo acesso democrático à informação e maior eficiência na distribuição das mensagens.
A comunicação será direcionada a indivíduos acima de 18 anos, de todas as classes sociais, com base em interesses e comportamentos de navegação. Esse nível de segmentação possibilita personalizar o conteúdo de acordo com o perfil do usuário, tornando a mensagem mais relevante e, consequentemente, elevando as taxas de visualização, engajamento e conversão. Além disso, o uso de tecnologias avançadas reduz a dispersão da mídia, concentrando esforços nos públicos com maior potencial de adesão.

A veiculação ocorrerá de forma integrada em diferentes ambientes digitais, como redes sociais, portais de conteúdo, aplicativos e plataformas de vídeo, garantindo maior frequência de exposição e acompanhando o público ao longo de toda a sua jornada digital. Com isso, a campanha amplia sua presença em múltiplos pontos de contato, reforçando o estímulo à adesão ao programa Nota Cuiabana.

Nesse contexto, a mídia digital segmentada se consolida como um dos principais pilares da estratégia, ao aliar alto alcance, precisão na entrega, além de permitir a mensuração em tempo real e otimização contínua dos investimentos. Esses fatores contribuem diretamente para a maximização dos resultados e para a eficiência global da comunicação.

O objetivo central é divulgar o lançamento do sistema de cashback e impulsionar a adesão ao programa, por meio de um ecossistema integrado de canais digitais, incluindo mídia programática (display, vídeo e áudio), Google Search, YouTube Ads, TV Conectada, Meta Ads (Facebook e Instagram) e TikTok Ads. Para essa frente, está previsto um investimento de R$ 450 mil, com veiculação no período de 09/02/2026 a 09/04/2026, garantindo consistência na exposição e construção progressiva de conhecimento e engajamento ao longo da campanha.



Fonte: TG BR 2023 R4 (Pessoas) – Copyright TGI Latina 2023

Canais Escolhidos:

Programática Display

Objetivo: Alcance
Formato de Anúncio: Banner
Métrica de Compra: CPM

Programática Vídeo

Objetivo: Visualização de Vídeo
Formato de Anúncio: Vídeo
Métrica de Compra: CPM
KPI: CPV

Programática Áudio

Objetivo: Escutas de Áudio
Plataformas: Combo Áudio (Spotify, Deezer, Rádios Online e Podcasts)
Formato de Anúncio: Spots de Áudio
Métrica de Compra: CPM
KPI: CPEsc

CTV

Objetivo: Alcance
Formato de Anúncio: Vídeo
Métrica de Compra: CPM
KPI: CPM

YouTube

Objetivo: Conhecimento de Marca/Visualização de Vídeo,
Formato de Anúncio: Trueview InStream Pulável
Métrica de Compra: CPV

Meta

Objetivo: Alcance
Plataforma: Facebook, Instagram
Formato de Anúncio: Imagem Estática, Vídeo, Carrossel, Apresentação Multimídia & Coleção
KPI: CPMA

TikTok

Objetivo: Visualização de Vídeo

Formato de Anúncio: Vídeo

Métrica de Compra: CPV

KPI: CPV

Programática Display e Vídeo

Objetivo: Alcance e Visualização de Vídeo

Dispositivos: Desktop e Mobile

Formato de Anúncio:
Banner -
JPG, PNG, GIF ou HTML5, 300×250, 728×90, 300×50, 336×280, 160×600

Vídeo - MP4 ou MOV, até 30s, 300MB + banner companheiro 300×250, 20KB

Programática Áudio

Objetivo: Escutas de Áudio

Plataforma: Combo Áudio (Spotify, Deezer, Rádios Online e Podcasts)

Dispositivos: Desktop e Mobile

Formato de Anúncio:
Spots de Áudio em MP3 ou MP4 até 30s + banner companheiro
(640×640 ou 301×301)

Google Ads - Search

Objetivo: Tráfego para o Site

Plataforma: Rede de Pesquisa Google

Formato de Anúncio: Texto

Métrica de Compra: CPC

KPI: CPC

Configurações de Campanha

Dados Demográficos: Feminino e Masculino, classe social ABCD, faixa etária 18+

Região Geográfica: Cuiabá

Dados Third Party

- Homens e Mulheres, acima de 18 anos e todas as rendas
- Interesse: Leitores ávidos de notícias

Sitelist

- **Notícias Nacionais:** IG, G1, Terra, Uol, Msn, Exame Abril, Estadão, Sbt, Isto É, Super Abril, BR Acontece, Gazeta da Semana, Gazeta Virtual, ABC Agora, Veja Brasil, Diário Popular, Jornal do Povo, Correio do Povo, Extra Globo, Meia Hora IG, O Globo, entre outros.
- **Notícias Locais:** Diário de Cuiabá, Cenário MT, Agora MT, Gazeta Digital, Primeira Hora, Só Notícias, MT Agora, RD News, Top News, Na Mira MT, entre outros.

Configurações de Campanha

Dados Demográficos: Feminino e Masculino, classe social ABCD, faixa etária 18+

Região Geográfica: Cuiabá

Segmentação: Usuários Free das plataformas Spotify e Deezer e ouvintes de Podcast e Rádio Online.

Exemplos de rádios online e podcasts:
Rádio Cidade • Bloomberg Radio • Nova Brasil FM • Sua Música • Nova FM Campinas • Áudio Globo • Mix Rio • Jovem Pan • CBN

CTV

Objetivo: Alcance

Dispositivos: Smarts TVs, Dispositivos de Streaming Hardware e Console de Jogos

Formato de Anúncio: Vídeos até 30 segundos

Configurações de Campanha

Dados Demográficos: Feminino e Masculino, classe social ABCD, faixa etária 18+

Região Geográfica: Cuiabá

Segmentação: | Notícias

Exemplos de Publishers: LG, Pluto, Samsung, Tastemade, Xumo, Jukin Media, Plex, Runtime, TCL, Univision, Viki

Exemplos de Canais: Tastemade, Fashion TV, Love Nature, Fashion Stream, Estilo de Vida, Kfood, Masterchef, Jovem Pan, TV Cultura, Record TV, Porta dos Fundos, Comedy Central, Runtime, Netmovies, Cine Sucessos, Vix, Cine Terror, Record News, CNN, CBS, Bloomberg, MTV, Great Hits, Globo Esporte Fast, Hard Knocks, People Are Awesome, Pluto TV Esportes, Motorvision, Fifa +

Tiktok

Objetivo: Alcance

Dispositivos: Mobile (App)

Tipo de Compra: Leilão/Alcance e Frequência

Formato de Anúncio: Vídeo com duração entre 9 a 15 segundos

Componente Interativo (opcional): Display Premium ou Voting Stiker ou Gift Code Stiker ou Countdown Stiker.

Configurações de Campanha

Dados Demográficos: Feminino e Masculino, classe social ABCD, faixa etária 18+

Região Geográfica: Cuiabá

Segmentação: Ampla

Youtube Ads

Objetivo: Conhecimento de Marca/Visualização de Vídeo

Dispositivo: Desktop, Mobile e TV

Formato de Anúncio: Trueview InStream Pulável

Configurações de Campanha

Dados Demográficos: Feminino e Masculino, classe social ABCD, faixa etária 18+

Região Geográfica: Cuiabá

Segmentação: Ampla

Meta Ads

Objetivo: Alcance

Plataforma: Facebook, Instagram

Posicionamento: Manual

Dispositivos: Desktop e Mobile

Formato de Anúncio: Imagem Estática, Vídeo, Carrossel

Configurações de Campanha

Dados Demográficos: Feminino e Masculino, classe social ABCD, faixa etária 18+

Região Geográfica: Cuiabá

Segmentação: Ampla

Google - Search

Objetivo: Tráfego para o Site

Dispositivo: Desktop e Mobile

Plataforma: Rede de Pesquisa Google

Formato de Anúncio: Texto (Título e Descrição)

Configurações de Campanha

Quando você anuncia através de uma campanha Google Search seus anúncios podem ser exibido perto dos resultados de pesquisa quando alguém procura termos relacionados a uma das suas palavras-chave. Esse tipo de campanha é ideal para maximizar a performance na rede de pesquisa do Google.

O custo de CPC da proposta é estimado com base em histórico de campanhas Publya. A Publya realiza o planejamento de grupos de anúncios e palavras-chave após a aprovação da mídia. Sendo assim, o CPC pode sofrer variações após essa estruturação de campanha.

Dados Demográficos: Feminino e Masculino, classe social ABCD, faixa etária 18+

Região Geográfica: Cuiabá

FORMAS INOVADORAS DE COMUNICAÇÃO

CANAL	CAMPANHA E MATERIAIS	TIPO DE COMPRA	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	IMPRESSÕES ESTIMADAS CONTRATADAS	PRAÇA	TOTAL			PERFORMANCE (% do total de impressões / visualizações / cliques)
						VALOR UNITÁRIO	% DE INVEST. EM MÍDIA	VALOR ABSOLUTO	
PROGRAMÁTICA DISPLAY	ALCANCE SELECT PLUS - BANNER JPG, PNG, GIF OU HTML5 160X600PX, 300X50PX, 300X250PX, 336X280PX E 728X90PX	CPM	09/02/2026 À 09/04/2026	6.430.042 IMPRESSÕES	CUIABÁ	R$ 7,78	11,11%	R$ 50.000,00	38,94%
PROGRAMÁTICA VÍDEO	VISUALIZAÇÕES DE VÍDEO - SELECT PLUS - VÍDEO ATÉ 30" + BANNER COMPANHEIRO 300X250PX	CPM		4.451.566 IMPRESSÕES		R$ 11,23	11,11%	R$ 50.000,00	26,97%
YOUTUBE	TRUE VIEW IN-STREAM PULÁVEL - CONHECIMENTO DE MARCA/VISUALIZAÇÃO DE VÍDEO 16" DESKTOP, MOBILE E TV	CPV		1.597.108 VISUALIZAÇÕES		R$ 0,05	16,67%	R$ 75.000,00	9,68%
PRIVATE DEAL (ÁUDIO)	ÁUDIO/COMBO (SPOTIFY, DEEZER, RÁDIOS ONLINE E PODCASTS), MOBILE E DESKTOP - SPOT 30" + BANNER COMPANHEIRO 301X301PX E 640X640PX	CPM		320.404 IMPRESSÕES		R$ 160,202	11,11%	R$ 50.000,00	1,94%
PRIVATE DEAL (CTV)	CTV/TV CONECTADA - ALCANCE EM SMARTS TVS, DISPOSITIVOS DE STREAMING HARDWARE E CONSOLE DE JOGOS) - VÍDEO ATÉ 30"	CPM		190.640 IMPRESSÕES		R$ 112,142	11,11%	R$ 50.000,00	1,16%
GOOGLE	REDE DE PESQUISA - TRÁFEGO PARA O SITE - DESKTOP E MOBILE	CPC		11.466 CLIQUES		R$ 4,36	11,11%	R$ 50.000,00	0,07%
TIKTOK	ALCANCE - PLUS - MOBILE (APP) - VÍDEO COM DURAÇÃO ENTRE 9 A 15 SEGUNDOS, INTERATIVO (OPCIONAL): DISPLAY PREMIUM OU VOTING STIKER OU GIF CODE STIKER OU COUNTDOWN STIKER	CPV		149.064 VISUALIZAÇÕES		R$ 0,34	11,11%	R$ 50.000,00	0,90%
META ADS (FACEBOOK + INSTAGRAM)	(POS. MANUAL) - ALCANCE E VISALIZAÇÃO DE VÍDEO - DESKTOP E MOBILE - IMAGEM ESTÁTICA, VÍDEO, CARROSSEL	CPM		3.194.214 IMPRESSÕES		R$ 23,48	16,67%	R$ 75.000,00	19,34%
TOTAL GERAL				16.344.504 TOTAL (IMPRESSÕES / VISUALIZAÇÕES / CLIQUES)			100%	R$ 450.000,00	

Estratégia de Não Mídia – Para potencializar a campanha junto aos servidores municipais e à população, a estratégia contará com uma landing page, que desempenhará papel fundamental na comunicação. Ela funcionará como o principal ambiente para aprofundamento das informações, validação das mensagens e conversão dos públicos, fortalecendo o relacionamento e o engajamento com a campanha. Enquanto as demais peças atuam despertando atenção, gerando interesse e apresentando os benefícios do Cashback Nota Cuiabana de forma mais sintética e contextual, a landing page concentra todas as informações necessárias para transformar curiosidade em adesão efetiva ao programa. É nesse espaço que o cidadão encontra explicações claras sobre o funcionamento do cashback, as formas de utilização dos créditos, os serviços participantes, a necessidade de cadastro e os benefícios gerados ao solicitar a nota fiscal de serviços.

Sua importância estratégica está diretamente ligada à necessidade de simplificar a compreensão de uma mecânica que envolve participação cidadã, geração de créditos e utilização posterior dos benefícios. Ao reunir essas informações em um único ambiente digital, a campanha reduz barreiras de entendimento, aumenta a sensação de segurança e fortalece a confiança do público na iniciativa. Além disso, a landing page permite aprofundar conteúdos que, por limitação de tempo ou espaço, não podem ser totalmente explorados em outros formatos.

Outro aspecto relevante é sua função como ponto de convergência de toda a estratégia de comunicação. Todas as peças da campanha direcionam o cidadão para a landing page por meio de URLs, QR Codes e chamadas para ação, transformando esse ambiente no principal destino da jornada de comunicação. A partir desse direcionamento, a campanha amplia sua capacidade de gerar leads qualificados e, consequentemente, potencializa o número de cadastros no Programa Nota Cuiabana. Dessa forma, a landing page não apenas concentra o tráfego oriundo das diferentes frentes de mídia: ela converte interesse em participação efetiva, funcionando como elo entre exposição publicitária e adesão prática ao programa.

A peça também contribui para a credibilidade institucional da campanha ao apresentar o Cashback Nota Cuiabana de forma transparente, acessível e organizada. Em uma estratégia baseada na construção de confiança e no estímulo à adesão voluntária, disponibilizar um ambiente dedicado exclusivamente ao detalhamento do programa fortalece a percepção de legitimidade da iniciativa e reforça a relação de reciprocidade entre Prefeitura e cidadão. Assim, a landing page deixa de ser apenas suporte informativo e passa a atuar como ferramenta estratégica de relacionamento, orientação e conversão dentro da campanha.

Canais Próprios de Comunicação - A campanha também será veiculada nos canais oficiais da Prefeitura de Cuiabá, aproveitando espaços já consolidados e acessados pela população em busca de informações e serviços públicos, o que amplia o alcance de forma orgânica e integrada, sem custos adicionais. As ações incluem:

Site Oficial da Prefeitura de Cuiabá

(https://www.cuiaba.mt.gov.br/secretarias/comunicacao): publicação orgânica de banner institucional e filme da campanha, garantindo ampla visibilidade no principal canal de comunicação do município.

Facebook da Prefeitura de Cuiabá (facebook.com/prefeituracba): divulgação em formato de post estático e filme, ampliando o alcance e a interação com os seguidores.

Instagram da Prefeitura de Cuiabá (@cuiabaprefeitura): publicações em post estático e vídeo, fortalecendo o engajamento em um ambiente de alto apelo visual.

Site do Programa Nota Cuiabana (www.notacuiabana.com.br): veiculação de banner e filme, direcionada diretamente ao público do programa.

Aplicativo Nota Cuiabana: exibição de banner e vídeo, garantindo comunicação direta com usuários ativos e maior recorrência de exposição da mensagem.

RESUMO GERAL - POR MEIO / VEÍCULOS

MEIO: TV ABERTA — **PERÍODO DE VEICULAÇÃO**

TV CENTRO AMÉRICA
ABRANGÊNCIA/ALCANCE: 1.787.554 TELESPECTADORES POTENCIAIS — FEVEREIRO DE 2026

PROGRAMAÇÃO	DIA / HORA	MATERIAL	1 D	2 S	3 T	4 Q	5 Q	6 S	7 S	8 D	9 S	10 T	11 Q	12 Q	13 S	14 S	15 D	16 S	17 T	18 Q	19 Q	20 S	21 S	22 D	23 S	24 T	25 Q	26 Q	27 S	28 S	INSERÇÃO	AUDIÊNCIA	IMPACTOS	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE %	CPM	VALOR UNITÁRIO	VALOR ABSOLUTO
BOM DIA MT	SEG A SEX: 06H00	VT 10"											1		1			1		1		1			1		1		1		8	8,58	63.187	505.496	62,00	9,37	R$ 591,75	R$ 4.734,00
BOM DIA BRASIL	SEG A SEX: 07H30	VT 10"																	1									1			2	10,44	75.455	150.910	56,00	8,36	R$ 630,90	R$ 1.261,80
ENCONTRO	SEG A SEX: 08H30	VT 30"												1							1										2	12,11	87.386	174.772	55,00	13,35	R$ 1.167,00	R$ 2.334,00
MAIS VOCÊ	SEG A SEX: 09H35	VT 30"										1														1					2	14,63	110.409	220.818	57,00	10,59	R$ 1.169,00	R$ 2.338,00
MT1	SEG A SÁB: 10H45	VT 30"									1																				1	17,19	130.743	130.743	57,00	25,48	R$ 3.331,00	R$ 3.331,00
É BEM MATO GROSSO	SÁBADO: 13H10	VT 30"														1							1							1	3	10,57	84.697	254.091	6,00	18,60	R$ 1.575,00	R$ 4.725,00
VIVER SERTANEJO	DOMINGO: 09H15	VT 30"																						1							1	8,20	65.540	65.540	51,00	64,04	R$ 4.197,00	R$ 4.197,00
FANTÁSTICO	DOMINGO: 19H30	VT 30"															1														1	21,69	198.635	198.635	69,00	43,40	R$ 8.621,00	R$ 8.621,00
			0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20			1.701.085				R$ 31.541,80

TV VILA REAL RECORD
ABRANGÊNCIA/ALCANCE: 1.805.601 TELESPECTADORES POTENCIAIS — FEVEREIRO DE 2026

PROGRAMAÇÃO	DIA / HORA	MATERIAL	1 D	2 S	3 T	4 Q	5 Q	6 S	7 S	8 D	9 S	10 T	11 Q	12 Q	13 S	14 S	15 D	16 S	17 T	18 Q	19 Q	20 S	21 S	22 D	23 S	24 T	25 Q	26 Q	27 S	28 S	INSERÇÃO	AUDIÊNCIA	IMPACTOS	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE %	CPM	VALOR UNITÁRIO	VALOR ABSOLUTO
A NOTÍCIA DE FRENTE	SEG A SEX: 06H05	VT 10"										1		1								1				1		1			5	0,69	6.097	30.485	13,49	47,07	R$ 287,00	R$ 1.435,00
FALA BRASIL	SEG A SEX: 07H30	VT 10"											1						1								1				3	0,30	2.651	7.953	15,03	122,22	R$ 324,00	R$ 972,00
HOJE EM DIA	SEG A SEX: 08H35	VT 10"																			1								1		2	1,25	11.046	13.808	10,31	82,85	R$ 572,00	R$ 1.144,00
CADEIA NELES	SEG A SEX: 10H30	VT 30"													1																1	4,19	37.026	37.026	20,59	133,07	R$ 4.927,00	R$ 4.927,00
JORNAL DO MEIO DIA	SEG A SEX: 12H00	VT 30"									1								1												2	3,41	30.133	60.266	12,35	85,09	R$ 2.564,00	R$ 5.128,00
BALANÇO GERAL MT TARDE	SEG A SEX: 12H50	VT 30"																		1											1	3,41	30.133	30.133	12,35	124,78	R$ 3.760,00	R$ 3.760,00
CIDADE ALERTA MT	SEG A SEX: 17H50	VT 30"																								1					1	3,67	32.430	32.430	12,52	106,63	R$ 3.458,00	R$ 3.458,00
REVISTA SERTANEJA	SÁBADO: 12H00	VT 10"														1							1							1	3	3,32	29.338	88.014	12,43	32,79	R$ 962,00	R$ 2.886,00
DOMINGO ESPETACULAR	DOMINGO: 18H30	VT 30"															1														1	4,76	45.062	45.062	11,20	110,18	R$ 4.965,00	R$ 4.965,00
ESPORTE RECORD	DOMINGO: 22H00	VT 10"																						1							1	4,76	42.062	42.062	11,20	28,43	R$ 1.196,00	R$ 1.196,00
			0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20			387.239				R$ 29.871,00

TV SBT CUIABÁ
ABRANGÊNCIA/ALCANCE: 1.012.425 TELESPECTADORES POTENCIAIS — FEVEREIRO DE 2026

PROGRAMAÇÃO	DIA / HORA	MATERIAL	1 D	2 S	3 T	4 Q	5 Q	6 S	7 S	8 D	9 S	10 T	11 Q	12 Q	13 S	14 S	15 D	16 S	17 T	18 Q	19 Q	20 S	21 S	22 D	23 S	24 T	25 Q	26 Q	27 S	28 S	INSERÇÃO	AUDIÊNCIA	IMPACTOS	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE %	VALOR UNITÁRIO	VALOR ABSOLUTO
SBT COMUNIDADE	SEG A SEX: 10H45	VT 30"									1		1		1				1		1				1				1		7	1,11	8.926	62.482	8,09	R$ 2.741,00	R$ 19.187,00
PRIMEIRO IMPACTO	SEG A SEX: 07H30	VT 30"										1		1				1		1		1						1			6	0,56	4.532	27.192	6,01	R$ 720,00	R$ 4.320,00
SBT NOTÍCIAS 1ª EDIÇÃO NACIONAL	SÁBADO: 10H00	VT 30"														1							1							1	3	0,48	4.035	12.105	2,88	R$ 979,00	R$ 2.937,00
SBT SPORTS	DOMINGO: 05H30	VT 30"															1							1							2	1,17	9.775	19.550	5,89	R$ 1.183,00	R$ 2.366,00
			0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	18			121.329				R$ 28.810,00

TV CIDADE VERDE
ABRANGÊNCIA/ALCANCE: 997.000 TELESPECTADORES POTENCIAIS — FEVEREIRO DE 2026

PROGRAMAÇÃO	DIA / HORA	MATERIAL	1 D	2 S	3 T	4 Q	5 Q	6 S	7 S	8 D	9 S	10 T	11 Q	12 Q	13 S	14 S	15 D	16 S	17 T	18 Q	19 Q	20 S	21 S	22 D	23 S	24 T	25 Q	26 Q	27 S	28 S	INSERÇÃO	AUDIÊNCIA	IMPACTOS	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE %	VALOR UNITÁRIO	VALOR ABSOLUTO
PROGRAMA DO POP (VIVO)	SEG A SEX: 11H00	VT 30"									1						1														2	0,37	3.003	6.006	2,52	R$ 10.782,00	R$ 21.564,00
			0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2			6.006				R$ 21.564,00

TV BAND MT - CUIABÁ
ABRANGÊNCIA/ALCANCE: 1.121.744 TELESPECTADORES POTENCIAIS — FEVEREIRO DE 2026

PROGRAMAÇÃO	DIA / HORA	MATERIAL	1 D	2 S	3 T	4 Q	5 Q	6 S	7 S	8 D	9 S	10 T	11 Q	12 Q	13 S	14 S	15 D	16 S	17 T	18 Q	19 Q	20 S	21 S	22 D	23 S	24 T	25 Q	26 Q	27 S	28 S	INSERÇÃO	AUDIÊNCIA	IMPACTOS	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE %	VALOR UNITÁRIO	VALOR ABSOLUTO
BORA BRASIL	SEG A SEX: 08H00	VT 10"											1		1			1				1			1				1		6	0,72	6.046	36.276	5,12	R$ 515,50	R$ 3.093,00
JOGO ABERTO	SEG A SEX: 10H00	VT 10"										1		1						1											3	0,80	6.674	20.022	4,10	R$ 1.505,50	R$ 4.516,50
MELHOR DA TARDE	SEG A SEX: 13H30	VT 10"																	1		1									1	3	0,11	899	2.697	0,86	R$ 1.448,00	R$ 4.344,00
BRASIL URGENTE	SEG A SÁB: 15H00	VT 30"									1																1				2	0,12	1.008	2.016	1,72	R$ 3.551,00	R$ 7.102,00
BAND ESPORTE CLUBE	SÁBADO: 12H30	VT 30"														1															1	0,54	4.506	4.506	0,75	R$ 2.398,00	R$ 2.398,00
SHOW DO ESPORTE	DOMINGO: 12H30	VT 30"																						1							1	0,09	735	735	0,50	R$ 2.398,00	R$ 2.398,00
			0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	16			66.252				R$ 23.851,50

MEIO: TV ABERTA — **PERÍODO DE VEICULAÇÃO**

TV CENTRO AMÉRICA
ABRANGÊNCIA/ALCANCE: 1.787.554 TELESPECTADORES POTENCIAIS — MARÇO DE 2026

PROGRAMAÇÃO	DIA / HORA	MATERIAL	1 D	2 S	3 T	4 Q	5 Q	6 S	7 S	8 D	9 S	10 T	11 Q	12 Q	13 S	14 S	15 D	16 S	17 T	18 Q	19 Q	20 S	21 S	22 D	23 S	24 T	25 Q	26 Q	27 S	28 S	29 D	30 S	31 T	INSERÇÃO	AUDIÊNCIA	IMPACTOS	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE %	CPM	VALOR UNITÁRIO	VALOR ABSOLUTO
BOM DIA MT	SEG A SEX: 06H00	VT 10"		1		1							1					1		1					1			1			1			9	8,58	63.187	568.683	62,00	9,37	R$ 591,75	R$ 5.325,75
BOM DIA BRASIL	SEG A SEX: 07H30	VT 10"					1				1		1		1				1			1				1			1				1	7	10,44	75.455	528.185	56,00	8,36	R$ 630,90	R$ 4.416,30
ENCONTRO	SEG A SEX: 08H30	VT 30"			1							1							1															3	12,11	87.386	262.158	55,00	13,35	R$ 1.167,00	R$ 3.501,00
MAIS VOCÊ	SEG A SEX: 09H35	VT 30"																										1						1	14,63	110.409	110.409	57,00	10,59	R$ 1.169,00	R$ 1.169,00
MT1	SEG A SÁB: 10H45	VT 30"						1														1												2	17,19	130.743	261.486	57,00	25,48	R$ 3.331,00	R$ 6.662,00
É BEM MATO GROSSO	SÁBADO: 13H10	VT 30"					1								1								1								1			4	10,57	84.697	338.788	6,00	18,60	R$ 1.575,00	R$ 6.300,00
ESPORTE ESPETACULAR	DOMINGO: 10H10	VT 10"	1														1														1			3	8,20	65.540	196.620	51,00	21,89	R$ 1.434,60	R$ 4.303,80
TEMPERATURA MÁXIMA	DOMINGO: 12H55	VT 10"							1															1										2	21,69	198.635	397.270	69,00	4,42	R$ 878,85	R$ 1.757,70
			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	31			2.663.599				R$ 33.435,55

TV VILA REAL RECORD
ABRANGÊNCIA/ALCANCE: 1.805.601 TELESPECTADORES POTENCIAIS

MARÇO DE 2026

PROGRAMAÇÃO	DIA / HORA	MATERIAL	1 D	2 S	3 T	4 Q	5 Q	6 S	7 S	8 D	9 S	10 T	11 Q	12 Q	13 S	14 S	15 D	16 S	17 T	18 Q	19 Q	20 S	21 S	22 D	23 S	24 T	25 Q	26 Q	27 S	28 S	29 D	30 S	31 T	TOTAL INSERÇÃO	AUDIÊNCIA	IMPACTOS	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE %	CPM	VALOR UNITARIO	VALOR ABSOLUTO
A NOTÍCIA DE FRENTE	SEG A SEX: 06H05	VT 10"		1		1			1			1			1			1			1			1									1	11	0,69	6.097	67.067	13,49	47,07	R$ 287,00	R$ 3.157,00
FALA BRASIL	SEG A SEX: 07H30	VT 30"											1														1					1		3	0,30	2.651	7.953	15,03	339,12	R$ 899,00	R$ 2.697,00
HOJE EM DIA	SEG A SEX: 08H35	VT 10"				1					1										1					1								4	1,25	11.046	13.808	10,31	165,71	R$ 572,00	R$ 2.288,00
CADEIA NELES	SEG A SEX: 10H30	VT 10"			1																													1	4,19	37.026	37.026	20,59	47,91	R$ 1.774,00	R$ 1.774,00
BALANÇO GERAL MT TARDE	SEG A SEX: 12H50	VT 10"											1															1						2	3,41	30.133	60.266	12,35	44,93	R$ 1.354,00	R$ 2.708,00
CIDADE ALERTA MT	SEG A SEX: 17H50	VT 10"																	1																1	3,67	32.430	32.430	12,52	38,39	R$ 1.245,00	R$ 1.245,00
REVISTA SERTANEJA	SÁBADO: 12H00	VT 10"						1								1							1							1					4	3,32	29.338	117.352	12,43	32,79	R$ 962,00	R$ 3.848,00
DOMINGO ESPETACULAR	DOMINGO: 18H30	VT 10"							1															1											2	4,76	45.062	90.124	11,20	39,68	R$ 1.787,00	R$ 3.574,00
ESPORTE RECORD	DOMINGO: 22H00	VT 10"	1														1														1				3	4,76	42.062	126.186	11,20	28,43	R$ 1.196,00	R$ 3.588,00
			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1								
																																		31			552.212				R$ 24.879,00

TV SBT CUIABA
ABRANGÊNCIA/ALCANCE: 1.012.425 TELESPECTADORES POTENCIAIS

MARÇO DE 2026

PROGRAMAÇÃO	DIA / HORA	MATERIAL	1 D	2 S	3 T	4 Q	5 Q	6 S	7 S	8 D	9 S	10 T	11 Q	12 Q	13 S	14 S	15 D	16 S	17 T	18 Q	19 Q	20 S	21 S	22 D	23 S	24 T	25 Q	26 Q	27 S	28 S	29 D	30 S	31 T	TOTAL INSERÇÃO	AUDIÊNCIA	IMPACTOS	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE %	VALOR UNITARIO	VALOR ABSOLUTO
SBT COMUNIDADE	SEG A SEX: 10H40	VT 30"		1									1				1																	3	1,11	8.926	26.778	8,09	R$ 2.741,00	R$ 8.223,00
PRIMEIRO IMPACTO	SEG A SEX: 07H30	VT 30"				1					1								1								1		1					1	6	0,56	4.532	27.192	6,01	R$ 720,00	R$ 4.320,00
SBT NOTÍCIAS 1ª EDIÇÃO NACIONAL	SÁBADO: 10H00	VT 30"						1								1							1							1					4	0,48	4.035	16.140	2,88	R$ 979,00	R$ 3.916,00
SBT SPORTS	DOMINGO: 06H30	VT 30"	1						1								1							1							1				5	1,17	9.775	48.875	5,89	R$ 1.183,00	R$ 5.915,00
			1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1							
																																		18			118.985			R$ 22.374,00

TV CIDADE VERDE
ABRANGÊNCIA/ALCANCE: 997.000 TELESPECTADORES POTENCIAIS

MARÇO DE 2026

PROGRAMAÇÃO	DIA / HORA	MATERIAL	1 D	2 S	3 T	4 Q	5 Q	6 S	7 S	8 D	9 S	10 T	11 Q	12 Q	13 S	14 S	15 D	16 S	17 T	18 Q	19 Q	20 S	21 S	22 D	23 S	24 T	25 Q	26 Q	27 S	28 S	29 D	30 S	31 T	TOTAL INSERÇÃO	AUDIÊNCIA	IMPACTOS	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE %	VALOR UNITARIO	VALOR ABSOLUTO
PROGRAMA DO POP (VIVO)	SEG A SEX: 11H00	VT 30"		1														1																2	0,37	3.003	6.006	2,52	R$ 10.782,00	R$ 21.564,00
			0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
																																		2			6.006			R$ 21.564,00

TV BAND MT - CUIABA
ABRANGÊNCIA/ALCANCE: 1.121.744 TELESPECTADORES POTENCIAIS

MARÇO DE 2026

PROGRAMAÇÃO	DIA / HORA	MATERIAL	1 D	2 S	3 T	4 Q	5 Q	6 S	7 S	8 D	9 S	10 T	11 Q	12 Q	13 S	14 S	15 D	16 S	17 T	18 Q	19 Q	20 S	21 S	22 D	23 S	24 T	25 Q	26 Q	27 S	28 S	29 D	30 S	31 T	TOTAL INSERÇÃO	AUDIÊNCIA	IMPACTOS	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE %	VALOR UNITARIO	VALOR ABSOLUTO
BORA BRASIL	SEG A SEX: 08H00	VT 10"		1				1			1				1			1				1			1					1				9	0,72	6.046	54.414	5,12	R$ 515,50	R$ 4.639,50
JOGO ABERTO	SEG A SEX: 10H00	VT 10"				1														1														2	0,80	6.674	13.348	4,10	R$ 1.505,50	R$ 3.011,00
MELHOR DA TARDE	SEG A SEX: 13H30	VT 30"											1																1						2	0,11	899	1.798	0,86	R$ 2.896,00	R$ 5.792,00
BRASIL URGENTE	SEG A SÁB: 15H00	VT 10"														1															1					2	0,12	1.008	2.016	1,72	R$ 1.775,50	R$ 3.551,00
BAND ESPORTE CLUBE	SÁBADO: 12H30	VT 10"								1																										1	0,54	4.506	4.506	0,75	R$ 1.199,00	R$ 1.199,00
SHOW DO ESPORTE	DOMINGO: 12H30	VT 10"																						1												1	0,09	735	735	0,50	R$ 1.199,00	R$ 1.199,00
			0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0								
																																			17			76.817			R$ 19.391,50

MEIO: TV ABERTA
TV CENTRO AMÉRICA
ABRANGÊNCIA/ALCANCE: 1.787.554 TELESPECTADORES POTENCIAIS

PERÍODO DE VEICULAÇÃO
ABRIL DE 2026

PROGRAMAÇÃO	DIA / HORA	MATERIAL	1 Q	2 Q	3 S	4 S	5 D	6 S	7 T	8 Q	9 Q	10 S	11 S	12 D	13 S	14 T	15 Q	16 Q	17 S	18 S	19 D	20 S	21 T	22 Q	23 Q	24 S	25 S	26 D	27 S	28 T	29 Q	30 Q	TOTAL INSERÇÃO	AUDIÊNCIA	IMPACTOS	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE %	CPM	VALOR UNITARIO	VALOR ABSOLUTO
BOM DIA MT	SEG A SEX: 06H00	VT 10"		1						1																							2	8,58	63.187	126.374	62,00	9,02	R$ 570,15	R$ 1.140,30
BOM DIA BRASIL	SEG A SEX: 07H30	VT 10"					1																										1	10,44	75.455	75.455	56,00	8,21	R$ 619,20	R$ 619,20
ENCONTRO	SEG A SEX: 08H30	VT 30"			1																												1	12,11	87.386	87.386	55,00	13,35	R$ 1.167,00	R$ 1.167,00
MAIS VOCÊ	SEG A SEX: 09H35	VT 30"						1																										1	14,63	110.409	110.409	57,00	10,59	R$ 1.169,00	R$ 1.169,00
MT1	SEG A SÁB: 10H45	VT 30"	1								1																							2	17,19	130.743	261.486	57,00	23,59	R$ 3.084,00	R$ 6.168,00
É DE CASA	SÁBADO: 07H30	VT 30"				1																												1	10,57	84.697	84.697	60,00	12,61	R$ 1.058,00	R$ 1.058,00
ESPORTE ESPETACULAR	DOMINGO: 10H10	VT 30"					1																											1	9,30	72.094	72.094	51,00	43,35	R$ 3.125,00	R$ 3.125,00
			1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0								
																																	9			817.901			R$ 14.456,50

TV VILA REAL RECORD
ABRANGÊNCIA/ALCANCE: 1.805.601 TELESPECTADORES POTENCIAIS

ABRIL DE 2026

PROGRAMAÇÃO	DIA / HORA	MATERIAL	1 Q	2 Q	3 S	4 S	5 D	6 S	7 T	8 Q	9 Q	10 S	11 S	12 D	13 S	14 T	15 Q	16 Q	17 S	18 S	19 D	20 S	21 T	22 Q	23 Q	24 S	25 S	26 D	27 S	28 T	29 Q	30 Q	TOTAL INSERÇÃO	AUDIÊNCIA	IMPACTOS	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE %	CPM	VALOR UNITARIO	VALOR ABSOLUTO
A NOTÍCIA DE FRENTE	SEG A SEX: 06H05	VT 30"					1																										1	0,69	6.097	6.097	13,49	130,88	R$ 798,00	R$ 798,00
FALA BRASIL	SEG A SÁB: 07H30	VT 30"			1					1																							2	0,30	2.651	5.302	15,03	339,12	R$ 899,00	R$ 1.798,00
HOJE EM DIA	SEG A SEX: 08H35	VT 10"						1																										1	1,25	11.046	11.046	10,31	51,78	R$ 572,00	R$ 572,00
JORNAL DO MEIO DIA	SEG A SEX: 12H00	VT 30"	1																															1	4,38	38.704	38.704	14,71	66,25	R$ 2.564,00	R$ 2.564,00
BALANÇO GERAL MT TARDE	SEG A SEX: 12H50	VT 10"								1																								1	3,41	30.133	30.133	12,35	44,93	R$ 1.354,00	R$ 1.354,00
CIDADE ALERTA MT	SEG A SEX: 17H50	VT 10"		1																														1	3,67	32.430	32.430	12,52	38,39	R$ 1.245,00	R$ 1.245,00
REVISTA SERTANEJA	SÁBADO: 12H00	VT 10"				1																												1	3,32	29.338	29.338	12,43	32,79	R$ 962,00	R$ 962,00
DOMINGO ESPETACULAR	DOMINGO: 18H30	VT 10"					1																											1	4,76	42.062	42.062	11,20	42,48	R$ 1.787,00	R$ 1.787,00
			1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0								
																																		9			195.112			R$ 11.080,00

TV SBT CUIABA ABRANGÊNCIA/ALCANCE: 1.012.425 TELESPECTADORES POTENCIAIS			ABRIL DE 2026																													TOTAL						
PROGRAMAÇÃO	DIA / HORA	MATERIAL	1 Q	2 Q	3 S	4 S	5 D	6 S	7 T	8 Q	9 Q	10 S	11 S	12 D	13 S	14 T	15 Q	16 Q	17 S	18 S	19 D	20 S	21 T	22 Q	23 Q	24 S	25 S	26 D	27 S	28 T	29 Q	30 Q	INSERÇÃO	AUDIÊNCIA	IMPACTOS	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE %	VALOR UNITARIO	VALOR ABSOLUTO
SBT COMUNIDADE	SEG A SEX: 10H45	VT 30"	1																													1	1,11	8.926	8.926	8,09	R$ 2.741,00	R$ 2.741,00
PRIMEIRO IMPACTO	SEG A SEX: 07H30	VT 30"			1			1		1																						3	0,56	4.532	13.596	6,01	R$ 720,00	R$ 2.160,00
PROGRAMA DO RATINHO	SEG A SEX: 20H30	VT 30"		1																												1	0,96	8.031	8.031	2,59	R$ 3.210,00	R$ 3.210,00
THE NOITE	SEG A SEX: 23H00	VT 30"							1																							1	0,07	595	595	4,35	R$ 2.122,00	R$ 2.122,00
			1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6			31.148			R$ 10.233,00

TV CIDADE VERDE ABRANGÊNCIA/ALCANCE: 997 000 TELESPECTADORES POTENCIAIS			ABRIL DE 2026																													TOTAL						
PROGRAMAÇÃO	DIA / HORA	MATERIAL	1 Q	2 Q	3 S	4 S	5 D	6 S	7 T	8 Q	9 Q	10 S	11 S	12 D	13 S	14 T	15 Q	16 Q	17 S	18 S	19 D	20 S	21 T	22 Q	23 Q	24 S	25 S	26 D	27 S	28 T	29 Q	30 Q	INSERÇÃO	AUDIÊNCIA	IMPACTOS	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE %	VALOR UNITARIO	VALOR ABSOLUTO
PROGRAMA DO POP (VIVO)	SEG A SEX: 11H00	VT 30"	1																													1	0,37	3.003	3.003	2,52	R$ 10.782,00	R$ 10.782,00
			1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1			3.003			R$ 10.782,00

TV BAND MT - CUIABA ABRANGÊNCIA/ALCANCE: 1.121.744 TELESPECTADORES POTENCIAIS			ABRIL DE 2026																													TOTAL						
PROGRAMAÇÃO	DIA / HORA	MATERIAL	1 Q	2 Q	3 S	4 S	5 D	6 S	7 T	8 Q	9 Q	10 S	11 S	12 D	13 S	14 T	15 Q	16 Q	17 S	18 S	19 D	20 S	21 T	22 Q	23 Q	24 S	25 S	26 D	27 S	28 T	29 Q	30 Q	INSERÇÃO	AUDIÊNCIA	IMPACTOS	TOTAL DE IMPACTOS	SHARE %	VALOR UNITARIO	VALOR ABSOLUTO
BORA BRASIL	SEG A SEX: 08H00	VT 10"			1					1																						2	0,72	6.046	12.092	5,12	R$ 515,50	R$ 1.031,00
JOGO ABERTO	SEG A SEX: 10H00	VT 30"	1					1																								2	0,80	6.674	13.348	4,10	R$ 3.011,00	R$ 6.022,00
SHOW DO ESPORTE	DOMINGO: 12H30	VT 30"					1																									1	0,14	1.140	1.140	0,57	R$ 2.398,00	R$ 2.398,00
			1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5			26.580			R$ 9.451,00

VALOR ABSOLUTO TOTAL MIDIA TV ABERTA	205					R$ 313.284,85

MEIO: RÁDIO — PERÍODO DE VEICULAÇÃO — FEVEREIRO DE 2026

VEÍCULO	PROGRAMAÇÃO	MATERIAL	1 D	2 S	3 T	4 Q	5 Q	6 S	7 S	8 D	9 S	10 T	11 Q	12 Q	13 S	14 S	15 D	16 S	17 T	18 Q	19 Q	20 S	21 S	22 D	23 S	24 T	25 Q	26 Q	27 S	28 S	TOTAL INSERÇÃO	TOTAL PRAÇA	TOTAL OUVINTES POR MINUTO	TOTAL IMPACTOS	TOTAL VALOR UNITÁRIO	TOTAL VALOR ABSOLUTO
RÁDIO GAZETA 99,9 FM	ROTATIVO	SPOT 30" E JINGLE 30"									1		1		1			1		1		1			1		1		1			9	CUIABÁ-MT	24.194,15	217.747	R$ 820,80	R$ 7.387,20
RÁDIO BAND 101,1 FM	ROTATIVO 06-19H	SPOT 30" E JINGLE 30"									4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4	4			64	CUIABÁ-MT	10.973,07	702.276	R$ 153,30	R$ 9.811,20
RÁDIO VILA REAL 98,3 FM	ROTATIVO - 04H ÀS 24H	SPOT 30" E JINGLE 30"										1		1					1		1					1		1					6	CUIABÁ-MT	9.272,45	55.635	R$ 746,00	R$ 4.476,00
RÁDIO CENTRO AMÉRICA 99,1 FM	ROTATIVO - 08H ÀS 20H59	SPOT 30" E JINGLE 30"									4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4	4			64	CUIABÁ-MT	4.733,48	302.943	R$ 257,00	R$ 16.448,00
RÁDIO MASSA FM 90,1	ROTATIVO 2 - 06H ÀS 00H00	SPOT 30" E JINGLE 30"									4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4	4			84	CUIABÁ-MT	3.723,16	238.282	R$ 288,00	R$ 18.304,00
RÁDIO NATIVA 94,3 FM	ROTATIVO 24H	SPOT 30" E JINGLE 30"									4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4	4			64	CUIABÁ-MT	2.980,01	190.721	R$ 205,00	R$ 13.120,00
RÁDIO CULTURA 90,7 FM	ROTATIVO	SPOT 30" E JINGLE 30"									1		1		1			1		1		1			1		1		1				9	CUIABÁ-MT	2.270,20	20.432	R$ 649,00	R$ 5.841,00
RÁDIO JOVEM PAN 90,9 FM	ROTATIVO 24H	SPOT 30" E JINGLE 30"									4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4	4			64	CUIABÁ-MT	1.478,17	94.603	R$ 209,64	R$ 13.416,96
RÁDIO CAPITAL 101,9 FM	ROTATIVO	SPOT 30" E JINGLE 30"									4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4	4			64	CUIABÁ-MT	1.240,94	79.420	R$ 140,00	R$ 8.960,00
RÁDIO CBN 95,9 FM	INDETERMINADO 06H ÀS 20H	SPOT 30" E JINGLE 30"										1		1					1		1					1		1					6	CUIABÁ-MT	1.097,43	6.585	R$ 649,40	R$ 3.896,40
			0	0	0	0	0	0	0	0	26	28	28	26	26	0	0	26	26	26	26	28	0	0	26	26	26	26	24	0	0	0	414			1.908.644		R$ 101.660,76

MEIO: RÁDIO — PERÍODO DE VEICULAÇÃO — MARÇO DE 2026

VEÍCULO	PROGRAMAÇÃO	MATERIAL	1 D	2 S	3 T	4 Q	5 Q	6 S	7 S	8 D	9 S	10 T	11 Q	12 Q	13 S	14 S	15 D	16 S	17 T	18 Q	19 Q	20 S	21 S	22 D	23 S	24 T	25 Q	26 Q	27 S	28 S	29 D	30 S	31 T	TOTAL INSERÇÃO	TOTAL PRAÇA	TOTAL OUVINTES POR MINUTO	TOTAL IMPACTOS	TOTAL VALOR UNITÁRIO	TOTAL VALOR ABSOLUTO
RÁDIO GAZETA 99,9 FM	ROTATIVO	SPOT 30" E JINGLE 30"		1		1		1			1		1		1			1		1		1			1		1		1			1		13	CUIABÁ-MT	24.194,15	314.524	R$ 820,80	R$ 10.670,40
RÁDIO BAND 101,1 FM	ROTATIVO 06-19H	SPOT 30" E JINGLE 30"		4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4	4			4	4	68	CUIABÁ-MT	10.973,07	965.630	R$ 153,30	R$ 13.490,40
RÁDIO VILA REAL 98,3 FM	ROTATIVO - 04H ÀS 24H	SPOT 30" E JINGLE 30"			1		1					1		1					1		1					1		1					1	9	CUIABÁ-MT	9.272,45	83.452	R$ 746,00	R$ 6.714,00
RÁDIO CENTRO AMÉRICA 99,1 FM	ROTATIVO - 08H ÀS 20H59	SPOT 30" E JINGLE 30"		4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4	4			4	4	88	CUIABÁ-MT	4.733,48	416.546	R$ 257,00	R$ 22.616,00
RÁDIO MASSA FM 90,1	ROTATIVO 2 - 06H ÀS 00H00	SPOT 30" E JINGLE 30"		4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4	4			4	4	88	CUIABÁ-MT	3.723,16	327.636	R$ 286,00	R$ 25.168,00
RÁDIO NATIVA 94,3 FM	ROTATIVO 24H	SPOT 30" E JINGLE 30"		4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4	4			4	4	88	CUIABÁ-MT	2.980,01	262.241	R$ 205,00	R$ 18.040,00
RÁDIO CULTURA 90,7 FM	ROTATIVO	SPOT 30" E JINGLE 30"		1		1					1		1					1		1					1		1					1	10	CUIABÁ-MT	2.270,20	22.702	R$ 649,00	R$ 6.490,00
RÁDIO JOVEM PAN 90,9 FM	ROTATIVO 24H	SPOT 30" E JINGLE 30"		4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4	4			4	4	88	CUIABÁ-MT	1.478,17	130.079	R$ 209,64	R$ 18.448,32
RÁDIO CAPITAL 101,9 FM	ROTATIVO	SPOT 30" E JINGLE 30"		4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4	4			4	4	88	CUIABÁ-MT	1.240,94	109.203	R$ 140,00	R$ 12.320,00
RÁDIO CBN 95,9 FM	INDETERMINADO 06H ÀS 20H	SPOT 30" E JINGLE 30"			1		1				1		1		1			1		1		1			1		1		1			1		10	CUIABÁ-MT	1.097,43	10.974	R$ 649,40	R$ 6.494,00
			0	26	26	26	26	25	0	0	26	26	26	26	25	0	0	26	26	26	26	26	0	0	26	28	26	26	26	0	0	0	570			2.642.989		R$ 140.451,12

MEIO: RÁDIO — PERÍODO DE VEICULAÇÃO — ABRIL DE 2026

VEÍCULO	PROGRAMAÇÃO	MATERIAL	1 Q	2 Q	3 S	4 S	5 D	6 S	7 T	8 Q	9 Q	10 S	11 S	12 D	13 S	14 T	15 Q	16 Q	17 S	18 S	19 D	20 S	21 T	22 Q	23 Q	24 S	25 S	26 D	27 S	28 T	29 Q	30 Q	TOTAL INSERÇÃO	TOTAL PRAÇA	TOTAL OUVINTES POR MINUTO	TOTAL IMPACTOS	TOTAL VALOR UNITÁRIO	TOTAL VALOR ABSOLUTO
RÁDIO GAZETA 99,9 FM	ROTATIVO	SPOT 30" E JINGLE 30"	1		1			1		1																							4	CUIABÁ-MT	24.194,15	96.777	R$ 820,80	R$ 3.283,20
RÁDIO BAND 101,1 FM	ROTATIVO 06-19H	SPOT 30" E JINGLE 30"	4	4	4			4	4	4	4																						28	CUIABÁ-MT	10.973,07	307.246	R$ 153,30	R$ 4.292,40
RÁDIO VILA REAL 98,3 FM	ROTATIVO - 04H ÀS 24H	SPOT 30" E JINGLE 30"		1				1		1																							3	CUIABÁ-MT	9.272,45	27.817	R$ 746,00	R$ 2.238,00
RÁDIO CENTRO AMÉRICA 99,1 FM	ROTATIVO - 08H ÀS 20H59	SPOT 30" E JINGLE 30"	4	4	4			4	4	4	4																						28	CUIABÁ-MT	4.733,48	132.537	R$ 257,00	R$ 7.196,00
RÁDIO MASSA FM 90,1	ROTATIVO 2 - 06H ÀS 00H00	SPOT 30" E JINGLE 30"	4	4	4			4	4	4	4																						28	CUIABÁ-MT	3.723,16	104.248	R$ 286,00	R$ 8.008,00
RÁDIO NATIVA 94,3 FM	ROTATIVO 24H	SPOT 30" E JINGLE 30"	4	4	4			4	4	4	4																						28	CUIABÁ-MT	2.980,01	83.440	R$ 205,00	R$ 5.740,00
RÁDIO CULTURA 90,7 FM	ROTATIVO	SPOT 30" E JINGLE 30"	1		1			1		1																							4	CUIABÁ-MT	2.270,20	9.081	R$ 649,00	R$ 2.596,00
RÁDIO JOVEM PAN 90,9 FM	ROTATIVO 24H	SPOT 30" E JINGLE 30"	4	4	4			4	4	4	4																						28	CUIABÁ-MT	1.478,17	41.389	R$ 209,64	R$ 5.869,92
RÁDIO CAPITAL 101,9 FM	ROTATIVO	SPOT 30" E JINGLE 30"	4	4	4			4	4	4	4																						28	CUIABÁ-MT	1.240,94	34.746	R$ 140,00	R$ 3.920,00
RÁDIO CBN 95,9 FM	INDETERMINADO 06H ÀS 20H	SPOT 30" E JINGLE 30"		1				1		1																							3	CUIABÁ-MT	1.097,43	3.292	R$ 649,40	R$ 1.948,20
			26	28	26	0	0	26	26	26	26	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	182			840.574		R$ 45.091,72

VALOR ABSOLUTO TOTAL MÍDIA RÁDIO — 1166 — R$ 287.203,60

MÍDIA: MÍDIA INDOOR

PERÍODO DE VEICULAÇÃO — FEVEREIRO DE 2024

VEÍCULO	PROGRAMAÇÃO	MATERIAL	1 Q	2 S	3 S	4 D	5 S	6 T	7 Q	8 Q	9 Q	10 S	11 S	12 D	13 T	14 Q	15 Q	16 Q	17 S	18 S	19 D	20 T	21 Q	22 Q	23 S	24 S	25 D	26 T	27 Q	28 Q	29 S	INSERÇÃO	TOTAL PROGRAMAÇÃO	VALOR UNITÁRIO	VALOR ABSOLUTO
JC MÍDIA	VELVET HAIR LOUNGE	VT 15"									2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	40000	PÇ SANTOS DUMONT - (VÍDEOWALL) 4 MONITORES	R$ 3.587,00	R$ 3.587,00
JC MÍDIA	AUTO ART'S FUNILARIA E PINTURA	VT 15"									1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	36800	AV J. GOMES SOBRINHO - 1 MONITOR	R$ 410,00	R$ 410,00
JC MÍDIA	CONVENIÊNCIA PRIME	VT 15"									2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	40000	AV. MIGUEL SUTIL - 1 MONITOR	R$ 1.118,00	R$ 1.118,00
JC MÍDIA	ED. TORRES SÃO GEORGES II	VT 15"									2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	43000	HALL ELEVADORES - 1 MONITOR	R$ 2.126,00	R$ 2.126,00
JC MÍDIA	BARBEARIA LEÔNIDAS	VT 15"									2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	40000	PRAÇA PRES. EURICO GASPAR DUTRA - 1 MONITOR	R$ 3.100,00	R$ 3.100,00
JC MÍDIA	LÉLIS PEIXARIA	VT 15"									2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	40000	RUA MAL. MASCARENHAS DE MORAES - 1 MONITOR	R$ 2.129,00	R$ 2.129,00
JC MÍDIA	ED. JARDIM CUIABÁ OFFICE & FLAT	VT 10"									1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	30000	AV. MIGUEL SUTIL, JD. PRIMAVERA - 1 MONITOR	R$ 1.000,00	R$ 1.000,00
JC MÍDIA	ED. ARQUITETO VILANOVA ARTIGAS	VT 10"									6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	120000	AV. HAITI (JD. DAS AMÉRICAS) - 4 MONITORES	R$ 2.020,00	R$ 2.020,00
JC MÍDIA	ED. CLARICE LISPECTOR	VT 10"									3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	60000	AV. HAITI (JD. DAS AMÉRICAS) - 2 MONITORES	R$ 1.275,00	R$ 1.275,00
JC MÍDIA	ED. SOLAR D'AMERICA	VT 10"									1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	30000	RUA GUADALAJARA - 1 MONITOR	R$ 637,50	R$ 637,50
JC MÍDIA	ED. CÂNDIDO PORTINARI	VT 10"									3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	60000	AV. SEN. FILINTO MULLER - 2 MONITORES	R$ 850,00	R$ 850,00
JC MÍDIA	CENTRO EMPRESARIAL MARUANÃ	VT 10"									4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	90000	AV. CPA - 3 MONITORES	R$ 2.443,00	R$ 2.443,00
JC MÍDIA	CONDOMÍNIO CITTÁ DEL FIORI	VT 10"									6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	120000	AV. IPIRANGA - 4 MONITORES	R$ 1.275,00	R$ 1.275,00
JC MÍDIA	CENTRO EMPRESARIAL PAIAGUÁS	VT 10"									3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	60000	AV. CPA - 2 MONITORES	R$ 2.650,00	R$ 2.650,00
JC MÍDIA	ED. PARK RESIDENCE	VT 10"									3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	60000	AV. MARIO PALMA, JD. MARIANA - 2 MONITORES	R$ 2.019,00	R$ 2.019,00
JC MÍDIA	ED. JD. D'AMÉRICA	VT 10"									4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	90000	AV. TANCREDO NEVES - 3 MONITORES	R$ 2.443,00	R$ 2.443,00
JC MÍDIA	ED. SPLENDORE	VT 10"									6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	120000	AV. NIGÉRIA - 4 MONITORES	R$ 2.700,00	R$ 2.700,00
			0	0	0	0	0	0	0	0	53800	53800	53800	53800	53800	53800	53800	53800	53800	53800	53800	53800	53800	53800	53800	53800	53800	53800	53800	53800	1075600			R$ 31.899,00

MÍDIA: MÍDIA INDOOR

PERÍODO DE VEICULAÇÃO — MARÇO DE 2024

VEÍCULO	PROGRAMAÇÃO	MATERIAL	1 D	2 S	3 S	4 T	5 Q	6 Q	7 S	8 D	9 S	10 S	11 T	12 Q	13 Q	14 Q	15 D	16 S	17 S	18 T	19 Q	20 Q	21 Q	22 D	23 S	24 S	25 T	26 Q	27 Q	28 Q	29 D	30 S	31 S	INSERÇÃO	TOTAL PROGRAMAÇÃO	VALOR UNITÁRIO	VALOR ABSOLUTO
FLIX MEDIA - CINEMAS	CINÉPOLIS ESTAÇÃO CUIABÁ	VT 30"					1	1	1	1	1	1	1								1	1	1	1	1	1	1							14	COMPLEXO PREMIUM	R$ 9.383,00	R$ 9.383,00
FLIX MEDIA - CINEMAS	MULTIPLEX PANTANAL CUIABÁ	VT 30"					1	1	1	1	1	1	1								1	1	1	1	1	1	1							14	COMPLEXO PREMIUM	R$ 9.383,00	R$ 9.383,00
FLIX MEDIA - CINEMAS	CINEFLIX 3 AMÉRICAS	VT 30"					1	1	1	1	1	1	1								1	1	1	1	1	1	1							14	COMPLEXO PREMIUM	R$ 9.383,00	R$ 9.383,00
ESTAÇÃO SHOPPING	PLACAS EM CANCELAS - ENTRADA	2XB,60M - 1,50X0,60M; 0,55X0,60M	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	PISO G3 INTERNO E VAGAS EXTERNAS	R$ 10.725,00	R$ 10.725,00
JC MÍDIA	VELVET HAIR LOUNGE	VT 15"	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	62000	PÇ SANTOS DUMONT - (VÍDEOWALL) 4 MONITORES	R$ 3.587,00	R$ 3.587,00
JC MÍDIA	AUTO ART'S FUNILARIA E PINTURA	VT 15"	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	57040	AV J. GOMES SOBRINHO - 1 MONITOR	R$ 410,00	R$ 410,00
JC MÍDIA	CONVENIÊNCIA PRIME	VT 15"	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	62000	AV. MIGUEL SUTIL - 1 MONITOR	R$ 1.118,00	R$ 1.118,00
JC MÍDIA	ED. TORRES SÃO GEORGES II	VT 15"	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	66650	HALL ELEVADORES - 1 MONITOR	R$ 2.126,00	R$ 2.126,00
JC MÍDIA	BARBEARIA LEÔNIDAS	VT 15"	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	62000	PRAÇA PRES. EURICO GASPAR DUTRA - 1 MONITOR	R$ 3.100,00	R$ 3.100,00
JC MÍDIA	LÉLIS PEIXARIA	VT 15"	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	62000	RUA MAL. MASCARENHAS DE MORAES - 1 MONITOR	R$ 2.129,00	R$ 2.129,00
JC MÍDIA	ED. JARDIM CUIABÁ OFFICE & FLAT	VT 10"	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	46500	AV. MIGUEL SUTIL, JD. PRIMAVERA - 1 MONITOR	R$ 1.000,00	R$ 1.000,00
JC MÍDIA	ED. ARQUITETO VILANOVA ARTIGAS	VT 10"	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	186000	AV. HAITI (JD. DAS AMÉRICAS) - 4 MONITORES	R$ 2.020,00	R$ 2.020,00
JC MÍDIA	ED. CLARICE LISPECTOR	VT 10"	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	93000	AV. HAITI (JD. DAS AMÉRICAS) - 2 MONITORES	R$ 1.275,00	R$ 1.275,00
JC MÍDIA	ED. SOLAR D'AMERICA	VT 10"	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	46500	RUA GUADALAJARA - 1 MONITOR	R$ 637,50	R$ 637,50
JC MÍDIA	ED. CÂNDIDO PORTINARI	VT 10"	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	93000	AV. SEN. FILINTO MULLER - 2 MONITORES	R$ 850,00	R$ 850,00
JC MÍDIA	CENTRO EMPRESARIAL MARUANÃ	VT 10"	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	139500	AV. CPA - 3 MONITORES	R$ 2.443,00	R$ 2.443,00
JC MÍDIA	CONDOMÍNIO CITTÁ DEL FIORI	VT 10"	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	186000	AV. IPIRANGA - 4 MONITORES	R$ 1.275,00	R$ 1.275,00
JC MÍDIA	CENTRO EMPRESARIAL PAIAGUÁS	VT 10"	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	93000	AV. CPA - 2 MONITORES	R$ 2.650,00	R$ 2.650,00
JC MÍDIA	ED. PARK RESIDENCE	VT 10"	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	93000	AV. MARIO PALMA, JD. MARIANA - 2 MONITORES	R$ 2.019,00	R$ 2.019,00
JC MÍDIA	ED. JD. D'AMÉRICA	VT 10"	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	139500	AV. TANCREDO NEVES - 3 MONITORES	R$ 2.443,00	R$ 2.443,00
JC MÍDIA	ED. SPLENDORE	VT 10"	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	186000	AV. NIGÉRIA - 4 MONITORES	R$ 2.700,00	R$ 2.700,00
B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	TESTEIRA NOS APARELHOS DE CARDIO	20X10CM	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	SMART FIT - AV. CPA	R$ 3.375,00	R$ 3.375,00
B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	ADESIVO NOS ESPELHOS BANHEIRO	40X40CM	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	SMART FIT - AV. CPA	R$ 3.375,00	R$ 3.375,00
B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	ADESIVO NOS ESPELHOS ACADEMIA	40X40CM	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	SMART FIT - AV. CPA	R$ 6.750,00	R$ 6.750,00
B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	TESTEIRA NOS APARELHOS DE CARDIO	20X10CM	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	SMART FIT - JD. DAS AMÉRICAS	R$ 3.375,00	R$ 3.375,00
B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	ADESIVO NOS ESPELHOS BANHEIRO	40X40CM	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	SMART FIT - JD. DAS AMÉRICAS	R$ 3.375,00	R$ 3.375,00
B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	ADESIVO NOS ESPELHOS ACADEMIA	40X40CM	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	SMART FIT - JD. DAS AMÉRICAS	R$ 6.750,00	R$ 6.750,00
B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	TESTEIRA NOS APARELHOS DE CARDIO	20X10CM	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	SMART FIT - GOIABEIRAS	R$ 3.375,00	R$ 3.375,00
B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	ADESIVO NOS ESPELHOS BANHEIRO	40X40CM	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	SMART FIT - GOIABEIRAS	R$ 3.375,00	R$ 3.375,00
B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	ADESIVO NOS ESPELHOS ACADEMIA	40X40CM	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	SMART FIT - GOIABEIRAS	R$ 6.750,00	R$ 6.750,00
B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	TESTEIRA NOS APARELHOS DE CARDIO	20X10CM	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	SMART FIT - CPA II	R$ 3.375,00	R$ 3.375,00
B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	ADESIVO NOS ESPELHOS BANHEIRO	40X40CM	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	SMART FIT - CPA II	R$ 3.375,00	R$ 3.375,00
B.DROPS MÍDIA ALTERNATIVA	ADESIVO NOS ESPELHOS ACADEMIA	40X40CM	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	SMART FIT - CPA II	R$ 6.750,00	R$ 6.750,00
			54067	54067	54067	54067	54070	54070	54070	54070	54070	54070	54070	54067	54067	54067	54067	54067	54067	54067	54070	54070	54070	54070	54070	54070	54067	54067	54067	54058	54067		1673008			

MÍDIA: MÍDIA INDOOR

PERÍODO DE VEICULAÇÃO — ABRIL DE 2024

VEÍCULO	PROGRAMAÇÃO	MATERIAL	1 Q	2 Q	3 S	4 S	5 D	6 S	7 S	8 D	9 S	10 S	11 T	12 Q	13 Q	14 Q	15 D	16 S	17 S	18 T	19 Q	20 Q	21 Q	22 D	23 S	24 S	25 T	26 Q	27 Q	28 Q	29 D	30 S	INSERÇÃO	TOTAL PROGRAMAÇÃO	VALOR UNITÁRIO	VALOR ABSOLUTO
FLIX MEDIA - CINEMAS	CINÉPOLIS ESTAÇÃO CUIABÁ	VT 30"		1	1	1	1	1	1	1																						7	COMPLEXO PREMIUM	R$ 9.383,00	R$ 9.383,00
FLIX MEDIA - CINEMAS	MULTIPLEX PANTANAL CUIABÁ	VT 30"		1	1	1	1	1	1	1																						7	COMPLEXO PREMIUM	R$ 9.383,00	R$ 9.383,00
FLIX MEDIA - CINEMAS	CINEFLIX 3 AMÉRICAS	VT 30"		1	1	1	1	1	1	1																						7	COMPLEXO PREMIUM	R$ 9.383,00	R$ 9.383,00
JC MÍDIA	VELVET HAIR LOUNGE	VT 15"	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000																						16000	PÇ SANTOS DUMONT - (VÍDEOWALL) 4 MONITORES		
JC MÍDIA	AUTO ART'S FUNILARIA E PINTURA	VT 15"	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840	1840																						14720	AV J. GOMES SOBRINHO - 1 MONITOR		
JC MÍDIA	CONVENIÊNCIA PRIME	VT 15"	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000																						16000	AV. MIGUEL SUTIL - 1 MONITOR		
JC MÍDIA	ED. TORRES SÃO GEORGES II	VT 15"	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150	2150																						17200	HALL ELEVADORES - 1 MONITOR		
JC MÍDIA	BARBEARIA LEÔNIDAS	VT 15"	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000																						16000	PRAÇA PRES. EURICO GASPAR DUTRA - 1 MONITOR		
JC MÍDIA	LÉLIS PEIXARIA	VT 15"	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000	2000																						16000	RUA MAL. MASCARENHAS DE MORAES - 1 MONITOR		
JC MÍDIA	ED. JARDIM CUIABÁ OFFICE & FLAT	VT 10"	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500																						12000	AV. MIGUEL SUTIL, JD. PRIMAVERA - 1 MONITOR		
JC MÍDIA	ED. ARQUITETO VILANOVA ARTIGAS	VT 10"	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000																						48000	AV. HAITI (JD. DAS AMÉRICAS) - 4 MONITORES		
JC MÍDIA	ED. CLARICE LISPECTOR	VT 10"	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000																						24000	AV. HAITI (JD. DAS AMÉRICAS) - 2 MONITORES		
JC MÍDIA	ED. SOLAR D'AMERICA	VT 10"	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500	1500																						12000	RUA GUADALAJARA - 1 MONITOR		
JC MÍDIA	ED. CÂNDIDO PORTINARI	VT 10"	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000																						24000	AV. SEN. FILINTO MULLER - 2 MONITORES		
JC MÍDIA	CENTRO EMPRESARIAL MARUANÃ	VT 10"	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500																						36000	AV. CPA - 3 MONITORES		
JC MÍDIA	CONDOMÍNIO CITTÁ DEL FIORI	VT 10"	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000																						48000	AV. IPIRANGA - 4 MONITORES		
JC MÍDIA	CENTRO EMPRESARIAL PAIAGUÁS	VT 10"	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000																						24000	AV. CPA - 2 MONITORES		
JC MÍDIA	ED. PARK RESIDENCE	VT 10"	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000																						24000	AV. MARIO PALMA, JD. MARIANA - 2 MONITORES		
JC MÍDIA	ED. JD. D'AMÉRICA	VT 10"	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500	4500																						36000	AV. TANCREDO NEVES - 3 MONITORES		
JC MÍDIA	ED. SPLENDORE	VT 10"	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000	6000																						48000	AV. NIGÉRIA - 4 MONITORES		
			53993	53993	53993	53993	53993	53993	53993	53993																						431941			R$ 28.149,00
VALOR ABSOLUTO TOTAL MÍDIA INDOOR																																3185550			R$ 223.790,00

MEIO: IMPRESSO

PERÍODO DE VEICULAÇÃO

FEVEREIRO DE 2026

VEÍCULO	PROGRAMAÇÃO	MATERIAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	TOTAL INSERÇÃO	TOTAL PRAÇA	TOTAL TIRAGEM	TOTAL VALOR UNITÁRIO	TOTAL VALOR ABSOLUTO
			D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S					
JORNAL DIÁRIO DE CUIABÁ	ANÚNCIO 1/2 PÁGINA	29,7X26,5CM																	1												1	CUIABÁ	16.500 EXEMPLARES	R$ 13.912,50	R$ 13.912,50
			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1				R$ 13.912,50

MEIO: IMPRESSO

PERÍODO DE VEICULAÇÃO

MARÇO DE 2026

VEÍCULO	PROGRAMAÇÃO	MATERIAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOTAL INSERÇÃO	TOTAL PRAÇA	TOTAL TIRAGEM	TOTAL VALOR UNITÁRIO	TOTAL VALOR ABSOLUTO
			D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T					
JORNAL DIÁRIO DE CUIABÁ	ANÚNCIO 1/2 PÁGINA	29,7X26,5CM			1																													1	CUIABÁ	16.500 EXEMPLARES	R$ 13.912,50	R$ 13.912,50
REVISTA RDM MATO GROSSO	ANÚNCIO 1 PÁGINA INDETERMINADA	20,5X27,5CM																				1												1	CUIABÁ	2.000 EXEMPLARES	R$ 11.200,00	R$ 11.200,00
			0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2				R$ 25.112,50

MEIO: IMPRESSO

PERÍODO DE VEICULAÇÃO

ABRIL DE 2026

VEÍCULO	PROGRAMAÇÃO	MATERIAL	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	TOTAL INSERÇÃO	TOTAL PRAÇA	TOTAL TIRAGEM	TOTAL VALOR UNITÁRIO	TOTAL VALOR ABSOLUTO
			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 DIÁRIO DE CUIABÁ	ANÚNCIO 1/2 PÁGINA	29,7X26,5CM							1																								1	CUIABÁ	16.500 EXEMPLARES	R$ 13.912,50	R$ 13.912,50
			0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1			R$ 13.912,50

VALOR ABSOLUTO TOTAL MÍDIA IMPRESSA	4		R$ 52.937,50

MEIO: SITE — **PERÍODO DE VEICULAÇÃO** — **FEVEREIRO DE 2026**

VEÍCULO	PROGRAMAÇÃO	MATERIAL	1 D	2 S	3 T	4 Q	5 Q	6 S	7 S	8 D	9 S	10 T	11 Q	12 Q	13 S	14 S	15 D	16 S	17 T	18 Q	19 Q	20 S	21 S	22 D	23 S	24 T	25 Q	26 Q	27 S	28 S	TOTAL INSERÇÃO	USUÁRIOS MENSAIS	PERFIL DA AUDIÊNCIA	VALOR UNITÁRIO	VALOR ABSOLUTO
SITE MÍDIA NEWS	BANNER TOP	380X120PX									1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1								20	1.026.000		R$ 535,50	R$ 10.710,00
STE G1 MT	SUPERLEADERBOARD	970X90PX																500.000 VISUALIZAÇÕES													500.000	3.290.567		R$ 10.000,00	R$ 10.000,00
SITE OLHAR DIRETO	ÁREA 8 - RETÂNGULO MÉDIO	300X250PX									1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	804.642		R$ 340,00	R$ 6.800,00
SITE PRIMEIRA PÁGINA	RETÂNGULO	300X250PX									1		1		1			1			1		1			1					7	1.687.000	PENETRAÇÃO DO MEIO 93,2% SEXO: F 52% | M48 CLASSE ECONÔM.: AB 62% | C 35% | DE 4% FAIXA ETÁRIA: 12/19 ANOS 21%| 20/24 ANOS 16%| 25/34 ANOS 28%|35/44 ANOS 18%|45/54 ANOS 10%| 55/64 ANOS 4%| 65/78 ANOS 2%. Fonte: Kantar Ibope Media - 2024	R$ 1.120,00	R$ 7.840,00
SITE MÍDIA JUR	LATERAL SUPER 2	300X600PX									1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	617.092		R$ 246,03	R$ 4.920,60
SITE REPÓRTER MT	BANNER QUADRADO ROTATIVO	300X250PX										1		1		1		1		1		1		1		1		1			10	478.975		R$ 810,00	R$ 8.100,00
SITE FOLHAMAX	2ª POSIÇÃO	300X250PX									1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1								20	1.030.845		R$ 702,29	R$ 14.045,87
SITE RDNEWS	ARRANHA CÉU	300X600PX									1		1		1			1		1		1				1		1			9	691.447		R$ 748,00	R$ 6.732,00
			0	0	0	0	0	0	0	0	6	5	6	5	6	5	4	7	4	7	4	7	4	5	6	5	5	5	5	0	0	0	500106				R$ 89.148,4733

MEIO: SITE — **PERÍODO DE VEICULAÇÃO** — **MARÇO DE 2026**

VEÍCULO	PROGRAMAÇÃO	MATERIAL	1 D	2 S	3 T	4 Q	5 Q	6 S	7 S	8 D	9 S	10 T	11 Q	12 Q	13 S	14 S	15 D	16 S	17 T	18 Q	19 Q	20 S	21 S	22 D	23 S	24 T	25 Q	26 Q	27 S	28 S	29 D	30 S	31 T	TOTAL INSERÇÃO	USUÁRIOS MENSAIS	PERFIL DA AUDIÊNCIA	VALOR UNITÁRIO	VALOR ABSOLUTO
SITE MÍDIA NEWS	BANNER TOP	380X120PX	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	1.026.000		R$ 535,50	R$ 16.065,00
STE G1 MT	SUPERLEADERBOARD	970X90PX																500.000 VISUALIZAÇÕES																500.000	3.290.567		R$ 10.000,00	R$ 10.000,00
SITE OLHAR DIRETO	ÁREA 8 - RETÂNGULO MÉDIO	300X250PX	1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1	16	804.642	PENETRAÇÃO DO MEIO 93,2% SEXO: F 52% | M48 CLASSE ECONÔM.: AB 62% | C 35% | DE 4% FAIXA ETÁRIA: 12/19 ANOS 21%| 20/24 ANOS 16%| 25/34 ANOS 28%|35/44 ANOS 18%|45/54 ANOS 10%| 55/64 ANOS 4%| 65/78 ANOS 2%. Fonte: Kantar Ibope Media - 2024	R$ 340,00	R$ 5.440,00
SITE PRIMEIRA PÁGINA	RETÂNGULO	300X250PX		1		1		1		1		1		1		1		1		1														7	1.687.000		R$ 1.120,00	R$ 7.840,00
SITE MÍDIA JUR	LATERAL SUPER 2	300X600PX			1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1		1	1	15	617.092		R$ 246,03	R$ 3.690,45
SITE REPÓRTER MT	BANNER QUADRADO ROTATIVO	300X250PX												1		1		1		1		1		1		1		1		1			10	478.975		R$ 810,00	R$ 8.100,00
SITE FOLHAMAX	2ª POSIÇÃO	300X250PX	1		1		1	1	1		1		1		1			1		1		1		1		1		1		1		1	15	1.030.845		R$ 702,29	R$ 10.534,40
SITE RDNEWS	ARRANHA CÉU	300X600PX		1		1		1		1		1		1		1		1	1		1		1		1		1		1		1		1	15	691.447		R$ 748,00	R$ 11.220,00
			3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5	3	5	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4		500108				R$ 72.889,85

MEIO: SITE — **PERÍODO DE VEICULAÇÃO** — **ABRIL DE 2026**

VEÍCULO	PROGRAMAÇÃO	MATERIAL	1 Q	2 Q	3 S	4 S	5 D	6 S	7 T	8 Q	9 Q	10 S	11 S	12 D	13 S	14 T	15 Q	16 Q	17 S	18 S	19 D	20 S	21 T	22 Q	23 Q	24 S	25 S	26 D	27 S	28 T	29 Q	30 Q	TOTAL INSERÇÃO	USUÁRIOS MENSAIS	PERFIL DA AUDIÊNCIA	VALOR UNITÁRIO	VALOR ABSOLUTO
SITE MÍDIA NEWS	BANNER TOP	380X120PX	1	1	1	1	1	1	1	1																							9	1.026.000		R$ 535,50	R$ 4.819,50
STE G1 MT	SUPERLEADERBOARD	970X90PX																															250.000	3.290.567		R$ 5.000,00	R$ 5.000,00
SITE OLHAR DIRETO	ÁREA 8 - RETÂNGULO MÉDIO	300X250PX	1	1	1	1	1	1	1	1																							9	804.642	PENETRAÇÃO DO MEIO 93,2% SEXO: F 52% | M48 CLASSE ECONÔM.: AB 62% | C 35% | DE 4% FAIXA ETÁRIA: 12/19 ANOS 21%| 20/24 ANOS 16%| 25/34 ANOS 28%|35/44 ANOS 18%|45/54 ANOS 10%| 55/64 ANOS 4%| 65/78 ANOS 2%. Fonte: Kantar Ibope Media - 2024	R$ 340,00	R$ 3.060,00
SITE PRIMEIRA PÁGINA	RETÂNGULO	300X250PX	1		1			1		1																							4	1.687.000		R$ 1.120,00	R$ 4.480,00
SITE MÍDIA JUR	LATERAL SUPER 2	300X600PX	1	1	1	1	1	1	1	1																							9	617.092		R$ 246,03	R$ 2.214,27
SITE REPÓRTER MT	BANNER QUADRADO ROTATIVO	300X250PX		1		1		1		1																							4	478.975		R$ 810,00	R$ 3.240,00
SITE FOLHAMAX	2ª POSIÇÃO	300X250PX	1	1	1	1	1	1	1	1																							9	1.030.845		R$ 702,29	R$ 6.320,64
SITE RDNEWS	ARRANHA CÉU	300X600PX	1		1			1		1																							4	691.447		R$ 748,00	R$ 2.992,00
			6	5	6	5	4	7	4	7	4																						250048				R$ 32.126,41

VALOR ABSOLUTO TOTAL MÍDIA SITE		1250262	R$ 174.164,74

FORMAS INOVADORAS DE COMUNICAÇÃO				TOTAL				
CANAL	CAMPANHA E MATERIAIS	TIPO DE COMPRA	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	IMPRESSÕES ESTIMADAS CONTRATADAS	PRAÇA	VALOR UNITÁRIO	% DE INVEST. EM MIDIA	VALOR ABSOLUTO
PROGRAMÁTICA DISPLAY	ALCANCE SELECT PLUS - BANNER JPG, PNG, GIF OU HTML5 160X600PX, 300X50PX, 300X250PX, 336X280PX E 728X90PX	CPM	09/02/2026 A 09/04/2026	6.430.042 IMPRESSÕES	CUIABÁ	R$ 7,78	11,11	R$ 50.000,00
PROGRAMÁTICA VÍDEO	VISUALIZAÇÕES DE VÍDEO - SELECT PLUS - VÍDEO ATÉ 30" + BANNER COMPANHEIRO 300X250PX	CPM		4.451.566 IMPRESSÕES		R$ 11,23	11,11	R$ 50.000,00
YOUTUBE	TRUE VIEW IN-STREAM PULÁVEL - CONHECIMENTO DE MARCA/VISUALIZAÇÃO DE VÍDEO 10" DESKTOP, MOBILE E TV	CPV		1.597.108 VISUALIZAÇÕES		R$ 0,05	16,67	R$ 75.000,00
PRIVATE DEAL	ÁUDIO/COMBO (SPOTFY, DEEZER, RÁDIOS ONLINE E PODCASTS), MOBILE E DESKTOP - SPOT 30" + BANNER COMPANHEIRO 301X301PX E 640X640PX	CPM		320.404 IMPRESSÕES		R$ 160,202	11,11	R$ 50.000,00
PRIVATE DEAL	CTV/TV CONECTADA - ALCANCE EM SMARTS TVS, DISPOSITIVOS DE STREAMING HARDWARE E CONSOLE DE JOGOS - VÍDEO ATÉ 30"	CPM		190.640 IMPRESSÕES		R$ 112,142	11,11	R$ 50.000,00
GOOGLE	REDE DE PESQUISA - TRÁFEGO PARA O SITE - DESKTOP E MOBILE	CPC		11.466 CLIQUES		R$ 4,36	11,11	R$ 50.000,00
TIKTOK	ALCANCE - PLUS - MOBILE (APP) - VÍDEO COM DURAÇÃO ENTRE 9 A 15 SEGUNDOS INTERATIVO (OPCIONAL): DISPLAY PREMIUM OU VOTING STIKER OU GIFT CODE STIKER OU COUNTDOUWN STIKER	CPV		149.064 VISUALIZAÇÕES		R$ 0,34	11,11	R$ 50.000,00
META ADS (FACEBOOK + INSTAGRAM)	(POS. MANUAL) - ALCANCE E VISALIZAÇÃO DE VÍDEO - DESKTOP E MOBILE - IMAGEM ESTÁTICA, VÍDEO, CARROSSEL	CPM		3.194.214 IMPRESSÕES		R$ 23,48	16,67	R$ 75.000,00
							100	R$ 450.000,00

RESUMO GERAL INVESTIMENTO

MÍDIA

MEIO	PERÍODO DE DISTRIBUIÇÃO	INSERÇÕES	VALOR ABSOLUTO	%
TV ABERTA	09/02/2026 A 09/04/2026	205	R$ 313.284,85	15,72
RÁDIO	09/02/2026 A 09/04/2026	1.166	R$ 287.203,60	14,41
MÍDIA EXTERIOR	09/02/2026 A 09/04/2026	212.357	R$ 303.663,72	15,24
MÍDIA INDOOR	09/02/2026 A 08/04/2026	3.185.550	R$ 223.700,00	11,22
SITE	09/02/2026 A 09/04/2026	1.250.262	R$ 174.164,74	8,74
IMPRESSO	17/02/2026 A 07/04/2026	4	R$ 52.937,50	2,66
TOTAL GERAL DA MÍDIA		4649544	R$ 1.354.954,41	67,99

PRODUÇÃO E EXECUÇÃO TÉCNICA

PEÇA	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR ABSOLUTO	%
Produção de 1 filme de 30'' + 4 filmes de 10" com captação de imagem, trilha, locução e entrega digital para TV, Cinema, Redes sociais e DOOH. Reedição para formato vertical e horizontal 30", 15" e 10" com e sem áudio	Pacote	R$ 89.050,00	R$ 89.050,00	4,47
Produção de 1 spot 30'' e 1 jingle de 30". Trilha composta, edição e finalização. (Rádio, Plataformas digitais e Carro de som)	Pacote	R$ 4.950,00	R$ 4.950,00	0,25
Produção/Impressão de outdoor popular 2x1m. Instalação pela veiculadora	20	R$ 210,00	R$ 4.200,00	0,21
Produção/Impressão para front lights e hiper painéis (03 Formatos, sendo 08 unidades). Instalação pela veiculadora	Pacote	R$ 34.600,00	R$ 34.600,00	1,74
Produção/Impressão para outdoor (9x3m - Lona). Instalação pela veiculadora	20	R$ 800,00	R$ 16.000,00	0,80
Produção/Impressão de busdoor 2,30x1m. Instalação pela veiculadora	20	R$ 137,00	R$ 2.740,00	0,14
Adesivo perfurado para vidro traseiro (Carros de aplicativos)	10	R$ 130,00	R$ 1.300,00	0,07
Display em pvc 39x50cm adesivado (Carros de aplicativos)	10	R$ 80,00	R$ 800,00	0,04
Placas para cancelas - Formatos variados com instalação e desinstalação	Pacote	R$ 1.530,00	R$ 1.530,00	0,08
Pacote de displays e adesivos para academias, conforme distribuição de mídia	Pacote	R$ 17.160,00	R$ 17.160,00	0,86
Animação de banner em html5 e gif. (Para portais de notícias, mídia programática, Rede social - Formatos variados)	Pacote	R$ 1.920,00	R$ 1.920,00	0,10
Landing Page	1	R$ 1.500,00	R$ 1.500,00	0,08
Pacote de fotos com 20 atores para casting + 9 locações	Pacote	R$ 12.197,00	R$ 12.197,00	0,61
SUBTOTAL PRODUÇÃO E EXECUÇÃO TÉCNICA		R$	187.947,00	9,43

FORMAS INOVADORAS DE COMUNICAÇÃO				
CANAL	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	OBJETIVO, ENTREGA E MATERIAIS	VALOR ABSOLUTO	%
PROGRAMÁTICA DISPLAY	09/02/2026 A 09/04/2026	ALCANCE SELECT PLUS - COM 6.430.042 IMPRESSÕES CONTRATADAS/CPM: R$7,78 - BANNER JPG, PNG, GIF OU HTML5 160X600PX, 300X50PX, 300X250PX, 336X280PX E 728X90PX	R$ 50.000,00	2,51
PROGRAMÁTICA VÍDEO	09/02/2026 A 09/04/2026	VISUALIZAÇÃO DE VÍDEO - SELECT PLUS - COM 4.451.566 IMPRESSÕES CONTRATADAS/CPM: R$11,23 - VÍDEO ATÉ 30" + BANNER COMPANHEIRO 300X250	R$ 50.000,00	2,51
YOUTUBE	09/02/2026 A 09/04/2026	TRUE VIEW IN-STREAM PULÁVEL - CONHECIMENTO DE MARCA/VISUALIZAÇÃO DE VÍDEO COM 1.597.108 VISUALIZAÇÕES CONTRATADAS/CPV: R$0,05 - VÍDEO 10" DESKTOP, MOBILE E TV	R$ 75.000,00	3,76
PRIVATE DEAL	09/02/2026 A 09/04/2026	ÁUDIO/COMBO (SPOTFY, DEEZER, RÁDIOS ONLINE E PODCASTS), MOBILE E DESKTOP COM 320.404 IMPRESSÕES CONTRATADAS/CPM: R$160,202 - SPOT 30" + BANNER COMPANHEIRO 301X301PX E 640X640PX	R$ 50.000,00	2,51
PRIVATE DEAL	09/02/2026 A 09/04/2026	CTV/TV CONECTADA - ALCANCE EM SMARTS TVS, DISPOSITIVOS DE STREAMING HARDWARE E CONSOLE DE JOGOS COM 190.640 IMPRESSÕES CONTRATADAS/CPM: R$112,142 - VÍDEO 30"	R$ 50.000,00	2,51
GOOGLE	09/02/2026 A 09/04/2026	REDE DE PESQUISA - TRÁFEGO PARA O SITE - DESKTOP E MOBILE COM 11.466 CLIQUES ESTIMADOS/CPC: R$4,36	R$ 50.000,00	2,51
TIKTOK	09/02/2026 A 09/04/2026	ALCANCE - PLUS - VÍDEO COM DURAÇÃO ENTRE 9 A 15 SEGUNDOS - MOBILE (APP) COM 149.064 IMPRESSÕES ESTIMADAS/CPV: R$0,34	R$ 50.000,00	2,51
META ADS (FACEBOOK + INSTAGRAM)	09/02/2026 A 09/04/2026	(POS. MANUAL) - ALCANCE E VISALIZAÇÃO DE VÍDEO - DESKTOP E MOBILE COM 3.194.214 IMPRESSÕES ESTIMADAS/CPM: R$23,48 - IMAGEM ESTÁTICA, VÍDEO, CARROSSEL	R$ 75.000,00	3,76
SUBTOTAL FORMAS INOVADORAS DE COMUNICAÇÃO			R$ 450.000,00	22,58

CANAIS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO				
CANAL	ABRANGÊNCIA/COBERTURA	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	PROGRAMAÇÃO ORGÂNICA	
Site oficial da Prefeitura de Cuiabá (www.cuiaba.mt.gov.br)	CUIABÁ	09/02/2026 A 09/04/2026	-	
Página oficial do Facebook (facebook.com/prefeituracba)	CUIABÁ	09/02/2026 A 09/04/2026	-	
Instagram (@cuiabaprefeitura)	CUIABÁ	09/02/2026 A 09/04/2026	-	
Site Nota Cuiabana (www.notacuiabana.com.br)	CUIABÁ	09/02/2026 A 09/04/2026	-	
Aplicativo Nota Cuiabana	CUIABÁ	09/02/2026 A 09/04/2026	-	
TOTAL GERAL DA CAMPANHA			R$ 1.992.901,41	R$ 100,00