[mercatto]

Invólucro nº 2
Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária - Via Identificada
MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA
CNPJ 04.960.718/0001-80
Concorrência nº 09/2025 – Secretaria Municipal de Comunicação – SECOM
Prefeitura Municipal de Cuiabá

PROPOSTA
TÉCNICA

Invólucro nº 2
Proposta Técnica: Plano de Comunicação Publicitária
Via Identificada
MERCATTO COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA
CNPJ 04.960.718/0001-80
Concorrência nº 09/2025 – Secretaria Municipal
de Comunicação – SECOM
Prefeitura Municipal de Cuiabá

[mercatto]

RACIOCÍNIO BÁSICO

a) A acuidade demonstrada na análise das características e especificidades da contratante e do contexto de sua atuação.

Nascida em meio à corrida do ouro e fundada em 1719, a capital mais quente do Brasil em temperatura, também é reconhecida pelo seu calor humano. Cuiabá abriga um povo hospitaleiro, trabalhador e orgulhoso dos seus costumes e tradições, sentimento compartilhado até mesmo por aqueles que não nasceram aqui, mas fizeram da cidade o seu lar, vindo principalmente dos estados do Sul e Sudeste brasileiros, em busca de oportunidades e de uma vida melhor. E devido ao fato de ter sido uma das sedes da Copa do Mundo de 2014, recebendo imigrantes de países como Haiti e Venezuela, correspondendo a 0,72% da população da cidade (IBGE, 2022), a pluralidade se faz ainda mais presente. Localizada no Centro Geodésico da América do Sul, também é famosa por sua cultura riquíssima, com ritmos, danças e artesanatos característicos e paisagens encantadoras, que emolduram o portal de entrada para o Pantanal, o Cerrado e a Amazônia Mato-grossenses; some-se às características geográficas e demográficas, uma gastronomia variada e sem igual, fruto do caldeirão cultural formado também por povos indígenas e afrobrasileiros. A cidade cresceu às margens do rio que a nomeia, mantendo-se como o epicentro cultural, político e econômico do estado que é o celeiro agrícola do Brasil. Apesar de todo crescimento, em janeiro de 2025, Abílio Brunini, deputado federal, arquiteto e cuiabano de "pé rachado e de tchapa e cruz", como costuma se dizer por aqui, encontrou a prefeitura numa situação de calamidade financeira, com um déficit previsto de R$ 364 milhões para o orçamento, dívidas e restos a pagar, além de uma grave crise de credibilidade. Ainda que o prefeito recém-eleito manifestasse um profundo amor por sua terra natal e uma grande vontade de trabalhar pelo bem-estar dos munícipes, foi preciso manter o mote da campanha eleitoral: resgatar Cuiabá, um passo por vez. O primeiro foi estudar o cenário que se apresentava e planejar as próximas ações. O ano de 2025 foi dedicado ao aprendizado, ao diálogo, a respostas rápidas aos anseios da população e à tomada de decisões difíceis, mas necessárias. Cortes, revisão de contratos, contenção de despesas, tudo sem deixar de honrar compromissos, como o salário dos servidores em dia. Logo no início, uma das promessas mais repercutidas no horário eleitoral gratuito foi cumprida: a extinção da taxa de lixo. Na educação, o desafio foi gerir uma verba insuficiente para atender duas demandas importantíssimas: o pagamento do 1/3 de férias dos servidores e a reforma das unidades educacionais. Além disso, foi instituído o "Pix do Professor", que entrega um bônus anual de até R$ 200,00 para os docentes e servidores da rede pública municipal. Na saúde, combateu a "farra do atestado" nas UPAs, focando o atendimento nos pacientes que realmente precisam, buscou parceria com o Estado, o que rendeu uma recente verba de R$ 20 milhões, e inaugurou o Centro Médico Infantil (CMI) Anthony Gabriel, único no Centro-Oeste a integrar consultas, internações e atendimento odontológico, marcando o início da reorganização da rede pública de saúde. Ações de limpeza e iluminação urbana também marcaram o período, bem como a revitalização de 20 quadras esportivas e 109 ações de manutenção em áreas de esporte e lazer em todas as regiões da capital. A saúde econômica do município vem mostrando sinais de melhora, como a quitação da folha salarial do mês de dezembro de 2025 antes do previsto. Apesar destes avanços, os desafios são grandes, especialmente para uma gestão que desde o seu início vem se demonstrando centrada nas pessoas. E elas são cada vez mais numerosas. Em comparação com o Censo 2010, a população de Cuiabá cresceu 17,66% em números de habitantes (IBGE, 2022), chegando a mais de 650 mil. Porém, paradoxos como: enquanto Mato Grosso bate recordes de produção agrícola, a sua capital tem a quinta cesta básica mais cara do país, ainda estão presentes. Contudo,

com transparência, consciência e contato direto com o cidadão, o caminho vem sendo trilhado rumo a maiores e melhores benefícios para o contribuinte. Isto é determinante quando estamos na iminência de mais um processo eleitoral, quando a polaridade política e a instabilidade econômica preocupam os cuiabanos como um todo. Daí a importância de uma prefeitura que se faz presente e atuante. Pesquisa recente apresentou Abilio Brunini, como o gestor de capital mais bem avaliado da Região Centro-Oeste (Atlas Intel, 2025).

b) A pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação publicitária identificadas

A atual gestão segue cumprindo seu papel de protetora e servidora do cidadão e de instituição que faz tudo pensando nos benefícios para ele: no final de 2025, lançou a campanha do Mutirão de Conciliação Fiscal, com o tema "Comece o ano de bem com a dívida", proporcionando descontos de até 95% em juros e multas, e parcelamento em até 48 vezes. Em 2026, fortaleceu a gestão fiscal, empossando 12 novos auditores fiscais tributários da Receita Municipal. Além disso, por meio do Decreto nº 11.665/2025, publicado na Gazeta Municipal no último 30 de dezembro, fica determinado que nenhum imóvel terá aumento superior a 20% no IPTU em relação a 2025. Ao contrário do que a oposição vem divulgando, não haverá aumento, apenas atualizações de acordo com o valor venal dos imóveis, base de cálculo do imposto. Com o crescimento da cidade (a última atualização havia sido feita em 2010, antes das obras para a Copa 2014), áreas foram valorizadas ou desvalorizadas e isso influencia no referido valor. Na prática, muitos aumentos serão menores, ficarão estáveis ou até terão o imposto reduzido, de acordo com a localização e/ou característica do imóvel. Não à toa, Cuiabá figura como a segunda capital brasileira e primeira do Centro-Oeste com menor alíquota fixa predial de IPTU: 0,40%. Isso significa mais previsibilidade e menos escaladas automáticas. O município ainda oferece outros descontos que aliviam a carga tributária, como o IPTU Sustentável, que pode gerar um abatimento (acumulativo com os até 30% da Nota Cuiabana) de até 25% para imóveis que adotarem práticas ambientais. Outra novidade é que os boletos serão 100% digitais e estarão disponíveis para download a partir de março. Também vale ressaltar que para obter o benefício, é preciso se cadastrar no portal da Nota Cuiabana. Assim, ao pedir CPF na nota de serviços tomados, o cidadão vai acumulando créditos calculados sobre o ISS recolhido, que podem fazer com que o Imposto Predial e Territorial Urbano seja até 30% mais em conta. Como vem acontecendo em todas as pastas e ações da prefeitura, a Nota Cuiabana vem sendo tratada com mais inovação, eficiência administrativa, diálogo e transparência. Em entrevista recente, o secretário de Economia, Marcelo Bussiki, explicou que a Prefeitura de Cuiabá ampliou a premiação da Nota Cuiabana porque se trata de um incentivo para combater a sonegação fiscal. Ele destacou que: "Quando se reivindica a nota fiscal, o contribuinte está auxiliando o município no combate à evasão fiscal, à sonegação de impostos e, ao mesmo tempo, à melhoria da arrecadação tributária, que se reverte em serviços sociais". Estes avanços, oriundos da nova forma de gerir o programa Nota Cuiabana, ficam claros quando se compara o "antes e depois" do mecanismo do programa, conforme demonstra a tabela a seguir.

	2024	2025
Valor mínimo para participar	Sem valor específico, gerando dúvidas	R$ 5,00
Número de sorteios/ano	4	8
Cashback	Não havia	A novidade, que será implantada em 2026, vai gerar ainda mais economia e vantagens para o contribuinte
Valor total sorteado por ano	R$ 1 milhão	R$ 1,29 milhão
Site/Portal da Nota Cuiabana	Confuso e burocrático	Repaginado, mais intuitivo e fácil de se cadastrar
Manual do Usuário	Não havia	Disponível para Download em PDF

c) A assertividade demonstrada na análise do desafio de comunicação a ser superado pela contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing

Dados estes números e informações, uma campanha de adesão assume papel fundamental para ampliar a participação da população no programa, especialmente entre cidadãos que ainda não estão cadastrados ou que não solicitam a nota fiscal de serviços de forma recorrente. Os aspectos mais relevantes para a comunicação publicitária da presente campanha concentram-se nas necessidades de: tornar o processo de adesão à Nota Cuiabana simples e compreensível; posicionar o cashback como uma novidade que veio para somar mais vantagens ao cidadão; evidenciar de forma objetiva os benefícios diretos ao cidadão, como a participação em sorteios e a possibilidade de abatimento do IPTU e outras multas e encargos municipais; reforçar o vínculo entre o pedido da nota fiscal e o impacto positivo na arrecadação municipal e na melhoria dos serviços públicos; estimular a ação imediata, incentivando o cadastro e o uso contínuo do programa; valorizar a linguagem cuiabana. É preciso converter o conhecimento em comportamento, ou seja, transformar a informação em adesão efetiva e recorrente. Isso exige a construção de mensagens que superem a percepção de burocracia e distanciamento do tema fiscal, apresentando a Nota Cuiabana como um benefício acessível, vantajoso e alinhado ao interesse coletivo. O resultado deste esforço de comunicação será um ciclo virtuoso, onde só há vantagens: de um lado, o povo exerce sua cidadania fiscal, combate a sonegação, participa dos sorteios, ganha desconto de até 30% no IPTU, e ainda economiza, ao utilizar o cashback nos prestadores de serviço indicados, incluindo serviços usados no dia a dia da grande maioria da população, como: cinema, recarga de cartão de transporte público, salões de beleza e estacionamentos. Com mais renda, devido aos descontos e ao cashback, há de se esperar maior movimentação do comércio e serviços. De outro lado, um município que atua com mais competência e efetividade e, portanto, arrecada mais, devolvendo para os cuiabanos o imposto em forma de mais obras e ações em benefício deles próprios. Em termos de publicidade, quanto mais proximidade com a população, clareza nas informações e transparência, melhor. Nas palavras de Wilson Paulo Leite Ribeiro, o "professor Wilson", idealizador da Nota Cuiabana e servidor com 43 anos dedicados à prefeitura: "No serviço público, não basta apenas vontade. É preciso ter vocação para atender o cidadão, orientar no que for possível e se aprimorar a cada dia, para que o contribuinte tenha uma boa prestação de serviço e uma orientação técnica tributária de qualidade."

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

a) a adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades da contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação

"A cidade vive dos que vivem nela, já dizia o grande locutor..." este trecho do rasqueado "Tipos populares", de Pescuma, Henrique e Claudinho, foi o partido temático abraçado para a presente campanha. O "grande locutor" ao qual os maiores representantes do rasqueado mato-grossense se referem, é João Alves de Oliveira, jornalista e radialista pioneiro na comunicação local, que com este bordão valorizava a forte conexão entre os cuiabanos e a sua morada. Então, tomamos a decisão estratégica de dar aos cidadãos o devido protagonismo. Decisão esta que só vai ao encontro de uma gestão fortemente ligada aos habitantes da cidade. Uma gestão "pé no chão" e que pode ser vista no dia a dia da comunidade. Uma gestão que está presente nos desafios, demandas e obras pela capital afora. Uma gestão que faz da comunicação um diálogo de igual para igual com todos os que vivem aqui, sempre aberta ouvir e também responder de forma ágil e transparente, entregando soluções plausíveis aos anseios da população. Aí foi só juntar: o amor que cuiabanos têm por esta terra, o modus operandi da prefeitura municipal e as vantagens plausíveis da Nota Cuiabana, visando solucionar os desafios de: comunicar de forma clara e acessível o benefício do programa; reforçar que a emissão de nota fiscal pode trazer vantagens diretas para os contribuintes; destacar toda a funcionalidade do programa; evidenciar as vantagens de solicitar a nota fiscal; usar uma linguagem cuiabana para maior efetividade da campanha. Sobre o linguajar cuiabano, como uma das suas maiores particularidades, podemos perceber a pronúncia do *"x"* e do *"ch"* com o *"tch"*, característica cuja origem vamos transcorrer mais adiante. Ainda hoje, no canto do rasqueado e do lambadão, bem como em perfis de influencers locais que valorizam o "cuiabanês" no seu conteúdo, é comum ouvir: "tchão", "tchúva", "tchícara" e assim por diante. Por isso, decidimos unir esta característica tão presente no imaginário popular, a uma expressão igualmente conhecida: "tchega tchóra". De acordo com a Gemini, a I.A do Google: esta é uma expressão popular do dialeto cuiabano, frequentemente usada de forma bem-humorada para descrever alguém que "chega com muita vontade, intensidade ou animação a um local ou situação", especialmente relacionado à comida ou festa. É uma variação fonética de "chega e chora", indicando que a pessoa se joga intensamente no momento". No que diz respeito à cultura geral, o termo é utilizado além das fronteiras do Vale do Rio Cuiabá, sendo reconhecido também por pessoas que não são tão "fluentes" em cuiabanês", como nos sucessos "Chega Chora" (sim, há duas músicas com o mesmo nome), de duplas de renome nacional: Marcos e Belluti, com mais de 1 milhão de visualizações no YouTube, e Diego e Arnaldo. Estes, por sua vez, somam mais 3,9 milhões de visualizações na sua versão, cujo refrão diz: "Se perguntar pro coração como ele tá agora, se ele te ama? Xiii, chega chora!". Ou seja: gosta muito, não sabe viver sem, mostrando que o significado é o mesmo do cuiabanês, fazendo com que o conceito da campanha seja abraçado e compreendido até por aqueles que não são "fluentes em cuiabanês". É esta mesma relação de bem querer, precisar e só ganhar vantagens que vamos estabelecer entre os contribuintes de Cuiabá e a Nota Cuiabana. Daí o conceito: "Quem pede nota cuiabana com cashback tchega tchóra nas vantagens".

b) a consistência da argumentação em defesa do partido temático e do conceito

A forma de ilustrar a campanha proposta é alegre, colorida e facilmente associável, destacando os cidadãos e com elementos gráficos saindo dos olhos dos personagens, cujas lágrimas de alegria serão representadas por: cifrão e símbolo de porcentagem,

remetendo ao desconto e ao cashback; o coração, remetendo ao amor por Cuiabá e o trevo, remetendo à sorte que todos querem ter nos sorteios mensais de até R$ 50 mil. Analisando ponto por ponto este conceito, a interpretação fica clara: 1) Quem: todos os cuiabanos que pedem Nota Cuiabana; 2) Ação esperada: começar a pedir ou continuar pedindo a nota cuiabana; 3) Vantagem clara: cashback e muito mais; 4) Cuiabanidade: tchega tchóra; 5) Promessa: vantagens financeiras e uma cidade melhor para se viver. A campanha apresentada tem tudo para "cair na boca do povo" e virar assunto em rodas de conversa e redes sociais de Norte a Sul de Cuiabá. Tanto o conceito quanto a identidade visual fogem da fórmula tradicional de comunicar dos órgãos públicos, especialmente por se tratar de um tema tão importante. Os protagonistas, claro, cuiabanos tomadores e prestadores de serviços, em cenários e situações onde a Nota Cuiabana deve ser lembrada. Apesar do advento da era da tecnologia e da pluralidade de perfis entre nossos habitantes, o falar cuiabano nunca vai sair de moda. Inclusive, novas gerações anseiam por conhecer este linguajar tão particular e que faz muitos de nós viajar para aquele "tempo bom que não volta mais". Números recentes mostram que cerca de 75% dos consumidores dizem que são mais propensos a comprar produtos ou marcas cujas propagandas evocam nostalgia, porque isso ativa memórias positivas do passado e cria um vínculo emocional com a marca (Amra & Elma, 2025). Em uma cidade que no próximo 8 de abril completa 307 anos, o moderno e o tradicional convivem em plena harmonia. Grandes marcas locais já provaram que o falar cuiabano vende e ajuda a transmitir qualquer tipo de mensagem. Exemplos disso são comerciais já veiculados com o eterno Liu Arruda, e outros comediantes como Totó Bodega, Nico e Lau, e mais recentemente o ator Thyago Mourão e outros influencers em perfis como: "Japonês Cuiabano", "Xômano que mora logo ali" e "Kbça Pensante" vêm se juntando a diversas marcas, de vários segmentos, para atingir ao público local. Para esta campanha, pensamos na integração total da comunicação. Em uma peça como um outdoor, a frase somada aos recursos gráficos é eficiente ao entregar a mensagem e chamar a atenção do leitor. Já em peças mais elaboradas, como panfleto, landing page e VT, vamos "destrinchar" que vantagens são essas: desconto de até 30% no IPTU, sorteios mensais de até R$ 50 mil (podendo chegar a até R$ 100 mil no sorteio de dezembro), cashback e uma cidade melhor para se viver. Trata-se, enfim, de um conceito que se adapta perfeitamente, respeitando a individualidade de cada canal de comunicação e que já elimina de cara uma das maiores "desconfianças" do cidadão quanto às campanhas de órgãos públicos, o bom e velho "o que é que eu ganho com isso?".

c) as possibilidades de interpretações positivas do conceito para a comunicação publicitária da contratante com seus públicos

E já que visamos uma mudança de comportamento por parte do público, isto é fundamental: dar um motivo plausível para que aquela atitude seja tomada, algo determinante visto que apenas 19% dos brasileiros confiam totalmente nas instituições governamentais (Ipsos, 2023), número que, apesar da aprovação da atual gestão, acaba refletindo na maneira como os cuiabanos recebem as comunicações do governo municipal. Por isso, acreditamos ser de extrema importância "popularizar" a comunicação pública. Sabendo que dialetos desempenham um papel crucial na identidade cultural e social de um povo, é determinante saber "casar" estratégia, cultura e objetividade em todas as peças da presente campanha. O dialeto cuiabano, falado na região de Cuiabá, capital do estado de Mato Grosso, é resultado de uma mistura de influências linguísticas e culturais ao longo de sua história. Colonização Portuguesa: a fundação de Cuiabá, em 1719, por bandeirantes portugueses, trouxe o português como língua base; Influências Indígenas: o contato com diversas culturas

indígenas, como os povos da etnia Nambikwara e outras, também deixou marcas no vocabulário e nas expressões. Muitas palavras de origem tupi e outras línguas indígenas foram incorporadas ao dialeto; Migrações e Demografia: ao longo dos séculos, a migração de pessoas de diferentes partes do Brasil, incluindo imigrantes europeus no século 19 e 20, diversificou ainda mais o linguajar local, trazendo novas gírias e expressões; Contexto Rural: a vida rural e as atividades agropecuárias na região contribuíram para o desenvolvimento de um léxico próprio, refletindo o cotidiano dos habitantes. Essa combinação de influências fez com que o dialeto cuiabano adquirisse características únicas, com expressões e um modo de falar que diferem do português padrão. É uma parte importante da identidade cultural da região. Partindo dessa identidade cultural e coesão social, nossa estratégia será apresentar o cashback do programa Nota Cuiabana como algo nosso, feito para o benefício de cada cidadão cuiabano. Vamos fazê-lo enxergar e mostrar que a mudança começa com ele e que ele tem muito a ganhar com a adesão ao programa. O tom da campanha será simples, bem-humorado e acolhedor, mostrando pessoas de diversas classes sociais e atividades como protagonistas. Em momentos de felicidade, elas estarão usufruindo das diversas vantagens da Nota Cuiabana. Todo o conjunto da campanha representa essa simplicidade, começando pela linguagem, acessível; pelo layout vivo, atraente e por elementos visuais que endossam essa aura de fantasia e pura alegria. Os meios escolhidos vão ao encontro dos públicos de interesse. Teremos peças chamativas, de leitura rápida, com grande impacto visual, despertar desejo, orientar à ação e construir o posicionamento que queremos para o fortalecimento do programa. Além de um *call to action* que mostra que convida o público-alvo a se cadastrar, conhecer melhor e vivenciar todas as vantagens da Nota Cuiabana.

d) a consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Publicitária proposta
Os dados só vêm corroborar com nossa Estratégia de Comunicação Publicitária: pesquisa publicada no *Journal of Business Research* mostra que a congruência entre valores do consumidor e da marca aumenta a identificação com ela, o que por sua vez, fortalece o compromisso e o boca-a-boca positivo. Isso significa constatar que aderimos mais à mensagem quando a marca reflete quem somos e o que valorizamos (Elsevier, 2013). Leia-se: somos cuiabanos (de certidão ou de coração) e valorizamos uma administração que enaltece a nossa cultura e ainda por cima é transparente, eficiente, próxima e nos traz vantagens financeiras. Ainda: segundo levantamento do Instituto Ipsos e Meio & Mensagem, 55% das campanhas inscritas no Effie Report 2022 apresentam um tom leve ou bem-humorado. Esse percentual sobe para 65% entre as campanhas vencedoras, indicando que o humor está associado a campanhas mais eficazes. E a expressão "tchega tchóra" é comumente usada entre amigos, em tom de brincadeira e para reforçar um gosto particular.

e) a capacidade da licitante de articular os conhecimentos sobre a contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing
Desta forma fica claro: 1) O que comunicar: que a Nota Cuiabana tem tantas vantagens que o cuiabano "tchega tchóra" nesta iniciativa da prefeitura; 2) Como comunicar: com destaque para o cashback, novidade que é mais uma promessa da campanha eleitoral de 2024 (na época, falava-se em Cashback Cuiabano), lançando mão do humor e de uma linguagem simples, popular, atrativa e educativa, mostrando como o cidadão pode participar, se cadastrar e acompanhar os sorteios, por exemplo; 3) Onde comunicar: onde o cidadão está, on e offline, dentro e fora de casa, inclusive utilizando-se dos meios próprios de comunicação da Prefeitura Municipal; 4) Quando

comunicar: no dia a dia do cidadão, durante o período de 60 dias, conforme estabelecido na Estratégia de Mídia; 5) Para quem comunicar: contribuintes, formadores de opinião, servidores públicos e todos os residentes de todos os bairros e distritos de Cuiabá; 6) Por quê comunicar: para que o cidadão possa exercer sua cidadania fiscal, para que se sinta parte do processo de fiscalizar e evitar a sonegação; para que a Prefeitura Municipal aumente a arrecadação, podendo assim realizar mais obras e ações em benefício dos próprios contribuintes e para que esta campanha e os resultados da divulgação da Nota Cuiabana se tornem um marco da atual gestão.

f) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Publicitária, considerada a verba referencial. E tudo isso será feito com agilidade, simplicidade e eficiência, otimizando a verba de R$ 2 milhões, atingindo cuiabanos de todas as faixas etárias e bairros, repercutindo por toda a cidade. E, claro, valorizando o papel da Prefeitura Municipal na educação fiscal e enaltecendo o que Cuiabá tem de melhor: seu jeito e sua gente.

IDEIA CRIATIVA

PEÇAS APRESENTADAS COMO EXEMPLOS

1. VT 30": peça determinante, por somar recursos de áudio, vídeo e storytelling, vai apresentar o sistema de cashback da Nota Cuiabana com uma abordagem criativa, sob o ponto de vista de diferentes perfis de cidadãos que dão o exemplo, passam a conhecer as vantagens de pedir Nota Cuiabana e decidem ter os benefícios desta ação. Logo no início, uma mulher usa o cashback num salão de beleza. Em seguida, aparece um cliente de estacionamento que, ao pedir a nota, terá desconto no IPTU. A narrativa passa, então, por um paciente que pede nota no dentista, de olho no sorteio, e chega até uma contribuinte consciente de que pedir a Nota Cuiabana é contribuir com uma cidade melhor. O encerramento convida o telespectador a também ter estas vantagens, acessar o portal e o aplicativo da Nota Cuiabana.
2. Spot rádio 30": o desafio é incentivar os próprios cuiabanos a se beneficiarem do programa usando apenas recursos de áudio. Sendo assim, a ideia é ressaltar ainda mais o falar cuiabano, facilmente identificado pelos ouvintes. Vamos apresentar as vantagens de forma leve e descontraída. A locução discorre sobre o porquê o cuiabano tchega tchóra na Nota Cuiabana e apresenta o cashback como a grande novidade. No final, ainda destacamos que é "demais de bom" pedir a Nota Cuiabana.
3. Reels de 30": peça de audiovisual importante para a sustentação da campanha no ambiente digital. Iremos contar com a participação da influencer Karine Fernandes, reconhecida por valorizar o cuiabanês, em um cenário tipicamente cuiabano: a Praça da Mandioca. Ela apresenta a Nota Cuiabana com o sistema de cashback com naturalidade, em tom de descontração e falando diretamente com sua audiência, que já soma mais 5 milhões de impressões no último mês e mais de 79 mil seguidores. Para efeito do edital, apresentaremos o roteiro do Reels.
4. Post carrossel: aproveitando a grande base de seguidores das páginas da Prefeitura de Cuiabá no Instagram e no Facebook e a interatividade deste tipo de post, vamos apresentar as vantagens da Nota Cuiabana de forma sequencial, valorizando o visual da campanha e seus detalhes. O primeiro card terá a função de despertar a curiosidade e os cards seguintes trazem as vantagens. No último card, iremos fazer o chamamento para o cadastro no site e download do aplicativo. Já a legenda, que vem complementar este tipo de post, chega em tom educativo, valoriza o call to action e traz hashtags que ampliam a entrega do post.

5. Anúncio impresso de jornal: mostrará uma cuiabana feliz, comemorando que agora tem cashback na Nota Cuiabana, colocando a Prefeitura de Cuiabá como uma idealizadora de grandes momentos na vida do cidadão. No título, abordamos os benefícios: "Quem pede Nota Cuiabana tchêga tchóra nas vantagens." No texto complementar, iremos ressaltar o dialeto cuiabano e citar como funciona o programa.
6. Outdoor: por se tratar de uma peça de leitura rápida e grande impacto visual, terá apenas as informações mais importantes, com destaque para o título/conceito: "Quem pede a Nota Cuiabana com cashback tchega tchóra nas vantagens". No rodapé, o complemento mostra as que vantagens são essas: sorteios de até R$ 50 mil mensais, desconto de até 30% no IPTU e outras. A assinatura traz um QR Code, que leva direto para o cadastro.
7. Landing page: mais do que reunir informações completas, iremos fazer a conversão das pessoas interessadas nas vantagens da Nota Cuiabana, comunicando a proposta de valor para capturar a atenção dos visitantes, mostrando o conceito, e descrevendo o programa e os tipos de serviços com descontos. Nas demais rolagens, iremos explicar quem pode participar, critérios de participação e motivos para fazer a adesão. Contará com um design clean, focado em guiar o olhar do visitante diretamente para as ações desejadas.
8. Folheto: com um formato portátil e de leitura mais detalhada, é importante para guardar, compartilhar e consultar informações relevantes. A frente chama a atenção do leitor, valorizando o conceito. Já o verso explica de forma simples e palpável como e onde as vantagens da Nota Cuiabana podem ser aproveitadas. Será distribuído durante três dias, no Shopping Pantanal.
9. Hiper painel: peça de OOH (Out of home) com grande potencial de impacto visual e absorção da mensagem. Instalado nas avenidas mais movimentadas da cidade é como se fosse um outdoor com movimento. O foco aqui é o conceito e call to action para o cadastro no site ou download do aplicativo.
10. Busdoor: a campanha também será potencializada pela veiculação em busdoor. Devido à sua ampla visibilidade e mobilidade, vai permitir que a mensagem da campanha percorra diferentes regiões da cidade, inclusive com acesso aos bairros, alcançando uma grande variedade de público durante o período.

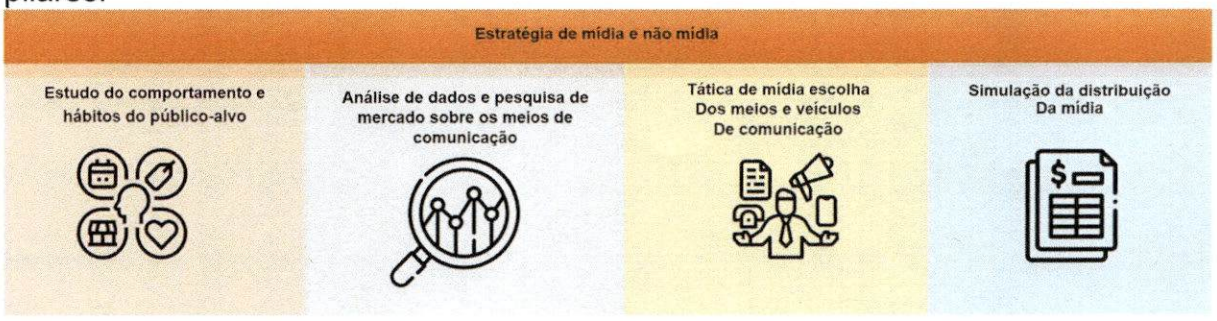
DEMAIS PEÇAS

- Cancela de shopping: no Shopping Estação, facilitando a leitura de motoristas e passageiros, com conceito e o call to action da campanha.
- Cupons: quatro modelos de impressos que ficarão flutuando dentro da "cabine sorteadora". Nas cores amarelo, verde-escuro, verde-claro e branco, terão textos diferentes, cada um com destaque para uma vantagem diferente. O objetivo é tangibilizar os principais argumentos racionais da campanha, e que todos que colocam o seu CPF em notas de serviços, só têm a ganhar.
- Áudio para cancela de shopping: com sotaque cuiabano, vai convidar os frequentadores do Shopping Estação a pedir Nota Cuiabana ali mesmo, nos serviços e na hora de pagar o estacionamento. Nos dias de mais movimento, o Shopping Estação Cuiabá recebe até 40 mil visitantes por dia. É com este público que queremos falar, especialmente por, neste local, encontrarem-se prestadores de serviços em áreas como: saúde, beleza, costura e sapataria, entre outras.
- Cobertura de videomaker: durante a ação com a influencer Karine Fernandes, um videomaker filmará as respostas e interações com o público, em especial após eles passarem pela cabine. Estes vídeos curtos poderão ser usados como conteúdos nas redes sociais da Prefeitura Municipal, fortalecendo o engajamento da Nota Cuiabana.

- Ação de panfletagem: o folheto, apresentado como uma das peças que constam como exemplos na campanha, será distribuído durante três dias por promotoras, na entrada do Pantanal Shopping.
- Tela em terminais de pagamento de estacionamento no Pantanal Shopping: para complementar a ação de panfletagem descrita acima, uma imagem estática será veiculada nos terminais de pagamento do estacionamento, cumprindo o papel de informar que ali mesmo, na hora de pagar o estacionamento, o contribuinte pode colocar o CPF na nota.
- Anúncio em revista (página inteira): para atingir formadores de opinião, levando a mensagem a um público segmentado, teremos também anúncio de uma página nas revistas RDM e Única, agregando credibilidade à campanha.
- Banner para sites: teremos banners em formatos diferentes nos principais sites e portais de notícias da capital, além da mídia de Google Display. O objetivo é levar o internauta para a landing page da campanha, local onde estamos concentrando as informações de forma bastante completa, didática e fácil de entender. Essa é uma estratégia importante e que vai contribuir muito para a adesão de participantes, uma vez que será muito mais prático entender como funciona o Nota Cuiabana, como aderir e todas as vantagens de participar.
- Mídia indoor: para otimizar a verba de comunicação e ampliar o alcance da nossa mensagem, vamos adaptar o VT de 30" para veiculação em mídia indoor. Este canal é uma excelente alternativa como mídia de apoio para reforço de mensagem e conta com veiculação em locais estratégicos, segmentados por perfil de público-alvo, como salões de beleza, consultórios médicos e elevadores em edifícios comerciais. Será um reforço para nossa estratégia de comunicação, atingindo formadores de opinião.

ESTRATÉGIA DE MÍDIA

O planejamento de mídia é uma parte essencial de qualquer campanha publicitária bem-sucedida. É a maneira pela qual podemos garantir que a mensagem alcance o público certo, no momento certo e nos canais certos. Sem um planejamento de mídia adequado, é provável que a campanha falhe em atingir seus objetivos e em gerar o retorno do investimento esperado. Nossa estratégia de mídia contempla os seguintes pilares:



O processo de planejamento de mídia começa com a compreensão do público-alvo da campanha. Isso envolve a identificação de características demográficas, psicográficas e comportamentais que definem o público que a marca deseja alcançar. A partir daí, podemos determinar quais canais de mídia são mais adequados para atingir esse público. Outro aspecto importante é a definição de objetivos claros para a campanha. Esses objetivos podem variar desde aumentar o conhecimento da marca até gerar vendas diretas e são importantes para orientar a seleção e a alocação de investimentos para diferentes canais e os formatos a serem utilizados. Isso pode ser uma tarefa complexa, pois o custo de cada canal e formato de mídia pode variar amplamente. No entanto, com uma análise cuidadosa, podemos garantir que a verba seja alocada de maneira eficaz para maximizar o impacto da campanha otimizando, ao máximo, os recursos.

PÚBLICO-ALVO

Moradores de Cuiabá. em geral, que podem se beneficiar dos descontos em serviços públicos e privados oferecidos pelo programa.

PERÍODO DE VEICULAÇÃO E PRAÇA

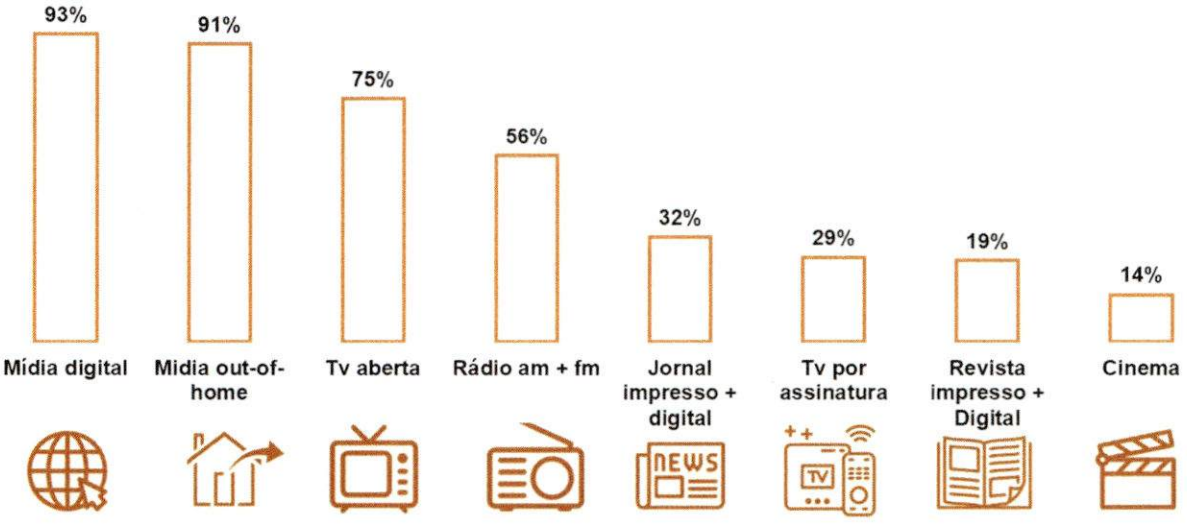
O período de veiculação foi limitado a 60 dias de campanha, sendo a abrangência a capital Cuiabá. Programamos os esforços de mídia para os meses de março e abril de 2026 para efeito de simulação.

HÁBITOS DE CONSUMO DE COMUNICAÇÃO E COMPORTAMENTO DO PÚBLICO

Os hábitos de consumo de mídia estão em constante evolução, influenciados por avanços tecnológicos e mudanças culturais. É importante entendê-los para garantir que a estratégia de divulgação alcance os públicos de interesse de maneira eficaz. Ao analisar essas tendências e outras que possam ser relevantes para o target da campanha, podemos passar a escolher os meios e os veículos de comunicação mais eficazes para atingir os nossos objetivos. Isso pode envolver uma combinação de mídia on-line e off-line, bem como o uso das mídias proprietárias da licitante e diferentes formatos de anúncios. No gráfico a seguir, referente à pesquisa de mídia,

sendo a fonte: *Source Kantar IBOPE Media – Target Group Index – BR TG 2024 R1 – Abril/23-Abril/24*, podemos analisar o quanto a população pesquisada interagiu com os meios de comunicação no período pesquisado.

Penetração dos meios de comunicação



Para maximizar o alcance da mensagem e atingir com eficiência os públicos de interesse, utilizaremos multiplataformas. A seleção de veículos terá como foco as maiores audiências e penetração, garantindo melhor custo-benefício, economia e máxima cobertura, complementando os canais próprios da licitante.

TÁTICA DE MÍDIA

Com base nas tendências de consumo de mídia do público-alvo, recomendamos uma combinação de meios *off-line* e digitais para maximizar o alcance e a eficácia da campanha. Um mix equilibrado de canais é essencial para garantir alta cobertura, com cada meio desempenhando um papel importante na estratégia geral. Essa abordagem permitirá otimizar o retorno do investimento, aproveitando as vantagens específicas de cada plataforma para alcançar os melhores resultados.

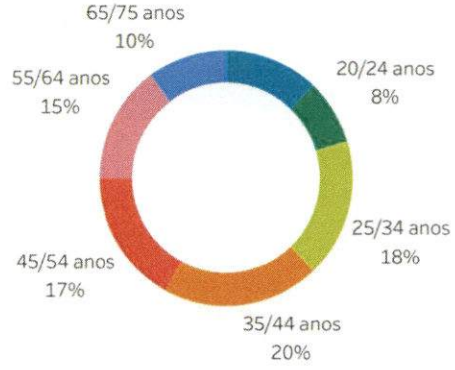
Meios selecionados				
Mídia eletrônica	**Mídia exterior**	**Internet/mídia inovadora**	**Não mídia**	**Mídia proprietária**
• Televisão • Rádio • Mídia Indoor	• Outdoor • Busdoor • Hiper Painel	• Sites • Facebook • Instagram • Youtube • Google	• Folheto • Ação de ativação • Landing Page	• Facebook • Instagram • Site

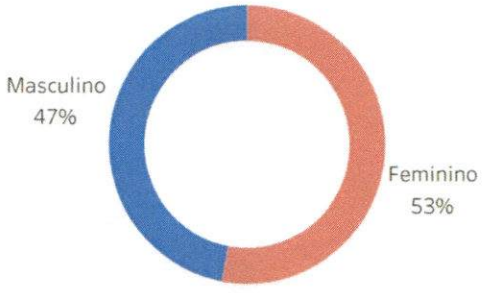
TELEVISÃO

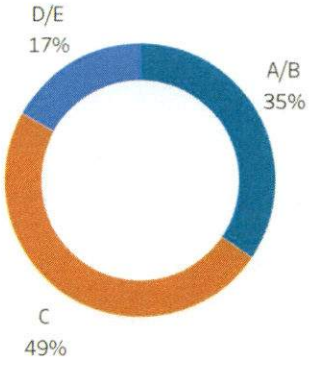
O estudo dos hábitos de consumo de mídia demonstra a grande importância da televisão como meio de comunicação no Brasil. Com uma penetração de 75% na população, é um dos principais meios de comunicação em massa do país, e continua a ser uma das formas mais eficazes de alcançar um grande público. A televisão tem um papel fundamental na disseminação de informações, notícias, entretenimento e

cultura no Brasil. É um meio de comunicação acessível e popular que atinge públicos de todas as idades e classes sociais. Além disso, a televisão tem a capacidade de gerar emoções e reações imediatas, o que a torna uma ferramenta poderosa para a publicidade e o marketing. É importante escolher cuidadosamente os programas e horários de maior audiência para maximizar o impacto da campanha. Sendo assim, foi programada a veiculação de um VT de 30" com abrangência em Cuiabá, nas emissoras Globo, Record, Band e SBT em Cuiabá. Juntas, elas detêm um *share* de 58,08% de mercado (audiência). Estaremos presentes em programas de gêneros variados, como: jornalismo, esporte, entretenimento, novelas, entre outros. Para definir os programas, levamos em consideração a afinidade com o público-alvo, a audiência e o melhor custo-benefício, buscando otimizar a verba e garantir maior frequência da campanha. Com essa distribuição temos um total de 2.019 GRPs (pontos de audiência bruta).

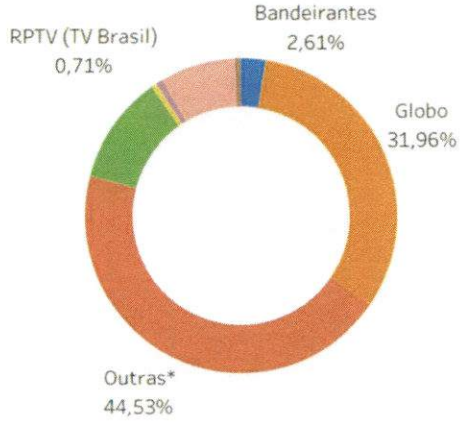
Televisão - Perfil demográfico (Sexo, Classe Social e Idade)





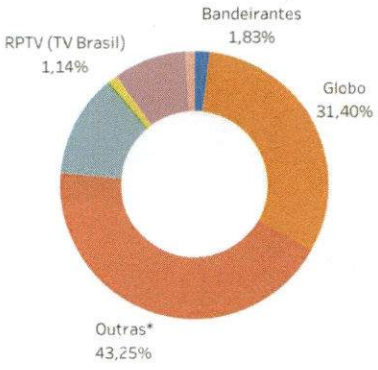


Share das Emissoras: total e por faixa horária

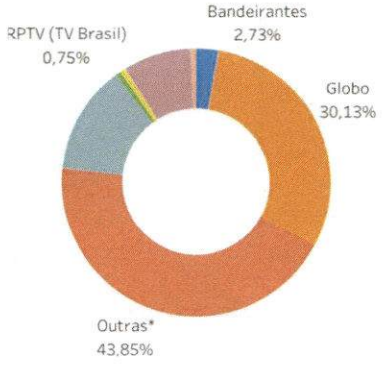


Participação da audiência nas redes – Share (%) por faixa horária

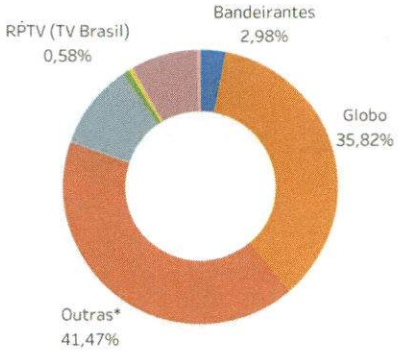
Matutino (7h às 12h)



Vespertino (12h às 18h)

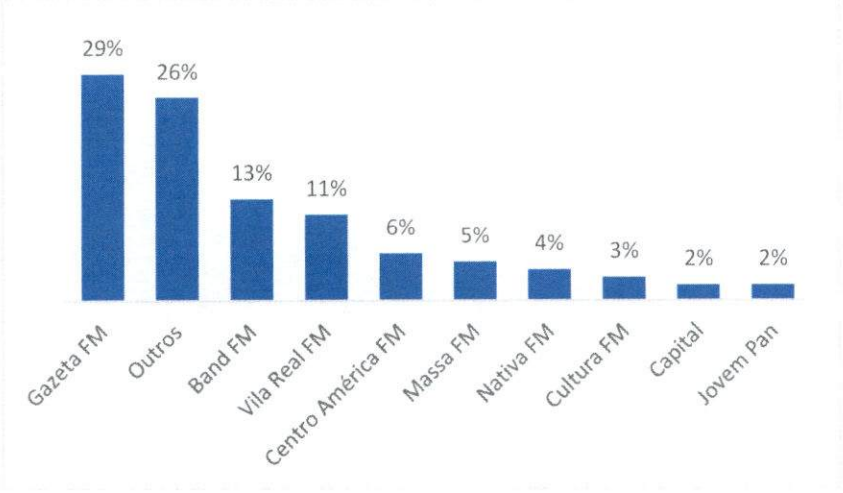


Noturno (18h às 00h)

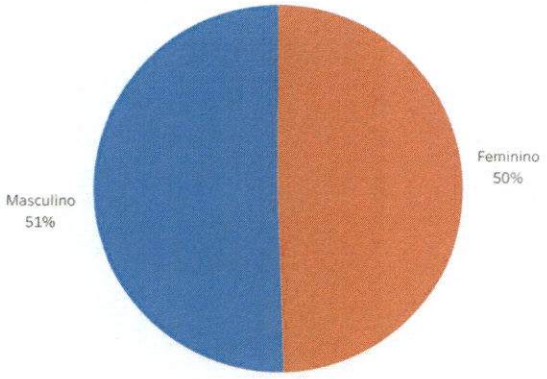


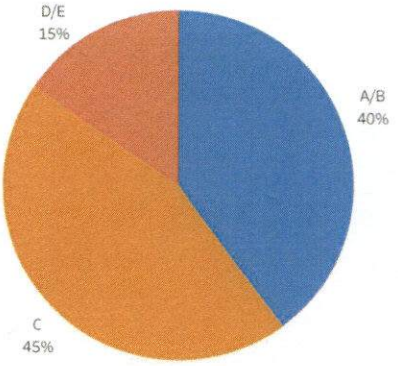
RÁDIO

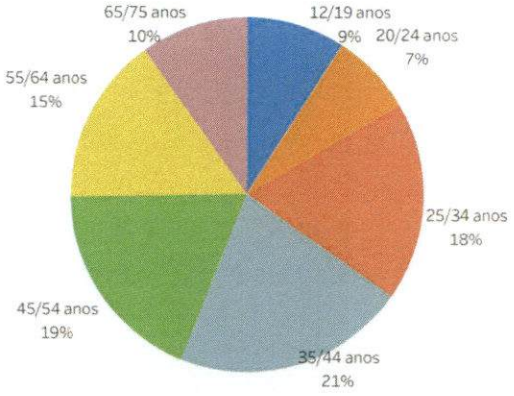
É um meio que envolve o ouvinte sem exigir dedicação exclusiva no momento do consumo, o que significa que a pessoa que estiver sintonizada pode realizar outras atividades ao mesmo tempo em que ouve, como dirigir, trabalhar ou estudar. É considerado um multiplicador de frequência, pois a mensagem da campanha é amplificada pela sua alta exposição. Possui forte apelo popular e é um meio com grande penetração, presente na rotina das pessoas e em vários momentos do dia, o que faz com que seja um grande alavancador na construção da frequência da mensagem da campanha. Além disso, estabelece grande empatia com a população local, pois proporciona informação e entretenimento na linguagem da cidade em que a emissora está localizada. Por todas essas vantagens, o rádio é um meio importante a ser considerado na estratégia de mídia de uma campanha publicitária, pois amplifica tal abrangência, atingindo um raio de até 200 Km do município sede da emissora. Em nossa estratégia, foram programadas inserções de spot de 30" nas principais emissoras de Cuiabá que possuem maiores audiências e penetração no público para compor a distribuição das inserções, de acordo com a pesquisa do Ibope 2025. Por se tratar de um público diversificado, escolhemos a veiculação rotativa ao longo da programação diária das emissoras, dessa forma, otimizamos a verba e garantimos um número maior de inserções diárias potencializando a nossa frequência e, consequentemente, a memorização da mensagem.



Rádio - Perfil Demográfico (Sexo, Classe Social e Idade)







MÍDIA EXTERIOR (*OUT OF HOME*)

Meios de comunicação que se caracterizam por estarem presentes no ambiente externo, como em outdoors, *busdoors*, empenas, entre outros são denominados mídia exterior. Com uma penetração de 91% na população, são capazes de ampliar a visibilidade da campanha e potencializar a lembrança, auxiliando na fixação da mensagem. A utilização de lugares estratégicos para veiculação é uma forma de trazer mais poder e credibilidade, pois o público tende a associar a mensagem com o ambiente em que ela é veiculada. Dessa forma, é importante escolher locais de grande circulação e visibilidade, nos quais a mensagem possa ser facilmente percebida. Além disso, a mídia exterior é capaz de atingir tanto pedestres quanto motoristas, tornando-se uma opção bastante versátil na estratégia de divulgação. A mensagem pode ser vista por pessoas que estão em deslocamento, o que aumenta o alcance da campanha.

OUTDOOR

Ferramenta valiosa para aumentar a visibilidade da marca e alcançar os objetivos de uma campanha, é especialmente eficaz em locais com alto tráfego de veículos ou pedestres, permitindo que a mensagem atinja um grande público. Sua exposição contínua ao longo do dia contribui para uma maior repetição da mensagem, reforçando o impacto e a lembrança. Serão veiculadas durante uma 2 *bisemanas* consecutivas 20 placas em Cuiabá.

BUSDOOR

É uma ferramenta estratégica de grande impacto devido à sua ampla visibilidade e mobilidade. Como mídia externa móvel, permite que a mensagem percorra diversos bairros e áreas da cidade, alcançando uma grande variedade de públicos ao longo do dia. Esse tipo de mídia é especialmente eficaz para aumentar a frequência da exposição da mensagem, impactando tanto pedestres quanto motoristas e passageiros. A presença constante do busdoor nas ruas garante uma alta memorização, ampliando o alcance da campanha em regiões de grande fluxo, de forma contínua e econômica. Veicularemos 30 busdoors em Cuiabá pelo período de 60 dias reforçando a mensagem da campanha.

HIPER PAINEL

É uma forma eficaz de mídia exterior para alcançar um público em áreas urbanas movimentadas e aumentar a visibilidade da marca devido ao seu alto impacto visual e grande visibilidade. Nossa estratégia propõe a veiculação de um hiper painel no tamanho 25x5m em Cuiabá, em uma das regiões de maior concentração de empresas e escritórios comerciais: a Av. Historiador Rubens de Mendonça que possui um fluxo médio diário de mais de 22 mil veículos.

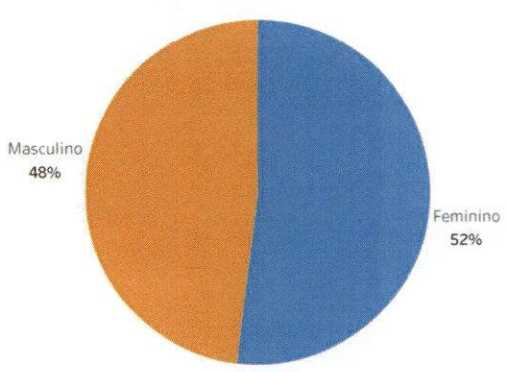
MÍDIA INDOOR

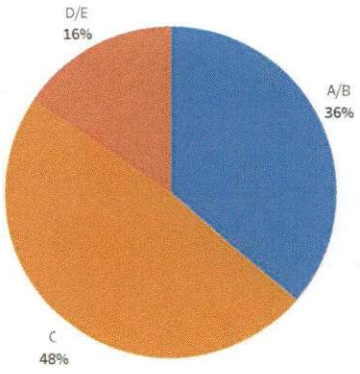
Veicularemos o vídeo da campanha pelos 60 dias em painéis digitais indoor, com objetivo de ampliar a nossa divulgação em ambientes diversificados para atingir perfis de públicos diferentes.

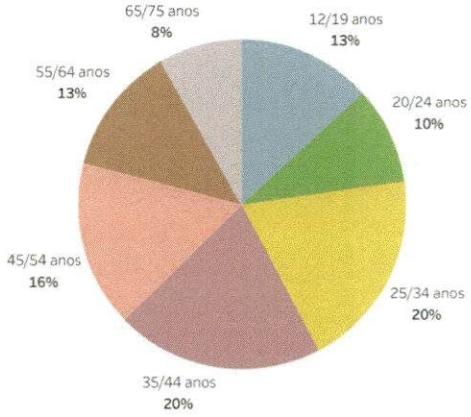
SHOPPING

A utilização de mídia em shopping é uma estratégia altamente eficaz para ampliar e massificar a mensagem da campanha, considerando que esses espaços concentram grande fluxo de pessoas, diversidade de público e tempo elevado de permanência. Estaremos presentes nos shoppings Estação e Pantanal Shopping, polos importantes de consumo e de convivência que recebem, juntos, uma média de 46 mil pessoas por dia, moradores de diferentes regiões da cidade, com faixas etárias e perfis socioeconômicos também diferenciados. A mensagem da campanha se fará presente por meio de áudio e adesivação de cancelas, banners nos totens de pagamento do estacionamento, o que garante múltiplos pontos de contato com o público em momentos estratégicos de atenção, como entrada, circulação e saída do shopping. Essa repetição qualificada reforça a mensagem, aumenta a lembrança da campanha e potencializa a fixação do conteúdo. Complementando a estratégia, teremos a panfletagem na cancela do Shopping Pantanal durante um final de semana, momento de alto movimento e grande concentração de público nesses locais.

Mídia Exterior - Perfil demográfico (Sexo, Classe Social e Idade)



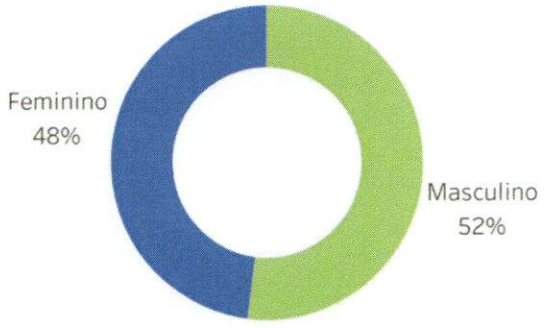


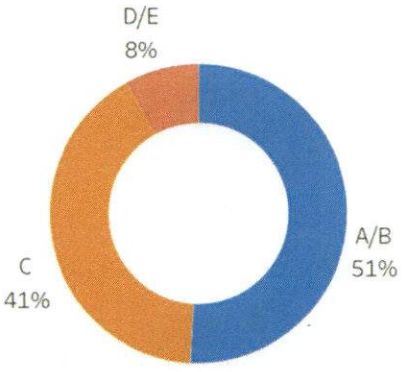


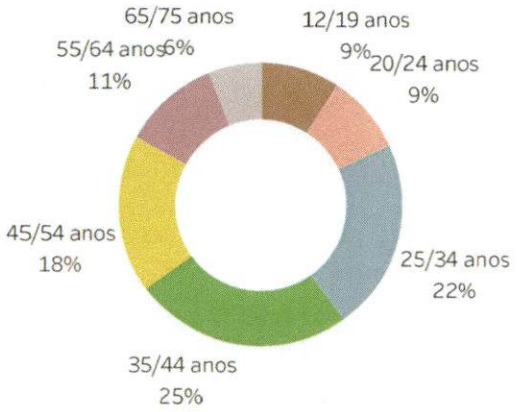
JORNAL

Apesar de muitos jornais terem migrado para a internet, a versão impressa ainda possui um público fiel, especialmente entre formadores de opinião e empresários que têm um alto poder de influenciar conceitos, crenças e valores. O jornal impresso é um meio informativo por excelência e transfere credibilidade, além de ter o caráter de documento, ou seja, é algo que pode ser guardado e consultado posteriormente. Com uma penetração de 32% na população, o jornal impresso é caracterizado, principalmente, pelo fator notícia, ou seja, sua principal função é informar o leitor sobre os acontecimentos do dia a dia. Por essas razões, selecionamos os Jornais A Gazeta anúncio de ¼ e Diário de Cuiabá anúncio de ½ página.

Jornal - Perfil demográfico (Sexo, Classe Social e Idade)







REVISTA

Assim como o jornal impresso, a revista também se caracteriza por englobar públicos extremamente segmentados. Seus atributos mais importantes são a portabilidade, a segmentação do público, o detalhamento da mensagem e a credibilidade. Conta com alto envolvimento com o consumidor, pois requer desembolso e esforço inerente à leitura, a revista consegue obter alto nível de atenção, minimizando a dispersão. Também se caracteriza pela possibilidade de adequar a mensagem ao conteúdo editorial, aumentando a predisposição do público à mensagem, o que a torna um dos principais instrumentos para atingir formadores de opinião. Veicularemos anúncio de 1 página nas revistas RDM com tiragem de 2.000 exemplares e Única com 5.000 exemplares.

INTERNET E MÍDIAS INOVADORAS

No cenário atual, a internet e as redes sociais são fundamentais para o sucesso de qualquer campanha publicitária, pois concentram grande parte da atenção e do consumo de informação da população. O Brasil ocupa a 4ª posição entre os maiores usuários de internet do mundo, com 93% de penetração na população, o que torna esse meio indispensável em estratégias de comunicação. Em Mato Grosso, o avanço da conectividade é expressivo. Dados do IBGE indicam que mais de 82% da população já acessa a internet, majoritariamente por meio de dispositivos móveis, utilizando redes sociais, aplicativos de mensagens e plataformas de vídeo como principais fontes de informação. O estado conta com 753 mil domicílios conectados, e mais de 1,8 milhão de pessoas acima de 10 anos com acesso à internet, sendo as mulheres a maioria dos usuários. Esse cenário evidencia que o ambiente digital é hoje um dos principais canais para alcance, engajamento e relacionamento com o público, permitindo segmentação precisa, personalização de mensagens e mensuração de resultados em tempo real. Plataformas digitais oferecem escala e eficiência, além de possibilitar ajustes contínuos para otimização da campanha. Diante desses dados, a internet e as redes sociais se consolidam como meios estratégicos e indispensáveis. Com base nesse contexto, torna-se possível definir os canais mais adequados e os principais KPIs a serem mensurados ao longo da campanha, como alcance, impressões, frequência, engajamento, cliques e visualizações de vídeo, garantindo maior eficiência e assertividade nos resultados.

FACEBOOK E INSTAGRAM

Hoje, as plataformas do grupo Meta, Facebook e Instagram acumulam mais de 200 milhões de usuários únicos no Brasil segundo dados da DataReportal / We Are Social, sendo uma das maiores audiências digitais do país, principalmente por meio de dispositivos móveis. Embora não exista um número exato e 100% oficial disponibilizado publicamente pela Meta por município, a estimativa técnica de 500 mil a 560 mil perfis ativos no Facebook e Instagram em Cuiabá é consistente com dados de penetração digital do Brasil e da região. Esse volume de usuários demonstra claramente que as redes sociais da Meta são canais indispensáveis para atingir uma ampla e representativa parcela da população cuiabana, sendo um meio de comunicação essencial para a campanha. Publicaremos conteúdos durante o período da campanha nos perfis de Facebook e Instagram da Prefeitura de Cuiabá, com o objetivo de impactar seus seguidores (que hoje somam mais de 235 mil perfis) e, com isso, disseminar a mensagem. Além disso, o conteúdo será impulsionado durante todo o período da campanha. Para efeito deste edital, produziremos um vídeo em formato Reels e post estático, porém, a campanha permite inúmeros desdobramentos de formatos.

YOUTUBE

É a plataforma de vídeo mais utilizada no Brasil, com grande alcance e potencial de engajamento. Além disso, o uso do formato de vídeo permite a criação de conteúdos mais dinâmicos e atraentes, que podem ser facilmente compartilhados nas redes sociais. Todos os conteúdos de vídeos produzidos serão publicados no canal do Youtube da Prefeitura de Cuiabá que hoje conta com mais de 10mil inscritos e serão impulsionados/patrocinados com uma estimativa de até 1,7 milhões visualizações.

GOOGLE

Integrar o Google Display na estratégia de mídia online é essencial para aumentar a eficácia e potencializar o alcance da mensagem. Com bilhões de buscas realizadas todos os dias, é uma plataforma poderosa para conectar a marca diretamente com consumidores que já estão em busca de produtos e serviços relevantes. Graças ao seu grande alcance e possibilidade de segmentação, permite a entrega de conteúdos por interesses, geolocalização e comportamento e oferece uma comunicação altamente personalizada, impactando o público certo no momento certo. Além disso, proporciona relatórios detalhados e em tempo real, permitindo otimizar as campanhas de forma contínua para obter o melhor retorno sobre investimento, por meio de formatos visuais chamativos e dinâmicos que aumentam o engajamento, levando o usuário diretamente à página landing page da campanha com apenas um clique. Portanto, utilizar o Google Estimamos em torno 33 mil cliques nos anúncios que serão direcionados para a landing page da Nota Cuiabana.

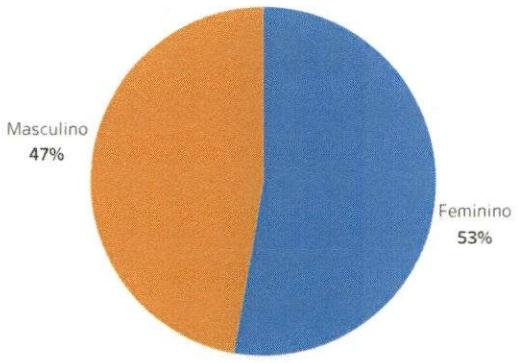
BANNER SITE

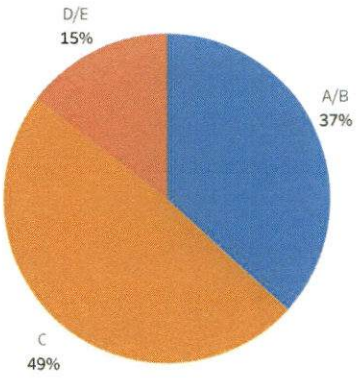
Para reforçar a divulgação online, utilizaremos sites e portais de notícias de grande relevância no estado. Com apenas um clique, os anúncios redirecionam o usuário diretamente para a landing page da Nota Cuiabana, tornando o acesso as informações rápido e prático. Durante o período da campanha, serão veiculados banners em diversos portais conforme sinalizado no resumo de investimento.

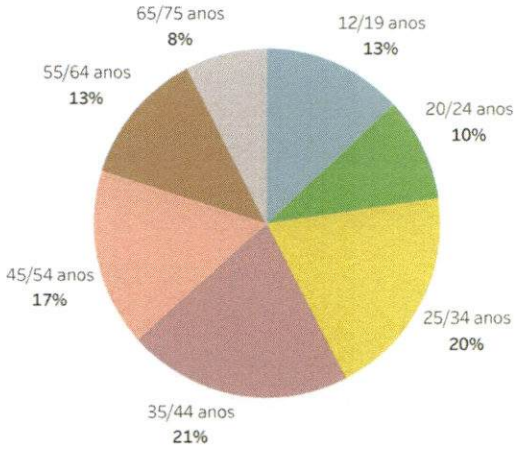
LANDING PAGE

Para garantir o máximo impacto e eficiência na campanha, nossa estratégia inclui a criação de uma landing page exclusiva onde serão centralizadas todas as informações sobre a Nota Cuiabana de forma organizada e acessível. Além de facilitar o acesso do público, a landing page permitirá acompanhar, em tempo real, o desempenho da campanha por meio de ferramentas de análise digital. Entendemos que esta é uma estratégia importante para o sucesso da campanha uma vez que o site da Prefeitura é bastante extenso quando se trata de volume de informações e é importante direcionar o acesso, trazendo as informações de maneira mais detalhada possível, para facilitar a compreensão e, consequentemente, a adesão da população.

Internet - Perfil Demográfico (Sexo, Classe Social e Idade)







NÃO MÍDIA

FOLHETO

A distribuição de folhetos é uma estratégia complementar que irá fortalecer e ampliar a efetividade da campanha. Ele irá atuar como um material de apoio informativo, reforçando a mensagem principal e garantindo que o público leve consigo as informações essenciais da sobre a Nota Cuiabana. Essa abordagem potencializa o impacto da experiência presencial, pois, além do contato direto e da interação no local, o material impresso prolonga a lembrança da mensagem. A distribuição acontecerá na cancela do Shopping Pantanal.

UTILIZAÇÃO DOS RECURSOS PRÓPRIOS/MÍDIA PROPRIETÁRIA

Em toda a estratégia de peças e na distribuição de mídia, foram considerados recursos próprios de comunicação da Prefeitura de Cuiabá. Sendo assim, os conteúdos e materiais criados também serão distribuídos nas redes sociais Facebook, Instagram e banner no site oficial. Após esses apontamentos, passamos, na sequência para os resumos de investimento e distribuição da mídia, informações completas de números de inserções e programações a serem utilizadas e valores.

RESUMO DE INVESTIMENTOS

PERCENTUAL DE INVESTIMENTO DE MÍDIA E PRODUÇÃO			
TIPO	VALOR		%
MÍDIA	R$	1.863.227,82	93%
PRODUÇÃO	R$	134.527,64	7%
TOTAL	**R$**	**1.997.755,46**	**100%**

VALORES (ABSOLUTOS E PERCENTUAIS) ALOCADOS NA PRODUÇÃO DE CADA PEÇA, SEPARADAMENTE, DE MÍDIA E NÃO MÍDIA			
PEÇAS DESTINADAS A VEÍCULOS DE DIVULGAÇÃO	**Valor**	**%**	**Quant.da produção**
VT 30" + EDIÇÃO VT INDOOR + SPOT 30" + RELLS 30"	R$ 85.900,00	64%	4
BUSDOOR	R$ 3.750,00	3%	30
OUTDOOR EM LONA	R$ 16.000,00	12%	20
LONA HIPER PAINEL 25X5	R$ 9.900,00	7%	1
ANIMAÇÃO DE BANNER SITE	R$ 1.800,00	1%	10
ENTREGA DIGITAL VT NA TVCA	R$ 255,00	0%	1
TOTAL PEÇAS DESTINADAS A VEÍCULOS DE DIVULGAÇÃO	**R$ 117.605,00**	**87%**	**66**
PEÇAS DE NÃO MÍDIA			
PRODUÇÃO DE FOTOS	R$ 3.500,00	3%	5
FOLHETOS 15X21 4X4 CORES COUCHE 115GR	R$ 4.200,00	3%	30.000
PRODUÇÃO ÁUDIO CANCELA	R$ 134,00	0%	1
PROGRAMAÇÃO DE LANDING PAGE	R$ 6.000,00	4%	1
PROMOTORAS PANFLETAGEM	R$ 1.700,00	1%	1
PRODUÇÃO CANCELA ESTACIONAMENTO SHOPPING	R$ 1.388,64	1%	9
TOTAL NÃO MÍDIA	**R$ 16.922,64**	**13%**	**30.017**
TOTAL PRODUÇÃO	**R$ 134.527,64**	**100%**	**30.083**

VALORES (ABSOLUTOS E PERCENTUAIS) DOS INVESTIMENTOS ALOCADOS EM MÍDIA, SEPARADAMENTE POR MEIOS			
MEIO			
TELEVISÃO	**Valor**	**%**	**N. Inserções**
TV CENTRO AMÉRICA CUIABÁ	R$ 334.610,00	18%	109
TV RECORD CUIABÁ	R$ 251.489,00	13%	85
TV SBT CUIABÁ	R$ 238.806,00	13%	82
TV BAND CUIABÁ	R$ 78.781,58	4%	100
TOTAL TELEVISÃO	**R$ 903.686,58**	**49%**	**376**
INTERNET	**Valor**		**N. Inserções/Dias**
FACEBOOK/INSTAGRAM	R$ 55.000,00	3%	60
GOOGLE	R$ 25.000,00	1%	60
YOUTUBE	R$ 25.000,00	1%	60
SITE DIARIO DE CUIABA	R$ 27.000,00	1%	60
SITE MIDIA NEWS	R$ 57.526,00	3%	60
SITE OLHAR DIRETO	R$ 53.750,00	3%	30
TOTAL INTERNET	**R$ 243.276,00**	**13%**	**330**
MÍDIA ALTERNATIVA	**Valor**		**N. Inserções/Dias**
PANTANAL SHOPPING	R$ 11.875,00	1%	30
SHOPPING ESTAÇÃO	R$ 18.725,00	1%	30
JC MÍDIA - INDOOR	R$ 53.652,50	3%	60
TOTAL MÍDIA ALTERNATIVA	**R$ 84.252,50**	**5%**	**120**
OUTDOOR/PAINÉIS/BUSDOOR	**Valor**		**N. Dias**
MIDEXX	R$ 106.800,00	6%	60
GRAFICA PRINT	R$ 45.000,00	2%	28
TOTAL MÍDIA EXTERIOR	**R$ 151.800,00**	**8%**	**88**
RÁDIO	**Valor**		**N. Inserções**
RADIO BAND FM - CUIABA	25.302,06	1%	258
RADIO CENTRO AMERICA FM - CUIABÁ	38.220,00	2%	156
RADIO GAZETA FM - CUIABA	95.772,60	5%	126
RADIO JOVEM PAN - CUIABA	63.212,58	3%	258
RADIO VILA REAL FM - CUIABA	83.028,00	4%	120
TOTAL RÁDIO	**R$ 305.535,24**	**16%**	**918**
REVISTA	**Valor**		**N. Inserções**
REVISTA RDM	R$ 11.200,00	1%	1
REVISTA ÚNICA	R$ 36.600,00	2%	1
TOTAL REVISTA	**R$ 47.800,00**	**3%**	**2**
JORNAL	**Valor**		**N. Inserções**
JORNAL A GAZETA	R$ 85.140,00	5%	1
JORNAL DIÁRIO DE CUIABÁ	R$ 41.737,50	2%	2
TOTALJORNAL	**R$ 126.877,50**	**7%**	**3**
TOTAL GERAL DA MÍDIA	**R$ 1.863.227,82**	**100%**	**1837**

DISTRIBUIÇÃO

MARÇO 2026																															
Internet	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
	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
MARCO/26																															
FACEBOOK - ADYEN	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
GOOGLE	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
SITE MIDIA NEWS	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
SITE OLHAR DIRETO	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
YOU TUBE	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
Jornal	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
MARCO/26																															
JORNAL A GAZETA - CUIABA		1																													
JORNAL DIARIO DE CUIABA				1														1													
Mídia Alternativa	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
MARCO/26																															
JC MIDIA E COMUNICACAO LTDA	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7
MIDEX MIDIA EXTERIOR E BRINDES	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
MIDEX MIDIA EXTERIOR E BRINDES		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
PANTANAL SHOPPING	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
SHOPPING ESTACAO MIDIA MALLS LTDA	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

Outdoor	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
MARCO/26																															
GRAFICA PRINT OUTDOOR									1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

MARÇO 2026																															
Rádio	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
	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
MARCO/26																															
RADIO BAND FM - CUIABA		6	6	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6
RADIO CENTRO AMERICA FM - CUIABA		6		6		6			6		6		6			6		6		6			6		6		6				6
RADIO GAZETA FM - CUIABA		6		6		6				6		6				6		6		6				6		6				6	
RADIO JOVEM PAN - CUIABA		6	6	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6
RADIO VILA REAL FM - CUIABA		6		6		6				6		6				6		6		6				6		6				6	

Revista	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
MARCO/26																															
REVISTA RDM																				1											
REVISTA ÚNICA				1																											

Televisão	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
MARCO/26																															
TV BAND CUIABA				4	4	4	3	1			4	4	4	3	1	1	4	4	3	3		1	2								
TV CENTRO AMERICA - CUIABA		3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1		2	2
TV RECORD - CUIABA		2	2	3	2	2	1	4	1		2	2	1	2	4	2		2	2	2	2	3	1	1							
TV SBT - CUIABA - TV RONDON		2	1	3	3	2	2	1	2	3	3	2		2	2	2	1	1	2	2	1	1									

DISTRIBUIÇÃO

ABRIL 2026																															
Internet	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	
	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	
abr/26																															
FACEBOOK - ADYEN	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		
GOOGLE	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		
SITE DIARIO DE CUIABA	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		
SITE MIDIA NEWS	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		
YOU TUBE	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		
Jornal	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
abr/26																															
JORNAL DIARIO DE CUIABA	1																														
Midia Alternativa	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
abr/26																															
JC MIDIA E COMUNICACAO LTDA	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7	7		
MIDEX MIDIA EXTERIOR E BRINDES	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		
MIDEX MIDIA EXTERIOR E BRINDES	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		

DISTRIBUIÇÃO																															
ABRIL 2026																															
Rádio	**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**
abr/26																															
RADIO BAND FM - CUIABA	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6	6		
RADIO CENTRO AMERICA FM - CUIABA	6		6			6		6		6			6		6		6			6		6		6			6		6		
RADIO GAZETA FM - CUIABA		6					6		6				6		6		6				6		6				6		6		
RADIO JOVEM PAN - CUIABA	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6	6		
RADIO VILA REAL FM - CUIABA							6		6				6		6		6				6		6				6		6		

Televisão	**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**
abr/26																															
TV BAND CUIABA	3	2	2	1	1	3	3	1	3	1	1	1	3	3	2	2	4		1	3	2	2	3	1			2				
TV CENTRO AMRICA - CUIABA	3	4	2	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	2	3	1	2	2	2		3	1		1	1	1				
TV RECORD - CUIABA	1	2	2			2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	2	3	2	1	1	1	1	1	1		1			
TV SBT - CUIABA - TV RONDON	2	2	2	4	1	1	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1		1		1		

	LICITAÇÃO	

Cliente: **PREFEITURA DE CUIABÁ**
Campanha: LICITAÇÃO
Produto:
Espécie: **LICITAÇÃO**
Título: **LICITAÇÃO**
Acabamento:
Pz.Entrega:

ESPECIFICAÇÕES

ORÇAMENTO REF. PRODUÇÕES:

VT 30" + EDIÇÃO 30" INDOOR + SPOT 30" + RELLS 30"
PRODUÇÃO DE FOTOS
PRODUÇÃO LONA DE OUTDOOR 9X3
ANIMAÇÃO DE BANNER SITES
PROGRAMAÇÃO DE LANDPAGE
PRODUÇÃO DE LONA HIPERPAINEL 25X5
PRODUÇÃO DE BUSDOOR 2X1
PRODUÇÃO DE CANCELA DE ESTACIONAMENTO
PRODUÇÃO DE FOLHETO FORMATO 15X21 4X4 CORES COUECHE 115G
PRODUÇÃO ÁUDIO DE CANCELA 7"
PROMOTORAS PARA PANFLETAGEM - 3 DIAS NO SHOPPING PANTANAL
ENTREGA DIGITAL VT NA TVCA

CUSTOS FIXOS

SERVIÇOS DE TERCEIROS	QTD	CONDIÇÕES	VALOR
VT + SPOT + RELLS + VT INDOOR	4		85.900,00
PRODUÇÃO DE FOTOS	5		3.500,00
LANGING PAGE	1		6.000,00
HIPER PAINEL	1		9.900,00
BUSDOOR	30		3.750,00
CANCELA DE ESTACIONAMENTO	9		1.388,64
OUTDOOR	20		16.000,00
PRODUÇÃO ÁUDIO 7"	1		134,00
PROMOTORAS PANFLETAGEM	1		1.700,00
PRODUÇÃO DE FOLHETOS	30000		4.200,00
ANIMAÇÃO BANNERS SITE	10		1.800,00
ENTREGA DIGITAL TVCA	1		255,00

Subtotal Serviços Terceiros	**134.527,64**
Honorários (%)	**0,00**
Total Geral Custos Fixos	**134.527,64**

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: **PREFEITURA DE CUIABÁ**

PRODUTO:

VEÍCULO: **YOU TUBE**

CAMPANHA: **LICITAÇÃO**

MEIO:

PIT

PERÍODO:

PEÇA FORMATO

PEÇA FORMATO

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T					
NACIONAL - NET /																																					
YOU TUBE																																					
ANUNCIO EM VÍDEO		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				15.000,00
																																	31				15.000,00

OBSERVAÇÃO

TOT INS	GRP		
31		TOTAL R$	15.000,00

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: **PREFEITURA DE CUIABÁ**
VEÍCULO: **GOOGLE**
MEIO:
PRODUTO:
CAMPANHA: **LICITAÇÃO**
PIT
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T					
NACIONAL - NET /																																					
GOOGLE																																					
ANUNCIO GOOGLE DISPLAY		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				**15.000,00**
																																	31				**15.000,00**

OBSERVAÇÃO

31		**TOTAL R$**	**15.000,00**

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: **PREFEITURA DE CUIABÁ**
VEÍCULO: **FACEBOOK - ADYEN**
MEIO:
PIT
PRODUTO:
CAMPANHA: **LICITAÇÃO**
PERÍODO:

PEÇA
FORMATO
PEÇA
FORMATO

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T					
NACIONAL - NET / SP																																					
FACEBOOK - ADYEN																																					
ANUNCIOS FACEBOOK E INSTAGRAM		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				30.000,00
																																	31				30.000,00

OBSERVAÇÃO

TOT INS	GRP		
31		TOTAL R$	30.000,00

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

30

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ

PRODUTO:

VEÍCULO: RADIO BAND FM - CUIABA

CAMPANHA: LICITAÇÃO

MEIO:

PIT

PERÍODO:

PEÇA
B - SPOT

FORMATO
30"

PEÇA

FORMATO

31

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T					
CUIABA - MT / MT																																					
SPOT ROTATIVO	B		6	6	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6	132		98,07		12.945,24
SPOT SISTEMA ROTATIDO DAS 00H - 24H																																					
																																	132				12.945,24

OBSERVAÇÃO

132	**TOTAL R$**	12.945,24

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ
VEÍCULO: JORNAL A GAZETA - CUIABÁ
MEIO:
PRODUTO:
CAMPANHA: LICITAÇÃO
PIT
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T					
CUIABA - MT / MT																																					
1/4 DE PÁGINA			1																														1		85.140,00		85.140,00
Anúncio formato 1/4 em cores, página indeterminada, em dia útil.																																					
TIRAGEM: 25 MIL EXEMPLARES																																					
																																	1				85.140,00
OBSERVAÇÃO																																	1		TOTAL R$		85.140,00

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: **PREFEITURA DE CUIABÁ**

VEÍCULO: **RADIO JOVEM PAN - CUIABA**

MEIO:

PRODUTO:

CAMPANHA: **LICITAÇÃO**

PIT

PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
B - SPOT	**30"**		

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T					
CUIABA - MT / MT																																					
																																	-				
SPOT ROTATIVO	B		6	6	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6	132		**245,01**		**32.341,32**
																																132				**32.341,32**

OBSERVAÇÃO

132		**TOTAL R$**	**32.341,32**

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ
VEÍCULO: PANTANAL SHOPPING
MEIO:
PRODUTO:
CAMPANHA: LICITAÇÃO
PIT
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01 D	02 S	03 T	04 Q	05 Q	06 S	07 S	08 D	09 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	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
CUIABA - MT / MT																																					
PANTANAL SHOPPING																																					
TELAS TERMINAIS DE PAGAMENTO		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				**6.250,00**
PANFLETAGEM		1					1	1																									3		**1.875,00**		**5.625,00**
12 TELAS TERMINAIS DE PAGAMENTO																																					
LOCALIZAÇÃO: PISOS 01 E 02																																					
DIMENSÃO: 1080 X 1152 EM JPG																																					
VALOR DE R$ 6.250,00 para ação mensal																																					
2 CANCELAS DE ENTRADA																																					
PERÍODO: 11H30 AS 14H30																																					
VALOR DE R$ 1.875,00 DIÁRIA X 3 = 5625,00																																					
																																	34				**11.875,00**

OBSERVAÇÃO

34		**TOTAL R$**	**11.875,00**

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

34

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: **PREFEITURA DE CUIABÁ** VEÍCULO: **GRAFICA PRINT OUTDOOR** MEIO:

PRODUTO: CAMPANHA: **LICITAÇÃO** PIT

PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
J - OUTDOOR	**9M X 3M**		

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T					
CUIABA - MT / MT																																					
GRAFICA PRINT OUTDOOR																																					
BI SEMANA 12 PLACAS SIMPLES	J									1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1										14			**45.000,00**	
BI SEMANA 14 PLACAS SIMPLES	J																							1	1	1	1	1	1	1	1	1	9				
Veiculação de 20 de placas de outdoor em 2 bi-semanas:																																					
Bi-semana 12 - 09 a 22 de março de 2026.																																					
Bi-semana 14 - 23 de março a 05 de abril de 2026.																																					
VALOR UNITÁRIO PLACA SIMPLES R$ 1.125,00.																																					
																																	23			**45.000,00**	

OBSERVAÇÃO

23 **TOTAL R$** **45.000,00**

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: **PREFEITURA DE CUIABÁ**

VEÍCULO: **SHOPPING ESTACAO MIDIA MALLS LTDA**

MEIO:

PRODUTO:

CAMPANHA: **LICITAÇÃO**

PIT

PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
P - CANCELA DE SHOPPING	**AUDIO**		

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T					
CUIABA - MT / MT																																					
SHOPPING ESTACAO MIDIA MALLS LTDA																																					
ÁUDIO/CANCELA ESTACIONAMENTO	P	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				**18.725,00**
Localização: Piso G3 Interno E Vagas Externas																																					
Externas 3 cancelas: 2,00 x 0,08m (Pode utilizar aplique)																																					
Internas 4 cancelas: 1,50 x 0,08m (Não pode utilizar aplique)																																					
Motos 2 cancelas: 0,55 x 0,08m (Não pode utilizar aplique)																																					
Áudio da Cancela de entrada com Duração de até 7seg.																																					
																																	31				**18.725,00**

OBSERVAÇÃO

31 **TOTAL R$** **18.725,00**

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ
PRODUTO:

VEÍCULO: SITE OLHAR DIRETO
CAMPANHA: LICITAÇÃO

MEIO:
PIT
PERÍODO:

PEÇA | FORMATO

PEÇA | FORMATO

37

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01 D	02 S	03 T	04 Q	05 Q	06 S	07 S	08 D	09 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	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
CUIABA - MT / MT																																					
SITE OLHAR DIRETO																																					
CAPA ÁREA 1 - CABEÇALHO		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				53.750,00
HOME PAGE-																																					
Capa - Área 1 Cabeçalho | 940x100 R$ 53.750,00																																					
																																	31				53.750,00

OBSERVAÇÃO

TOT INS	GRP		TOTAL R$
31		TOTAL R$	53.750,00

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: **PREFEITURA DE CUIABÁ**

VEÍCULO: **MIDEX MIDIA EXTERIOR E BRINDES**

MEIO:
PIT

PRODUTO:

CAMPANHA: **LICITAÇÃO**

PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
K - BUSDOOR	**0,90 X 1,20M**		

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T					
CUIABA - MT / mt																																					
MIDEX MIDIA EXTERIOR E BRINDES																																					
BUSDOOR	K		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				**30.000,00**
VEICULAÇÃO DE 30 LINHAS DE ÔNIBUS.																																					
FORMATO : 2,30M X 1,0M																																					
																																	30				**30.000,00**

OBSERVAÇÃO

30		**TOTAL R$**	**30.000,00**

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ
VEÍCULO: JC MIDIA E COMUNICACAO LTDA
MEIO:
PRODUTO:
CAMPANHA: LICITAÇÃO
PIT
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T					
CUIABA - MT / mt																																					
JC MIDIA E COMUNICACAO LTDA																																					
INDOOR PADARIA AMÉRICA		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				2.787,50
INDOOR AUTO ART´S		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				522,50
INDOOR CONVENIÊNCIA PRIME		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				1.397,50
INDOOR ED TORRES SÃO GEORGES II		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				2.657,50
POSTO BOM CLIMA		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				11.961,25
HOSPITAL GERAL RECEPÇÃO EMERGENCIA		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				3.750,00
HOSPITAL GERAL PRONTO ATENDIMENTO		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				3.750,00
																																	217				26.826,25

OBSERVAÇÃO

217		TOTAL R$	26.826,25

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ
VEÍCULO: JORNAL DIARIO DE CUIABÁ
MEIO:
PRODUTO:
CAMPANHA: LICITAÇÃO
PIT
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T					
CUIABA - MT / mt																																					
1/2 PÁGINA					1														1														2		13.912,50		27.825,00
Anúncio meia página indeterminado.																																					
Veiculação em dias úteis.																																					
TIRAGEM: 16.500 EXEMPLARES																																					
																																	2				27.825,00
OBSERVAÇÃO																																	2		TOTAL R$		27.825,00

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

40

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ
VEÍCULO: REVISTA ÚNICA
MEIO:
PIT
PRODUTO:
CAMPANHA: LICITAÇÃO
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T					
CUIABA - MT / MT																																					
REVISTA ÚNICA																																					
INDETERMINADO					1																												1		36.600,00		36.600,00
ANÚNCIO 1 PÁGINA INDETERMINADA | 20,5 X 27,5 CM 4 cores																																					
TIRAGEM: 5.000 exemplares																																					
Periodicidade: Mensal																																					
Circulação: MT																																					
																																	1				36.600,00
OBSERVAÇÃO																																	1		TOTAL R$		36.600,00

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

41

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ
VEÍCULO: REVISTA RDM
MEIO:
PIT
PRODUTO:
CAMPANHA: LICITAÇÃO
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T					
CUIABA - MT / MT																																					
REVISTA RDM																																					
ANÚNCIO 1 PÁG INDETERMINADA																					1												1				11.200,00
Anúncio de 01 página indeterminada																																					
FORMATO: 20,5 x 27,5 cm																																					
Periodicidade: mensal																																					
Data de Capa: todo dia 20																																					
Mapa de Cobertura: DF e MT																																					
Tiragem Impressa: 2000 exemplares																																					
																																	1				11.200,00

OBSERVAÇÃO

1 TOTAL R$ 11.200,00

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ
VEÍCULO: MIDEX MIDIA EXTERIOR E BRINDES
MEIO:
PIT
PRODUTO:
CAMPANHA: LICITAÇÃO
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T					
CUIABA - MT / mt																																					
MIDEX MIDIA EXTERIOR E BRINDES																																					
HIPER PAINEL 25X5M		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				23.400,00
HIPER PAINEL																																					
LOCALIZAÇÃO: AVENIDA DO CPA SENTIDO - CENTRO/BAIRRO (PANTANAL SHOPPING)																																					
TAMANHO UNITÁRIO DO PAINEL: 25M X 5M																																					
																																	31				23.400,00
OBSERVAÇÃO																																	31		TOTAL R$		23.400,00

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ

PRODUTO:

VEÍCULO: RADIO VILA REAL FM - CUIABA

CAMPANHA: LICITAÇÃO

MEIO:

PIT

PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
B - SPOT	**30"**		

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T					
CUIABA - MT / MT																																					
RADIO VILA REAL FM - CUIABA																																					
SPOT ROTATIVO	B		6		6		6				6		6				6		6		6				6		6				6		66		**691,90**		**45.665,40**
																																	66				**45.665,40**

OBSERVAÇÃO

66		**TOTAL R$**	**45.665,40**

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ
VEÍCULO: RADIO GAZETA FM - CUIABA
MEIO: PIT
PRODUTO:
CAMPANHA: LICITAÇÃO
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
B - SPOT	30"		

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T					
CUIABA - MT / MT																																					
RADIO GAZETA FM - CUIABA																																					
SPOT ROTATIVO	B		6		6		6				6		6				6		6		6				6		6				6		66		760,10		50.166,60
																																	66				50.166,60

OBSERVAÇÃO

66		TOTAL R$	50.166,60

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: **PREFEITURA DE CUIABÁ**

VEÍCULO: **RADIO CENTRO AMERICA FM - CUIABÁ**

MEIO:

PRODUTO:

CAMPANHA: **LICITAÇÃO**

PIT

PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T					
CUIABA - MT / mt																																					
RADIO CENTRO AMERICA FM - CUIABÁ																																					
SPOT ROTATIVO			6		6		6			6		6		6			6		6		6			6		6		6				6	78		245,00		19.110,00
																																	78				19.110,00

OBSERVAÇÃO

78		TOTAL R$	19.110,00

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ

PRODUTO:

VEÍCULO: SITE MIDIA NEWS

CAMPANHA: LICITAÇÃO

MEIO:

PIT

PERÍODO:

PEÇA FORMATO

PEÇA FORMATO

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01 D	02 S	03 T	04 Q	05 Q	06 S	07 S	08 D	09 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	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
CUIABA - MT / mt																																					
SITE MIDIA NEWS																																					
BIG BANNER VERTICAL		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				28.763,00
BIG BANNER FORMATO 300 X 600 PX																																					
																																	31				28.763,00

OBSERVAÇÃO

TOT INS	GRP		
31		TOTAL R$	28.763,00

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

47

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ
VEÍCULO: TV BAND CUIABÁ
MEIO:
PRODUTO:
CAMPANHA: LICITAÇÃO
PIT
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
A - VT	**30"**		

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T					
CUIABA - MT / mt																																					
TV BAND CUIABÁ																																					
JORNAL DA MANHÃ	A				1	1	1					1	1	1				1	1		1			1									10	24.7050	**925,98**		**9.259,80**
TREINO ABERTO	A				1	1	1					1	1	1				1	1	1	1												10		**629,60**		**6.296,00**
POP 40 GRAUS	A				1	1	1					1	1	1				1	1	1													9	66.2706	**787,68**		**7.089,12**
FAST NEWS	A							1							1																		2	20.8012	**854,87**		**1.709,74**
MÁQUINAS NA PAN	A							1							1																		2	4.9718	**854,87**		**1.709,74**
BOA NOITE ELIAS	A				1	1	1					1	1	1			1	1	1	1	1			1									12	151.8732	**787,68**		**9.452,16**
JORNAL JOVEM PAN	A							1							1																		2	26.2340	**1.424,52**		**2.849,04**
DIRETO AO PONTO REPRISE	A								1							1							1										3	37.7679	**341,73**		**1.025,19**
																																	50	333			39.390,79

OBSERVAÇÃO

50	333	**TOTAL R$**	39.390,79

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: **PREFEITURA DE CUIABÁ**

VEÍCULO: **TV SBT - CUIABA - TV RONDON**

MEIO:

PRODUTO:

CAMPANHA: **LICITAÇÃO**

PIT

PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
A - VT	**30"**		

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01 D	02 S	03 T	04 Q	05 Q	06 S	07 S	08 D	09 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	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
CUIABA - MT / MT																																					
TV SBT - CUIABA - TV RONDON																																					
PRIMEIRO IMPACTO 30"	A		1		1		1				1		1				1		1														7	11.7208	**720,00**		**5.040,00**
SBT COMUNIDADE 30"	A		1	1		1						1						1		1	1											7	12.0134	**2.741,00**		**19.187,00**
FOFOCALIZANDO 30"	A					1				1	1																						3	4.8681	**2.623,00**		**7.869,00**
SBT BRASIL 30"	A				1		1	1				1	1							1	1												7	10.1206	**4.799,00**		**33.593,00**
PROGRAMA DO RATINHO 30"	A				1	1				1	1	1					1																6	1.9896	**3.210,00**		**19.260,00**
SBT NOTÍCIAS 2 ED 30"	A														1							1											2	2.8852	**1.902,00**		**3.804,00**
BAKE OFF BRAZIL	A							1							1																		2	2.5426	**4.266,00**		**8.532,00**
PROGRAMA SILVIO SANTOS	A								1							2							1										4	19.44	**5.009,00**		**20.036,00**
																																	38	66			**117.321,00**

OBSERVAÇÃO

TOT INS	GRP	TOTAL R$	
38	66	**TOTAL R$**	**117.321,00**

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ
VEÍCULO: TV CENTRO AMÉRICA - CUIABA
MEIO:
PRODUTO:
CAMPANHA: LICITAÇÃO
PIT
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
A - VT	30"		

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T					
CUIABA - MT / MT																																					
BOM DIA PRAÇA	A		1		1							1		1				1			1			1		1		1				1	10	116	1.230,00		12.300,00
BOM DIA BRASIL	A			1			1			1									1														4	46	1.462,00		5.848,00
ENCONTRO	A					1					1						1		1	1													5	57.50	1.263,00		6.315,00
AUTO ESPORTE	A								1							1							1									3	34.50	2.344,00		7.032,00
MAIS VOCÊ	A		1										1							1	1												4	46	1.195,00		4.780,00
GLOBO ESPORTE	A			1				1						1				1				1											5	57.50	3.047,00		15.235,00
ESPORTE ESPETACULAR	A								1							1							1										3	34.50	3.366,00		10.098,00
É BEM MATO GROSSO	A							1							1							1						1					4	46	1.432,00		5.728,00
FUTEBOL	A				1						1																						2	123	7.014,00		14.028,00
VALE A PENA	A					1																											1	11.50	1.726,00		1.726,00
CALDEIRÃO	A							1							1																		2	23	2.250,00		4.500,00
PTV 1 EDICAO	A		1																						1		1	1			1		5	57.50	2.916,00		14.580,00
JORNAL NACIONAL	A			1							1		1						1					1								1	6	69	10.086,00		60.516,00
NOVELA II	A						1			1																1					1		4	46	5.532,00		22.128,00
																																	58	667	TOTAL R$		184.814,00

OBSERVAÇÃO

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

50

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: **PREFEITURA DE CUIABÁ**

VEÍCULO: **TV RECORD - CUIABÁ**

MEIO:

PRODUTO:

CAMPANHA: **LICITAÇÃO**

PIT

PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
A - VT	**30"**		

COLOCAÇÃO MARCO/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T					
CUIABA - MT / mt																																					
TV RECORD - CUIABÁ																																					
FALA BRASIL	A		1		1		1						1		1		1			1		1											8	15.6480	899,00		7.192,00
HOJE EM DIA	A			1		1								1					1													4	17.5680	1.259,00		5.036,00
CADEIA NELES	A						1												1	1	1												4	14.88	4.927,00		19.708,00
JORNAL DO MEIO DIA	A			1	1						1						1				1												5	22.05	2.564,00		12.820,00
JORNAL DA RECORD	A							1		1		1			1							1		1	1								7	42.1120	4.781,00		33.467,00
NOVELA MÃE	A		1		1	1							1																				4	12.5224	3.716,00		14.864,00
A FAZENDA	A								1							1																	2	3.0632	3.856,00		7.712,00
LAMBA SHOW	A								1							1							1										3	3.1500	2.672,00		8.016,00
DOMINGO ESPETACULAR	A								1							1							1										3	11.16	4.965,00		14.895,00
ESPORTE RECORD	A								1							1							1										3	7.02	3.322,00		9.966,00
																																	43	149			133.676,00

OBSERVAÇÃO

43	149	TOTAL R$	133.676,00

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ
VEÍCULO: SITE DIARIO DE CUIABA
MEIO:
PIT
PRODUTO:
CAMPANHA: LICITAÇÃO
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO

COLOCAÇÃO ABRIL/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		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					
CUIABA - MT / MT																																				
SITE DIARIO DE CUIABA																																				
BANNER SUPER		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		29				**27.000,00**
BANNER NO FORMATO 730 X 90 PX																																				
																																29				27.000,00

OBSERVAÇÃO

29		**TOTAL R$**	27.000,00

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: **PREFEITURA DE CUIABÁ**
VEÍCULO: **RADIO GAZETA FM - CUIABA**
MEIO:
PRODUTO:
CAMPANHA: **LICITAÇÃO**
PIT
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
B - SPOT	**30"**		

COLOCAÇÃO ABRIL/2026	PEÇA	01 Q	02 Q	03 S	04 S	05 D	06 S	07 T	08 Q	09 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	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
CUIABA - MT / MT																																				
RADIO GAZETA FM - CUIABA																																				
SPOT ROTATIVO	B		6					6		6				6		6		6				6		6				6		6		60		**760,10**		**45.606,00**
																																60				**45.606,00**

OBSERVAÇÃO

60		**TOTAL R$**	**45.606,00**

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

53

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: **PREFEITURA DE CUIABÁ**

VEÍCULO: **TV CENTRO AMÉRICA - CUIABA**

MEIO:

PRODUTO:

CAMPANHA: **LICITAÇÃO**

PIT

PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
A - VT	**30"**		

COLOCAÇÃO ABRIL/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		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					
CUIABA - MT / MT																																				
BOM DIA PRAÇA	A	1	1					1	1					1			1				1			1				1				9	57.3417	**1.230,00**		**11.070,00**
BOM DIA BRASIL	A			1			1				1							1					1									5	31.6855	**1.462,00**		**7.310,00**
ENCONTRO	A		1					1	1																							3	18.9330	**1.263,00**		**3.789,00**
AUTOESPORTE	A					1							1							1												3	18.6345	**2.344,00**		**7.032,00**
MAIS VOCÊ	A									1					1	1																3	18.6345	**1.195,00**		**3.585,00**
PTV 1 EDICAO	A	1		1							1						1						1									5	30.20	**2.916,00**		**14.580,00**
GLOBO ESPORTE	A				1		1					1		1																		4	24.16	**3.047,00**		**12.188,00**
ESPORTE ESPETACULAR	A					1														1							1					3	18.12	**3.366,00**		**10.098,00**
É BEM MATO GROSSO	A											1							1						1							3	17.4036	**1.432,00**		**4.296,00**
FUTEBOL	A								1							1							1									3	15.7857	**7.014,00**		**21.042,00**
VALE A PENA	A	1	1																													2	10.5238	**1.726,00**		**3.452,00**
CALDEIRÃO	A				1														1													2	10.5238	**2.250,00**		**4.500,00**
JORNAL NACIONAL	A							1							1		1															3	8.7042	**10.086,00**		**30.258,00**
NOVELA II	A		1							1											1											3	8.7042	**5.532,00**		**16.596,00**
																																51	289	**TOTAL R$**		149.796,00

OBSERVAÇÃO

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

54

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ
VEÍCULO: TV SBT - CUIABA - TV RONDON
MEIO:
PRODUTO:
CAMPANHA: LICITAÇÃO
PIT
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
A - VT	30"		

COLOCAÇÃO ABRIL/2026	PEÇA	01 Q	02 Q	03 S	04 S	05 D	06 S	07 T	08 Q	09 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	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
CUIABA - MT / MT																																				
TV SBT - CUIABA - TV RONDON																																				
PRIMEIRO IMPACTO	A	1		1				1		1				1		1						1	1				1		1		10	21,78	720,00		7.200,00
CASOS DE FAMÍLIA 30"	A		1	1			1		1								1	1													6	4.2000	3.947,00		23.682,00
SBT COMUNIDADE 30"	A	1	1							1	1				1	1					1	1		1	1						10	7	2.741,00		27.410,00
SBT NOTÍCIAS 2 ED 30"	A				2							1							1							1					5	3,50	1.902,00		9.510,00
PROGRAMA SILVIO SANTOS	A					1							2							1											4	19,44	5.009,00		20.036,00
SBT BRASIL 30"	A				1																										1	0,70	4.799,00		4.799,00
BAKE OFF BRAZIL	A				1							1							1												3	2.1000	4.266,00		12.798,00
PROGRAMA DO RATINHO 30"	A									1	1			1	1		1														5	3,50	3.210,00		16.050,00
																															44	62			121.485,00

OBSERVAÇÃO

TOTAL R$	121.485,00

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

55

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ
VEÍCULO: TV RECORD - CUIABÁ
MEIO:
PRODUTO:
CAMPANHA: LICITAÇÃO
PIT
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
A - VT	30"		

COLOCAÇÃO ABRIL/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		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					
CUIABA - MT / MT																																				
TV RECORD - CUIABÁ																																				
FALA BRASIL	A		1				1	1			1				1		1	1					1		1				1			10	19.56	899,00		8.990,00
HOJE EM DIA	A			1					1					1							1	1									5	21.96	1.259,00		6.295,00
CADEIA NELES	A	1	1	1																												3	11.16	4.927,00		14.781,00
JORNAL DO MEIO DIA	A							1	1	1					1	1																5	22.05	2.564,00		12.820,00
JORNAL DA RECORD	A											1					1		1		1			1								5	30.08	4.781,00		23.905,00
NOVELA MÃE	A						1			1	1			1																		4		3.716,00		14.864,00
A FAZENDA	A												1							1							1					3		3.856,00		11.568,00
LAMBA SHOW	A											1							1						1							3	3.1500	2.672,00		8.016,00
DOMINGO ESPETACULAR	A												1							1												2	7.44	4.965,00		9.930,00
ESPORTE RECORD	A												1							1												2	4.68	3.322,00		6.644,00
																																42	120			117.813,00

OBSERVAÇÃO

42	120	TOTAL R$	117.813,00

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

56

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ
VEÍCULO: TV BAND CUIABÁ
MEIO:
PRODUTO:
CAMPANHA: LICITAÇÃO
PIT
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
A - VT	30"		

COLOCAÇÃO ABRIL/2026	PEÇA	01 Q	02 Q	03 S	04 S	05 D	06 S	07 T	08 Q	09 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	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
CUIABA - MT / mt																																				
TV BAND CUIABÁ																																				
JORNAL DA MANHÃ	A	1	1	1				1		1						1		1			1			1				1				10	24.7050	925,98		9.259,80
TREINO ABERTO	A						1			1				1	1		1	1			1	1	1					1				10		629,60		6.296,00
POP 40 GRAUS	A	1		1			1		1		1			1				1						1	1							9	66.2706	787,68		7.089,12
FAST NEWS	A							1							1																	2	20.8012	854,87		1.709,74
MÁQUINAS NA PAN	A				1							1																				2	4.9718	854,87		1.709,74
BOA NOITE ELIAS	A	1	1				1			1				1		1	1	1			1	1	1	1								12	151.8732	787,68		9.452,16
JORNAL JOVEM PAN	A							1							1																	2	26.2340	1.424,52		2.849,04
DIRETO AO PONTO REPRISE	A					1							1							1												3	37.7679	341,73		1.025,19
																																50	333			39.390,79

OBSERVAÇÃO

TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
50	333		TOTAL R$	39.390,79

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

57

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ
VEÍCULO: GOOGLE
MEIO:
PRODUTO:
CAMPANHA: LICITAÇÃO
PIT
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO

COLOCAÇÃO ABRIL/2026	PEÇA	01 Q	02 Q	03 S	04 S	05 D	06 S	07 T	08 Q	09 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	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
NACIONAL - NET /																																				
GOOGLE																																				
ANUNCIO GOOGLE DISPLAY		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		29			10.000,00
																																29			10.000,00

OBSERVAÇÃO

29		TOTAL R$	10.000,00

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: **PREFEITURA DE CUIABÁ**

VEÍCULO: **RADIO JOVEM PAN - CUIABA**

MEIO:

PRODUTO:

CAMPANHA: **LICITAÇÃO**

PIT

PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
B - SPOT	**30"**		

COLOCAÇÃO ABRIL/2026	PEÇA	01 Q	02 Q	03 S	04 S	05 D	06 S	07 T	08 Q	09 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	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
CUIABA - MT / MT																																				
SPOT ROTATIVO	B	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6	6		126		**245,01**		**30.871,26**
																															126				**30.871,26**

OBSERVAÇÃO

126		**TOTAL R$**	**30.871,26**

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ

PRODUTO:

VEÍCULO: YOU TUBE

CAMPANHA: LICITAÇÃO

MEIO:

PIT

PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO

COLOCAÇÃO ABRIL/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		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						
NACIONAL - NET /																																					
YOU TUBE																																					
ANUNCIO EM VÍDEO		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			29				10.000,00
																																	29				10.000,00

OBSERVAÇÃO

29		TOTAL R$	10.000,00

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

60

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ
VEÍCULO: RADIO BAND FM - CUIABA
MEIO:
PIT
PRODUTO:
CAMPANHA: LICITAÇÃO
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
B - SPOT	**30"**		

COLOCAÇÃO ABRIL/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		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					
CUIABA - MT / MT																																				
SPOT ROTATIVO	B	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6	6	6	6			6	6	6		126		98,07		12.356,82
spot sistema rotatido das 00h - 24h																																				
																																126				12.356,82

OBSERVAÇÃO	126		TOTAL R$	12.356,82
	MÍDIA			
	APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA			

61

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ
VEÍCULO: FACEBOOK - ADYEN
MEIO:
PRODUTO:
CAMPANHA: LICITAÇÃO
PIT
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO

COLOCAÇÃO ABRIL/2026	PEÇA	01 Q	02 Q	03 S	04 S	05 D	06 S	07 T	08 Q	09 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	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
NACIONAL - NET / SP																																				
FACEBOOK - ADYEN																																				
ANUNCIOS FACEBOOK E INSTAGRAM		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		28				25.000,00
																																28				25.000,00

OBSERVAÇÃO

TOT INS	GRP		
28		TOTAL R$	25.000,00

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

62

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ
VEÍCULO: JORNAL DIARIO DE CUIABÁ
MEIO:
PRODUTO:
CAMPANHA: LICITAÇÃO
PIT
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO

COLOCAÇÃO ABRIL/2026	PEÇA	01 Q	02 Q	03 S	04 S	05 D	06 S	07 T	08 Q	09 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	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
CUIABA - MT / mt																																				
1/2 PÁGINA		1																														1		13.912,50		13.912,50
Veiculação de anúncio formato 1/2 página indeterminado.																																				
Veiculação em dias úteis.																																				
TIRAGEM: 16.500 EXEMPLARES																																				
																																1				13.912,50
OBSERVAÇÃO																																1		TOTAL R$		13.912,50

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

63

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ
VEÍCULO: MIDEX MIDIA EXTERIOR E BRINDES
MEIO:
PRODUTO:
CAMPANHA: LICITAÇÃO
PIT
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
K - BUSDOOR	**0,90 X 1,20M**		

COLOCAÇÃO ABRIL/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		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					
CUIABA - MT / mt																																				
MIDEX MIDIA EXTERIOR E BRINDES																																				
BUSDOOR	K	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		29				30.000,00
VEICULAÇÃO DE 30 LINHAS DE ÔNIBUS.																																				
FORMATO : 2,30M X 1,0M																																				
																															29				30.000,00

OBSERVAÇÃO

29		TOTAL R$	30.000,00

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

94

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ

PRODUTO:

VEÍCULO: MIDEX MIDIA EXTERIOR E BRINDES

CAMPANHA: LICITAÇÃO

MEIO:

PIT

PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO

COLOCAÇÃO ABRIL/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		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						
CUIABA - MT / mt																																					
MIDEX MIDIA EXTERIOR E BRINDES																																					
HIPER PAINEL 25X5M		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			29				23.400,00
HIPER PAINEL																																					
LOCALIZAÇÃO: AVENIDA DO CPA SENTIDO - CENTRO/BAIRRO (PANTANAL SHOPPING)																																					
TAMANHO UNITÁRIO DO PAINEL: 25M X 5M																																					
																																	29				23.400,00

OBSERVAÇÃO

TOT INS	GRP		TOTAL R$
29			TOTAL R$ 23.400,00

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

65

LICITAÇÃO	AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO	

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ

PRODUTO:

VEÍCULO: SITE MIDIA NEWS

CAMPANHA: LICITAÇÃO

MEIO:

PIT

PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO

COLOCAÇÃO ABRIL/2026	PEÇA	01 Q	02 Q	03 S	04 S	05 D	06 S	07 T	08 Q	09 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	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
CUIABA - MT / mt																																				
SITE MIDIA NEWS																																				
BIG BANNER VERTICAL		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		29				28.763,00
BIG BANNER FORMATO 300 X 600 PX																																				
																																29				28.763,00

66

OBSERVAÇÃO

TOT INS	GRP		
29		TOTAL R$	28.763,00

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: **PREFEITURA DE CUIABÁ**
VEÍCULO: **RADIO VILA REAL FM - CUIABA**
MEIO:
PRODUTO:
CAMPANHA: **LICITAÇÃO**
PIT
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
B - SPOT	**30"**		

COLOCAÇÃO ABRIL/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		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					
CUIABA - MT / int																																				
RADIO VILA REAL FM - CUIABA																																				
SPOT ROTATIVO	B							6		6				6		6		6				6		6				6		6		54		691,90		37.362,60
																																54				37.362,60

OBSERVAÇÃO

54		TOTAL R$	37.362,60

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

67

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: **PREFEITURA DE CUIABÁ**

VEÍCULO: **RADIO CENTRO AMERICA FM - CUIABÁ**

MEIO:

PRODUTO:

CAMPANHA: **LICITAÇÃO**

PIT

PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO

COLOCAÇÃO ABRIL/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		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					
CUIABA - MT / mt																																				
RADIO CENTRO AMERICA FM - CUIABÁ																																				
SPOT ROTATIVO		6		6			6		6		6			6		6		6			6		6		6			6		6		78		**245,00**		**19.110,00**
																																78				**19.110,00**

OBSERVAÇÃO

78		**TOTAL R$**	**19.110,00**

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DE CUIABÁ
VEÍCULO: JC MIDIA E COMUNICACAO LTDA
MEIO:
PRODUTO:
CAMPANHA: LICITAÇÃO
PIT
PERÍODO:

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO

COLOCAÇÃO ABRIL/2026	PEÇA	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	TOT INS	GRP	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R$
		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					
CUIABA - MT / mt																																				
JC MIDIA E COMUNICACAO LTDA																																				
INDOOR PADARIA AMÉRICA		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		29				2.787,50
INDOOR AUTO ART´S		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		29				522,50
INDOOR CONVENIÊNCIA PRIME		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		29				1.397,50
INDOOR ED TORRES SÃO GEORGES II		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		29				2.657,50
POSTO BOM CLIMA		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		29				11.961,25
HOSPITAL GERAL RECEPÇÃO EMERGENCIA		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		29				3.750,00
HOSPITAL GERAL PRONTO ATENDIMENTO		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		29				3.750,00
																																203				26.826,25

OBSERVAÇÃO

203 — TOTAL R$ 26.826,25

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

69

Cuiabá 14 de Maio de 2026.

Maria Fernanda Escanhuela Melo
Sócia e Diretora Administrativa e Financeira
RG: 1723529-4
CPF: 26951089825
CNPJ 04.960.718/0001-80

