

### RACIOCÍNIO BÁSICO

Situado na região nordeste do Estado de São Paulo, o município de Guaira tem se tornado uma referência regional devido aos avanços positivos da administração municipal. Uma potência econômica, com um comércio forte, agricultura moderna e indústrias que geram riqueza colocam a cidade como destaque em várias áreas de atuação.

Não tem como falarmos do presente sem olharmos para o passado de luta do povo guairense. Desde sua emancipação política e administrativa ocorrida em 18 de maio de 1929, Guaira possui uma forte identificação com a agricultura, tanto que na época chegou a ser conhecida como a Capital do Ouro Branco, devido a grande produção de algodão. Outro fato importante da história do agronegócio local está relacionado a Colônia Japonesa, que muito contribuiu, através de práticas agrícolas inovadoras, para que a cidade fosse reconhecida também como uma das maiores áreas irrigadas da América Latina.

Em pleno desenvolvimento, o município possui como referência industrial três usinas de açúcar e álcool, uma fábrica de botões e empresas de processamento de tomates, milho verde, goiaba e outros produtos que, aliados a uma agricultura pujante, colocam Guaira no radar econômico do Estado de São Paulo, gerando oportunidades para novos investimentos e garantindo geração de emprego e renda para os cidadãos.

Segundo dados do IBGE, a agricultura de Guaira, além de ser uma grande fonte geradora de empregos, está concentrada na produção de cana de açúcar, milho, soja, feijão, tomate, mandioca, amendoim, sorgo e outros alimentos, como verduras e legumes. De acordo com dados do SENSO/IBGE 2020, a população de Guaira é de pouco mais de 41 mil pessoas e o PIB per capita da cidade (2018) gira em torno de R\$ 80.169,84.

A riqueza do município também está no potencial turístico que começa a ser explorado. Guaira é cercada por três grandes rios: Grande, Pardo e Sapucaí, que já são por natureza atrativos turísticos e econômicos. O Parque Ecológico Maracá, projeto de Roberto Burle Marx, é uma referência de lazer e turismo na cidade que também se destaca por realizar anualmente eventos como, o Carnaval Popular, o Encontro Cultural de Arte Livre (ECAL), a Festa do Peão e a Feira Agroindustrial de Guaira (FAIG), além de festas que fortalecem o cultivo das tradições centenárias, como a de Santa Luzia, Folia de Reis e a Caminhada à Capela do Pindoba

(homenagem ao escravo que teria sido castigado e enterrado vivo no local e que, segundo testemunho de várias pessoas, opera milagres).

Este potencial turístico, no ano de 2019, foi reconhecido com a aprovação, pela Assembleia Legislativa do Estado de São Paulo, do projeto de lei que classifica a cidade como Município de Interesse Turístico. Com a aquisição do selo MIT, Guairá, mediante a apresentação de alguns projetos, começou a receber recursos para desenvolver ainda mais suas potencialidades na área, sendo que o primeiro investimento, em torno de R\$ 310 mil, foi destinado ao Parque Ecológico Maracá, que recebeu uma nova iluminação de LED e agora se prepara para a construção de uma ciclovia em toda a extensão do local.

Ao completar 92 anos de sua emancipação política e administrativa - comemorada no último dia 18 de maio - os guairenses tem percebido na prática que a atual administração vem priorizando dar continuidade a projetos e ações que solucionam os problemas que mais afligem o coletivo e, se não resolvidos, poderiam travancar o desenvolvimento do município.

É esta segurança no futuro que a gestão pública tem passado para a população: a certeza que os recursos arrecadados por meio de tributos estão retornando para as famílias em forma de investimentos que garantem qualidade de vida para todos. Isto é apenas um dos vários reflexos positivos que se conquista quando se gerencia corretamente recursos públicos. Vale lembrar que Guairá possui uma previsão de arrecadação para 2021 de R\$ 170.869.305,00, além das verbas enviadas pelos Governos Federal e Estadual.

E não é só a população que reconhece estes esforços da Administração Pública. O Conselho Federal de Administração divulgou o resultado 2020 do IGM (Índice de Governança Municipal) e apresentou o governo guairense como o melhor do Brasil na categoria de cidades com população entre 20 e 50 mil habitantes e renda per capita de R\$ 15,4 mil.

Como já dito, estas conquistas são apenas resultados de um olhar para o todo por parte do executivo municipal, que vem focando na continuidade de uma gestão que recebeu significativa aprovação da população.

Cabe aqui elencar que inúmeros foram os investimentos que melhoraram a vida das famílias de Guairá, entre eles a execução de um dos maiores programas de recuperação de vias públicas da história do município, um investimento superior a R\$ 10 milhões que beneficiou toda a cidade (ultrapassado o equivalente a 450

quarteirões). Outro investimento importante também, ainda na área de infraestrutura e com foco na segurança, foi a implantação de iluminação de LED em alguns bairros da cidade e no bairro rural São José do Albertópolis, o Guaritá, que também foi contemplado com recape asfáltico.

Já na área de saneamento básico, apesar de todos os domicílios da cidade contarem com tratamento de esgoto e fornecimento de água potável, a administração pública está investindo forte para encerrar o ciclo das lagoas de estabilização, a construção de emissários e concluir a obra da Estação de Tratamento, que irá tratar 100% do esgoto coletado. Obra que também abrirá caminho para outro antigo anseio da comunidade, que é a construção de casas populares.

A educação também é prioridade nos investimentos da gestão pública. Com professores capacitados, material didático de primeira qualidade e investimentos na estrutura, como reformas de escola, instalação de ar condicionado em salas de aula e distribuição de uniformes para todos os alunos, desde a creche ao ensino fundamental, a cidade comemora a nota de 6,9 no IDEB (Índice de Desenvolvimento da Educação Básica), a maior pontuação da região.

E na saúde, bem antes do início da pandemia, já era notável a preocupação da administração pública de Guaira com investimentos na área. Várias foram as ações para melhoria da atenção básica, que compreende o Programa de Saúde da Família (Unidades Básicas de Saúde), na Santa Casa de Misericórdia, além da instalação da estrutura de um novo pronto atendimento municipal e do ambulatório de especialidades médicas. No Programa de Saúde da Família, o poder público tem investido na qualificação profissional, na reforma e ampliação de Unidades Básicas de Saúde, além da compra de equipamentos necessários para o bom atendimento da população. Por fim, vale lembrar que em 2020 foi adquirido um aparelho de Tomografia para a Santa Casa de Misericórdia, entidade que também deverá receber a instalação de 10 leitos de Unidade de Terapia Intensiva (UTI).

Enquanto Guaira sofre com os efeitos da pandemia, onde as informações sobre a doença, sua forma de transmissão e os cuidados de prevenção são massificados na mídia local e na grande imprensa, é preciso que o poder público e a população também tenham um olhar especial para outras doenças comuns e que também matam, como é o caso da Dengue. Apesar de ser uma questão de saúde pública, seu controle e erradicação dependem muito do envolvimento e conscientização da comunidade.

A Dengue é uma doença infecciosa causada por um vírus, transmitida pelo mosquito *Aedes aegypti* que se prolifera ( põe seus ovos e rapidamente se reproduz) principalmente em locais com água parada (criadouros). Infelizmente esses ambientes, propícios ao desenvolvimento e proliferação do mosquito transmissor, são mantidos pela própria população que, muitas vezes por falta de informação, acaba se descuidando e não executando algumas ações muito simples no dia a dia para combater esses criadouros.

Segundo matéria publicada na imprensa local, em 8 de outubro de 2020, foi registrado o primeiro óbito por Dengue no município, ocasião na qual a cidade havia registrado 95 casos da doença. Segundo dados da VII Conferência Municipal de Saúde, transmitida pelo Youtube em 2 de junho de 2021, a cidade viveu uma situação alarmante em 2019, quando registrou 2.433 casos de dengue. Já no ano de 2020, após ações da prefeitura e mobilização da população a cidade registrou uma queda nos casos, contabilizando 103. Isso mostra a importância da conscientização e do trabalho conjunto entre poder público e população.

Conforme matéria também publicada na imprensa local, em 23 de maio de 2021, mesmo sem chuvas, já se confirmavam 61 casos positivos de dengue em Guaira. A chuva que geralmente favorece o acúmulo de água e a formação de criadouros, neste momento não é fator predominante, uma vez que existe um longo período de estiagem na região e no município. Tais dados revelam que a escassez de água não deve ser motivo para a população descuidar e manter possíveis focos do mosquito em suas residências.

O *Aedes Aegypti*, além da Dengue, transmite o Zika Vírus e Chikungunya, doenças que também levam a morte. Por isso a importância da conscientização da população sobre a Dengue durante todo o ano, afinal, se não houver um despertar coletivo para esta ação, Guaira poderá viver outra epidemia como já aconteceu em anos anteriores.

Por isso, se faz necessário ações de alerta e cunho informativo focadas no cidadão, despertando que cabe a ele, em parceria com o poder público, a responsabilidade de eliminar os focos do mosquito, dispensar criadouros e contribuir para uma cidade sem casos de Dengue.

### ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Mesmo em meio a uma pandemia causada pelo COVID-19, com milhares de mortos sendo contabilizados dia após dia no Brasil e no mundo todo, outros problemas de saúde pública não podem, de forma alguma, serem ignorados pelos municípios. Um exemplo bastante contundente na região nordeste do estado de São Paulo é a Dengue, doença que também leva frequentemente muitas pessoas a óbito.

A estratégia aplicada neste plano de comunicação é muito simples: queremos deixar claro aos guairenses que a Dengue mata e que alguns cuidados básicos para eliminar os criadouros são extremamente necessários para que o mosquito não prolifere.

É importante lembrar que, para se reproduzir, o mosquito *Aedes aegypti* se utiliza de todos os tipos de recipientes que as pessoas costumam usar nas suas atividades diárias – garrafas e embalagens descartáveis, latas, pneus, entre outros. Estes recipientes costumam se juntar a céu aberto, nos quintais das casas e terrenos baldios, portanto, é preciso que as ações para o controle da Dengue exijam não só a participação ativa de diferentes setores da administração pública, mas também a participação efetiva de cada morador na eliminação de criadouros já existentes ou de possíveis locais para reprodução do mosquito.

Diante do exposto, elencamos três objetivos que vão de encontro a solução do problema que fora proposto pelo Briefing para este processo licitatório:

- a) Primeiro, através de apelos visuais e textuais de forte impacto, queremos chamar a atenção da população para o perigo que é a Dengue e o número de pessoas que a doença já atingiu em Guaira.
- b) Deixar claro que atitudes simples no dia a dia podem eliminar os criadouros e diminuir significativamente a reprodução do mosquito.
- c) Apresentar de forma ilustrativa e de fácil entendimento quais são os sintomas da doença.

Como estamos no início do inverno e neste período Guaira vive um longo tempo de estiagem, acreditamos que este seja o período ideal para conscientizar a população que é necessário combater os criadouros. Portanto nossa campanha terá duração de 30 dias e acontecerá entre os dias 01 a 30 de julho.

Com uma população superior a 41 mil pessoas, Guaira tem mais de 12,5 mil residências na área urbana, além cerca de 110 residências no bairro São José do

Albertópolis, o Guaritá, por isso, o público-alvo da nossa campanha são os guairenses moradores da área urbana e rural.

As peças que integram nossa ideia criativa são altamente explicativas e o partido temático do nosso plano se dá a partir do slogan "Dengue. Quanto mais você deixa o combate ao mosquito de lado, mais ele deixa vítimas", ou seja, é preciso lembrar a população que não se pode relaxar quanto ao combate de criadouros do *Aedes Aegypti*.

Destacamos em toda criação a palavra "PERIGO" com a imagem de um mosquito para contextualizar o cenário apresentado. Utilizamos em todas as peças cores impactantes e que se contrastam entre si para que todos, ao se deparar com os anúncios, já percebam que se trata de algo bastante sério.

Pensando na interatividade e proximidade dos guairenses com o executivo municipal, criamos um QR CODE, para a maioria das peças, que endereçará as pessoas para o site da Prefeitura, onde encontrarão maiores informações sobre Guaira, a Saúde, sobre a Dengue e, principalmente, terão acesso rápido ao número da Ouvidoria Municipal, para fazer sugestões e denunciar possíveis locais da cidade que existam criadouros do *Aedes* a céu aberto. Reforçando essa interatividade, optamos por divulgar também o site e as redes sociais da administração municipal com o intuito de instigar a população a seguir os canais oficiais do executivo municipal, afinal, é evidente a necessidade do envolvimento da população nessa missão de combate a proliferação do mosquito e nenhuma ação do poder público terá resultado se não houver a colaboração e participação de todos.

Para que a mensagem transmitida pela nossa campanha seja eficiente e atinja em 30 dias de campanha os moradores da cidade e do bairro rural (Guaritá), utilizamos um mix de mídia composto por Rádio, Jornal, Redes Sociais, Propaganda Volante e Outdoor, que serão complementados através de algumas ações off-line, como a colagem de cartaz e a distribuição de flyers na cidade e no bairro rural.

No rádio pelas características e interatividade do meio, apresentamos uma mensagem mais direta. Optamos pela criação de 1 spot de 30", com locução em tom informativo e trilha sonora de suspense, onde os ouvintes serão impactados pelo slogan e frase de reforço da campanha, bem como, informados sobre os números de casos da Dengue em Guaira.

Para a propaganda volante, que tem como principal característica gerar curiosidade por onde passa e alcançar resultados imediatos, utilizamos, pensando na

economicidade da campanha, o spot de 30", mesmo material produzido para as rádios.

No jornal optamos por inserções de meia página colorida veiculadas semanalmente durante os 30 dias de campanha. Por se tratar de um meio de comunicação estático onde geralmente as pessoas costumam apreciar o conteúdo por mais tempo, adotamos uma mensagem mais detalhada com um apelo visual impactante, chamando a atenção do leitor para a palavra "PERIGO", qual está correlacionada a um comparativo dos números de casos de Dengue nos últimos anos na cidade. Nesta peça divulgamos também 5 dicas bem básicas de combate aos criadouros do mosquito da Dengue.

No cartaz, que será distribuído nas repartições públicas, escolas e comércio em geral onde se tenha um grande fluxo de pessoas transitando, abordamos praticamente as mesmas informações do jornal, trocando somente as dicas de combate aos criadouros por uma mensagem de alerta aos sintomas provocados pela Dengue Clássica e pela Hemorrágica.

Para o outdoor, pelas características do meio, utilizamos uma mensagem curta e de forte impacto, destacando a palavra perigo juntamente com os números de casos confirmados dos últimos anos em Guaira e a frase de reforço: Nossa luta é contra esses números.

No Flyer concentramos informações mais detalhadas sobre a Dengue, o comparativo de casos confirmados nos últimos anos em Guaira, os cuidados básicos para se eliminar os criadouros, bem como, os sintomas da doença. Sugerimos que a distribuição de flyer seja realizada de duas formas: a) entregues de casa em casa na cidade e no bairro; e b) através de pedágios (dois dias alternados) montados em alguns pontos estratégicos da cidade por onde circulam dezenas de carros diariamente. Para que tais ações aconteçam, todos os cuidados com distanciamento, aglomeração, máscara no rosto e álcool em gel serão tomados devido a pandemia do Coronavírus.

E para as redes sociais, pensando também na economicidade da campanha, optamos por utilizar os próprios canais da Prefeitura de Guaira no Facebook e Instagram (@PrefeituraGuairaSP).

Criamos para ambas as plataformas um post em formato de carrossel, esse formato permite que o conteúdo seja visto de uma forma mais criativa e interativa pelo seu público, bem como, possuem mais espaço para a divulgação de informações

detalhadas sobre os perigos e sintomas da doença e os cuidados diários necessários para eliminar criadouros do mosquito.

Vale lembrar que para todo post feito no Facebook e Instagram sugerimos como texto de apoio o slogan da campanha "Dengue. Quanto mais você deixa o combate ao mosquito de lado, mais ele deixa vítimas", a frase "Saiba mais em [www.guaira.sp.gov.br](http://www.guaira.sp.gov.br)" e as hashtags #denguemata, #guairasemdengue, #denguetôfora e #elimineomosquito para tentar aumentar ainda mais a visibilidade do post.

Devido a limitação da apresentação e simulação de distribuição de peças impostas pelo edital deixamos como sugestão duas ações de complemento que entrariam nessa campanha simulada, dentro da verba estipulada, se assim pudéssemos.

a) Produção de faixa de rua para ser utilizada durante a realização dos pedágios de distribuição dos flyers.

b) Produção de um vídeo de 15 segundos que poderia ser publicado tanto no feed quanto nos stories de cada rede social da Prefeitura de Guairá, além de poder ser distribuído também em grupos estratégicos de whatsapp.

Por fim, vale-se dizer que diante do atual cenário de pandemia a cidade não pode viver a mesma situação de 2019, onde foram registrados 2.433 casos de dengue. Diante disto, se faz necessária uma comunicação direta e impactante que instigue os guairenses a "não baixar a guarda" nessa luta contra o mosquito, enfatizando os perigos da doença e os cuidados que cada um precisa tomar.

Valorizando sempre as possibilidades de divulgação local e as características e o potencial de cada meio de comunicação utilizado, nosso plano trabalha na técnica de comunicação integrada, ou seja, devido ao padrão empregado no layout e textos, os guairenses que forem expostos a várias mídias por exemplo terão um reforço de mensagens sobre o assunto, bem como, aqueles que se depararem somente com um único meio/criação entenderão do que se trata a campanha. Essa prática além de gerar economicidade, aumenta o recall das nossas ações (índice de quanto o público se lembra de uma peça ou campanha publicitária). Vale ressaltar que a nossa campanha de uma forma bastante criativa e interativa resolve todos os desafios de comunicação propostos pelo briefing.

#### IDEIA CRIATIVA

##### a) Síntese da estratégia de comunicação

A estratégia aplicada neste plano de comunicação é muito simples: queremos deixar claro aos guaienses que a Dengue mata e que alguns cuidados básicos para eliminar os criadouros são extremamente necessários para que o mosquito não prolifere.

A partir do partido temático que é: "Dengue. Quanto mais você deixa o combate ao mosquito de lado, mais ele deixa vítimas", criamos um material visual que destaca em primeiro plano a palavra "PERIGO" com a imagem de um mosquito para contextualizar o cenário apresentado.

Cores impactantes e que se contrastam entre si foram utilizadas para chamar a atenção do espectador de uma forma instantânea a seriedade do assunto.

De forma bastante assertiva nossa ideia criativa compara números de casos confirmados de anos passados no município, despertando de forma automática um alerta em cada guairense para o combate a Dengue.

b) Exemplos de peças

Spot de 30"

Cliente: Prefeitura de Guaíra Peça: Spot de 30" Tema: Dengue		Duração: 30" Veículo: Data:
TÉCNICA	TEMPO	ÁUDIO
Locutor com voz masculina, grave e falando pausadamente.  Trilha sonora calma e com tom de suspense.	1"	DENGUE.
	7"	Quanto mais você deixa o combate ao mosquito de lado, mais ele deixa vítimas.
	17"	2.433 casos confirmados em 2019 103 casos confirmados em 2020 61 casos confirmados em 2021
	20"	nossa luta é contra esses números.
	25"	Cuidado o perigo mora perto. Às vezes dentro da sua casa! Faça sua parte.
	28"	Combata o mosquito eliminando os criadouros! Converse com seu vizinho
	30"	Município de Guaíra.

Meia página de jornal

guaira.sp.gov.br

PrefeituraGuairáSP  
PrefeituraGuairáSP

**DENGUE.**  
QUANTO MAIS VOCÊ  
DEIXA O COMBATE AO  
MOSQUITO DE LADO,  
MAIS ELE DEIXA VÍTIMAS.

# PERIGO

2.433 CASOS CONFIRMADOS EM 2019  
103 CASOS CONFIRMADOS EM 2020  
61 CASOS CONFIRMADOS EM 2021

NOSSA LUTA É CONTRA ESSES NÚMEROS.

COMBATA O MOSQUITO ELIMINANDO OS CRIADOUROS!



Evite as proliferações de  
água em jarras, copos,  
vasos e baldes.

Mantenha a lâmpada ligada  
nos latões. Coloque  
um pouco de óleo no líquido  
da lâmpada.

Colete e feche em sacos  
plásticos e remonte a  
sua casa limpa.

Proteja o seu lar  
com telas em portas,  
janelas e grades.

Proteja os bichos, plantas  
e jardins com produtos  
inseticidas e água de  
sabão.



Com seu Smartphone, aponte a câmera, escaneie o QR Code e faça sua Denúncia  
de criadouros do mosquito diretamente na Ouvidoria Municipal de Guairá



Município de  
**Guairá**

Post para redes sociais – formato carrossel



Outdoor 9x3

guaira.sp.gov.br

**DENGUE.**  
QUANTO MAIS VOCÊ  
DEIXA O COMBATE AO  
MOSQUITO DE LADO,  
MAIS ELE DEIXA VITIMAS.

**PERIGO**

3.433 CASOS CONFIRMADOS EM 2019  
103 CASOS CONFIRMADOS EM 2020  
81 CASOS CONFIRMADOS EM 2021

**NOSSA LUTA É CONTRA ESSES NÚMEROS.**

COMBATA O MOSQUITO ELIMINANDO OS CRIADOUROS!

PrefeituraGuairaSP  
PrefeituraGuairaSP

Município de  
**Guaira**



Flyer frente e verso 15x21 (FRENTE)

guaira.sp.gov.br

Facebook: PrefeituraGuairaSP  
Instagram: PrefeituraGuairaSP

**DENGUE.**  
QUANTO MAIS VOICÊ  
DEIXA O COMBATE AO  
MOSQUITO DE LADO,  
MAIS ELE DEIXA VITIMAS.

# PERIGO

2.423 CASOS CONFIRMADOS EM 2019  
103 CASOS CONFIRMADOS EM 2020  
61 CASOS CONFIRMADOS EM 2021

NOSSA LUTA É CONTRA ESSES NÚMEROS.

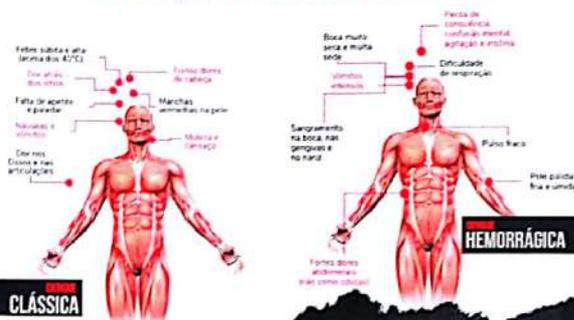
COMBATA O MOSQUITO ELIMINANDO OS CRIADOUROS!

QR Code: [Link para Download de materiais de prevenção](#)  
incluindo o Guia de Prevenção e Controle  
de Criadouros de Mosquito diretamente  
na Diretoria Municipal de Guairá

Prefeitura  
**Guairá**

Flyer frente e verso 15x21 (VERSO)

## FIQUE ATENTO(A) AOS SINTOMAS



## CUIDADO, O PERIGO MORA PERTO.

AS VEZES DENTRO DA SUA CASA!

ESTAMOS PRECUPADOS COM A DENGUE, E VOCÊ?





## ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Nossa estratégia de mídia visa solucionar de forma estratégica os objetivos propostos neste plano de comunicação.

Conhecer nosso público alvo de forma detalhada é imprescindível para se obter resultados positivos, por isso além de uma pesquisa exploratória sobre Guairá e os hábitos de consumo de mídia dos guairenses utilizamos como ferramenta para o planejamento destas estratégias algumas informações importantes do Mídia Dados Brasil 2020.

Pensando na economicidade da campanha, todos os meios de comunicação propostos para este plano são locais, possuem uma audiência expressiva e atingem os mais variados segmentos da população. A distribuição da verba e interação entre as plataformas propostas durante os 30 dias de campanha possibilita uma alta frequência de exposição da mensagem e abrange uma cobertura geográfica de todo o município de Guairá.

Abaixo citamos algumas das principais características de cada meio de comunicação utilizado:

**RÁDIO.** Ainda é considerado um dos mais tradicionais meios de comunicação de massa e bastante utilizado como meio de entretenimento e informação. A penetração do meio rádio na população brasileira é de 62% e tem uma audiência bastante dividida entre público masculino e feminino predominantes das classes A, B e C. Uma das suas principais vantagens é não demandar a atenção visual dos ouvintes, por isso, mesmo após o domínio da internet como ferramenta de entretenimento e busca por informação, o rádio acompanha uma boa parte da população durante várias horas do dia. Outra vantagem é que se comparado a TV por exemplo, tem um baixo custo de veiculação e produção. A penetração do meio Rádio na população brasileira é de 62% e é bastante expressiva em relação as outras mídias tradicionais como Jornal e Revista.

**PROPAGANDA VOLANTE.** Por se tratar de uma mídia de grande impacto para o público que está próximo a área de divulgação, a propaganda volante, ou som de rua como é chamado em várias regiões do país, possui um resultado imediato se utilizado de forma correta. É necessário um material de qualidade e uma certa moderação na quantidade de inserções utilizadas durante o dia ou período total de campanha para não gerar uma imagem ruim e de cansaço nas pessoas que estão transitando pela região onde o carro de som está circulando. Como já citado,

utilizaremos o mesmo spot de 30", produzido para o rádio, na divulgação através da propaganda volante.

**JORNAL.** Considerado também como um meio de comunicação de massa, o jornal impresso tem uma segmentação de público, na maioria das vezes, um pouco diferente do rádio e da TV. Alcança um público mais crítico, geralmente voltado às classes A, B e em alguns casos C, como veremos na pesquisa feita pela Kantar IBOPE Media de 2019 (em anexo). Como um meio de comunicação prestador de serviços, o jornal, seja impresso ou online, favorece a crítica e o debate devido a sua alta credibilidade. A penetração do meio Jornal na população brasileira é de 28%, bem mais baixa se compararmos com o Rádio, TV e mídias digitais, porém, sabemos que em Guaiá, como em grande parte dos municípios do estado de São Paulo, o meio ainda é importante para alcançarmos nossos objetivos de forma assertiva.

**MÍDIA EXTERNA (OUTDOOR).** Considerado como uma mídia de apoio aos meios tradicionais, gera excelentes resultados divulgando uma mensagem curta e direta. Por ser uma mídia Out of Home (mensagens capazes de atingir o consumidor fora de suas casas) tem um alto grau de repetição e exposição de impacto devido ao tamanho veiculado, na maioria das vezes com nove metros de largura e três metros de altura. Consideramos o outdoor para o nosso plano de comunicação extremamente importante, já que nossa mensagem principal é alertar a população de Guaiá sobre os números de casos confirmados e os perigos da Dengue. A penetração do meio na população brasileira é bastante grande chegando a 87%, portanto a utilização de outdoor na nossa campanha se faz necessário para que nossa mensagem alcance o maior número de pessoas possíveis.

**REDES SOCIAIS.** Atualmente as pessoas passam a maior parte do seu dia conectadas seja através de um smartphone ou computador. De acordo com o site [www.internetworldstats.com](http://www.internetworldstats.com), estatísticas de junho de 2018, o Brasil é o 4º maior país com usuários de internet ativos e 97,20% dos acessos são feitos através de um smartphone.

As mídias sociais são de extrema importância para qualquer plano de comunicação de qualquer segmento e sua principal vantagem é ser meio extremamente barato, de grande alcance e com uma forte interação virtual, possibilitando segmentar e intensificar a exposição de uma mensagem para qualquer público alvo.

O Facebook da Administração Municipal de Guaira (@PrefeituraGuairaSP) conta hoje com mais de 10,6 mil curtidas e mais de 11,2 mil seguidores. É notório que através da interação frequente do município com a população pela página, o alcance das publicações tem aumentado bastante ainda mais se levarmos em consideração a publicação de temas relevantes, como os da área da saúde.

Outra importante rede social que pode voltar a ser utilizada pelo poder executivo é o Instagram (@prefeituraguairasp). Com mais de 1,5 mil seguidores, o canal pode interagir com a população diariamente divulgando informações de utilidade pública e ações do executivo municipal. A penetração das mídias digitais na população brasileira é de 87%, o que valida a importância da utilização de redes sociais nesse plano de comunicação.

**FLYER FRENTE E VERSO 15X21.** Material de não mídia que será utilizado como reforço de detalhamento das informações sobre a Dengue em Guaira. Optamos pela confecção de 40 mil flyers que serão distribuídos nas casas dos guairenses (área urbana e rural), bem como, em ações de pedágio dentro da cidade e no bairro São José do Albertópolis, em pontos estratégicos no que tange a circulação de veículos.

**CARTAZ.** A peça pode ser utilizada como um reforço de comunicação em ambientes comerciais, repartições públicas, escolas, colégios, entre outros que tenham um grande fluxo de pessoas circulando ou a espera de algo.

c) Simulação do plano de distribuição das peças

Abaixo detalhamos a forma como utilizamos cada meio de comunicação proposto para este plano de comunicação.

**RÁDIO.** Utilizamos 1 spot de 30" na programação das 03 emissoras locais, líderes de audiência junto aos guairenses e, que juntas, atingem um público bastante variado: a) Rádio Cultura 104,7 FM. É umas das mais tradicionais emissoras da cidade e região. Possui um alcance de audiência em mais de 30 cidades da região e é uma das principais emissoras ouvidas pelos moradores do bairro rural São José do Albertópolis. Concentramos ao todo 105 inserções na programação rotativa diária da emissora de segunda a sexta-feira; b) Rádio Sefe 98,7 FM. Possui uma programação diária bastante variada com uma audiência expressiva, principalmente na cidade. Concentramos ao todo 166 inserções na programação rotativa diária da emissora; e c) Rádio Alternativa FM 88,9. Emissora possui um cunho educativo e também possui uma audiência bastante expressiva na cidade. Concentramos ao todo 172 inserções na programação rotativa diária da emissora.

**PROPAGANDA VOLANTE.** Ao todo serão 24 horas de divulgação na cidade e mais 9 horas no bairro São José do Albertópolis durante os 30 dias de campanha. Utilizamos o mesmo spot de 30" produzido para as rádios.

**JORNAL.** Utilizamos dois jornais impressos semanais de grande audiência na cidade e um semanal online: a) Jornal Opinião. Circula todos os sábados com uma tiragem de 3 mil exemplares. Ao todo serão 4 inserções coloridas de meia página durante os 30 dias de campanha; b) Jornal O Guaira. Um dos mais tradicionais da cidade, circula todas as sextas-feiras e também possui tiragem de 3 mil exemplares. Ao todo serão 4 inserções coloridas de meia página durante os 30 dias de campanha; c) Jornal A Hora da Notícia. O periódico só é veiculado de forma online, uma vez por semana e possui mais de 10 mil leitores por edição. Ao todo serão 3 inserções durante os 30 dias de campanha.

**OUTDOOR.** Durante os 30 dias de campanha utilizamos 05 pontos de outdoor, medindo 9m (L) x 3m (A), espalhados por importantes áreas de circulação de pessoas na cidade. Para cada ponto contratamos uma bi semana, que no calendário anual é a de número 28, iniciando a veiculação no dia 05 e finalizando no dia 18 de julho de 2021.

**REDES SOCIAIS.** Utilizamos para este plano de comunicação o Facebook e Instagram da própria Prefeitura pela importância e alcance que ambas as redes

sociais possuem, bem como, pelo custo zero de veiculação. Criamos um post no formato de carrossel para ser publicado no feed de ambos os canais de forma intercalada durante os 30 dias de campanha.

**CARTAZ.** Produzimos para esta campanha simulada 100 unidades de cartaz no formato A2 (42cm x 59cm) que serão distribuídos por empresa especializada nas repartições públicas, escolas municipais, bem como, na maior quantidade possível de estabelecimentos comerciais do centro da cidade que permitam a fixação do mesmo.

**FLYER FRENTE E VERSO 15X21.** Produzimos 40 mil unidades do material informativo para ser distribuídas por empresa especializada de três maneiras durante os 30 dias de campanha: a) 30 mil unidades distribuídas pelas casas de Guaira em duas etapas distintas, uma no início da campanha e a outra como forma de reforço da mensagem na segunda quinzena de julho; b) 200 unidades distribuídas no bairro São José do Albertópolis (Guaritá); c) 1000 unidades distribuídas em dois pedágios (ação de distribuição de panfletos) realizados na primeira quinzena da campanha em um dia na Lagoa e em outro dia na Rua 10 (semáforo do Centro). Os 8200 flyers restantes serão distribuídos nas repartições públicas da cidade, principalmente às com maior fluxo de pessoas.

Por fim, acreditamos que a partir das estratégias propostas para as mídias e ações de não mídia, alcançaremos nosso público-alvo com a mensagem sobre a campanha de combate a Dengue de forma positiva e impactante, se utilizando R\$ 49.864,78 dos R\$ 50 mil que fora proposto pelo edital.

Na sequência apresentamos uma visão geral dos investimentos e em anexo os detalhes de veiculação da nossa campanha.

#### **VISÃO GERAL DOS CUSTOS**

*Prefeitura de Guaira - 2021*

Custos com Produção	R\$ 7.710,00	15,46%
Custos com Criação	R\$ 4.810,38	9,6%
Custos com Veiculação	R\$ 37.344,40	74,9%
<b>CUSTO TOTAL</b>	<b>R\$ 49.864,78</b>	

ANEXOS

**CUSTOS COM PRODUÇÃO**

*Prefeitura de Guaira - 2021*

Qtd	Item	Valor Unitário	Custo Total
1	Spot 30"	R\$ 150,00	R\$ 150,00
40.000	Flyer 15x21	R\$ 0,15	R\$ 6.000,00
100	Cartaz A2, papel couchê brilho 150g	R\$ 3,10	R\$ 310,00
5	Outdoor	R\$ 250,00	R\$ 1.250,00
<b>CUSTO TOTAL DE PRODUÇÃO</b>			<b>R\$ 7.710,00</b>

**VEICULAÇÃO**

*Prefeitura de Guaira - 2021*

Jornal	R\$ 7.580,00	20%
Rádio	R\$ 23.019,40	62%
Outdoor	R\$ 3.000,00	8%
Propaganda volante	R\$ 1.245,00	3%
Redes Sociais	R\$ -	0%
Distribuição de panfleto	R\$ 2.300,00	6%
Colagem de cartaz	R\$ 200,00	1%
<b>Total</b>	<b>R\$ 37.344,40</b>	

**CUSTOS DE CRIAÇÃO (INTERNOS) - PREFEITURA DE GUAÍRA**

*Tabela Sinapro/SP - 90% de desconto*

Qtd	Item	Valor Unitário	Total com 90% desconto
1	Roteiro de spot de 30"	R\$ 6.042,07	R\$ 604,21
1	Flyer frente e verso 15x21	R\$ 5.717,04	R\$ 571,70
1	Meia página de Jornal	R\$ 8.375,38	R\$ 837,54
1	Cartaz A2	R\$ 7.914,74	R\$ 791,47
1	Outdoor 9x3	R\$ 12.549,08	R\$ 1.254,91
1	Carrossel para redes sociais	R\$ 7.505,50	R\$ 750,55
<b>TOTAL DE CRIAÇÃO</b>			<b>R\$ 4.810,38</b>

**SIMULAÇÃO DE VIGILÂNCIA PROPAGANDA VOLANTE - PREFETURA DE GUARÁ**  
 01/07/2021 - 31/12/2021

EMISSORA   PROGRAMA	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	TOT IN\$	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL	
Canal 5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24	R\$ 35,00	R\$ 840,00
Canal 5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	R\$ 45,00	R\$ 405,00
<b>TOTAL BRUTO COMISSÃO</b>																																	<b>R\$ 1.245,00</b>	

**SIMULAÇÃO DE VIGILÂNCIA PROPAGANDA VOLANTE - PREFETURA DE GUARÁ**  
 01/07/2021 - 31/12/2021

EMISSORA   PROGRAMA	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	TOT IN\$	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL
Rádiorádio	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	105	R\$ 180,00	R\$ 18.900,00
Rádiorádio	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	166	R\$ 12,90	R\$ 2.141,40
Rádiorádio	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	172	R\$ 11,50	R\$ 1.978,00
<b>TOTAL BRUTO COMISSÃO</b>																																	<b>R\$ 23.019,40</b>

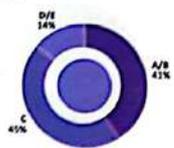


**Perfil dos consumidores - Rádio**  
Viewers profile

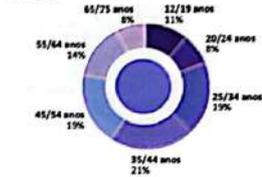
**Sexo**  
Sex



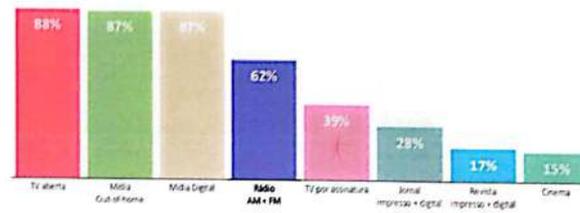
**Classe económica**  
Economic class



**Faixa etária**  
Age group



**Penetração do meio no total da população – 30 dias**  
Penetration of the medium in the population – 30 days



Fonte / Source: Survey 2019 (Brasil) - Target Group Index - Age: 25 anos / 3+ - Age 25 anos / 3+ - período 01/01/2019 - 12 meses / 12 months. Base: total população 12+ 17 anos - universo 88.342.000 pessoas / 88.342.000 people. Base: total população 12+ 17 anos - universo 14.925.000 pessoas

### Perfil dos consumidores (Jornal impresso + digital)

Viewers profile (Printed + digital newspaper)

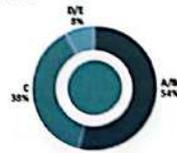
#### Sexo

Sex



#### Classe econômica

Economic class



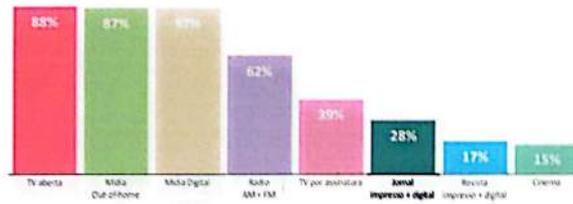
#### Faixa etária

Age group



### Penetração do meio no total da população – 30 dias

Penetration of the medium in the population – 30 days



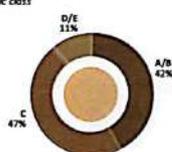
Fonte: Ibope  
 Junho 2021. Método: Tópico. Base Nacional - Amo 20 anos 1 + Amo 20 anos 2 - 2021/06/01 - 13 meses  
 Mídia para Penetração 24 x 7 anos - população 16.562.268 pessoas  
 Mídia por gênero feminino + idade - 30 dias - Universo: 31.528.202 pessoas

**Perfil do internauta brasileiro – Acessou a internet nos últimos 30 dias**  
*Profile of Brazilian Internet users – Accessed the internet in the last 30 days*

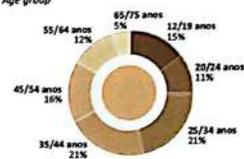
**Sexo**  
*Sex*



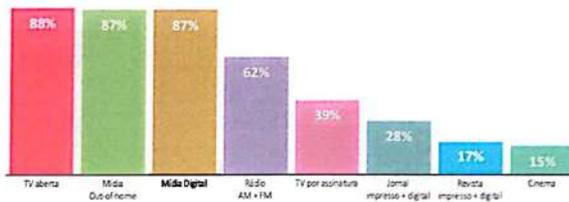
**Classe econômica**  
*Economic class*



**Faixa etária**  
*Age group*



**Penetração do meio no total da população – 30 dias**  
*Penetration of the medium in the population – 30 days*



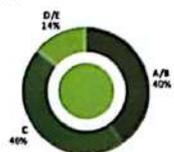
Fonte: Ipsos  
 Cota amostral - Target Group Index - Ano 20 anos 1 - Ano 20 anos 2 - 10/2013-13 meses  
 Filas: não respondido: 2,7% erro - amostra: 86,3% erro  
 Filas: acesso à internet nos últimos 30 dias - Universo: 16,2% erro

**Perfil dos consumidores – OUT-OF-HOME**  
*Viewers Profile – watched the last 30 days*

**Sexo**  
*Sex*



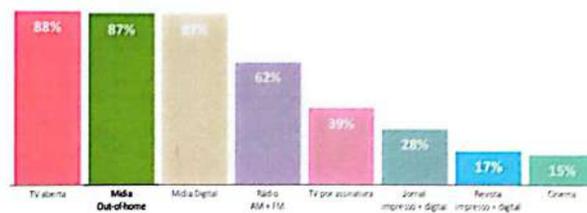
**Classe econômica**  
*Economic class*



**Faixa etária**  
*Age group*



**Penetração do meio no total da população – 30 dias**  
*Penetration of the medium in the population – 30 days*



Fonte: Ibope  
 Cotação IBOPE Média - Target Group: Adulto - Ano 20: idade 1 + Ano 20: idade 2 - perfil 1002 - 13 meses  
 Total População 12 x 70 anos - Universo: 88.342.000 pessoas  
 Universo Total: Brasília: 871.234.000; São Paulo: 8.730.000; Goiânia: 2.542.000; Curitiba: 2.704.000; São Paulo Interior: 8.442.000; Salvador: 2.246.000; Campinas: 1.977.000;  
 Porto Alegre: 1.422.000; Rio de Janeiro: 12.261.000; Belo Horizonte: 3.111.000; Salvador: 2.255.000; Recife: 1.281.000; Fortaleza: 2.888.000; São Paulo - Interior: 8.442.000; São Paulo - Interior: 8.442.000; São Paulo - Interior: 8.442.000