

RACIOCÍNIO BÁSICO

No importante município de Goiatuba Goiás, está localizada uma instituição de ensino orgulho dos goianos: o Centro Universitário de Goiatuba – UniCerrado.

Tendo como mantenedora a Fundação de Ensino Superior de Goiatuba - FESG - através da Prefeitura Municipal com um valor subsidiado nas mensalidades, possibilitando o acesso aos seus cursos de alunos de baixo poder aquisitivo, além das possibilidades das bolsas e de financiamentos estudantis.

O seu foco é formar não apenas profissionais, mas cidadãos críticos, criativos, capazes de contribuir para construção de uma sociedade ativa, justa e atuante, por meio dos cursos que oferece, sendo: Administração, Agronomia, Ciências Contábeis, Direito, Educação Física, Enfermagem, Engenharia Civil, Fisioterapia, Letras, Medicina, Odontologia, Pedagogia, Gestão Ambiental, Gestão da Tecnologia da Informação e Medicina Veterinária.

Frente tantas possibilidades, o papel social da FESG/UNICERRADO é de valor imensurável, o que requer grande responsabilidade por parte de todos - gestores, corpo docente, administrativo, alunos, inclusive das gestões públicas em todas as esferas – permanentemente atentos às demandas sociais e mercadológicas, oferecendo todo o suporte para o fortalecimento da instituição, com a sua constante modernização.

Entendemos que a função social da FESG/UNICERRADO vai além da contrapartida financeira. Ela é transformadora e oferece meios para que os seus alunos se sintam capazes de enfrentar desafios, desenvolver ideias, inovar, gerar impactos positivos para a sua geração e as que estão por vir, condição fundamental para a formação intelectual que todo cidadão precisa. É fundamental que a população esteja ciente dessa relevância, o que torna indispensável uma comunicação ativa, direta e constante.

Das formações pontuadas, certamente a Medicina, por vivermos em cenários carentes desses profissionais e ser médico é o sonho de tantos jovens, é o curso com maior concorrência e, acertadamente, a instituição estabeleceu um vestibular específico para essa área. Não menos importante, há duas novas opções também importantes: a Medicina Veterinária e a Gestão de Tecnologia da Informação, que merecerão destaques na campanha que será proposta a seguir.

As potencialidades da FESG/UNICERRADO ultrapassam fronteiras. São 34 anos de história e serve, sim, de exemplo para outros municípios brasileiros. Uma pequena contrapartida financeira que transforma vidas, que gera emprego e renda, envolvendo a sociedade em sua plenitude. É uma instituição consolidada na região sul goiana e que almeja despertar interesses por estudantes de Minas Gerais, Mato Grosso, Bahia, São Paulo, Tocantins, Distrito Federal, sobretudo para a Medicina, curso que dá maior status e projeção e, consequentemente, traz valor à marca.

Mesmo não estar planejando, para esse momento, as inscrições ao Curso de Medicina, sabemos da força e importância das demais formações em várias áreas do conhecimento que formam o portfólio para o presente desafio de comunicação.

A meta é o fortalecimento da UNICERRADO como centro universitário referência de qualidade em graduação, com habilidades e competências comprovadas, através de um ensino superior moderno, inovador, capaz de formar profissionais altamente

qualificados e que possam atuar e se destacar em suas profissões e contribuir para o crescimento do nosso Estado e do Brasil. O público-alvo, conforme o briefing, é composto por homens e mulheres, de 18 a 24 anos (vestibulandos e trainees); homens e mulheres, de 25 a 34 anos ou mais (vestibulandos tardios), englobados nas classes A, B e C.

Mesmo que se conheça a grandiosidade da instituição, é fundamental o entendimento que o foco principal é a regionalização da comunicação, em virtude de algumas variantes, tal como o papel social regional, geolocalização, público potencial e interesses locais. Dessa forma, teremos Goiatuba como referência e em, sequência, as cidades de Aloândia, Buriti Alegre, Caldas Novas, Cromínia, Edéia, Itumbiara, Joviânia, Mairipotaba, Morrinhos, Piracanjuba, Pontalina, Bom Jesus de Goiás, Edealina, Porteirão, Professor Jamil, Rio Quente, Vicentinópolis, Centralina, Capinópolis, Ituiutaba, Monte Alegre de Minas, Hidrolândia, Santa Vitória, Bela Vista, Quirinópolis, Ipameri, Aparecida de Goiânia, Guapó, Santa Helena de Goiás, Pires do Rio, Panamá, Edeia e, logicamente, toda a região circular às cidades referidas.

O importante, para finalizar, é entender esse Centro Universitário como agente transformador de vidas, consolidador de sonhos, que tem seu reconhecimento formalizado e, o mais importante: está guardado para sempre por milhares de pessoas que passaram ou passarão por aqui, seja como estudantes, colaboradores, professores etc.

O desafio de comunicação delimitado em período, direção das mensagens, conteúdo das mensagens e valor pré-estabelecido, deverá ser simplificado para atrair novos membros, valorizando a marca e ampliando cada vez mais a abrangência, almejando priorizando nossa região, mas sem excluir outras regiões e outros estados brasileiros.

Para concluir: em 2023, essa instituição completa 35 de história e esse marco deve ser homenageado, festejado e anunciado.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

A nossa estratégia de comunicação publicitária se resumirá em duas palavras: simplicidade e modernidade.

Aplicar a criatividade. Já tem os dizeres: pensar grande ou pensar pequeno dá o mesmo trabalho ou custa o mesmo preço. As campanhas de vestibulares, em sua maioria, têm seguido o mesmo padrão de comunicação. Se tem dado certo, vamos seguir a mesma linha? Certamente, o que é bom tem que continuar, mas ser melhorado.

Existem as particularidades tradicionais da UniCerrado, o que requer a regionalização das campanhas. No entanto, diante do mar de possibilidades em um país com quase 220 milhões habitantes, onde 30% correspondem a faixa etária do nosso público-alvo (18 a 34 anos), com uso das ferramentas disponíveis na atualidade, essas fronteiras serão rompidas facilmente.

Ao mostrarmos as potencialidades existentes, as atenções se voltarão para a cidade de Goiatuba, fortalecendo ainda mais o seu polo educacional e, conseqüentemente, outros setores, como hotelaria, restaurantes, supermercados, valorização dos imóveis e assim por diante.

O desenvolvimento de uma campanha capaz de atrair mais inscritos vai facilitar a filtragem para seleção daqueles que realmente querem fazer a diferença.

Vamos mostrar a gama de possibilidades em formação acadêmica, colocando sempre à frente as novidades Medicina Veterinária e Gestão de Tecnologia da Informação, sem ofuscar nenhuma outra formação profissional. Mostrar a qualidade dos cursos, a experiência dos 35 anos de história e as facilidades oferecidas (a UniCerrado oferece, por exemplo, cursos a partir de 199,00 mensais).

Uma campanha que atraia as pessoas para o nosso território e estando aqui ela vai conhecer as possibilidades que oferecemos. Trata-se de uma programação perfeitamente exequível, como mostraremos nas peças simuladas da Ideia Criativa e na distribuição do conteúdo em canais que vão de encontro com o target selecionado. Com uso de veículos em massa, mas principalmente com o tráfego direcionado, minimizando as chances de erro, teremos abrangência máxima de alcance e posteriores resultados positivos.

Mas o que dizer para alcançar os resultados esperados e ser diferentes da concorrência?

Simplesmente, mostrar à nossa audiência as oportunidades que temos a oferecer: formação superior de alto nível para várias searas do conhecimento e com as condições mais atrativas do mercado.

Seguindo a premissa da simplicidade com modernidade, fazendo essa junção, a presente estratégia vai trabalhar um conceito até então desconhecido das campanhas para vestibulares: o Multiverso. O Multiverso é um termo que os cientistas usam para descrever a ideia de que podem existir outros universos para além do universo observável. Os multiversos são previstos por várias teorias científicas que descrevem diferentes cenários possíveis, desde regiões no espaço em planos diferentes dos do nosso universo, até universos separados que estão constantemente a surgir.

Os filmes estão constantemente a explorar estas questões. Desde os grandes êxitos de super-heróis como “Doutor Estranho no Multiverso da Loucura” à adorável

produção independente “Tudo em Todo o Lado ao Mesmo Tempo”, as histórias de ficção científica estão repletas de interações criativas entre realidades alternativas.

Outra vertente bastante explorada nos últimos meses é o Metaverso. Metaverso é uma espécie de nova camada da realidade que integra os mundos real e virtual. Na prática, é um ambiente virtual imersivo construído por meio de diversas tecnologias, como realidade virtual, realidade aumentada e hologramas.

Fato é que, de acordo com os conceitos, apesar do metaverso estar em alta muito devido sua utilização pela empresa Meta (Facebook), o multiverso engloba o metaverso por ser um conceito amplo e não 100% desmitificado pela ciência.

Se a presente campanha fosse para ser exibida na atualidade (dezembro de 2022), o conceito metaverso seria bastante interessante por estar, nesse momento, engajado com a comunidade digital. Como a previsão para início é dia 10 de maio de 2023, vamos usar o termo multiverso que, certamente, ainda estará em alta, inclusive com outros lançamentos de filmes que tratem desse tema, até meados de 2023.

O tema multiverso, ou mundos diferentes, também é algo que desperta a curiosidade das pessoas. O uso desse tema para retratar as possibilidades de mundos/realidades que podem ser alcançadas pelos alunos que fazem UniCerrado são gigantescas. Colocar no ar uma campanha que engaje as pessoas e mostre as atualizações da universidade, que é antiga apenas no nome consolidado regionalmente, precisamos mostrar que a UniCerrado está atenta aos fatos novos, sobretudo no digital, com as estratégias online de marketing de conteúdo, webinar, e-mail marketing, tráfego monetizado, redes sociais, podcasts e assim por diante.

Canais e comunicação em massa como TV, rádios, outdoors e os próprios folders para distribuição direcionada, como em escolas de nível médio, tradicionalmente têm funcionado e não podemos descartar aquilo que tem agregado. No entanto, o digital deve fazer-se presente com mais força na campanha proposta, acompanhando os hábitos, pois 98% da população está no digital e não temos que fugir dessa realidade. Sem desrespeitar as exceções, quem, por exemplo, está antenado em busca das melhores oportunidades para os filhos são os pais, que ainda podem ser impactados em sua maioria através de canais convencionais, como o rádio e a TV.

Em 30 dias de campanha, usando o multiverso com avatares corporificados para despertar do olhar digital transformando isso em leads, certamente o resultado será acima do esperado, mesmo com a verba referencial sendo limitada em R\$ 160.000,00 (cento e sessenta mil reais). Com target prioritário regionalizado e secundário em outros Estados.

IDEIA CRIATIVA

Essa campanha objetiva chamar atenção para as multipossibilidades de realização da vocação profissional de cada um.

Por isso o tema escolhido é: **Multiverso da UniCerrado.**

Com pegada moderna e tecnológica, uso de cores vibrantes saindo um pouco do convencional padronizado.

Os avatares geralmente presentes para corporificar essas transformações tecnológicas devem ser o carro-chefe das peças, mostrando as personagens humanizadas em outra realidade que não está distante do seu alcance. Bastam três cliques na internet e ele já estará dentro das nossas plataformas próprias, escolhendo o curso para sua formação profissional.

Entendidas as necessidades de comunicação pretendidas, o rico conteúdo a ser explorado, os targets primário e secundário, tendo em vista o período preestabelecido, meios de comunicação e ferramentas que serão utilizadas, vamos traçar em peças como será a comunicação veiculada, em consonância com a estratégia proposta.

Bloco de peças que serão corporificadas

1) Outdoor - peça de leitura rápida, informações objetivas, valorização das marcas do vestibular da instituição, com avatar em destaque chamando atenção para leitura da peça.

2) Folder – peça com dobra simples, para distribuição em massa (papel de média qualidade, impressão 4x4). Peça rica em informações, listagem de todos os cursos, Destacando que as provas são online e as inscrições gratuitas, informando prazo de inscrição, endereço eletrônico para inscrições, logotipos padronizados, Informações legais de rodapé.

3) E-mail marketing - peça chamativa e objetiva, onde o despertar do interesse vai trazer o lead, para nossos canais. Informações como mensalidades a partir de 199,00, provas online, são importantes para essa peça alcançar o seu objetivo.

4) Hot site – capa repaginada e moderna, com tons de jovialidade e botões para cliques intuitivos. Essa peça deve conter, além da capa chamativa, botões para todos os cursos em sua segunda página.

5) Carrossel redes sociais - peça com capa intuitiva e listagem de todos os cursos disponíveis com carimbos oficiais, peça moderna, com cores vibrantes, título da campanha e informações adicionais em legenda.

6) Vídeo de 05 segundos para Youtube – peça com mensagem objetiva, pois vídeos mais longos que 05 segundos são pulados por 98% dos usuários. Deve conter as informações básicas de inscrições, com o multiverso chamando atenção para o Clik.

7) Anúncio para o Google – para ser completado com outras peças não corporificadas; o formato é intuitivo, convidativo para um Clik de direcionamento.

08) Vídeo para TV - peça para TV aberta e redes sociais disparos em grupos.

Uma peça moderna, jovial e com tom humorístico, sem perder o caráter informativo convidativo do candidato. Efeitos de transição entre a realidade do personagem e o mundo em que ele se vê em breve. Seleção de cinco temas, com preferência para medicina veterinária e gestão da tecnologia da informação, em primeiro plano. As personagens são transformadas em avatares em mundos que eles se imaginam, como a médica veterinária, como o advogado, a enfermeira, por exemplo. Na lâmina final estão os avatares de cada personagem em movimento e os carimbos fundamentais para a consolidação da campanha. **“No Multiverso da UniCerrado**, a sua vocação se transforma em realidade. Faça com quem tem experiência, faça UniCerrado”. Encerramento com carimbo do logotipo da campanha, @uni.cerrado endereço eletrônico para inscrições e logos FESG/UNICERRADO.

9) Reels peça para redes sociais - com pegada jovem moderna usando os mesmos personagens do comercial televisivo no formato vertical e sem locução apenas músicas do momento.

10) Spot de rádio - uma peça bem-humorada, jovem, dinâmica capaz de prender a atenção do ouvinte com a sonorização das personagens da campanha. Quando se falar a profissão de uma personagem, ela solta uma frase com voz alegre e confiante. Conclui o áudio informando o prazo de inscrições, endereço eletrônico e sonorização da marca UniCerrado.

Blocos de peças não corporificas

- a) Reels - peça para redes sociais - outras 15 peças, uma para cada formação profissional;
- b) Posts redes sociais - outras 15 peças, uma para cada formação profissional;
- c) Posts redes sociais - 10 peças - contagem regressiva para o fim das inscrições, desdobrados para stories;
- d) E-mail marketing – nova peça alertando para o fim das inscrições;
- e) Spot para propaganda volante
- f) Novo spot para emissoras de rádio, na reta final das inscrições;
- g) Dois novos VTs para TV, contemplando os cursos não mencionados no primeiro.
- h) Dois novos spots de rádio, contemplando os cursos não mencionados no primeiro.

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Precisamos, primeiramente, nos amparar em dados técnicos para a planificação de meios de forma segura, para de fato causar o impacto certo da veiculação.

Qual nosso target pretendido? Temos pré-estabelecido, mas concluímos que não são apenas jovens com até 34 anos, até porque os próprios pais são os principais influenciadores e, certamente, os financiadores dos estudos. Esses “pais” buscam algo que garanta o futuro do filho, mas desde que eles tenham condições de custear. Dessa forma, como temos uma campanha criativa inovadora e que desperta curiosidade pelo tema “Multiverso da UniCerrado”, vamos utilizar os canais convencionais e fortalecer o digital de forma estratégica.

Iniciando pela TV aberta, é importante apontar alguns dados que justificam o investimento nesse tipo de veículo.

A TV está presente em cerca de 96% dos domicílios do país, o que ocorre, também, no Estado de Goiás, conforme dados do Ibope atualizados e publicados pelo Grupo GM, em midiadados.gm.org.br.

TV ABERTA



Perfil dos consumidores

Viewers Profile

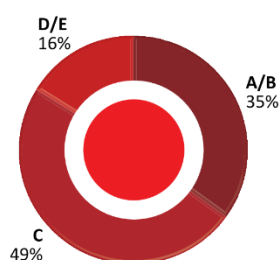
Sexo

Sex



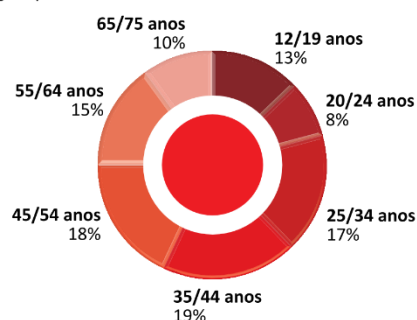
Classe econômica

Economic class



Faixa etária

Age group



Penetração do meio no total da população – 30 dias

Penetration of the medium in the population – 30 days

De igual forma, o rádio tradicional que está presente em todos os automóveis e online. É um veículo que não perdeu a sua relevância, sobretudo nas regiões interioranas, como é caso da região sul-goiana. Na Capital do Estado, por exemplo, 79% dos goianienses são ouvintes desse veículo, o que se estende ao interior em idênticas proporções. Os dados abaixo são do Kantar Ibope Mídia de 2020, disponibilizados pelo Grupo Mídia.

RÁDIO



Perfil dos consumidores

Viewers profile

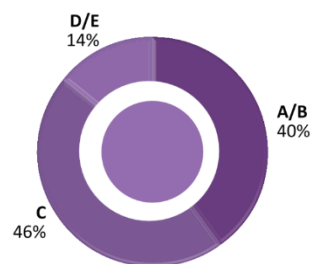
Sexo

Sex



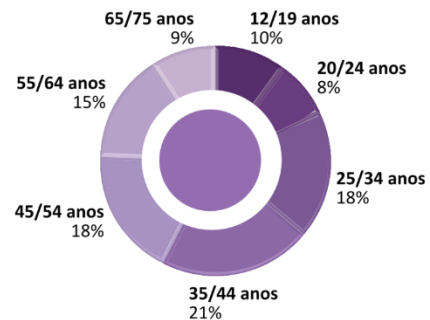
Classe econômica

Economic class



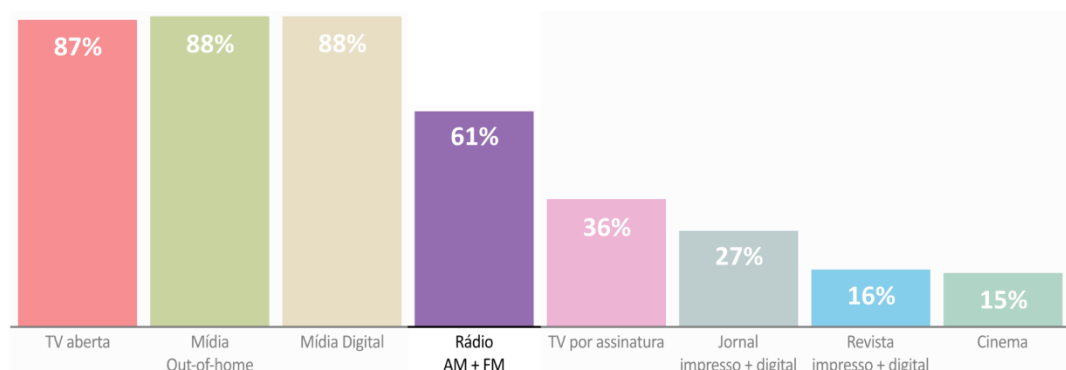
Faixa etária

Age group



Penetração do meio no total da população – 30 dias

Penetration of the medium in the population – 30 days



MÍDIA OUT-OF-HOME

Perfil dos consumidores – Viram nos últimos 30 dias

Viewers Profile – watched the last 30 days

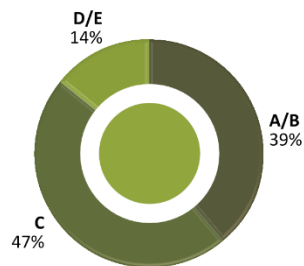
Sexo

Sex



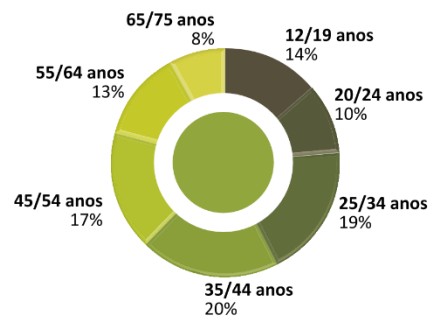
Classe econômica

Economic class



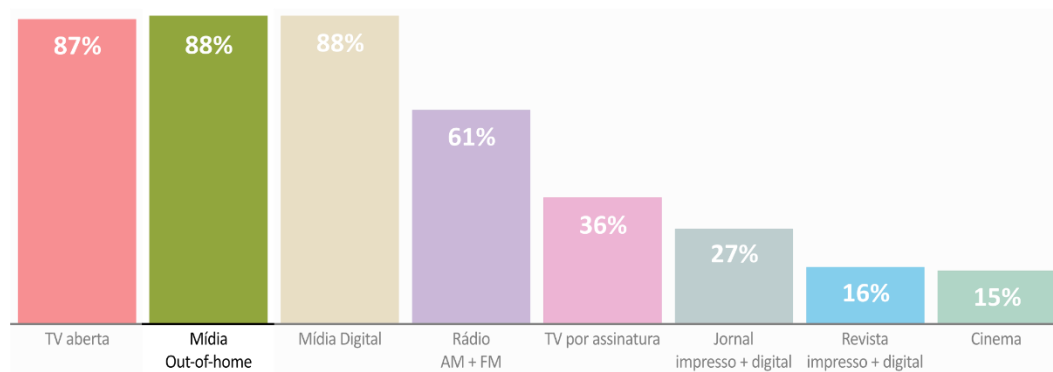
Faixa etária

Age group



Penetração do meio no total da população – 30 dias

Penetration of the medium in the population – 30 days



Fonte / Source
Kantar IBOPE Media – Target Group Index – BR TG 2020 I – janeiro/19-dezembro/19 – 14 mercados
Filtro: total população 12 a 75 anos – Amostra: – 23.808 entrevistas | Universo: 89.430.000 pessoas
Universo Total: Brasília (DF) (2.360.000); São Paulo (17.622.000); Goiânia (2.149.000); Curitiba (2.786.000); São Paulo Interior (total) (14.629.000); Sul/ Sudeste – Interior (Exceto Interior SP) (21.453.000); Campinas (1.963.000); Baixada Santista (1.515.000); Porto Alegre (3.441.000); Rio de Janeiro (10.519.000); Belo Horizonte (4.815.000); Salvador (3.222.000); Recife (3.277.000); Fortaleza (3.157.000); São Paulo – Interior (exceto RM Campinas e Baixada Santista) (11.151.000)

237

Com mais visibilidade de impacto proporcional à internet, o diferencial para a campanha proposta é a conversão de lead, que será mais direta e objetiva, por proporcionar uma interação maior com o candidato e a possibilidade de inscrição imediata.

Nas plataformas digitais, mantemos a nossa estratégia de comunicação com o target, através da reserva do público, pelo formato de compra de alcance e frequência, o que garante a exibição da mensagem ao maior número de pessoas com o menor custo possível. Utilizaremos os três maiores players, para garantir a eficiência da ação. Com o Google, estaremos presentes na plataforma do YouTube com o formato de vídeo e em todos os sites, incluindo os principais portais através do formato de Display, o que garante que dominaremos o universo digital. Estaremos presentes no Facebook e Instagram com os principais formatos de anúncios das plataformas, como Page Post, Carrossel, Reels e Stories. Para complementar, vamos fortalecer o Tick Tok da UniCerrado, que tem apenas 34 seguidores. Essa é a rede social do momento e que, inclusive, tem direcionado as tendências digitais.

Ranking	Mídia	População	Desktop	Mobile
1	TOTAL INTERNET: TARGET 18-44	80.507.000	31.658.000	73.892.000
2	GOOGLE SITES	80.460.000	31.697.000	73.808.000
3	FACEBOOK	79.331.000	23.701.000	72.528.000
4	UOL	72.659.000	17.535.000	65.674.000
5	GLOBO	68.025.000	14.061.000	62.185.000
6	MICROSOFT SITES	55.486.000	28.484.000	40.818.000
7	MERCADOLIBRE	53.666.000	7.993.000	49.878.000
8	TERRA NETWORKS	51.967.000	8.683.000	47.786.000
9	CAIXA.GOV.BR	50.249.000	3.592.000	48.409.000
10	B2W DIGITAL	44.421.000	5.478.000	41.394.000
	R7 PORTAL	40.451.000	7.806.000	36.196.000

Fonte: ComScore – Janeiro/2021



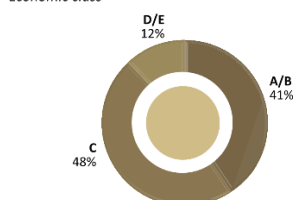
Perfil do internauta brasileiro – Acessou à internet nos últimos 30 dias

Profile of Brazilian Internet users – Accessed the internet in the last 30 days

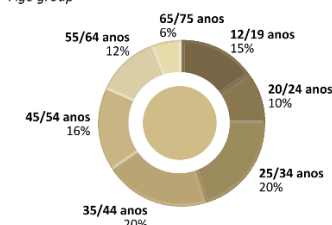
Sexo



Classe econômica



Faixa etária



Kantar IBOPE Media – Target Group Index – BR TG 2021 R2 – 21/Setembro 21 – 14 mercados

As redes sociais são muito utilizadas em todo o mundo. O número obtido, em abril de 2022, indica que os brasileiros passam, em média, 3 horas e 47 minutos por dia conectados às redes. Conforme apontam a We Are Social e Hootsuite, essas são as 10 mais acessadas:

WhatsApp (165 milhões)

YouTube (138 milhões)

Instagram (122 milhões)

Facebook (116 milhões)

TikTok (73,5 milhões)

Messenger (65,5 milhões)

LinkedIn (56 milhões)

Pinterest (30 milhões)

Twitter (19 milhões)

Snapchat (7,6 milhões)

O valor correspondente a essa ação está sinalizado no cronograma geral como custo de tecnologia, devido ao fato de serem fornecedores que não atuam com custo tabela de veiculação. O uso dessas ferramentas digitais fortalecerá as publicações orgânicas, gerando engajamento direto e, conseqüentemente, com o nosso website, onde o internauta vai ter um leque de opções para inscrever-se, bem como acessar valores, períodos e conhecer um pouco mais da instituição.

Não obstante, a tradicional mídia volante deve ser considerada importante unicamente para a cidade matriz, Goiatuba. Essa é uma mídia que estreita relações e faz um alerta especialmente na reta final das inscrições.

NÃO MÍDIA

As publicações não monetizadas em canais próprios, consideradas não mídia, tem a sua relação de peças previstas no segundo bloco de peças não corporificas e serão fundamentais para incorporar a presente campanha.

Ações de “não mídia” listadas:

a) lista de transmissões

b) grupos de WhatsApp

c) canal do YouTube

d) Facebook

e) Instagram

f) Tik Tok

g) web site

- h) leading page
- i) panfletagem
- j) entrevistas
- l) webinar
- m) e-mail marketing
- n) podcasting

As Ações Não Mídia complementarão o esforço geral da estratégia proposta, aumentando a eficácia da campanha, além de rentabilizar o investimento a ser realizado, já que nessas ações não há custos de veiculação. Assim, será necessário o investimento somente nos custos de produção das peças a serem utilizadas.

Desta maneira, reforçaremos os esforços de comunicação com a otimização máxima do capital disponível e complementaremos o conceito da campanha, demonstrando a simulação de compra em cada veículo selecionado para veiculação global da proposta.

SIMULAÇÃO DE COMPRA EM CANAIS DIGITAIS - PREVISIBILIDADE - GO - MT - DF - MG - SP - TO - BA

Veículos	Formato	Tipo	Período	Impressões	Custo médio	Valor total
Google	banners	CPC	30 dias	500.000	R\$ 0,02	R\$ 10.000,00
Youtube	vídeos	CPC	30 dias	300.000	R\$ 0,02	R\$ 5.000,00
Facebook	todos	CPC	30 dias	180.000	R\$ 0,03	R\$ 5.000,00
Instagram	todos	CPC	30 dias	490.000	R\$ 0,03	R\$ 15.000,00
Tik Tok	vídeos	CPM	30 dias	300.000	R\$ 0,02	R\$ 5.000,00

A presente simulação foi feita com base em resultados de campanhas recorrentes abrangendo os referidos Estados. A sugestão dessa proponente é o direcionamento desse montante para a região delimitada como foco principal, o que, possivelmente, restringirá a base de impressões e conversões, em detrimento da restrição do público. Mas nada que abstenha ou inviabilize o investimento sugerido.

MÍDIA EM TV ABERTA – INVESTIMENTO POR PRAÇA

Veiculação TV Praça	Período	Quantidade	Média	Investimento
Itumbiara - Anhanguera - Globo	mai/23	43	606,28	R\$ 26.070,00
Itumbiara - Anhanguera - Globo	jun/23	22	657,32	R\$ 14.461,00
Catalão - Anhanguera - Globo	mai/23	27	504,07	R\$ 13.610,00
Catalão - Anhanguera - Globo	jun/23	21	499,33	R\$ 10.486,00

Escolha a praça

ITUMBIARA



SPC – SISTEMA PARANAÍBA DE COMUNICAÇÕES LTDA
Av. Ceiso Maeda, 555 – Bairro Santa Rita, Itumbiara-GO, CEP 75.503-970
Inscrita no CNPJ/ME sob o nº 24.780.405/0001-58

Mês
Veiculação
mai/23

PI

Data de Compra
Emissão
23/12/2022

Tabela Vigente: Dezembro/2022

Cliente (Nome completo sem abreviaturas)

Nome Fantasia

Endereço

Nome contato/Ag

Código contato/Ag

Bairro

Cidade

UF

CEP

Fone

Fax

CGC/CPF

Insc. Estadual

Título do comercial

Concorrência 01/2022

Material

Arquivado na Emissora

Não arquivado até o momento

Seg. Mercado
Educativo

Produto
inscrições

Duração
30"

Cond. Negociadas

Observação

Cond. Pagamento

SIGLA			PROGRAMA			OCORRÊNCIA			IBI			DESC. %			CUSTOS																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOTAL	Duração	unit	total																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
BPRA																1							1							3	30"	142,00	426,00																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
MAVO																														1	30"	240,00	240,00																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
ENCT											1																			1	30"	191,00	191,00																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
PTV1									1		1			1		1							1					1		8	30"	579,00	4.632,00																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
GESP										1						1														3	30"	493,00	1.479,00																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
TARA																	1						1							2	30"	128,00	256,00																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
PTV2										1						1							1							3	30"	969,00	2.907,00																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
N19H																		1			1						1			3	30"	758,00	2.274,00																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
JNAC																1						1								3	30"	1.243,00	3.729,00																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
N20H									1							1								1						3	30"	1.221,00	3.663,00																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
CALD											1							1							1					3	30"	320,00	960,00																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
DOMI													1						1							1				2	30"	1.362,00	1.362,00																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
FANT													1							1							1			3	30"	846,00	2.538,00																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
TELA																					1						1			2	30"	375,00	750,00																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
ALTA												1						1												3	30"	221,00	663,00																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																
																																			43	-																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													</

ASSINATURA DO CLIENTE

Área Comercial

Agência

Escolha a praça

CATALÃO



TELEVISÃO PIRAPITINGA LTDA
AV. dos GIRASSÓIS C/RUA dos M
Inscrita no CNPJ/MF sob o nº. 2

 **TELEVISÃO PIRAPITINGA LTDA**
AV. dos GIRASSOLs/C.RUA dos MIOSSIS, 95 - JD. PRIMAVERA, Catalão-GO, CEP 75.712-785
Inscrita no CNPJ/MF sob o nº. 24.993.164/0001-25

Mês
Publicação
mai/22

19

Data de Compra
Emissão
23/12/2022

Tabela Vigente: Dezembro/2022

Cliente (Nome completo sem abreviaturas)

Nome Fantasia

Endereço

Bairro

Cidade

CEP

Fone

CGC/CPF

1

Título do comercial

Concorrência 01/2022

Ins

Educacional

Material

ora

momento

Cond. Pagamento

Cond. Negociadas

Observação

[illegible]

Tabela Vigente: Dezembro/2022

Cliente (Nome completo sem abreviaturas)

Nome Fantasia

Bairro

Fone

Fax

Cidade

UF

CEP

Insc. Estadual

Nome contato/Ag

Código contato/Ag

Título do comercial

Concorrência 01/2022

A

B

C

D

E

F

R

Duração

30"

Produto

Inscrições

Seg. Mercado

Educacional

Material

Arquivado na Emissora

Não arquivado até o momento

Cond. Pagamento

Cond. Negociadas

Observação

SIGLA			PROGRAMA		OCORRÊNCIA		CAT		DESC.-%																																TOTAL		CUSTOS	
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	unit	total											
BPRO																															2	147,00	294,00											
MAVO																															2	218,00	436,00											
ENCT																															-													
PTV1																															4	509,00	2.036,00											
GESP																															2	408,00	816,00											
TARA																															1	141,00	141,00											
PTV2																															1	861,00	861,00											
N19H																															2	690,00	1.380,00											
JNAC																															1	1.180,00	1.180,00											
N20H																															1	1.134,00	1.134,00											
CALD																															1	348,00	348,00											
DOMI																															1	597,00	597,00											
FANT																															1	834,00	834,00											
TELA																															1	252,00	252,00											
ALTA																															1	177,00	177,00											
																														21			Valor Tabela		10.486,00									
																																Reaplicação												
																																Total Média		10.486,00										
																																Bruto		10.486,00										

ASSINATURA DO CLIENTE

Área Comercial

Agência

X

X

ASSINATURA DO CLIENTE

Área Comercial

Agência

Nas distribuições para o veículo rádio, não contemplamos emissoras de caráter comunitário, visto que, conforme legislação pertinente, essas emissoras estão impedidas de receber veiculação patrocinada por entes públicos. Em tramitação o Projeto de Lei nº 666, de 2019, que possibilita esse tipo de veiculação paga. Também, existem vários posicionamentos jurídicos favoráveis. No entanto, como não pretendemos envolver a UniCerrado nesse tipo de debate e gerar desgaste jurídico, o nosso posicionamento, é usarmos emissoras de cunho comercial, com audiência reconhecida, que abranjam as todas as regiões pretendidas sem prejuízo algum de cobertura, que agregue economia ao projeto e tudo dentro da legalidade.

Outra ponderação, é em relação a juntada de tabelas de algumas emissoras nessa proposta outras não. Motivo, em algumas tabelas constam a abrangência do veículo. Essa é uma referência importante para justificar a seleção da emissora referida, para distribuição da mídia direcionada às cidades geolocalizadas na base territorial pretendida e estabelecida no briefing. Sendo assim, segue tabela com as emissoras selecionadas, em seguida, as tabelas de algumas emissoras que discriminam as cidades com raio abrangência. Foram colocadas apenas para sintetizar a abrangência pretendida. Várias das cidades que aparecem, são cobertas por mais de duas emissoras selecionadas.

Evitamos colocar anexar as tabelas de todas as emissoras já que os valores estão no quadro abaixo. E sobre o valor de tabela, cabe ressaltar, que em alguns casos estão fora da realidade cotidiana, mas em possível contratação serão reajustados pelo valor de mercado e o desconto repassado ao cliente.

MÍDIA EM RÁDIO – INVESTIMENTO POR PRAÇA

Praça	Emissora	Período	Qtd	Tabela	Investimento
Goiatuba	Rádio Sempre	30 dias	280	10,00	R\$ 2.800,00
Goiatuba	Rádio Goiás	30 dias	72	43,00	R\$ 3.096,00
Caldas novas	Jovem Pan	20 dias-seg a sex	40	60,00	R\$ 2.400,00
Morrinhos	Integração	20 dias-seg a sex	140	24,00	R\$ 3.360,00
Pires do rio	Legal Fm	30 dias	300	4,00	R\$ 1.200,00
Catalão	Nova Liberdade	20 dias-seg a sex	140	24,00	R\$ 3.360,00
Itumbiara	Difusora Fm	20 dias-se a sex	140	19,80	R\$ 2.772,00
Itumbiara	Paranaíba	20 dias-seg a sex	120	19,20	R\$ 2.304,00
Aparecida de Goiânia	Jovem Pan	20 dias	20	120,00	R\$ 2.400,00
Total			1252		R\$ 23.692,00

Cidades Abrangentes:

- > Goiátuba
- > Vicentinópolis
- > Joviânia
- > Aloândia
- > Morrinhos
- > Bom Jesus
- > Panamá
- > Buriti Alegre



MAIS DE **150 MIL** PESSOAS NA ÁREA DE COBERTURA.

GOIÁSFM 104.9

INDETERMINADO (05:00 às 00:00hs.)

15"	R\$ 33,00
30"	R\$ 43,00
45"	R\$ 60,00
60"	R\$ 83,00
90"	R\$ 178,00

HORÁRIO NOBRE (07:00 às 19:00hs.)

15"	R\$ 50,00
30"	R\$ 75,00
45"	R\$ 104,00
60"	R\$ 154,00

- Publicidade sem fundo comercial (Comunicados, avisos, programetes etc.): acréscimo de 200% sobre o valor de tabela referente à faixa horária escolhida.

- Forma de pagamento: 15 DFM.

- Testemunhal de 30" das 08:00 às 19:00hs

R\$ 115,00

- Testemunhal de 60" das 08:00 às 19:00hs

R\$ 215,00

- Flashes 1 Minuto cada

R\$ 95,00



Rua Minas Gerais nº 1941 – Centro
Goiatuba – Goiás - Caixa Postal 104 – CEP 75.600-000

64 3495-6499 

www.goiasfm.com.br

GOIÁS PRODUÇÃO E DIFUSÃO DE RÁDIO E TV LTDA - ME

CNPJ.: 24.479.302/0001-52



RÁDIO PARANAÍBA LTDA.

Organização: Radivair Miranda Machado

Nova Paranaíba FM _____ Fone: 64-3431-8888

Paranaíba FM _____ Fone: 64-3431-9009

Dir./Depto.Comercial _____ Fone: 64-3431-8485

Rua Minas Gerais, 135 - Cx.Postal 149 - CEP.75503-190 Itumbiara-Goiás

CNPJ - 02.197.861/0001-37

INS. EST. 10.220.272-9



ABRANGÊNCIA RÁDIO PARANAÍBA

Cidades:

Habitantes:

• Água Limpa – GO	1.830 - hb
• Aloândia – GO	1.986 - hb
• Araporã – MG	6.931 - hb
• Bom Jesus – GO	25.648 - hb
• Buriti Alegre – GO	9.484 - hb
• Cachoeira Dourada – GO	8.031 - hb
• Cachoeira Dourada – MG	2.706 - hb
• Canápolis – MG	12.201 - hb
• Capinópolis – MG	16.234 - hb
• Centralina – MG	10.346 - hb
• Corumbaíba – GO	9.869 - hb
• Goiatuba – GO	34.202 - hb
• Gouvelândia – GO	5.988 - hb
• Inaciolândia – GO	6.235 - hb
• Ipiacaçu – MG	4.225 - hb
• Ituiutaba – MG	105.255 - hb
• Itumbiara – GO	105.809 - hb
• Joviânia – GO	7.402 - hb
• Marzagão – GO	2.250 - hb
• Maurilândia – GO	14.327 - hb
• Monte Alegre – MG	21.236 - hb
• Panamá – GO	2.603 - hb
• Paranaiguara – GO	10.140 - hb
• Porteirão – GO	3.931 - hb
• Quirinópolis – GO	50.701 - hb
• Santa Vitória – MG	19.872 - hb
• São Simão – GO	20.985 - hb
• Tupaciguara – MG	25.398 - hb
• Vicentinópolis – GO	8.873- hb

PAZ vida FELICIDADE SONHOS *gratidão* FÉ COOPERATIVISTAS ABUNDÂNCIA
 amor REALIZAÇÕES saúde vida FELICIDADE amor *gratidão* FÉ



A CONEXÃO QUE CURA

TABELA DE PREÇOS 2022

2022

+50 MUNICÍPIOS RECEBENDO O SINAL DA JOVEM PAN

1.300.000 PESSOAS ALCANÇADAS

	INDETERMINADO	NOBRE	DETERMINADO
07"	R\$ 24,00	R\$ 32,00	R\$ 40,00
10"	R\$ 30,00	R\$ 40,00	R\$ 50,00
15"	R\$ 36,00	R\$ 48,00	R\$ 60,00
30"	R\$ 60,00	R\$ 80,00	R\$ 100,00
45"	R\$ 96,00	R\$ 128,00	R\$ 160,00
60"	R\$ 108,00	R\$ 144,00	R\$ 180,00
90"	R\$ 168,00	R\$ 224,00	R\$ 280,00

TESTEMUNHAL

30"	R\$ 280,00
60"	R\$ 504,00

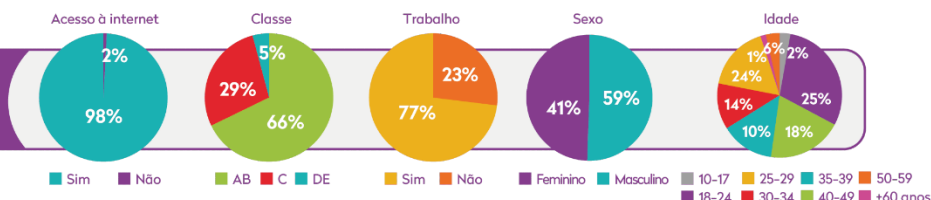
ABRANGÊNCIA

Distrito de Luziânia, Mairipotaba, Mazargão, Marcelândia, Distrito de Morrinhos, Monte Alegre, Nova Aurora, Nova Fátima, Distrito de Hidrolândia, Oloama, Distrito de Piracanjuba, Morrinhos, Orizona, Ouidor, Palmelo, Panamá de Goiás, Piracanjuba, Pires do Rio, Pontalina, São Miguel do Passa Quatro, Serrinha, Distrito de Luziânia, Porteirão, Professor Jamil, Rio do Peixe, Rio Quente, Posse, Roselândia, Distrito de Bela Vista, Santa Cruz de Goiás, Santo Antônio, Senador Canedo, Santo Antônio da Esperança, Distrito de Santa Cruz de Goiás, Silvânia, Três Ranchos, Urutai, Vendinha, Distrito de Ipameri, Vicentinópolis, Água Limpa, Aloândia, Alto Alvorada, Distrito de Orizona, Anhangüera, Aparecida de Goiânia, Aragoiânia, Aureliópolis, Distrito de Bela Vista de Goiás, Bela Vista, Buriti Alegre, Araporã MG, Caldazinha, Campo Alegre, Catalão, Castelândia, Centralina MG, Corumbaba, Cristianópolis, Cumari, Dois Irmãos, Distrito de Maripotaba, Domiciniano Ribeiro, Distrito de Ipameri, Cromínia, Edealina, Goiandira, Goiatuba, Hidrolândia, Ipameri, Itumbiara, Joviânia, Junquerlândia, Distrito do Rio Quente, Luziânia, Macaúba

PERUINHA JOVEM PAN - BLITZ

1 HORA DE SEGUNDA À SEXTA	1 HORA SÁBADO
CARRO, INFLÁVEL, LOCUTOR, BRINDES DA RÁDIO, 3 FLASHES DE 60 SEGUNDOS, ENVOLVIMENTO + REDES SOCIAIS	CARRO, INFLÁVEL, LOCUTOR, BRINDES DA RÁDIO, 3 FLASHES DE 60 SEGUNDOS, ENVOLVIMENTO + REDES SOCIAIS
R\$ 1.200,00	R\$ 1.800,00

PERFIL DE AUDIÊNCIA



(64) 3453-1100

COMERCIAL@JOVEMPANCALDASNOVAS.COM.BR

Rádio Pousada do Rio Quente Eirelli | CNPJ: 00.044.883/0001-31
 Galeria Villa das Águas, Av. Orcalino Santos, 250, Qd. 17, Lt. 09, Sala 103,
 Centro - CEP: 75.680-013

JOVEMPANCALDASNOVAS.COM.BR



Av. José Marcelino - 285 - Centro Catalão - GO
 contato@kmaispUBLICIDADE.com - @kmaispUBLI

PAZ vida FELICIDADE SONHOS *gratidão* FÉ COOPERATIVISTAS ABUNDÂNCIA
 amor REALIZAÇÕES saúde vida FELICIDADE amor *gratidão* FÉ



2022



+62

MUNICÍPIOS
RECEBENDO
O SINAL DA
JOVEM PAN

A CONEXÃO QUE CURA

TABELA DE PREÇOS 2022

	INDETERMINADO	NOBRE	DETERMINADO
	05 às 23h59min	06 às 20h00min	
07"	R\$ 48,00	R\$ 64,00	R\$ 80,00
10"	R\$ 60,00	R\$ 80,00	R\$ 100,00
15"	R\$ 72,00	R\$ 96,00	R\$ 120,00
30"	R\$ 120,00	R\$ 160,00	R\$ 200,00
45"	R\$ 192,00	R\$ 256,00	R\$ 320,00
60"	R\$ 216,00	R\$ 288,00	R\$ 360,00
90"	R\$ 336,00	R\$ 448,00	R\$ 560,00

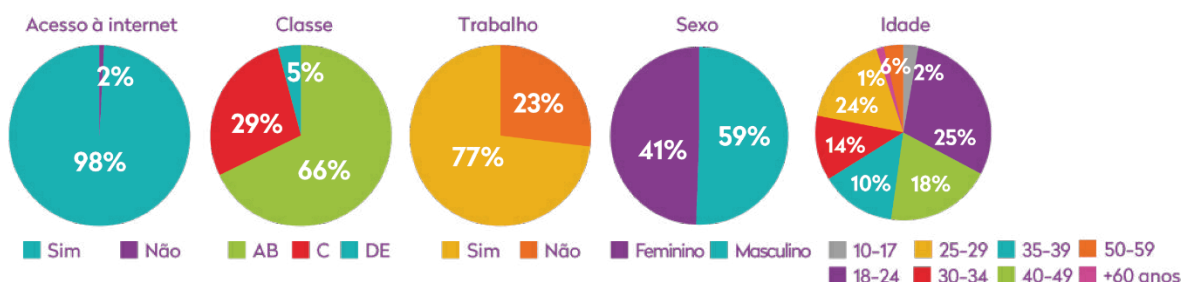
TESTEMUNHAL

30"	R\$ 560,00
60"	R\$ 1.008,00

ABRANGÊNCIA

Abadia de Goiás, Abadiânia, Acreúna, Aloândia, Americano do Brasil, Anápolis, Anicuns, Aparecida de Goiânia, Araçu, Aragoiânia, Avelinópolis, Bela Vista de Goiás, Bonfinópolis, Brazabrantes, Caldazinha, Campestre de Goiás, Caturai, Cocalzinho de Goiás, Corumbá de Goiás, Cromínia, Damolândia, Edéia, Firminópolis, Goianópolis, Goiânia, Goianira, Guapó, Hidrolândia, Indiara, Inhumas, Itaberaí, Itaguaru, Itauçu, Jandaia, Jaraguá, Joviânia, Leopoldo de Bulhões, Nazário, Nerópolis, Orizona, Palestina de Goiás, Palmeiras de Goiás, Palmelo, Petrolina de Goiás, Piracanjuba, Pontalina, Santa Bárbara de Goiás, Santa Cruz de Goiás, Santa Tereza de Goiás, São Francisco de Goiás, São Luís de Montes Belos, Senador Canedo, Silvânia, Taquaral de Goiás, Trindade, Turvânia, Varjão, Vianópolis, Vicentinópolis

PERFIL DE AUDIÊNCIA



(62) 3945-1550

Mais Ideias promoções, Marketing e Publicidade LTDA - ME
 CNPJ: 04.229.343/0001-83
 Av. C-255 N° 370 Ed. Swiss Office, Cobertura - Setor Nova Suíça
 CEP: 74.280-010



COMERCIAL@JOVEMPANGOIANIA.COM.BR

JOVEMPANGOIANIA.COM.BR

PEDIDOS DE VEICULAÇÃO RÁDIOS – DATAS ESPECIFICADAS

Pedido de Inserção Nº

UniCerrado - Radio Goiás - Goiátuba - 2023/2

Veículo: Goiás Fm Data: 23/12/2022

Mídia: Rádio Anunciante: UniCerrado Projeto: Concorrência 01/2022 Total inserções: 72

Peças: A - Spot

GRADE A			Praça: Goiátuba e região												Período: 05/2022																							
Peça	Programa	Formato	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	S	D	S	T	Inser.	Valor unit.	Desc.	Valor total	B			
A	Rotativo	30"	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	48	43,00	-	2.064,00	

Total (R\$): 2.064,00

GRADE B			Praça: Goiátuba e região														Período: 06/2022																				
Peça	Programa	Formato	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	Inser.	Valor unit.	Desc.	Valor total	B
A	Rotativo	30"	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24	43,00	-	1.032,00	

Total (R\$): 1.032,00

Valores Finais		DADOS DO VEÍCULO: GOIÁS FM	
Valor bruto:	3.096,00	DADOS DO CLIENTE: UNICERRADO	
Total a Pagar:	3.096,00		

UniCerrado

Goiás Fm

Pedido de Inserção Nº
UniCerrado - Rádio Sempre - Goiatuba - 2023/2

Veículo: Rádio Sempre Fm Data: 23/12/2022

Mídia: Rádio Anunciante: UniCerrado Projeto: Concorrência 01/2022 Total inserções: 280

Peças: A - Spot

GRADE A			Praça: Goiatuba e região										Período: 05/2022																									
Peça	Programa	Formato	D	S	T	Q	Q	S	S	S	D	S	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	Q	S	S	D	S	T	S	S	D	S	S	T	Inser.	Valor unit.	Desc.	Valor total	B
A	Rotativo	30"															10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	190	10,00	-	1.900,00	

Total (R\$): 1.900,00

GRADE B			Praça:Goiatuba e região										Período: 06/2022																			
Peça	Programa	Formato	Q	Q	S	S	S	D	S	T	Q	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Inser.	Valor unit.	Desc.	Valor total	B
A	Rotativo	30"	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	90	10,00	-	900,00	

Total (R\$): 900,00

Valores Finais		DADOS DO VEÍCULO: RÁDIO SEMPRE FM	
Valor bruto:	2.800,00	DADOS DO CLIENTE: UNICERRADO	
Total a Pagar:	2.800,00		

UniCerrado

Rádio Sempre Fm

Pedido de Inserção Nº

UniCerrado - Difusora - Itumbiara - 2023/2

Data: 23/12/2022

Total inserções: 140

Projeto: Concorrência 01/2022

Anunciante: UniCerrado

Mídia: Rádio

Peças: A - Spot

GRADE A			Praça: Itumbiara e Região																Período: 05/2022																			
Peça	Programa	Formato	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Inser.	Valor unit.	Desc.	Valor total			
A	Rotativo	30"														6	6	6	6	6					6	6	6	6			6	6	93	19,80	-	1.841,40		

Total (R\$): 1.841,40

GRADE B			Praça:Itumbiara e Região														Período: 06/2022																Valor total	
Peça	Programa	Formato	Q	Q	S	S	S	D	S	T	Q	Q	Q	S	S	D	S	S	T	Q	Q	Q	S	S	D	S	S	T	Q	Q	Inser.	Valor unit.	Desc.	Valor total
A	Rotativo	30"	7	7	7	7			7	7	7	7	7	7	7																47	19,80	-	930,60

Total (R\$): 930,60

Valores Finais		DADOS DO CLIENTE: UNICERRADO	
Valor bruto:	2.772,00		
Total a Pagar:	2.772,00		

UniCerrado

Difusora Fm

UniCerrado - Radio Paranaíba Itumbiara - 2023/2

Data: 23/12/2022

Projeto: Concorrência 01/2022

Total inserções: 120

A - Spot

Total (R\$):1.536,00

Total (R\$): 768,00

DADOS DO VEÍCULO: PARANAIBA FM

DADOS DO CLIENTE: UNICERRADO

Paranaíba Fm

Pedido de Inserção Nº
UniCerrado - Difusora - Itumbiara 2023/2

Data: 23/12/2022

Total inserções: 140

Projeto: Concorrência 01/2022

Anunciante: UniCerrado

Mídia: Rádio

Peças: A - Spot

GRADE A			Praça: Catalão e Região										Período: 05/2023																								
Peça	Programa	Formato	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Inser.	Valor unit.	Desc.	Valor total	B						
A	Rotativo	30"																																			
			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	93	24,00	-	2.772,00

Total (R\$): 2.772,00

GRADE B			Praça: Catalão e Região										Período: 06/2023																								
Peça	Programa	Formato	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	S	Inser.	Valor unit.	Desc.	Valor total	B
A	Rotativo	30"	7	7																													47	24,00	-	1.128,00	

Total (R\$): 1.128,00

Valores Finais		DADOS DO CLIENTE: UNICERRADO	
Valor bruto:	3.360,00		
Total a Pagar:	3.360,00		

UniCerrado

Radio Nova Liberdade

Pedido de Inserção Nº
UniCerrado - Integração - Morrinhos 2023/2

Data: 23/12/2022

Total inserções: 140

Projeto: Concorrência 01/2022

Anunciante: UniCerrado

Mídia: Rádio

Peças: A - Spot

GRADE A			Praça: Catalão e Região														Período: 05/2023																	
Peça	Programa	Formato	S	T	Q	Q	S	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Inser.	Valor unit.	Desc.	Valor total	B		
A	Rotativo	30"																											93	24,00	-	2.772,00		

Total (R\$): 2.772,00

GRADE B			Praça: Catalão e Região														Período: 06/2023																						
Peça	Programa	Formato	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	S	D	S	T	Q	Q	S	Inser.	Valor unit.	Desc.	Valor total	B					
A	Rotativo	30"	7	7			7	7	7	7	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	47	24,00	-	1.128,00	

Total (R\$): 1.128,00

Valores Finais		DADOS DO CLIENTE: UNICERRADO	
Valor bruto:	3.360,00		
Total a Pagar:	3.360,00		

UniCerrado

Integração News

Pedido de Inserção Nº
UniCerrado - Jovem Pan Caldas - 2023/2

Data: 23/12/2022

Total inserções: 40

Projeto: Concorrência 01/2022

Anunciante: UniCerrado

Mídia: Rádio

Peças: A - Spot

GRADE A			Praça: Caldas Novas e Região												Período: 06/2023												Valor unit.	Desc.	Valor total	B
Peça	Programa	Formato	Q	S	S	D	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	T	Q	Q	S	Inser.					
A	Rotativo	30"	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	60,00	-	2.400,00		

Total (R\$): 2.400,00

Valores Finais		DADOS DO CLIENTE	UNICERRADO
Valor bruto:	2.400,00		
Total a Pagar:	2.400,00		

UniCerrado

Jovem Pan - Caldas

Pedido de Inserção Nº
UniCerrado - Jovem Pan Goiânia - 2023/2

Data: 23/12/2022

Total inserções: 20

Projeto: Concorrência 01/2022

Anunciante: UniCerrado

Mídia: Rádio

Peças: A - Spot

GRADE A			Praça: Aparecida de Goiânia e Capital										Período: 06/2023												Valor total	Desc.	Valor total	B		
Peça	Programa	Formato	Q	S	S	D	S	S	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	Inser.	Valor unit.					
A	Rotativo	30"	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	120,00	-	2.400,00			

Total (R\$): 2.400,00

Valores Finais		DADOS DO CLIENTE: UNICERRADO	
Valor bruto:	2.400,00		
Total a Pagar:	2.400,00		

UniCerrado

Jovem Pan - Goiânia

Pedido de Inserção Nº

UniCerrado - Lega Fm - Pires do Rio - 2023/2

Data: 23/12/2022

Total inserções: 300

Projeto: Concorrência 01/2022

Anunciante: UniCerrado

Peças: A - Spot

GRADE A			Praça: Pires do Rio e Região												Período: 05/2023																						
Peça	Programa	Formato	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	Inser.	Valor unit.	Desc.	Valor total
A	Rotativo	30"																																			
			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	210	4,00	-	840,00

Total (R\$): 840,00

GRADE B			Praça: Pires do Rio e Região												Período: 06/2023																					
Peça	Programa	Formato	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	Inser.	Valor unit.	Desc.	Valor total
A	Rotativo	30"	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	90	4,00	-	360,00

Total (R\$): 360,00

Valores Finais		DADOS DO CLIENTE: UNICERRADO	
Valor bruto:	1.200,00		
Total a Pagar:	1.200,00		

UniCerrado

Legal Fm

OUTDOORS

Mídia tradicional, importante, com justificativa de investimento já descrito e seleção das cidades mais preponderantes para o sucesso da campanha, respeitado o capital disponível. Também foi evitado anexo de arquivos e tabelas desses veículos por serem restritos, próximos e passíveis de identificação das empresas participantes. Mas a estratégia de periodicidade para trabalhar com essa ferramenta, é no início da veiculação logo no primeiro dia campanha. Geralmente, essas placas ficam avulsas e a campanha pode permanecer por mais de 15 dias. Também já pode ser mensurado nos primeiros dias os resultados alcançados, podendo estudar reforços, caso seja necessário na reta final das inscrições.

Praça	Fornecedor	Bi-semana	Quantidade	Completo	Investimento
Goiatuba	Daniel Letreiro	1	6	R\$ 500,00	R\$ 3.000,00
Caldas novas	Ponto 15	1	4	R\$ 630,00	R\$ 2.520,00
Morrinhos	Ponto 15	1	4	R\$ 630,00	R\$ 2.520,00
Pires do rio	Sudeste Painéis	1	2	R\$ 650,00	R\$ 1.300,00
Catalão	Ponto P	1	4	R\$ 650,00	R\$ 2.600,00
Itumbiara	Ponto P	1	6	R\$ 650,00	R\$ 3.900,00
Ipameri	Sudeste Painéis	1	2	R\$ 650,00	R\$ 1.300,00
Santa Helena	Sudeste Painéis	1	4	R\$ 650,00	R\$ 2.600,00
Bela Vista - GO	Sudeste Painéis	1	2	R\$ 650,00	R\$ 1.300,00
Pontalina	Daniel Letreiro	1	2	R\$ 500,00	R\$ 1.000,00
Vicentinópolis	Daniel Letreiro	1	2	R\$ 500,00	R\$ 1.000,00
Total			38		R\$ 23.040,00

INVESTIMENTOS GLOBAIS - ALOCADOS POR MEIOS

MEIO	PERÍODO	QUANTIDADE	CUSTO MÉDIO	TOTAL	%
Mídia Tv aberta	30 dias	113	571,92	64.627,00	41%
Emissoras de radio	30 dias	1660	14,92	23.692,00	16%
Outdoors	15 dias	38	623,47	23.040,00	15%
Mídia impressa	30 dias	20 mil	0,13	2.500,00	2%
Propaganda volante	10 dias	50h	50,00	2.000,00	1%
Custos com mídia digital	30 dias	25%	0,02	4.0000,00	25%
Custos com distribuição	20 dias	20 mil	50,00	1.000,00	1%
Custos não mídia					
Custos internos de criação					
Prestadores de serviço					
				156.859,00	100%

Os valores de TV aberta alocados em planilha correspondem à programação de faixa 90% nobre. Todos os demais valores são das tabelas cheias, não comportando os possíveis descontos que serão concedidos e repassados à UniCerrado. A otimização do capital disponível é fundamental. Zelar pela correta aplicabilidade dos recursos é fator preponderante, o que será rigorosamente respeitado.

Catalão, 23 de dezembro de 2022

Marconi Nunes Macedo
K + PUBLICIDADE LTDA – ME
OAB/GO 44.520
Diretor