THRUSTER®

PLANO DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

RACIOCÍNIO BÁSICO

Governador Celso Ramos, com suas riquezas naturais, patrimônio histórico e potencial turístico, vive um momento estratégico de valorização de sua imagem institucional e promoção de políticas públicas. Neste cenário, a comunicação publicitária se impõe como ferramenta essencial para fortalecer a identidade do município, melhorar a percepção da gestão pública, engajar os cidadãos e atrair turistas nacionais e estrangeiros. As necessidades de comunicação da Prefeitura envolvem três frentes fundamentais:

1. Promoção Institucional e Educativa: Divulgar ações da administração municipal, prestar contas à população, ampliar a transparência e aproximar a gestão dos cidadãos.

2. Turismo e Desenvolvimento Econômico: Posicionar o município como destino turístico competitivo, explorando sua vocação natural, cultural e gastronômica, além de apoiar ações que incentivem o comércio local e o empreendedorismo.

3. Campanhas de Utilidade Pública: Sensibilizar e informar a população sobre temas relevantes — saúde, educação, meio ambiente, segurança, programas sociais — com linguagem acessível, formatos diversos e ampla capilaridade.

Diante disso, entendemos que é necessário um planejamento publicitário integrado, que combine criatividade, técnica e estratégia para alcançar públicos distintos com mensagens claras e eficazes. O objeto da licitação engloba um escopo completo de serviços de publicidade, desde o estudo e conceituação até a produção, execução e avaliação das campanhas. Trata-se de uma atuação de ponta a ponta, exigindo visão sistêmica, domínio técnico e capacidade de adaptação a contextos variados.

Com base no edital, compreendemos que a agência deverá:
Realizar estudos de cenário e de público-alvo que embasem o planejamento estratégico das ações;

Criar campanhas que traduzam com clareza e atratividade os objetivos da Prefeitura;
Executar e supervisionar a veiculação multiplataforma, garantindo eficiência e capilaridade;
Produzir peças com excelência técnica e estética;

Mensurar resultados com ferramentas de avaliação, respeitando o vínculo temático com a publicidade institucional contratada.

Os principais desafios de comunicação incluem:
Consolidar uma imagem institucional positiva da Prefeitura, com coerência e transparência;
Estabelecer conexões reais e duradouras com a população, em especial os públicos mais jovens e mais vulneráveis;

Desenvolver campanhas segmentadas e culturalmente sensíveis, considerando a diversidade da população local e de visitantes;

Aumentar a efetividade da comunicação pública em um ambiente de sobrecarga informacional, fake news e disputas de atenção;

Integrar comunicação online e offline, respeitando a realidade digital da região, sem excluir públicos com menor acesso à tecnologia.
Portanto, entendemos que a Prefeitura de Governador Celso Ramos necessita de uma agência de publicidade capaz de pensar estrategicamente, criar com propósito e executar com excelência. O compromisso não é apenas divulgar, mas construir pontes entre a gestão e a população, promover o desenvolvimento do município e gerar valor público por meio da comunicação.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Para posicionar Governador Celso Ramos como um dos principais destinos turísticos de Santa Catarina e do Brasil, propomos uma estratégia de comunicação integrada, que valorize seus diferenciais naturais, históricos e culturais de forma atrativa e memorável. Partimos da criação de um conceito forte, direto e emocional:

"O paraíso tem nome: Governador Celso Ramos."
Essa assinatura reforça a identidade do município como um destino paradisíaco, ao mesmo tempo em que estabelece uma conexão direta com o público-alvo, despertando curiosidade, desejo e pertencimento.

Inspirando-se no reconhecimento internacional de Florianópolis — a capital do estado — como uma referência em beleza natural e turismo, a campanha propõe um paralelo simbólico e estratégico: se Florianópolis já é amplamente conhecida, chegou a hora de apresentar ao mundo um novo "paraíso com nome próprio".
Complementando esse conceito, usamos o convite acolhedor e mobilizador:
"Chega mais."

Uma expressão informal e inclusiva, que ressalta o espirito amigável das pessoas que vivem em Governador Celso Ramos. Aproximando e convidando turistas e moradores a (re) descobrirem as experiências únicas.

Para conectar e engajar o público de forma mais afetiva e autêntica, também criamos um personagem: Ganchito, um simpático pescador que representa o espírito acolhedor e a cultura de Governador Celso Ramos. Ele será o avatar da campanha, funcionando como um guia informal da cidade.

Com o mote "Dicas do Ganchito" uma landing page vai compartilhar dicas, curiosidades e informações relevantes sobre o município de maneira leve e envolvente. O publico terá acesso a landing page por meio de QR code que serão aplicados em todas as peças da campanha. É nesta página que Ganchito, apresentará as praias, a gastronomia, trilhas e a história de Governador Celso Ramos aos turistas.

Mais que um personagem, Ganchito tem potencial de se transformar em um ícone local — podendo ganhar materialidade em desdobramentos futuros, como brindes, souvenires e ativações presenciais.

A campanha será estruturada em torno de quatro eixos principais, abordados de forma coletiva e também em ações específicas e segmentadas:

Praias: valorização do litoral exuberante, com enfoque em sustentabilidade e preservação;
Trilhas: incentivo ao ecoturismo e à conexão com a natureza;

Gastronomia: destaque para os sabores locais, da culinária açoriana aos frutos do mar frescos;

História: resgate das origens e da riqueza cultural da região, incluindo tradições, arquitetura e comunidades.

As ações serão desenvolvidas em múltiplas plataformas — on e offline — com foco em alcance, engajamento e conversão, além de priorizar a participação da comunidade local e a geração de impacto econômico sustentável.

IDEIA CRIATIVA

A comunicação institucional de Governador Celso Ramos precisa cumprir uma missão dupla e desafiadora: fortalecer a imagem da Prefeitura como agente público comprometido com o bem-estar da população e, ao mesmo tempo, consolidar o município como um dos destinos turísticos mais desejados de Santa Catarina e do Brasil. Para alcançar esses objetivos, não basta apenas comunicar ações, é preciso construir uma ideia central, criativa e memorável, que tenha força conceitual, valor de marca e capacidade de se desdobrar em múltiplas plataformas, formatos e linguagens. Essa ideia deve ser simples o suficiente para gerar identificação imediata e, ao mesmo tempo, estratégica o bastante para sustentar uma narrativa rica, duradoura e coerente com a identidade local.

A proposta criativa parte de um entendimento profundo sobre o território, a cultura e o comportamento do público que queremos atingir. Governador Celso Ramos não é apenas um lugar bonito — é um lugar verdadeiro, com alma, com gente acolhedora, com histórias que atravessam o tempo e uma relação quase mágica com a natureza. Um paraíso que sempre esteve ali, à espera de ser descoberto por mais pessoas, de ser compreendido não como um coadjuvante do litoral catarinense, mas como protagonista de uma nova rota de experiências.

É justamente essa verdade que sustenta nosso conceito: "O paraíso tem nome: Governador Celso Ramos. Chega mais." A força dessa assinatura está na forma como ela transforma a cidade em marca, em destino, em símbolo. Ao afirmar que o paraíso tem nome, estamos elevando o município a um patamar de referência. Estamos dizendo que aqui não há espaço para dúvidas nem para comparações — o lugar existe, tem identidade, tem história e convida. O convite "Chega mais" complementa essa ideia com leveza, proximidade e brasilidade. Não impõe, não exige, não performa — acolhe. É um gesto espontâneo, uma extensão da forma como o povo de Governador Celso Ramos recebe quem chega. Essa combinação entre posicionamento forte e linguagem afetiva é o coração da proposta criativa.

Para dar corpo, voz e carisma à campanha, desenvolvemos um personagem original, enraizado na cultura local e com alto potencial de identificação: Ganchito, um pescador sábio, bem-humorado e profundamente conectado às tradições do município. Ganchito não é uma caricatura, mas sim uma representação viva do espírito da cidade — alguém que conhece cada trilha, cada praia, cada história. É ele quem conduz o público nessa jornada, oferecendo dicas, curiosidades e convites por meio de uma série de conteúdos com a chancela "Dicas do Ganchito". A presença de Ganchito humaniza a comunicação, gera empatia e permite que a campanha se torne não apenas informativa, mas experiencial.

Toda a estrutura de mídia e canais será orientada para reforçar esse encontro entre a ideia criativa e o público, de maneira estratégica e mensurável. Os materiais gráficos e digitais utilizarão QR codes que direcionam para uma landing page exclusiva, onde Ganchito continua a conversa com o visitante. Lá, ele apresenta roteiros temáticos, mapas interativos, vídeos e relatos sobre o que fazer, onde comer, por onde começar. A proposta é transformar cada ponto de contato da campanha em uma porta de entrada para o município — seja no aeroporto, na estrada, no feed do Instagram, nas ondas do rádio ou nos corredores do comércio regional. A campanha não se limita a divulgar: ela envolve, guia e converte.

No plano estético, optamos por uma direção de arte solar, vibrante, realista e espontânea. Queremos mostrar Governador Celso Ramos como ele é: bonito sem filtros, acolhedor sem esforços, encantador sem precisar parecer forçado. As imagens destacam a beleza natural, mas sobretudo as pessoas, os sorrisos, os rituais simples do cotidiano local — como comer um peixe fresco com os pés na areia ou caminhar por uma trilha no fim da tarde. Ao adotar essa abordagem sensível e autêntica, nos afastamos de clichês publicitários e criamos um imaginário visual próprio, alinhado ao que o município oferece de forma única.

A campanha foi pensada para ser perene, adaptável e com alto potencial de crescimento orgânico. Ganchito, por exemplo, pode se tornar um personagem de ativação em eventos, ganhar materialidade em souvenirs, quadrinhos ou produtos turísticos. A landing page, além de um hub de informação, pode evoluir para uma plataforma oficial de turismo da cidade, integrando dados de hospedagem, gastronomia, mobilidade e experiências. E o conceito “O paraíso tem nome” pode ser desdobrado em diversas campanhas específicas da Prefeitura — da saúde à educação, da mobilidade à sustentabilidade — funcionando como uma ideia guarda-chuva que une todas as ações sob um mesmo território simbólico.

Mais do que uma campanha publicitária, esta é uma plataforma de identidade para Governador Celso Ramos. Uma ferramenta para fortalecer a relação entre Prefeitura e população, entre cidade e visitante. Uma ponte entre o que a cidade é e o que ela ainda pode se tornar. Porque quando a comunicação parte da verdade, encontra relevância. Quando encontra relevância, vira lembrança. E quando vira lembrança, vira destino.

PLANEJAMENTO DE MÍDIA

Para termos eficiência de comunicação, nós entendemos que é muito importante apresentar Governador Celso Ramos como um destino atraente para o verão e fazer com que o maior número de pessoas seja impactado por essa mensagem.

Esses elementos tornam imprescindível uma abordagem de mídia que una capilaridade, regionalização e eficácia na entrega da mensagem. Ao mesmo tempo, é necessário garantir economicidade e precisão na alocação de recursos, maximizando o impacto da verba referencial por meio de escolhas estratégicas entre canais pagos e ações de comunicação de contato direto com a população.

A estratégia proposta combina táticas de mídia online, offline e não mídia de forma integrada, equilibrando canais de massa com meios segmentados, a fim de atender o público-alvo. Esse olhar Ominichannel possibilita uma jornada mais orgânica entre o digital, a mídia offline e ações não mídia.

Neste sentido a mídia exterior (OOH) terá um papel fundamental para cobertura da nossa estratégia por sua capacidade de alcançar um público amplo e diversificado, seu potencial para gerar impacto visual e emocional. Outro fator que amplifica a sua relevância é fato de você conseguir cobrir uma área com mensagens diversas sobre as maravilhas de Governador Celso Ramos, aumentando ainda mais o interesse de quem está sendo impactado.

O planejamento de mídia exterior foi pensado para impactar nosso público desde a sua chegada no aeroporto de Florianópolis com painéis de led de grande formato e circuito digital, na estrada principalmente nos 75 quilômetros que de São José a Balneário Camboriú por meio de placas, outdoors, front light, placas de passarelas e display de pedagio. Com a presença no outlet da região com um back light e totens estáticos, já o busdoor cumpre uma função estratégica no percurso entre Governador Celso Ramos e Florianópolis e na circulação da mensagem pelos bairros da cidade.

Outra frente muito importante será o uso de rádio, esse meio atinge um grande número de pessoas e permite uma boa frequência de mídia, aumentando o reconhecimento da marca e a lembrança da mensagem. Para a campanha de Governador Celso Ramos, nós escolhemos emissoras que tem alcance estadual, para amplificarmos ao máximo a nossa mensagem. Trabalharemos com a rádio líder no estado e duas rádios um pouco mais qualificadas, são elas: Jovem Pan, Atlântida e Regional.

A televisão, com a sua capacidade de atingir um grande numero de pessoas em um curto espaço de tempo, tem papel estratégico neste planejamento. Ela entrará no lançamento da campanha com filme de 30 segundos e retornará no segundo mês, também por uma semana para fazermos a manutenção da mensagem. Privilegiamos os programas jornalísticos, por serem mais democráticos no seu perfil de audiência.

No campo digital, a proposta se estrutura sobre pilares de segmentação, otimização e mensuração de resultados. A principal plataforma sugerida é o conjunto de mídias Meta — Facebook e Instagram —, pelas suas elevadas taxas de penetração, aliadas à capacidade de micro segmentação por raio geográfico, idade, interesses e histórico de navegação. A campanha digital terá periodicidade bimestral, com peças diversas que dialoguem com os pontos que devem ser cobertos na comunicação. Os formatos incluirão vídeos curtos, stories e carrosséis, com ênfase em conteúdos educativos, prestação de contas e prestação de serviço. A performance será monitorada em tempo real, com testes A/B de criativos e ajuste dinâmico das verbas entre campanhas com maior índice de clique (CTR) e menor custo por mil impressões (CPM).

Além do ecossistema Meta, recomenda-se a adoção de Google Ads. Como a campanha evidenciará as belezas turísticas do município de Governador Celso Ramos, achamos pertinente trabalhamos com vídeos no YouTube que ajudará a evidenciar ainda essas locações, histórias e comidas típicas. Adotaremos a segmentação por localização para impactar o maior numero de pessoas com a nossa campanha no raio do estado.

Os grandes portais regionais também fazem muito sentido para essa estratégia. A geolocalização com exposição de displays em formatos diversos levando o público para a landing page da campanha e a criação branded content são muito importantes não só para os objetivos estratégicos, mas no caso das matérias pagas, elas fortalecem o posicionamento da cidade como destino turístico, impacta diferentes perfis de pessoas, gera lembrança da marca e geram legado, uma vez que os conteúdos publicados ficam na plataforma por tempo ilimitado. Os portais ND+ e NSC Total são os que recomendamos para este plano.

O não mídia se destaca como componente essencial para a construção de vínculos duradouros com a população e fortalecimento da mensagem. Faz parte da estratégia multicanais esse cuidado para que o nosso público seja impactado em vários momentos da jornada, tornando a experiencia mais agradável e a comunicação mais eficiente. Para tornar a experiencia dos nossos futuros hospedes, distribuiremos Totens Lamá e folders com informações sobre Governador Celso Ramos e todas as suas vistas, histórias, trilhas e comidas tudo de forma muito pratica e detalhada para uma consulta rápida, um verdadeiro guia de bolso.

O uso de QR code específicos para cada peça de mídia offline nos traz a possibilidade de mensuração de desempenho dos meios adotados, uma vez que essa ferramenta nos entrega um dash board, apontando quais meios trazem mais resultados, possibilitando avaliações periódicas e mudanças de rumo do decorrer da campanha. Os mesmos serão medidos pelo trafego levado à landing page.

Vale reforçar que todo o plano foi desenhado com objetivo de termos o maior aproveitamento possível, adequação com a mensagem criativa e seu objetivo de retenção via landing page. O share de distribuição por meios ficou da seguinte forma: 56% em mídia exterior, 25% em mídia eletrônica e a mídia digital com 19% conforme tabelas de mídia abaixo.

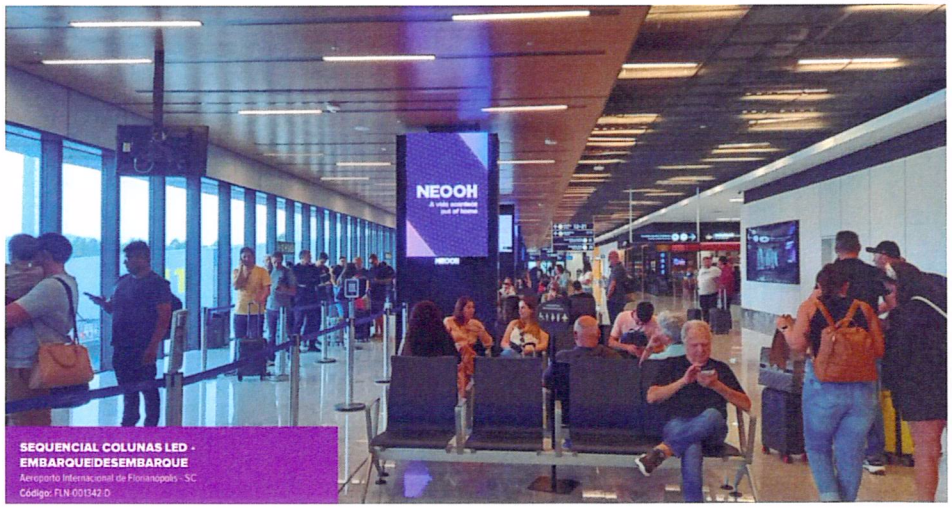
CLIENTE: Prefeitura de Governador Celso Ramos
PERÍODO: Dezembro e Janeiro/2026
PRAÇA: Itapema, Meia Praia, Bombinhas, Porto Belo e Grande Florianópolis

	Dezembro				Janeiro										
	D	D	D	D	D	D	D	D	Nº DE INSERÇÕES	VALOR TOTAL TABELA	VALOR BRUTO NEGOCIADO	PRODUÇÃO MÍDIA	PRODUÇÃO NÃO MÍDIA	
	7	14	21	28	4	11	18	25						
TV ABERTA	7				7				14	R$ 73.618,00	R$ 73.618,00	R$ 30.000,00	LANDING PAGE	R$ 20.000,00
RÁDIO	170				80				250	R$ 51.082,00	R$ 49.474,00	R$ 8.000,00	AVATAR	R$ 6.500,00
BUSDOOR	4				4				8	R$ 24.000,00	R$ 24.000,00	R$ 650,00	TOTEM LAMÁ	R$ 650,00
OUTDOOR	20				14				34	R$ 51.000,00	R$ 51.000,00	R$ 27.000,00	FOLDER	R$ 27.000,00
MÍDIA EXTERIOR	10				6				16	R$ 100.800,00	R$ 100.800,00	R$ 18.500,00	QR CODE	R$ 720,00
AEROPORTO	12				0				12	R$ 120.000,00	R$ 54.000,00	CUSTO INTERNO	BANCO DE IMAGEM	R$ 12.000,00
SHOPPING OUTLET	4				4				8	R$ 16.200,00	R$ 16.200,00	R$ 8.550,00		
PEDÁGIO	8				8				16	R$ 22.200,00	R$ 22.200,00	CUSTO INTERNO		
MÍDIA ONLINE	1				1				2 meses	R$ 85.040,00	R$ 85.040,00	R$ 5.500,00		
CUSTO TOTAL										**R$ 395.240,00**	**R$ 476.332,00**	**R$ 98.200,00**		**R$ 66.870,00**
													TOTAL MÍDIA + PROD	**R$ 641.402,00**

CLIENTE: Prefeitura de Governador Celso Ramos
PERÍODO: Dezembro /2025
PRAÇA: Itapema, Meia Praia, Bombinhas, Porto Belo e Grande Florianópolis

				Dezembro			led				
AEROPORTO	FORMATO	CUSTO UNITÁRIO		D	D	D	D	Nº DE INSERÇÕES	VALOR TOTAL TABELA	DESCONTO	VALOR BRUTO NEGOCIADO
				7	14	21	28				
NEOOH	PROJETO ESPECIAL BEM-VINDO | DESEMBARQUE	R$	6.000,00	1				30.240	R$ 72.000,00	55%	R$ 32.400,00
NEOOH	CIRCUITO 11 TELAS LED | EMBARQUE E DESEMBARQUE	R$	7.200,00	11				110.880	R$ 48.000,00	55%	R$ 21.600,00
CUSTO TOTAL				**12**					**R$ 120.000,00**		**R$ 54.000,00**





CLIENTE: Prefeitura de Governador Celso Ramos
PERÍODO: Dezembro e Janeiro/2026
PRAÇA: Itapema, Meia Praia, Bombinhas, Porto Belo e Grande Florianópolis

EMPRESA	FORMATO	CUSTO TABELA	Dezembro				Janeiro				Nº DE INSERÇÕES	VALOR TOTAL TABELA	DESCONTO	VALOR BRUTO NEGOCIADO
			D	D	D	D	D	D	D	D				
			7	14	21	28	4	11	18	25				
PUBLICAR	BUSDOOR	R$ 3.000,00	4				4				8	R$ 24.000,00	0%	R$ 24.000,00
CUSTO TOTAL			**4**				**4**				**8**	**R$ 24.000,00**		**R$ 24.000,00**

*Valor de produção a parte

CLIENTE: Prefeitura de Governador Celso Ramos
PERÍODO: Dezembro Janeiro/2026
PRAÇA: Itapema, Meia Praia, Bombinhas, Porto Belo e Grande Florianópolis

			Dezembro				Janeiro							
MÍDIA EXTERIOR	FORMATO	CUSTO UNITÁRIO	D	D	D	D	D	D	D	D	Nº DE INSERÇÕES	VALOR TOTAL TABELA	DESCONTO	VALOR BRUTO NEGOCIADO
			7	14	21	28	4	11	18	25				
**	FRONT LIGHT/ PAINÉL ROD.	R$ 6.000,00	8				4				12	R$ 72.000,00	0%	R$ 72.000,00
VEX	PÓRTICO/ PASSARELA	R$ 7.200,00	2				2				4	R$ 28.800,00	0%	R$ 28.800,00
CUSTO TOTAL			**10**				**6**				**16**	**R$ 100.800,00**		**R$ 100.800,00**

*Valor de produção a parte

CLIENTE: Prefeitura de Governador Celso Ramos
PERÍODO: Dezembro e Janeiro/2026
PRAÇA: Itapema, Meia Praia, Bombinhas, Porto Belo e Grande Florianópolis

EMPRESA	FORMATO	CUSTO TABELA	Dezembro				Janeiro				Nº DE INSERÇÕES	VALOR TOTAL TABELA	DESCONTO	VALOR BRUTO NEGOCIADO
			D	D	D	D	D	D	D	D				
			7	14	21	28	4	11	18	25				
ALTERNATIVA MÍDIA	**OUTDOOR SIMPLES**	R$ 1.500,00	10		10		7		7		34	R$ 51.000,00	0%	R$ 51.000,00
CUSTO TOTAL			**10**		**10**		**7**		**7**		**34**	**R$ 51.000,00**		**R$ 51.000,00**

*Valor de produção a parte

CLIENTE: Prefeitura de Governador Celso Ramos
PERÍODO: Dezembro/2025
PRAÇA: Itapema, Meia Praia, Bombinhas, Porto Belo e Grande Florianópolis

			Dezembro							
MÍDIA EXTERIOR	FORMATO	CUSTO UNITÁRIO	D	D	D	D	Nº DE INSERÇÕES	VALOR TOTAL TABELA	DESCONTO	VALOR BRUTO NEGOCIADO
			7	14	21	28				
FAVRETTO	CIRCUITO 8 TELAS LED	R$ 11.100,00	8		8		16	R$ 22.200,00	0%	R$ 22.200,00
CUSTO TOTAL			**8**		**8**		**16**	**R$ 22.200,00**		**R$ 22.200,00**

Imagens ilustrativas, a instalação das telas está prevista para outubro/2025

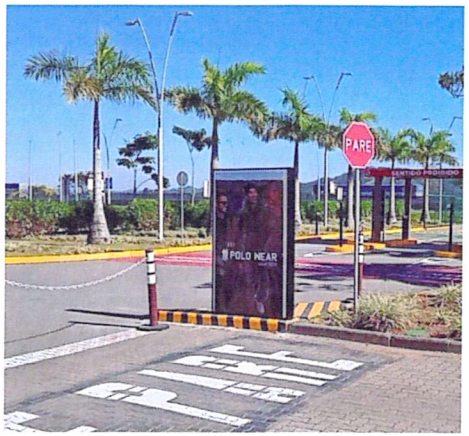


CLIENTE: Prefeitura de Governador Celso Ramos
PERÍODO: Dezembro e Janeiro/2026
PRAÇA: Itapema, Meia Praia, Bombinhas, Porto Belo e Grande Florianópolis

				Dezembro				Janeiro							
MÍDIA EXTERIOR	FORMATO	CUSTO UNITÁRIO		D	D	D	D	D	D	D	D	Nº DE INSERÇÕES	VALOR TOTAL TABELA	DESCONTO	VALOR BRUTO NEGOCIADO
				7	14	21	28	4	11	18	25				
OUTLET PREMIUM	BACKLIGHT ESTACIONAMENTO	R$	3.900,00	1				1				2	R$ 7.800,00	0%	R$ 7.800,00
	TOTEM ESTÁTICO	R$	4.200,00	3				3				6	R$ 8.400,00	0%	R$ 8.400,00
CUSTO TOTAL				**4**				**4**				**8**	**R$ 16.200,00**		**R$ 16.200,00**

*Valor de produção a parte

BACKLIGHT ESTACIONAMENTO



TOTEM ESTÁTICO



CLIENTE: Prefeitura de Governador Celso Ramos
PERÍODO: Dezembro e Janeiro/2026
PRAÇA: Santa Catarina

			Dezembro				Janeiro							
TV ABERTA	PROGRAMA	CUSTO 30"	D	D	D	D	D	D	D	D	Nº DE INSERÇÕES	VALOR TOTAL TABELA	DESCONTO	VALOR BRUTO NEGOCIADO
			7	14	21	28	4	11	18	25				
GLOBO	Bom Dia Brasil	R$ 1.619,00	3					3			6	R$ 9.714,00	0%	R$ 9.714,00
	Praça TV 2ª Edição (seg a sex)	R$ 8.815,00	3					3			6	R$ 52.890,00	0%	R$ 52.890,00
	Praça TV 2ª Edição (sab)	R$ 5.507,00	1					1			2	R$ 11.014,00	0%	R$ 11.014,00
CUSTO TOTAL			**7**	**0**	**0**	**0**	**0**	**7**	**0**	**0**		**R$ 73.618,00**		**R$ 73.618,00**

*Custos sujeito a alterações devido a data de autorização da veiculação

CLIENTE: Prefeitura de Governador Celso Ramos
PERÍODO: Dezembro e Janeiro/2026
PRAÇA: Itapema, Meia Praia, Bombinhas, Porto Belo e Grande Florianópolis

			Dezembro				Janeiro							
RÁDIO	PROGRAMA/HORÁRIO	CUSTO 30"	D	D	D	D	D	D	D	D	Nº DE INSERÇÕES	VALOR TOTAL TABELA	DESCONTO	VALOR BRUTO NEGOCIADO
			7	14	21	28	4	11	18	25				
JOVEM PAN	ROTATIVO INDETERMINADO	R$ 192,50	15	15	13	12	7	6	6	6	80	R$ 15.400,00	0%	R$ 15.400,00
ATLANTIDA	ROTATIVO INDETERMINADO	R$ 180,90	15	15	13	12	7	6	6	6	80	R$ 16.080,00	10%	R$ 14.472,00
REGIONAL	ROTATIVO INDETERMINADO	R$ 217,80	20	15	13	12	8	8	7	7	90	R$ 19.602,00	0%	R$ 19.602,00
CUSTO TOTAL			**50**	**45**	**39**	**36**	**22**	**20**	**19**	**19**	**250**	**R$ 51.082,00**		**R$ 49.474,00**

CLIENTE: Prefeitura de Governador Celso Ramos
PERÍODO: Dezembro e Janeiro/2026
PRAÇA: Itapema, Meia Praia, Bombinhas, Porto Belo e Grande Florianópolis

			Dezembro				Janeiro							
MÍDIA ONLINE	FORMATO	LOCAIS	D	D	D	D	D	D	D	D	Nº DE INSERÇÕES	VALOR TOTAL TABELA	DESCONTO	VALOR BRUTO NEGOCIADO
			7	14	21	28	4	11	18	25				
GOOGLE	BUMPER ADS	YOUTUBE	período								0	R$ 20.000,00	0%	R$ 20.000,00
META	FEED/STORIES	INSTAGRAN E FACEBOOK	período								0	R$ 40.000,00	0%	R$ 40.000,00
NSC TOTAL	MIDIA DISPLAY	Retângulo, Billboard, Carrossel,Meia Página e Sticky ads	200000								200.000	R$ 10.040,00	0%	R$ 10.040,00
	Branded Content	Conteúdo pago	2								2			
ND+	MIDIA DISPLAY	Native, Billboard, Retângulo, Meia Página, Carrossel e Sticky ads	650000								650.000	R$ 15.000,00	0%	R$ 15.000,00
CUSTO TOTAL												**R$ 85.040,00**		**R$ 85.040,00**

Rio de Janeiro, 24 de julho de 2025.
Thruster Design e Comunicação Ltda.

Thiago Vinícius Duarte da Silva
Sócio-Diretor

36.444.975/0001-56
THRUSTER DESIGN
E COMUNICAÇÃO LTDA
Av. das Américas, 700 Bl. 08 Loja 207L
Barra da Tijuca – CEP 22640-100
Rio de Janeiro - RJ