PREFEITURA MUNICIPAL DE
FLS Nº 361
COMISSÃO DE LIC

CK COMUNICAÇÃO

8.2.1. PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO
FLS Nº 362

RACIOCÍNIO BÁSICO

Segundo o último Censo realizado pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), mais de 84% do Brasil é urbanizado. Isso significa que são nas cidades que a maior parte dos brasileiros nasce, cresce, estuda, trabalha, produz e busca interagir uns com os outros. As cidades, mais do que um mero espaço geográfico, são agrupamentos de pessoas que compartilham similitudes e toleram as diferenças. Cidades são representações de valores, de tradições e de histórias distintas que se reconhecem como uma só.

Administrar as cidades significa oferecer, a cada uma dessas histórias, uma oportunidade de serem escritas com segurança e dignidade. Para isso, o gestor público tem dois grandes desafios: o primeiro é o de suprir todas as necessidades básicas de cada cidadão. O segundo, é o de saber responder às cobranças e exigências quando existe uma percepção, às vezes errada, de que essas necessidades não são atendidas na íntegra ou a tempo.

Por vezes, também, é necessário se antecipar a essas cobranças, mostrando para a população as realizações que ela não lembra ou desconhece ser de autoria da administração municipal. Em uma cidade com mais de 130 mil habitantes como a do Crato, essa comunicação só consegue chegar a todas as pessoas através da capacidade estratégica, da formatação de linguagem e do poder de síntese que só a publicidade oferece.

Nesse sentido, a atual administração do Crato, encabeçada pelo prefeito José Ailton Brasil, possui uma extensa lista de realizações que precisa ser apresentada ao povo. Não só pela simples prestação de contas, mas principalmente como uma forma de agradecer e engajar os cratenses que contribuem para o desenvolvimento da cidade através do trabalho, da contribuição fiscal, da preservação dos equipamentos e da participação popular nas questões de interesse coletivo.

As melhorias são notórias e nas mais variadas áreas, como no esporte, com a reforma do Estádio Mirandão e a parceria com o Crato Esporte Clube; na saúde, com a aquisição de novas ambulâncias; na educação, com a implementação da primeira escola de tempo integral da cidade; na infra-estrutura, com a recuperação de vias, praças e equipamentos diversos.

Através do site oficial da Prefeitura do Crato, essas realizações podem ser acompanhadas com uma competente e diária atualização. No entanto, o alcance e a repercussão que algumas dessas notícias precisam ter e gerar não são obtidas somente com os recursos oferecidos pelo universo digital.

Fica evidente, portanto, a necessidade de uma ampla e estratégica campanha publicitária para a Prefeitura do Crato. Uma comunicação oficial e veiculada em mídias tradicionais, pautada pela estética e pela criatividade características da propaganda profissional, de uma maneira que ofereça credibilidade à mensagem e proporcione um efeito positivo na população da cidade, principalmente por colocar esse público não só como beneficiado, mas também como um agente realizador das obras apresentadas.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

Atualmente, as administrações públicas necessitam pautar suas políticas de comunicação em estratégias efetivamente capazes de se antecipar aos interesses da sociedade. O foco deste processo tem que estar voltado para o cidadão, para que ele tenha garantido o acesso à informação e sinta-se estimulado a participar da gestão municipal, com sugestões, críticas e cobranças. A nossa campanha e seus respectivos conceito e partido temático baseiam-se nestes pressupostos.

Conceito:

PREFEITURA MUNICIPAL DO CRATO. POVO QUE TRABALHA, CIDADE QUE CRESCE.

Com a missão de atender ao tema exigido pelo edital para ser trabalhado na campanha: "Crato, uma cidade que se desenvolve a cada dia", buscamos elaborar um conceito criativo,

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO
FLS Nº 563

dentro do formato publicitário (explorando ritmo, concisão, criatividade, etc.), que transmitisse essa ideia de progresso, modernidade e crescimento. Na solução concebida, acrescentamos ainda uma característica fundamental da cidade do Crato: a força do povo para o trabalho. Dessa forma, fechamos a ideia através de uma relação de causa e consequência, condicionando o desenvolvimento exigido no briefing com uma exaltação à garra e à disposição que caracteriza todo cratense.

Partido Temático:

CRATO SE DESENVOLVE DE TODAS AS FORMAS
PORQUE SUA GENTE SE DEDICA TODOS OS DIAS.

Partindo do entendimento de que o conceito funciona como um fechamento da mensagem, a comunicação só fica completa com a utilização de outros elementos particulares de cada material contemplado na campanha, como título e texto de apoio nas peças impressas, locução no VT e no spot, e assim por diante. É aqui que utilizamos nosso partido temático, que surge como um guarda-chuva, que dá cobertura a todas as variações de texto e aplicações de imagens utilizadas no desmembramento das peças.

Com a iniciativa de apresentar ao público uma noção de desenvolvimento considerável e contínuo, a Prefeitura não poderia jamais excluir desse processo um personagem fundamental: o próprio povo. Posicionar o cidadão cratense como parte responsável pelo crescimento da cidade torna a comunicação mais eficiente e verdadeira.

Pagando seus impostos, estudando, trabalhando, empreendendo e contribuindo com o zelo pelos espaços públicos, o morador da cidade do Crato torna-se um protagonista da história, o que contribui para o aumento do interesse, do entendimento e do envolvimento na mensagem.

Essa mensagem, no entanto, precisa de sustentação argumentativa, para isso, as próprias obras realizadas pela atual administração municipal e publicadas em seus canais de divulgação são utilizadas para alimentar a argumentação da nossa comunicação, mostrando que o desenvolvimento apresentado na campanha não é apenas discurso, mas um fato.

Nossa missão é fazer com quem as realidades positivas experenciadas pelo povo do Crato sejam revividas, conseguindo isso através de textos e elementos visuais simples e de entendimento fácil, já que nosso público de interesse engloba todos os perfis que compõe a população da cidade.

Para atender às demandas do briefing, diante da verba disponível e do público alvo, utilizaremos peças de mídia e não mídia, que reverberem com a máxima frequência e abrangência possíveis as mensagens desenvolvidas.

A unidade da campanha permite que a mesma se adeque a todos os meios, mídias e públicos, não necessitando de adaptações por conta de targets específicos.

A campanha é composta pelas seguintes peças:

De mídia:

1 VT 30"
1 Spot 30"
1 Anúncio revista
1 Outdoor
1 Anúncio jornal
1 Carro de Som
1 Busdoor
1 Banner de internet

De não mídia:

1 Cartaz
1 Panfleto

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO
FLS Nº 364

Fizemos um planejamento contemplando um mês de campanha, começando em 1 de dezembro e indo até 31 de dezembro. Em nossa simulação, a veiculação e a distribuição das peças abrangerá toda a cidade do Crato e regiões vizinhas.
Como se vê, nossa estratégia privilegia um conjunto de ferramentas de comunicação de grande alcance e outras de sustentação das mensagens, tanto off-line como on-line, como forma de maximizar a verba disponível e permitir que a campanha atinja um alto índice de recall, em consonância com os objetivos de comunicação da Prefeitura Municipal do Crato.
Acrescentamos que, embora voltada para um objetivo específico, que é apresentar provas de que a cidade tem crescido na atual administração, nossa proposta está assentada numa conceituação mais ampla, voltada para o fortalecimento da identidade que caracteriza e orgulha cada cidadão cratense.

IDEIA CRIATIVA

RELAÇÃO DAS PEÇAS, SUAS CARACTERÍSTICAS E FUNÇÕES TÁTICAS.

RELAÇÃO 1 – PEÇAS CORPORIFICADAS

1 - Jornal

Uma das principais peças da campanha, apresentará o partido temático e o conceito da comunicação, além de um texto de apoio que traz as informações que servem de base à nossa argumentação. No layout combinamos fotos de pessoas que ilustram a diversidade da população do Crato, além de símbolos da cidade que são imediatamente reconhecidos. Essa direção de arte, que dá unidade ao restante da campanha, foi criada explorando algumas simbologias: uma criança representando educação, um agricultor representando o trabalho no campo, uma moça negra representando a pluralidade racial e uma cadeirante representando a saúde e o respeito aos portadores de necessidades especiais. Outros elementos enriquecem ainda mais a peça, como o pássaro símbolo da região, o Soldadinho do Crato, e os principais monumentos da cidade, com destaque para a antiga Estação de Trem e o atual metrô, que remetem à tradição e à modernidade que caracterizam o município. Por fim, a assinatura de todas as peças foi elaborada usando como referência o formato do Arco da cidade.

2 - VT 30"

Peça estratégica, é através dela que as obras realizadas serão apresentadas com mais detalhes, tanto pelo texto da locução, quanto pelas imagens que deverão ser captadas in loco. Feita para a veiculação na TV, acaba funcionando também, com grande repercussão, para as redes sociais.

3 - Spot 30"

Pela grande eficiência, ótimo custo/benefício e os excelentes resultados nas variáveis alcance, penetração e frequência do meio rádio, esta é uma peça fundamental na campanha. Nela teremos uma apresentação das realizações da prefeitura, compostas com efeitos sonoros que reforçarão os benefícios oferecidos por cada obra.

4 - Outdoor

Caracterizada pelo curto tempo de leitura, essa peça precisa resumir em poucos elementos a mensagem transmitida. Dessa forma, ela será composta apenas pelo partido temático e o conceito da campanha.

5 - Panfleto

De todas as peças impressas contempladas na campanha, o panfleto, por ter o formato de frente e verso, é o que permite a inclusão de mais informações, o que o torna estratégico em nosso planejamento. Nele podemos detalhar algumas realizações da Prefeitura, como acontece no VT e no Spot.

6 - Anúncio Revista

Uma peça que replica o anúncio de jornal, mas em outro formato, com outra perspectiva e

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO
FLS Nº 366
COMISSÃO DE LICITAÇÃO

outro tempo de vida útil, uma vez que as revistas costumam ser lidas por um tempo muito mais extenso do que os jornais.

7 - Cartaz

Apresentará o partido temático e o conceito da campanha, além do texto de apoio que também estará presente nos anúncios de jornal e revista. O objetivo dessa peça é que ela esteja em locais estratégicos, com grande fluxo de pessoas, como repartições públicas, hospitais, etc.

8 – Busdoor

Excelente ferramenta de mídia, que alia baixo custo com uma cobertura difusa, gerando impactos em diferentes pontos e em diversos públicos. A peça apresentará o partido temático e conceito da campanha.

9 - Banner Site

Nos dias atuais não se pode conceber uma campanha sem contemplar peças digitais. Além do planejado para redes sociais, que consta na lista de peças não corporificadas, criamos também um banner para ser veiculado em portais de notícias sobre a cidade do Crato, o que segmenta o envio da mensagem para nosso público de interesse.

10 - Carro de Som

O carro de som é uma mídia de alta cobertura e se revela um dos mais eficientes meios de divulgação em cidades do interior. Em nossa campanha, cumprirá o importante papel de afirmar e fazer lembrar aos cidadãos o conceito, partido temático da campanha, bem como as informações relativas à obras realizadas. Tudo de uma maneira casual e com uma linguagem coloquial.

RELAÇÃO 2 – PEÇAS NÃO CORPORIFICADAS

10 – Capa para Facebook

Nessa peça teremos apenas o conceito da campanha e endereços para outros canais de comunicação, como o site oficial.

11 – Post para Redes Sociais (tema 1)

Abordará o partido temático e o conceito da campanha.

12 – Post para Redes Sociais (tema 2)

Abordará o conceito da campanha e realizações na área da saúde.

13 – Post para Redes Sociais (tema 3)

Abordará o conceito da campanha e realizações na área da educação.

14 – Post para Redes Sociais (tema 4)

Abordará o conceito da campanha e realizações na área da cultura.

13 – Post para Redes Sociais (tema 5)

Abordará o conceito da campanha e realizações na área do esporte.

14 – Post para Redes Sociais (tema 6)

Abordará o conceito da campanha e realizações na área da infra-estrutura.

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Uma estratégia de mídia que se queira eficiente deve considerar aspectos como público-alvo, a verba disponibilizada, as metas de continuidade, o mix dos canais de comunicação, sua cobertura geográfica, alcance e formatos; e as metas de frequência. Em nossa proposta, o público-alvo é composto por toda população do município do Crato. Diante disto, e com a verba e a duração da campanha já definidas (R$ 166.000,00 e 31 dias respectivamente), estabelecemos um mix de canais de comunicação de mídia e não mídia que visam atingir os objetivos de comunicação do cliente, observando as variáveis de mídia e as características intrínsecas de cada meio.

Tendo a TV como o veículo de massa mais consumido pelos brasileiros, considerando ainda a existência de uma emissora exclusiva para o Cariri, o VT é nossa peça com o prin-

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO
FLS Nº 366

cipal investimento de mídia. O restante divide-se entre o jornal, segunda peça com maior investimento, e as peças de apoio, como o rádio, internet, mídia exterior, mídia alternativa e internet, além de panfletagem, cartazes e carro de som.

A divisão da verba se dará da seguinte forma:

57,51% da verba será utilizada na TV, por ser a mídia com maior impacto e permitir a veiculação regional, através da TV Verdes Mares Cariri. Teremos um total de 101 inserções, que acontecerão durante todos os dias do período da campanha e estão divididas por toda a grade, abrangendo programas de diversos perfis de público, como Bom Dia Brasil, Mais Você, CETV, Novela e Jornal Nacional.

O jornal será responsável por 7,22% do uso da verba disponível, com anúncios de meia-página nos jornais locais Gazeta de Notícias, com periodicidade quinzenal e tiragem de 2500 exemplares, e Jornal do Cariri, semanal e com tiragem de 6 mil exemplares, visando nosso público de interesse, no Crato e região.

10,46% do investimento será em veiculação de rádio, a terceira mídia de massa escolhida para a composição da campanha. As transmissoras escolhidas são a Princesa FM, que possui um perfil popular e atinge um público importante para nossa estratégia, e a Somzoom FM, com inserções divididas em programas de notícias, de religião e de entretenimento, para abranger um perfil variado da audiência.

4,79% em veiculação em outdoor, meio que participa diretamente da paisagem urbana (e consequentemente do cotidiano das pessoas), permanece 24 horas em exposição e atinge, em diferentes pontos da cidade, pessoas de todas as classes sociais e faixas etárias.

2,04% em veiculação em Carro de Som, uma mídia que, diferentemente de Rádio e Televisão, não pode ser evitada pelo ouvinte. Nossa proposta é do carro de som transitar nas principais ruas e avenidas da cidade no período de 3 horas por dia, durante todos os dias da campanha (exceto os domingos).

A presença digital é fundamental, por isso colocamos em nosso planejamento dois banners no portal G1, dentro da página de notícias da cidade do Crato. Com 250 mil impressões ao longo do período da campanha, temos a certeza de que todo usuário que acessar a página será impactado por nossa comunicação, ao custo de 3,01% da nossa verba.

Outra mídia importante em nossa estratégia será o Busdoor, uma das mídias exteriores mais lembradas pelos consumidores, por ser uma publicidade móvel que proporciona maior tempo de visualização. Essa mídia usará 3,61% da nossa verba.

Nossa última peça de mídia é um anúncio na revista O Povo Cariri, publicação produzida na região que representará 2,11% da nossa verba e servirá como sustentação para a campanha.

Agora descreveremos as peças de Não Mídia da campanha e o percentual da verba total destinado para produção de cada uma delas.

Cartaz (0,37% da verba) – Peça de forte apelo e de comunicação rápida, que serve de apoio à campanha. Terão o formato A2 e serão afixados em órgãos e repartições públicas, além de estabelecimentos comerciais da cidade.

Panfleto (8,88% da verba) – Peça barata, de linguagem objetiva, leitura fácil e curta, o panfleto provoca impacto imediato sobre quem está lendo. Os panfletos são ideais para entrega. Pela nossa proposta, serão distribuídos em faróis de trânsito, portas de estabelecimentos e lugares movimentados da cidade. Serão produzidas 20 mil unidades.

Capa e Posts de Facebook (Página da Prefeitura) - As redes sociais estão tornando-se rapidamente o principal meio de comunicação e divulgação de ideias entre os usuários da internet. A principal característica destas redes é a interatividade. O Facebook é atualmente a maior rede social do mundo e ter uma página nele é uma forma da Prefeitura abrir um canal de comunicação digital eficiente com seus munícipes. Ressaltando que é cada vez maior

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO
FLS Nº 367

o número de pessoas que acessam a página oficial do Facebook de órgãos públicos para obter informações. Em nossa proposta, postaremos uma arte de capa durante todo período da campanha e 4 postagens orgânicas de forma alternada durante o mesmo período.
Período da campanha: 01 de dezembro a 31 de dezembro de 2018.
A fim de atender às necessidades de comunicação institucional da Prefeitura Municipal de Crato, apresentamos uma estratégia de mídia para a Campanha teste, que tem como inspiração as diretrizes expostas no briefing. Nossa proposta tem duração de 31 dias, com distribuição em período de lançamento e sustentação. As peças determinadas e em formatos sugeridos pela agência estão distribuídas em um mix formado por meios fundamentais para a campanha, respeitando o perfil do público-alvo, a cobertura, a frequência e o planejamento das ações. Levou-se também em consideração a penetração dos meios na divisão da verba referencial.
Foram considerados nesta proposta:
- Alta cobertura e exposição para abranger todo o espectro do target proposto;
- Frequência que proporcione no período de lançamento a garantia de impacto e regularidade na sustentabilidade das mensagens no decorrer do período;
- Impacto e frequência necessários para atingir o target em diferentes momentos;
- Adequação aos meios, tradicionais ou alternativos, para atingir a pluralidade do público-alvo;
- Um mix de meios e veículos que proporcionem uma programação com share of mind consistente e recall duradouro.
Para desenvolver as táticas de comunicação, foram usadas as pesquisas de audiência de mídia disponibilizadas pelos veículos de comunicação e encontradas no IBOPE e Mídia Dados 2018.
A distribuição da mídia e não mídia corporificadas na ideia criativa e seus números específicos podem ser encontrados com detalhes nas planilhas que se seguem.

CK | CK COMUNICAÇÃO | AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO | **AP CE-001/18** | **Data de emissão: 12/11/2018.**

IENTE:	PREFEITURA MUNICIPAL DO CRATO	VEÍCULO:	TV VERDES MARES	MEIO:	TV
:ODUTO:	PREFEITURA	CAMPANHA:	LICITAÇÃO - DEZ/2018 - Nº 2018.08.03.1	PERÍODO:	DEZEMBRO/2018.

ÇAS	FORMATO	PEÇAS	FORMATO
VT	30"		

OLOCAÇÃO	PEÇAS	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	Qt.	CUSTO UNITÁRIO	DESCONTO %	CUSTO TOTAL
)EZEMBRO		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	S	D	S				
M DIA BRASIL				1	1			1					1	1				1	1		1				1		1		1				11	R$452,00		R$4.972,00
S VOCÊ						1	1				1	1			1					1		1				1		1				1	10	R$228,00		R$2.280,00
V 1° EDIÇÃO				1	1	1		1				1			1			1		1		1				1	1		1			1	13	R$510,00		R$6.630,00
NAL HOJE					1		1				1		1	1					1	1	1				1		1	1				1	12	R$830,00		R$9.960,00
V 2ª EDIÇÃO						1	1	1				1		1					1							1			1				8	R$1.287,00		R$10.296,00
VELA 1				1							1		1		1			1			1	1			1			1					9	R$1.020,00		R$9.180,00
NAL NACIONAL					1		1					1			1					1						1			1			1	8	R$2.342,00		R$18.736,00
E CASA		1							1							1							1							1			5	R$227,00		R$1.135,00
LIGA		1							1							1							1							1			5	R$373,00		R$1.865,00
DEIRÃO		1							1							1							1							1			5	R$718,00		R$3.590,00
ORTE ESPET			1							1							1							1							1		5	R$710,00		R$3.550,00
STÃO			1							1							1							1							1		5	R$1.276,00		R$6.380,00
TÁSTICO			1							1							1							1							1		5	R$1.978,00		R$9.890,00
																																	101			
																																	VALOR GERAL			R$88.464,00

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO
FLS Nº 568

CK | CK COMUNICAÇÃO | AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO | **AP CE-002/18** | **Data de emissão: 12/11/2018.**

NTE:	PREFEITURA MUNICIPAL DO CRATO	VEÍCULO:	PRINCESA FM	MEIO:	RÁDIO FM
DUTO:	PREFEITURA	CAMPANHA:	LICITAÇÃO - DEZ/2018 - Nº 2018.08.03.1	PERÍODO:	DEZEMBRO/2018.

AS	FORMATO	PEÇAS	FORMATO
SPOT	30"		

OLOCAÇÃO	PEÇAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOTAL INSERÇÃO	CUSTO UNITÁRIO	DESCONTO %	CUSTO TOTAL
DEZEMBRO		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	S	D	S				
NCESA FM																																				
T DE 30"																																				
EM COM A VIDA		8		8	8	8	8	8	8		8	8	8	8	8	8		8	8	8	8	8	8		8	8	8	8	8	8		8	208	R$ 56,90		R$ 11.835,20
UNDA À SÁBADO																																				
S 11H																																				
																																	VALOR GERAL			R$ 11.835,20

FLS Nº 329

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO

CK | CK COMUNICAÇÃO | AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO | **AP CE-003/18** | **Data de emissão: 12/11/2018.**

ENTE:	PREFEITURA MUNICIPAL DO CRATO	VEÍCULO:	SOMZOOM 106,5 FM	MEIO:	RÁDIO FM
ODUTO:	PREFEITURA	CAMPANHA:	LICITAÇÃO - DEZ/2018 - Nº 2018.08.03.1	PERÍODO:	DEZEMBRO/2018.

ÇAS	FORMATO	PEÇAS	FORMATO
SPOT	30"		

COLOCAÇÃO DEZEMBRO	PEÇAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOTAL INSERÇÃO	CUSTO UNITÁRIO	DESCONTO %	CUSTO TOTAL
		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	S	D	S				
MZOOM 106,5 FM																																				
T DE 30"																																				
NAL GRANDE CARIRI				4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	84	R$ 22,00		R$ 1.848,00
ERIÊNCIA DE DEUS				4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	4	4	4	4			4	84	R$ 21,00		R$ 1.764,00
UNDA À SEXTA																																				
ADAÇO		6							6							6							6							6			30	R$ 27,00		R$ 810,00
																																	198			
																																	VALOR GERAL			R$ 4.422,00

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO - CONTROLADORIA - FLS Nº 52

CK | CK COMUNICAÇÃO | AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO | **AP CE-004/18** | **Data de emissão: 12/11/2018.**

ENTE:	PREFEITURA MUNICIPAL DO CRATO	VEÍCULO:	GAZETA DE NOTÍCIAS	MEIO:	JORNAL
ODUTO:	PREFEITURA	CAMPANHA:	LICITAÇÃO - DEZ/2018 - Nº 2018.08.03.1	PERÍODO:	DEZEMBRO/2018

PEÇAS	FORMATO	PEÇAS	FORMATO
ANUNCIO 1/2 PÁGINA	29,7x21cm		

DESCRIÇÃO DO SERVIÇO

COLOCAÇÃO DEZEMBRO	PEÇAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOTAL INSERÇÃO	CUSTO UNITÁRIO	DESCONTO %	CUSTO TOTAL
		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	S	D	S				
ETA DE NOTÍCIAS																		1														1	2	R$ 2.491,02		R$ 4.982,04
																																	VALOR GERAL			R$ 4.982,04

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO
FLS Nº 171

CK | CK COMUNICAÇÃO | AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO | **AP CE-005/18** | **Data de emissão: 12/11/2018.**

NTE:	PREFEITURA MUNICIPAL DO CRATO	VEÍCULO:	JORNAL DO CARIRI	MEIO:	JORNAL
DUTO:	PREFEITURA	CAMPANHA:	LICITAÇÃO - DEZ/2018 - Nº 2018.08.03.1	PERÍODO:	DEZEMBRO/2018

AS	FORMATO	PEÇAS	FORMATO
NUNCIO 1/2 PÁGINA	6 col. 29,50cm x (26cm) = 156		

DESCRIÇÃO DO SERVIÇO

COLOCAÇÃO DEZEMBRO	PEÇAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOTAL INSERÇÃO	CUSTO UNITÁRIO	DESCONTO %	CUSTO TOTAL
		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	S	D	S				
AL DO CARIRI					1							1							1							1							4	R$ 1.750,00		R$ 7.000,00
																																	VALOR GERAL			R$ 7.000,00

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO
FLS Nº 522

CK | CK COMUNICAÇÃO | AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO | **AP CE-006/18** | **Data de emissão: 12/11/2018.**

ENTE:	PREFEITURA MUNICIPAL DO CRATO	VEÍCULO:	O POVO CARIRI	MEIO:	REVISTA
ODUTO:	PREFEITURA	CAMPANHA LICITAÇÃO - DEZ/2018 - Nº 2018.08.03		PERÍODO:	DEZEMBRO/2018

ÇAS	FORMATO	PEÇAS	FORMATO
ANÚNCIO	20,5x27,5 cm		

DESCRIÇÃO DO SERVIÇO	TOTAL INSERÇÃO	CUSTO UNITÁRIO	DES CON TO %	CUSTO TOTAL
VEICULAÇÃO DE 1 EDIÇÃO				
EMBRO	1	R$ 3.500,00		R$ 3.500,00
	VALOR GERAL			R$ 3.500,00

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO
FLS Nº 173

CK | CK COMUNICAÇÃO

AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO | **AP CE-007/18** | **Data de emissão: 12/11/2018.**

CLIENTE:	PREFEITURA MUNICIPAL DO CRATO	VEÍCULO:	J.AILTON CARRO DE SOM	MEIO:	CARRO DE SOM
PRODUTO:	PREFEITURA	CAMPANHA:	LICITAÇÃO - DEZ/2018 - Nº 2018.08.03.1	PERÍODO:	DEZEMBRO/2018

PEÇAS	FORMATO	PEÇAS	FORMATO
A - SPOT	60"		

		TOTAL INSERÇÃO	CUSTO UNITÁRIO	DESCONTO %	CUSTO TOTAL
GRAVAÇÃO ÁUDIO DE CARRO DE SOM 60"					
CARRO DE SOM					
	1	1	R$ 541,76		R$ 541,76
		VALOR GERAL			R$ 541,76

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO - COMISSÃO DE LICITAÇÃO - FLS Nº 524

CK | CK COMUNICAÇÃO | AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO | **AP CE-008/18** | **Data de emissão: 12/11/2018.**

ENTE:	PREFEITURA MUNICIPAL DO CRATO	VEÍCULO:	J.AILTON CARRO DE SOM	MEIO:	CARRO DE SOM
ODUTO:	PREFEITURA	CAMPANHA:	LICITAÇÃO - DEZ/2018 - Nº 2018.08.03.1	PERÍODO:	DEZEMBRO/2018

ÇAS	FORMATO	PEÇAS	FORMATO
SPOT	60"		

COLOCAÇÃO DEZEMBRO	PEÇAS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOTAL INSERÇÃO	CUSTO UNITÁRIO	DESCONTO %	CUSTO TOTAL
		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	S	D	S				
RO DE SOM																																				
T DE 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	78	R$ 35,00		R$ 2.730,00
AÇÃO DE 3H/ DIA																																				
																																	VALOR GERAL			R$ 2.730,00

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO - COMISSÃO DE LICITAÇÃO - FLS Nº 575

CK | CK COMUNICAÇÃO | AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO | **AP CE-009/18** | **Data de emissão: 12/11/2018.**

ENTE:	PREFEITURA MUNICIPAL DO CRATO	VEÍCULO:	ARTDOOR	MEIO:	OUTDOOR
ODUTO:	PREFEITURA	CAMPANHA LICITAÇÃO - DEZ/2018 - Nº 2018.08.03.1		PERÍODO:	DEZEMBRO/2018

ÇAS	FORMATO	PEÇAS	FORMATO
PLACA DE OUTDOOR	9 X 3M		

DESCRIÇÃO DO SERVIÇO	TOTAL INSERÇÃO	CUSTO UNITÁRIO	DESCONTO %	CUSTO TOTAL
EICULAÇÃO DE (15) QUINZE PLACAS DE OUTDOOR NA BI SEMANA 52 NO PERÍODO (10/12/2018 À 23/12/2018)	15	R$ 400,00		R$ 6.000,00
	VALOR GERAL			R$ 6.000,00

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO - SECRETARIA DE ADMINISTRAÇÃO
FLS Nº 326

CK | CK COMUNICAÇÃO | AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO | **AP CE-010/18** | **Data de emissão: 12/11/2018.**

ENTE: PREFEITURA MUNICIPAL DO CRATO	VEÍCULO: ARTDOOR	MEIO: OUTDOOR
ODUTO: PREFEITURA	CAMPANHA: LICITAÇÃO - DEZ/2018 - Nº 2018.08.03.1	PERÍODO: DEZEMBRO/2018

PEÇAS	FORMATO	PEÇAS	FORMATO
CARTAZES DE OUTDOOR	9X3M		

DESCRIÇÃO DO SERVIÇO	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO	DESCONTO %	CUSTO TOTAL
IMPRESSÃO E APLICAÇÃO DE CARTAZES DE OUTDOOR	15	R$ 130,00		R$ 1.950,00
	VALOR GERAL			R$ 1.950,00

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO
FLS Nº 377

CK | CK COMUNICAÇÃO | AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO | **AP CE-011/18** | **Data de emissão: 12/11/2018.**

ENTE: PREFEITURA MUNICIPAL DO CRATO	VEÍCULO: VIAMETRO	MEIO: EXTERIOR
ODUTO: PREFEITURA	CAMPANHA: LICITAÇÃO - DEZ/2018 - Nº 2018.08.03.1	PERÍODO: DEZEMBRO/2018

PEÇAS	FORMATO	PEÇAS	FORMATO
BUSDOOR	2,20m x 1,00m		

DESCRIÇÃO DO SERVIÇO	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO	DESCONTO %	CUSTO TOTAL
ICULAÇÃO DE 15 BUSDOOR PERÍODO DE 01/12/2018 À 31/12/2018, NA FROTA DE ÔNIBUS VIA METRO	15	R$ 250,00		R$ 3.750,00
	VALOR GERAL			R$ 3.750,00

FREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO
FLS Nº 328

CK | CK COMUNICAÇÃO | AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO | **AP CE-012/18** | **Data de emissão: 12/11/2018.**

ENTE: PREFEITURA MUNICIPAL DO CRATO	FORNECEDOR: ECOPRINT	MEIO: EXTERIOR
DUTO: PREFEITURA	CAMPANHA: DEZ/2018 - Nº 2018.08.03.1	PERÍODO: DEZEMBRO2018

PEÇAS	FORMATO	PEÇAS	FORMATO
ADESIVO DE BUSDOOR	2,20m x 1,00m		

DESCRIÇÃO DO SERVIÇO	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO	DESCONTO %	CUSTO TOTAL
IMPRESSÃO E APLICAÇÃO DE ADESIVO NA TRASEIRA DO ÔNIBUS	15	R$ 150,00		R$ 2.250,00
	VALOR GERAL			R$ 2.250,00

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO
FLS Nº 329

CK | CK COMUNICAÇÃO | AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO | **AP CE-013/18** | **Data de emissão: 12/11/2018.**

IENTE: PREFEITURA MUNICIPAL DO CRATO	FORNECEDOR: GÁS OLIVA	MEIO: TELEVISÃO
ODUTO: PREFEITURA	CAMPANHA: LICITAÇÃO - DEZ/2018 - Nº 2018.08.03.1	PERÍODO: DEZEMBRO/2018

ÇAS	FORMATO	PEÇAS	FORMATO
VT	30"		

DESCRIÇÃO DO SERVIÇO	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO	DESCONTO %	CUSTO TOTAL
PRODUÇÃO E GRAVAÇÃO DE 01 VT DE 30" (SEGUNDOS)	1	R$ 7.000,00		R$ 7.000,00
	VALOR GERAL			R$ 7.000,00

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO - ASSESSORIA DE LICITAÇÕES - FLS Nº 380

| CK COMUNICAÇÃO | AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO | **AP CE-014/18** | **Data de emissão: 12/11/2018.**

IENTE: PREFEITURA MUNICIPAL DO CRATO	FORNECEDOR: ARARENA	MEIO: SPOT
ODUTO: PREFEITURA	CAMPANHA: LICITAÇÃO - DEZ/2018 - Nº 2018.08.03.1	PERÍODO: DEZEMBRO/2018

ÇAS	FORMATO	PEÇAS	FORMATO
SPOT	30"		

DESCRIÇÃO DO SERVIÇO	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO	DESCONTO %	CUSTO TOTAL
PRODUÇÃO E GRAVAÇÃO DE 01 SPOT DE 30" (SEGUNDOS)	1	R$ 1.100,00		R$ 1.100,00
VALOR GERAL				R$ 1.100,00

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO
FLS Nº 281

CK | CK COMUNICAÇÃO | AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO | **AP CE-015/18** | **Data de emissão: 12/11/2018.**

IENTE: PREFEITURA MUNICIPAL DO CRATO	FORNECEDOR: ECOPRINT	MEIO: GRÁFICA
ODUTO: PREFEITURA	CAMPANHA: LICITAÇÃO - DEZ/2018 - Nº 2018.08.03.1	PERÍODO: DEZEMBRO/2018

ÇAS	FORMATO	PEÇAS	FORMATO
CARTAZ	A2		

DESCRIÇÃO DO SERVIÇO	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO	DESCONTO %	CUSTO TOTAL
IMPRESSÃO DE CARTAZES A2 NO GLOSSPAPER 115G, 4 X 0 CORES	200	R$ 3,10		R$ 620,00
	VALOR GERAL			R$ 620,00

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO
FLS Nº 242

CK COMUNICAÇÃO	AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO | **AP CE-016/18** | **Data de emissão: 12/11/2018.**

:NTE: PREFEITURA MUNICIPAL DO CRATO	FORNECEDOR: ECOPRINT	MEIO: GRÁFICA
)DUTO: PREFEITURA	CAMPANHA LICITAÇÃO - DEZ/2018 - Nº 2018.08.03.1	PERÍODO: DEZEMBRO/2018

:AS	FORMATO	PEÇAS	FORMATO
?ANFLETO	A5		

DESCRIÇÃO DO SERVIÇO	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO	DESCONTO %	CUSTO TOTAL
IMPRESSÃO DE PANFLETO A5, NO COUCHÊ BRILHO 115G, 4 X 4 CORES.	20.000	R$ 0,0875		R$ 1.750,00
	VALOR GERAL			R$ 1.750,00

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO
FLS Nº 385

CK | CK COMUNICAÇÃO | AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO | **AP CE-017/18** | **Data de emissão: 12/11/2018.**

ENTE: PREFEITURA MUNICIPAL DO CRATO	FORNECEDOR: PEGASUS DIVULGAÇÕES	MEIO: PANFLETAGEM
ODUTO: PREFEITURA	CAMPANHA LICITAÇÃO - DEZ/2018 - Nº 2018.08.03.1	PERÍODO: DEZEMBRO/2018

ÇAS	FORMATO	PEÇAS	FORMATO
PANFLETAGEM	A5		

DESCRIÇÃO DO SERVIÇO	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO	DESCONTO %	CUSTO TOTAL
ISTRIBUIÇÃO PORTA À PORTA DE 20.000 PANFLETOS POR DIA, NOS DIAS 05/12/2018 E 26/12/2018.	20.000	R$ 0,650		R$ 13.000,00
	VALOR GERAL			R$ 13.000,00

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO
FLS Nº 584

CK | CK COMUNICAÇÃO | AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO | **AP CE-018/18** | **Data de emissão: 12/11/2018.**

ENTE: PREFEITURA MUNICIPAL DO CRATO	FORNECEDOR: G1 CE	MEIO: MIDIA WEB
ODUTO: PREFEITURA	CAMPANHA: LICITAÇÃO - DEZ/2018 - Nº 2018.08.03.1	PERÍODO: DEZEMBRO/2018

PEÇAS	FORMATO	PEÇAS	FORMATO
ÇAS WEB	FORMATO MAXIBOARD		

DESCRIÇÃO DO SERVIÇO	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO	DESCONTO %	CUSTO TOTAL
MIDIA AVULSA - G1	1	R$ 5.000,00		R$ 5.000,00
	VALOR GERAL			R$ 5.000,00

FLS Nº 285

CK | CK COMUNICAÇÃO | PREFEITURA MUNICIPAL DO CRATO - TOMADA DE PREÇOS

PEÇAS MÍDIA E NÃO MÍDIA	RESUMO GERAL (VALORES EM REAIS)									TOTAL PRODUÇÃO + VEICULAÇÃO	TOTAL
	PRODUÇÃO GRAFICA ELETRONICA				VEICULAÇÃO						
	DESCRIÇÃO DO SERVIÇO	QUANTIDADE	TOTAL PRODUÇÃO R$	% PRODUÇÃO	MEIO	PERÍODO DE VEICULAÇÃO	QUANTIDADE DE INSERÇÕES	VALORES MÍDIA R$	MÍDIA %	R$	%
MIDIA											
VT 30"	Produção vt 30", locução e trilha pesquisada	1	R$ 7.000,00	4,2%	TV	Dezembro	101	R$ 88.464,00	53,29%	R$ 95.464,00	57,51%
Spot 30"	Produção spot 30", locução e trilha pesquisada	1	R$ 1.100,00	0,7%	Rádio	Dezembro	406	R$ 16.257,20	9,79%	R$ 17.357,20	10,46%
Outdoor	Produção de cartaz de outdoor no formato 9x3m (1 motivo)	15	R$ 1.950,00	1,2%	Mídia Exterior	Dezembro	15	R$ 6.000,00	3,61%	R$ 7.950,00	4,79%
Carro de Som 30"	Audio para carro de som 60"	1	R$ 541,76	0,3%	Carro de Som	Dezembro	78	R$ 2.835,00	1,71%	R$ 3.376,76	2,04%
Busdoor	Produção e aplicação de adesivo	15	R$ 2.250,00	1,4%	-	Dezembro	15	R$ 3.750,00	2,26%	R$ 6.000,00	3,61%
Jornal	Veiculação anúncio 1/2 Página	-	-		-	Dezembro	6	R$ 11.982,04	7,22%	R$ 11.982,04	7,22%
Revista	Anúncio 1 página - 1 Edição mensal	-	-		-	Dezembro	1	R$ 3.500,00	2,11%	R$ 3.500,00	2,11%
Mídia Web	Mídia Avulsa G1 CE	-	-		-	Dezembro	30	R$ 5.000,00	3,01%	R$ 5.000,00	3,01%
NÃO MIDIA								-	-	-	-
Cartaz A2	Impressão de cartaz no glosspaper 115g, 4 x 0 cores	200	R$ 620,00	0,4%	-	-	-	-	-	R$ 620,00	0,37%
Panfleto	Impessão de panfleto A5, couchê 115g, 4 x 4 cores	20.000	R$ 1.750,00	1,05%	-	-	-	-	-	R$ 1.750,00	1,05%
Panfletagem	Distribuição de panfletos porta a porta	20.000	R$ 13.000,00	7,83%	-	-	-	-	-	R$ 13.000,00	7,83%
TOTAL GERAL PRODUÇÃO E MÍDIA			R$ 28.211,76	17,00%				R$137.788,24	83,00%	R$ 166.000,00	100,00%

CK COMUNICAÇÃO E SERVIÇOS PUBLICITÁRIOS LTDA
Claudio Augusto Oliveira Pinto Filho
Sócio Diretor

16/11/18

PREFEITURA MUNICIPAL DE CRATO
FLS Nº