

H M do nascimento Eireli cnpj: 31278786/0001-37

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO



Instagram premierpublicidade

email:premier.propaganda@hotmail.com

[Handwritten signatures and marks]



H M do nascimento Eireli
Rua Frederico Bulhão,2196,goiabal,

Pedreiras -Ma



A Empres H M do Nascimento declara através dos dados abaixo sua capacidade de atendimento, incluindo clientes em atendimento, pessoal qualificado, infraestrutura, declaramos ainda que todos estão disponíveis ao contrato objeto desta licitação.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO



UMA AGENCIA QUE ACREDITA EM UMA COMUNICAÇÃO VERDADEIRA E DURADOURA. Se a coerência é razão, a arte é instito, apresentamos a Premier Publicidade e Propaganda,uma agencia que acredita em tudo isso e em seus clientes, acima de tudo em uma comunicação feita com verdades.ESTRATÉGIA CRIATIVA VOLTADA A RESULTADOS,planejamos e conduzimos a estratégia completa de nossos clientes nos meios de comunicações,para cada projeto são definidos ações de marketing e publicidade em siconia com as midias digitais.

Premier Publicidade e Propaganda
email:premier.propaganda@hotmail.com
contato 99-98517-4411



H M do nascimento Eireli
Rua Frederico Bulhão,2196,goiabal,

Pedreiras -Ma



OS projetos têm o compromisso de sempre oferecer ao cliente o que ele realmente precisa, buscando direcionar a comunicação na medida certa,garantindo confiança e maximizando o potencial comunicacional de sua marca.

RELAÇÃO DE CLIENTES EM ATENDIMENTO

<u>ORDEM</u>	<u>CLIENTE</u>	<u>SEGUIMENTO</u>	<u>ATENDIMENTO DESDE</u>
01	LOJAS ELETROMÓVEIS	LOJ. DE DEPARTAMENT O	ABRIL/2021
02	FEMAF	EDUCAÇÃO	JANEIRO/2021
03	IBEM	EDUCAÇÃO	
04	IPEDE	EDUCAÇÃO	JANEIRO/2021
05	CLINICA LEÃO XIII	SAÚDE	MAIO/2021
06	IOPE	SAÚDE	MAIO/2021
07	CLINICA DO ÓCULOS	SAÚDE	JUNHO/2021
08	CENTRO PEDIATRICO DRª HELMA MACIEL	SAÚDE	AGOSTO/2021
09	SINPESCMAR (Sindicato dos Pescadores de Raposa)	INSTIUIÇÃO PRIVADA	JANEIRO/2021

Premier Publicidade e Propaganda

email:premier.propaganda@hotmail.com
contato 99-98517-4411



QUANTIFICAÇÃO E QUALIFICAÇÃO DOS COLABORADORES



Benildy Morais
Atendimento/Planner/Midia

1. **Benildy Morais:** Bacharel em administração, capacitação em marketing, experiência e atua como atendimento executivo, planejamento, mídia, pesquisa e redatora para tv e rádio.



Alexandre Santos
Diretor de Audiovisual

2. **Alexandre Santos:** Design gráfico e indesigner, experiência em criação e edição de vídeo, roteirista, atua na criação, edição e produção audiovisual para tv e radio.



Instagram premierpublicidade

email:premier.propaganda@hotmail.com

3

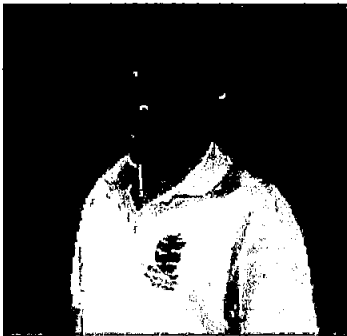


H M do nascimento Eireli cnpj: 31278786/0001-37



Poliana Araujo
Social média/mídia

3. Poliana Araújo: Social média, experiência em marketing digital, atua como marketing digital e social media, atendimento e mídia para tv e radio.



Elber Sandro
Jornalista/Redator/Produtor

4. Elber Sandro: Licenciatura em pedagogia, capacitação em jornalismo com ênfase em redação e apresentação para tv e radio, experiência com jornalismo, atua como redator, produtor, colunista para portal de notícias e rede sociais.

4



Junho Gomes

Diretor de Imagem

5. **JUNHO Gomes:** Técnico em fotografia e música, experiência como fotógrafo para catálogo, jornal, mídia, atua como diretor gráfico, cinegrafista e diretor de imagem



Helinivaldo Moreira

Diretor Geral

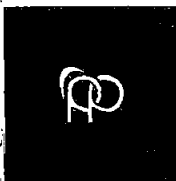
6. **Helinivaldo Moreira:** Licenciatura em Filosofia, estudante do curso de Direito, experiência como apresentador e roteirista de programa de rádio, colunista para mídia digitais, revista e jornal e atua como Diretor geral.



Instagram premierpublicidade

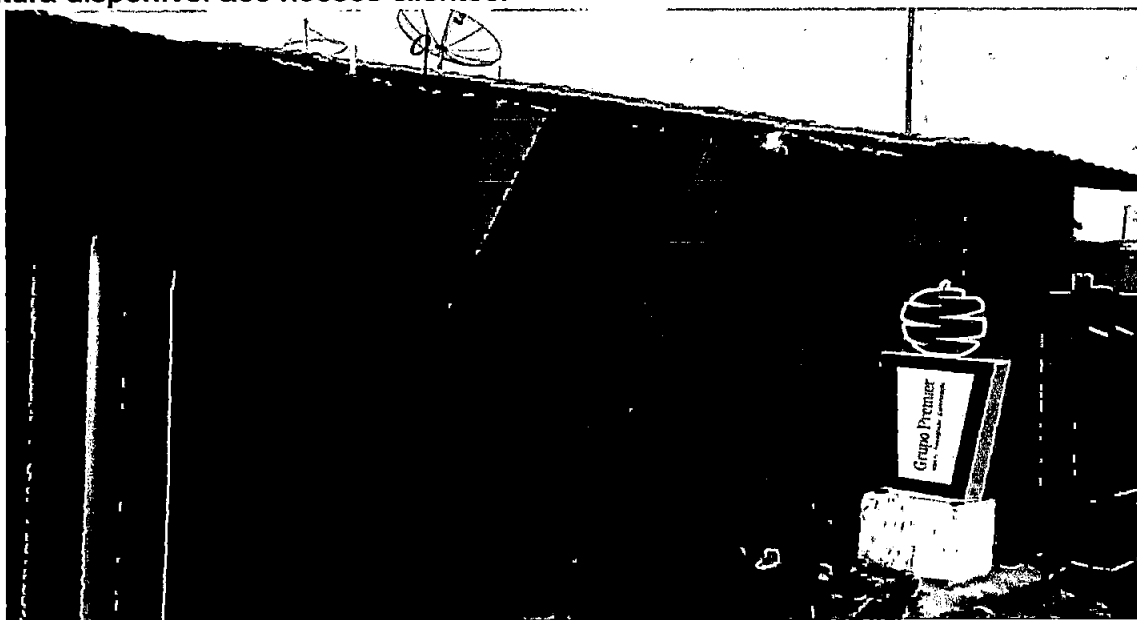
email:premier.propaganda@hotmail.com

5

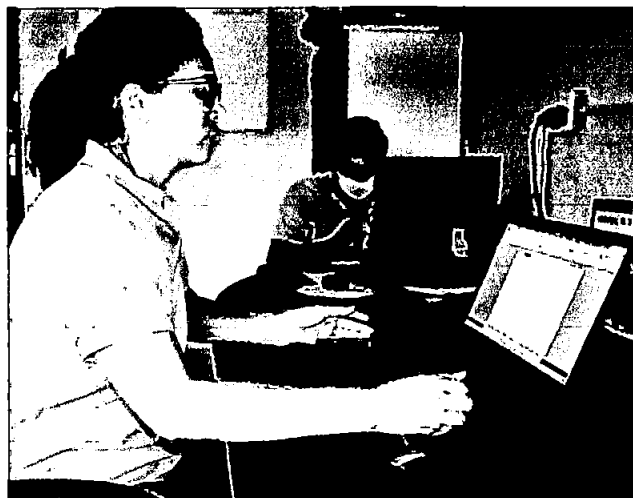


INSTALAÇÕES E INFRAESTRUTURA

A Premier Publicidade é uma Agencia 360º, com estrutura física, profissional, técnica, e equipamentos de tecnologia. Já atuando na produção de conteúdo como: pautas para, mídias digitais, eletrônica, áudio visuais, impressa, criação e execução de campanhas educativas. Localizada em Pedreiras na Avenida Frederico Bulhão, bairro goiabal, estrutura disponível aos nossos clientes.



EQUIPE DE REDAÇÃO / CRIAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO



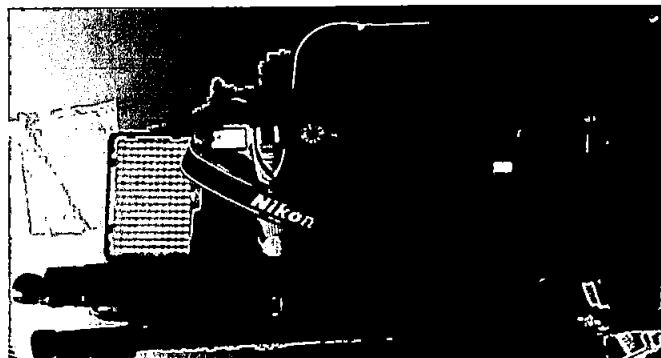
Handwritten signatures and initials, including 'Pedreiras' and '17/05/16'.



Instagram premierpublicidade

email.premier.propaganda@hotmail.com

RELAÇÃO DE EQUIPAMENTOS



UMA AGENCIA QUE REALMENTE TRAZ O QUE VOCE PRECISA

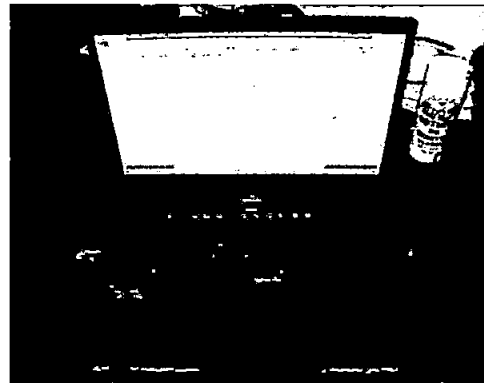
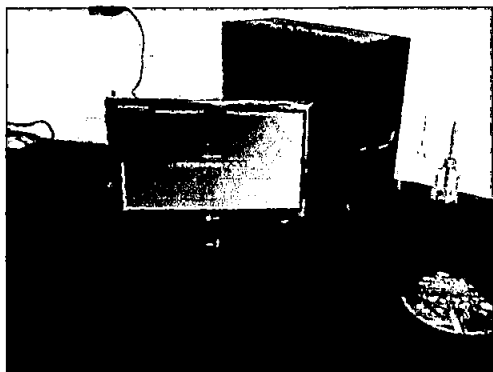
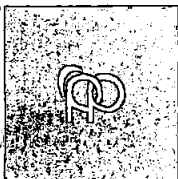
- 1-PC COM PROCESSADOR INTEL i3, DDR3 8GB RAM, PLACA DE VIDEO 8G, MONITOR 22"
- 1-PC AMD PROCESSADOR FX8.400,8GB RAM 1847HZ
- 2-NOTBOK SANSUNG i5 7º GERAÇÃO 4GB RAM
- 1 NOTBOOK ACER PROCESSADOR RYZEN 3º GERAÇÃO, PROCESSADOR GÁFICO AMD RADEON 4 GB RAM
- 2 CELULAR LG K 22+
- UMA MÁQUINA DIGITAL PROFISSIONAL NIKON D7100 FULL HD COM ACESSÓRIO E ADAPTADORES DE ÁUDIO E VÍDEIO
- 2 IMPRESSORAS CANON



Instagram premierpublicidade

email:premier.propaganda@hotmail.com

Handwritten signatures and initials, including the number 7.



SERVIÇOS JA REALIZADOS



Interação com o publico da câmara de vereadores de pedreiras

8
[Handwritten signatures and marks]



Gestão de imagem ,na Prefeitura Municipal de Trizidela do Vale
(entrevista com o prefeito Debson Balé),mais informações no canal de
yotube < canal premier de comunicacao.

(99) 98519-0109

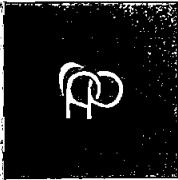
PREMIERPUBLICIDADE



Instagram premierpublicidade

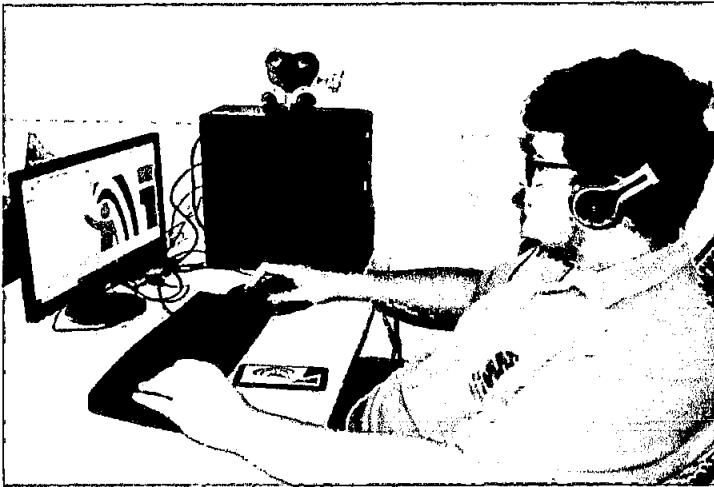
email:premier.propaganda@hotmail.com

Handwritten signatures and initials, including 'maslu' and 'Balé', with a circled number '9'.

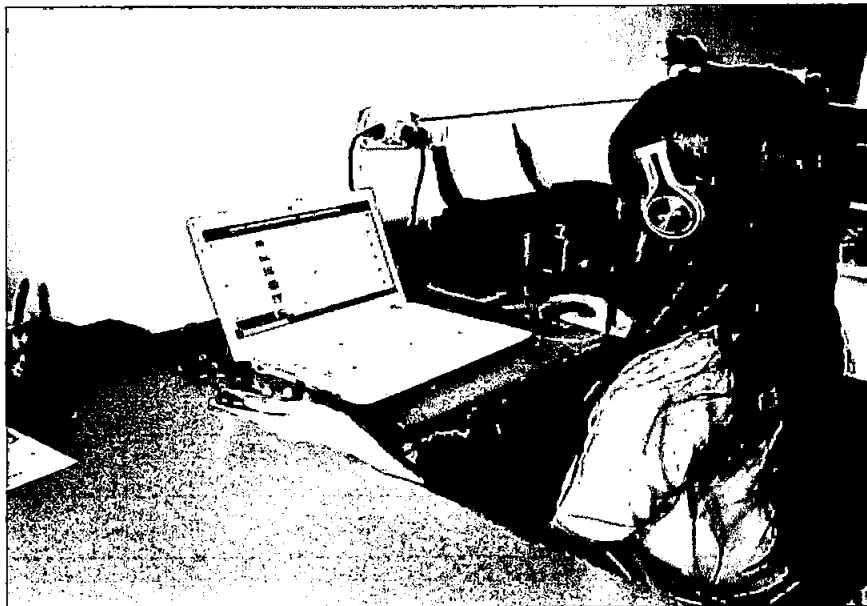


H M do nascimento Eireli cnpj: 31278786/0001-37

ILHA DE EDIÇÃO DE IMAGEM ÁUDIO E AUDIOVISUAL O PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO:



SOCIAL MEDIA



Buscamos oferecer sempre as melhores ferramentas, o melhor atendimento do mercado Planejar antes de executar. Todas as campanhas passam por um modelo consultivo para gerar sempre os melhores resultados.



Instagram premierpublicidade

email:premier.propaganda@hotmail.com

10
[Handwritten signatures and marks]



SISTEMATICA DO ATENDIMENTO

PERÍODO	DIAS	ATIVIDADE	CONDIÇÕES DE TRABALHO
Semanal	Quarta.	Elaboração do plano estratégico de marketing, traçar metas e objetivos buscando melhorar a campanha	Em reunião com a diretoria
		Consultoria e fortalecimento do relacionamento gestão e cidadão, através de telefone, vídeo conferencia, e-mail e se possível presencial.	Funcionário designado para esta função e se necessário de forma presencial
		Consultoria de risco à imagem, monitoramento de mídia, e ação para preservar a imagem e reputação da Prefeitura Municipal de santa Inês	
		Produção de texto para viabilizar as mídias digitais, audiovisuais, eletrônica (tv, radio), e mídia social	Através de produção de texto e criação de poster
	Quinta	Criação de peças que tenham afinidade com estratégia da campanha.	Imagens, sonoras na rua, estúdio, sala de edição.
		Criação de peças não mídia e/ou material gráfico	Sala de edição audiovisual e gráfica
Criação e peças institucionais e /ou para campanha a ser veiculadas na tv, rádio, mídias digitais como definida na estratégia			
Sexta	As peças de mídias produzidas serão encaminhadas para apreciação de toda a equipe envolvida em seguida aprovação da Prefeitura Municipal de santa inês e enviados para veiculação.	Sala de reuniões da empresa	
Mensal	Sexta	Consultoria com reuniões mensais, com equipe de comunicação da Prefeitura com apresentação de relatórios, catalogando materiais, ideias e orientando funcionário.	Expediente na Prefeitura Municipal com participação de toda a equipe

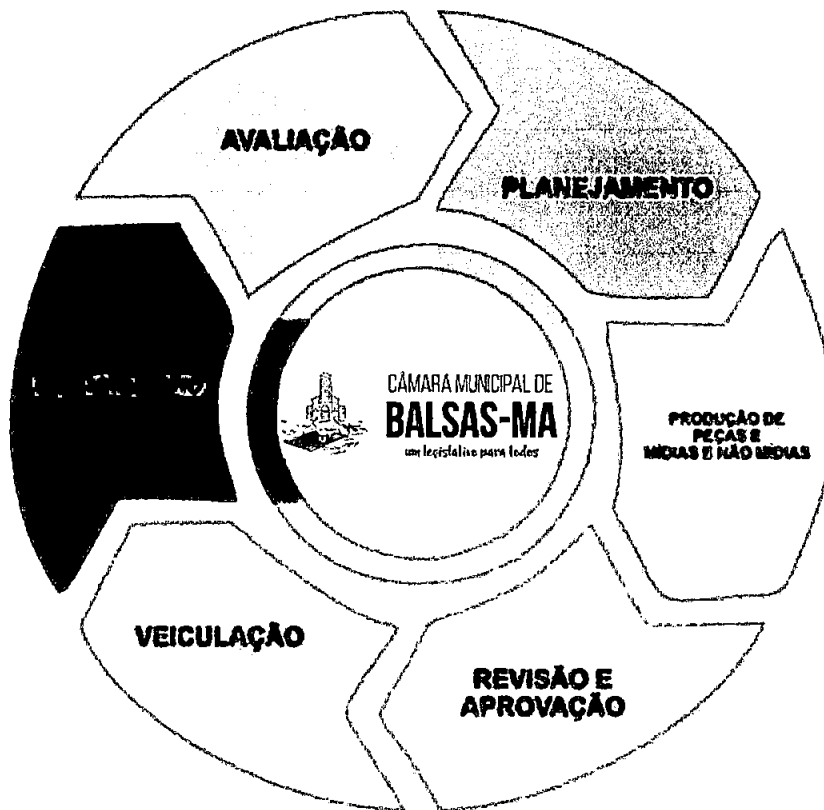


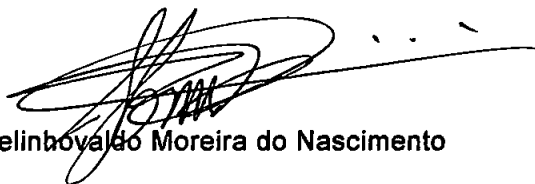
Handwritten signatures and initials at the bottom of the page.



INFORMAÇÕES DE COMUNICAÇÃO MARKETING

O processo comunicacional da Câmara Municipal de Balsas, será concentrado dentro da própria casa, em conjunto com a Premier Publicidade e Propaganda, além de conectada e alinhada com a equipe de comunicação, é importante salientar que o fluxo de comunicação se refere exclusivamente às atividades relativas ao plano de comunicação, dividida nos passos da sistemática acima e apresentado abaixo que são: planejamento, consultoria, criação e produção de peças mídias e não mídias, revisão e aprovação, veiculação, monitoramento, e avaliação, esta ultima tem como base as pesquisas que serão feitas no Município, coordenada por esta agência, que se trata de uma estratégia de coleta de dados, e que servirá para conhecer informações relevantes ao plano de comunicação e marketing, que serve também para identificar oportunidades e problemas nas estratégias de marketing, aperfeiçoar e avaliar as ações, e melhorar a compreensão do papel do marketing na comunicação entre Câmara e cidadão.





Helinóvaldo Moreira do Nascimento

Representante Legal

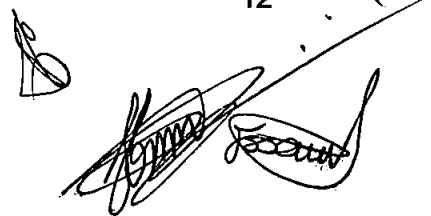
Pedreiras 7 de Outubro de 2021

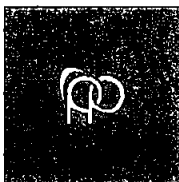
12


Instagram premierpublicidade
email: premier.propaganda@hotmail.com









H M do Nascimento Eireli
CNPJ: 31278786/0001-37



Raciocínio Básico

Após a Independência do Brasil, foram estabelecidas algumas reformas na estrutura e administração das Câmaras, a Constituição de 1824 determinou que a Competência das Câmaras Municipais fosse o governo econômico e municipal excluindo a função judicial, antes exercida pela casa, já a Lei de 1º de Outubro de 1828, modificou a forma das eleições e reiterou o caráter estritamente administrativo desses órgãos, característica que mantém até atualidade. No entanto, é inegável a importância dos governos locais e seus órgãos. Afinal, o Município ainda é a única esfera do Poder Público a que corresponde em concreto, um território, uma população e uma economia. É no município que se nasce, se vive e onde cada cidadão busca seu desenvolvimento pessoal e profissional, cria laços, constrói uma família e estabelece relações sociais. Assim é aceitável a constatação de que todos os serviços básicos de interesse dos cidadãos em primeira instância têm uma natureza Municipal. A partir deste contexto histórico situamos a Câmara Municipal de Balsas como um importante agente público, que representa uma cidade de destaque, Balsas é a terceira maior cidade do estado em território urbanizado, e o maior Município do Maranhão em área total (urbano e rural) com 13 141.637 km² de área. É cortado pela rodovia Transamazônica. Encontra-se junto ao rio de mesmo nome. É um centro sub-regional, com influência sobre o sul do vizinho estado do Piauí. Já teve os nomes de Santo Antônio de Balsas e Vila Nova. Hoje é terceiro maior PIB do Estado, Com população estimada para 2021 de 96.951 mil habitantes – segundo estimativas do instituto brasileiro de geografia e estatística, (IBGE 2020) e um IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) de 0,687, com 5º posição no estado considerado médio, o Município faz parte da divisa agrícola chamada de MATOPIBA, sendo destaque pela agricultura mecanizada e automatizada. É o maior produtor de soja do Maranhão e um dos maiores produtores de grãos do MATOPIBA perdendo apenas para Formosa do Rio Preto (BA) e São Desidério (BA). Balsas a cidade sede do Município é privilegiada por ser atravessada pela Rodovia Transamazônica, que liga as regiões Nordeste e Norte do país, Além do destaque na soja, Balsas também possuem um forte centro comercial varejista



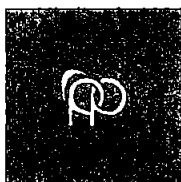


H M do Nascimento Eireli
CNPJ: 31278786/0001-37



e atacadista da região sul maranhense, atendendo consumidores em um raio de 250 km. No esporte o município possui o Estádio Cazuza Ribeiro, com capacidade para 2 mil espectadores, onde são disputados jogos de futebol, dentro desse esporte, destaca-se na cidade o time do Balsas Esporte Clube, Em se tratando de música, predomina o reggae (influenciado pela cultura da capital do estado), e o Forró (predominantemente nordestino), porém o leque é grande de vários outros ritmos devido à vinda de imigrantes e influência da mídia. O mosaico de pessoas e costume, o modo de vida transformada pelos costumes migrantes, gaúchos, paranaense, paulistas, com destaque para a miscigenação de gaúchos e maranhenses contribuiu na formação de uma nova geração de balsenses: os maraúchos, a influência destes costumes e tradições ajudaram a formar a identidade do povo balsense a esta miscigenação de povos somando ainda as belezas naturais, o município oferece aos turistas momentos de lazer com banhos naturais inesquecíveis, que encorpam o calendário turístico anual da cidade, fazendo a economia girar com o comércio e a hotelaria. Balsas tem por apelido carinhosamente a princesinha do sul, e com grande expectativa é conhecida como a cidade da soja. Os números de Balsas revelam uma cidade com olhar voltado para o futuro, mas sobre tudo para o bem-estar e qualidade de vida dos seus cidadãos. Isso aumenta em muito a representatividade da Câmara Municipal através de seus vereadores nesse desenvolvimento, e seu papel de intermediador entre os anseios e necessidades trazidos pelo cidadão e o trabalho do Executivo Municipal em dar as respostas e soluções para que a comunidade seja atendida em suas expectativas nas áreas de saúde, educação, segurança, saneamento e sustentabilidade, uso do solo, coleta de lixo, iluminação pública, setores críticos e que mais afligem a comunidade como um todo. Hoje, a Câmara Municipal de Balsas busca cada vez mais mostrar o bom funcionamento do órgão e a melhoria da comunicação junto com a população, com ações que visam o uso racional e eficiente de verbas públicas na câmara, como por exemplo a transparências dos gastos. Localizada na área central da cidade com edificação moderna e acessível, estrutura esta oferecida aos servidores, vereadores e comunidade, aumentando assim a capacidade do legislativo de estabelecer uma cidadania plena e ao alcance de todos os municípios, reduzindo a desigualdade social no acesso aos direitos fundamentais do cidadão



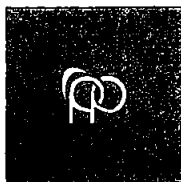


H M do Nascimento Eireli
CNPJ: 31278786/0001-37



balsense nativo ou, que escolhe aqui viver. Essa proximidade da Câmara não só é vital mas exigida pela sociedade que quer vê seus representantes locais eleitos, visitando e conhecendo cada bairro, cada posto de saúde, dialogando com os líderes comunitários e empresários locais para efetivamente se interar da vida sócio-econômica de cada bairro e poder a posteriori dar respostas e soluções sob a forma de projetos de lei que se materializem, na forma de benfeitorias aos anseios destes cidadãos. Esse é o papel do qual deve revestir-se a Câmara Municipal de Balsas como representante do povo que é. Pois, além de aprovar o orçamento municipal e fiscalizar o uso destes recursos e garantir que a legislação municipal esteja em acordo com as necessidades dos balsenses, a Câmara deve nutrir ininterruptamente o debate e o diálogo com a sociedade de Balsas, além dos compartilhamentos de ideias em prol da cidade é sem dúvida um elemento chave para que a Câmara seja vista em toda sua plenitude de funções. Mas é preciso antes situar a Câmara Municipal de Balsas na política nacional, nesse atual cenário de polarização da política nas classes sociais brasileiras, e onde o cidadão toma conhecimento e molda sua opinião sobre políticos e política, No que tange à comunicação, não se podem deixar de considerar um dos grandes problemas aferidos à democracia representativa na atualidade a falta de credibilidade, atribuída aos políticos. Ou seja, vê-se aí um distanciamento entre representante e representado. Essa confiança e credibilidade estão diretamente relacionadas com o impacto do funcionamento concreto tanto das instituições como de governos sejam eles municipais, estaduais e federais. O cidadão mediano precisa visualizar nas instituições públicas, e aí inserirmos as câmaras de vereadores, sinais de universalismo, imparcialidade, justiça e probidade, assegurando que os seus interesses e dos demais cidadãos são levados em conta no processo político. Pois em tempos em que a sociedade generaliza a classe política pelos os maus exemplos, os políticos também enfrentam dificuldade para legitimar seus atos com ações genuínas de governo e não apenas politicagem. Nesse viés, a linha do meio para que se alcance um equilíbrio entre expectativa da sociedade e as ações do governo chama-se transparência. Entendida essa problemática e que ela é percebida pelos cidadãos balsense e que, até certo nível, molda sua atitudes e opiniões no contexto político-social da cidade cabe à Câmara manter esse diálogo através de seus canais de





H M do Nascimento Eireli
CNPJ: 31278786/0001-37



comunicação, Redes Sociais — Facebook, e Youtube bem como campanhas de cunho informativo e social levando a todo cidadão plena compreensão de seu trabalho em prol da comunidade. Portanto promover o Portal da Transparência e o Pronunciamento dos vereadores reforça e amplia o acesso do cidadão até seu vereador . Esse é um esforço contínuo que a Câmara deve realizar para que os cidadãos estejam cada vez mais informados e conscientes em relação à política e mais participantes nas ações do Poder Legislativo. A prioridade da Câmara Municipal de Balsas como casa do povo é mostrar sua transparência nos trabalhos prestados além de oferecer um atendimento excelente á população. Os argumentos acima expostos dão o norte para a campanha CAMARA QUE FAZ! GESTÃO PARTICIPATIVA. E expõem quão compreendido está o papel da Câmara Municipal. Tem-se agora à frente o desafio desta campanha que se destina a promovê-la diante de seus cidadãos de forma objetiva, clara e personalizada, mostrando como a Câmara tem muito clara a necessidade de aproximar-se do cidadão, dos bairros, das organizações de moradores e empresários para juntos tomarem decisões em benefício de Balsas. A câmara está de portas abertas para o cidadão, com canais de contato, mas mesmo isso não é suficiente para que ela chegue a todos. É preciso mostrar que o trabalho é feito em conjunto — Câmara e Cidadão conectados ao interesse de uma cidade melhor. No âmbito digital podemos observar que a câmara já possui boas iniciativas principalmente pelo conteúdo no seu site, nas redes sociais, as publicações são feitas com uma certa frequência, porém ainda com engajamento baixo. Pensando nisso nossa sugestão de estratégia é coloca-la verdadeiramente nas mãos das pessoas, trazendo suas ações seus números e seus canais de comunicação de uma forma muito mais prática e de fácil compreensão de acompanhar. Sugerimos então a criação de um aplicativo que chamaremos de APP CMBALSAS uma ferramenta de comunicação moderna onde o objetivo é tornar fácil o entendimento dos atos da casa com transparência. Muitas vezes a produtividade legislativa está associada apenas à fiscalização das ações da Prefeitura ou à proposta de novas leis. No entanto, nessa nova sociedade complexa e conectada, o legislativo precisa estar preparado para ser o melhor espaço de discussão dos rumos e planejamento de políticas públicas para o município, e ainda ser o polo de integração entre as medidas de âmbito nacional e local.





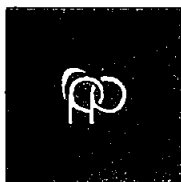
H M do Nascimento Eireli
CNPJ: 31278786/0001-37



ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA

A presente campanha publicitaria tem o objetivo de informar a população em geral o que é feito pela câmara Municipal, que é buscar sempre as melhores soluções para oferecer ao povo um município com qualidade em todas as esferas possíveis. A campanha deve ser eficaz e objetiva, otimizando os custos para adquirir resultados positivos, atingindo o maior numero de cidadãos possível independente da faixa etária, raça, religião ou condição social, comunicando para públicos de todas as classes utilizando para isso, tanto as mídias tradicionais quanto os meios modernos de comunicar, procurando entender a realidade da população e a melhor forma de falar com esse publico, que é alvo desta campanha, no que se refere ao publico interno, durante o período de campanha esta agencia irá motivar os servidores a sentir se parte fundamental na câmara através de palestras de motivação, com a visão de Vários estudos, a exemplo de 'Metodologia para Análise de Clima Organizacional,' de J. P. Luz (2001), afirmam que "o reconhecimento por parte da organização, influencia profundamente a produtividade do indivíduo e, conseqüentemente da instituição". Valorizar o trabalho desses homens e mulheres de diferentes níveis culturais e graus de responsabilidade é a melhor forma de impactar positivamente na vida do cidadão. A cidade é como a ampliação da nossa casa, e o servidores são os principais responsáveis pela grande rede de cuidados que faz essa casa funcionar, desta forma iniciaremos a campanha de dentro para fora, ou seja do interno ao externo (exemplo: em Novembro Azul os homens servidores serão homenageados e incentivados a homenagear os homens visitante nas sessões), sendo o interno os primeiros a baixar o APP, e a usufruir dos benefícios da campanha. Com a visão de que é, a partir do seu bairro que o cidadão busca junto aos agentes públicos as melhorias para o seu dia a dia, pois seu núcleo de vida gira em torno desse espaço. Para esta campanha propõe-se então explorar esse elo do cidadão com seu bairro incluindo a Câmara Municipal como parceira do cidadão, Dessa forma, busca-se deixar mais claro e perceptível ao cidadão o papel da Câmara e onde ela pode atuar em prol da cidade. Essa percepção de acessibilidade à Câmara permeará toda a campanha, pois há uma "ideia errônea" de que a Câmara está distante do cidadão, mesmo tendo ela canais de



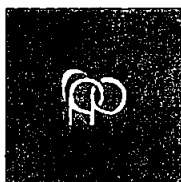


H M do Nascimento Eireli
CNPJ: 31278786/0001-37



Comunicação que auxiliam essa proximidade mas por vezes ainda é de desconhecimento do balsense , Para isso, utilizaremos uma mensagem de aproximação e troca. Que atraia a atenção, cativa e demonstre acolhimento às necessidades do cidadão mas sobretudo do bairro em que ele vive. Assim, se fortalece sua identificação para com a Câmara Municipal, estreitando os laços e reduzindo o distanciamento entre cidadão e legislativo municipal. o que também permeará toda a campanha," Câmara que Faz, Gestão Participativa", que traz em si a relação direta entre a proximidade do órgão legislativo com a sociedade e o resultado que se tem por meio desta aproximação além de aliar um órgão publico tradicional com uma ferramenta tecnológica (APP), passamos também a entregar a sociedade um sentimento de evolução e de vanguarda, a inclusão de um aplicativo para a câmara municipal de Balsas mostrará como a casa tem acompanhado as mudanças da sociedade e a forma como ela se comunica. A estratégia é criar um clima de total interação entre a Câmara e a população, destacando a conectividade e o compartilhamento de ideias para as melhorias nos bairros e no município, essa troca de ideias, que se transforma em projetos de lei pelas mãos da Câmara, fortalece o partido temático aqui apresentada.. Apresentamos nesta campanha cidadãos que se sentem responsáveis, gente feliz por poder influir, sugerir e compartilhar o melhor de sua cidade e que nutrem um amor pelo bairro e a cidade onde vive. Pois é neste espaço onde a Câmara Municipal tem a possibilidade de ampliar a qualidade de vida do cidadão e ele perceber mais de imediato o trabalho exercido pela Câmara.Com a escolha de 4 personalidades para protagonizar a campanha, ela irá dialogar com um balsense do centro, que tem uma forte ligação com suas origens e um orgulho nativo de viver em Balsas. A nova geração terá uma jovem mulher, que vive em trizidela, simbolizando o futuro da cidade e também a presença da mulher na construção de uma cidade plural. Não poderíamos deixar de ressaltar a inclusão social, uma pauta sempre presente nos temas da Câmara e que terá como protagonista um homem cadeirante, ativo e que desfruta dos projetos de mobilidade que a Câmara promove. Por fim a diversidade étnica que também faz de Balsas uma cidade que bem acolhe pessoas vindas de outros lugares, cidades e até países para aqui viverem e construir suas histórias, estando representada por um afro-brasileiro. A estratégia de comunicação está apoiada nos meio





H M do Nascimento Eireli
CNPJ: 31278786/0001-37



de massas, porém um direcionamento para as plataformas digitais que será responsável pelo maior engajamento do público com a campanha, uma vez que hoje é pelos meios digitais que as pessoas são impactadas e alcançadas com melhor segmentação e resultado. A Câmara Municipal, segundo Sergio Lerrer, "precisa entender que sua produção legislativa não pode ficar confinada ao que ocorre nas sessões, no plenário ou ao prédio físico da casa. Hoje a chamada "casa digital", os espaços de site, redes sociais e outras iniciativas virtuais, são tão ou mais importantes. **OS MEIOS UTILISADOS SERÃO:** **TV;** O meio TV que ainda é bastante utilizado pela população principalmente as de mais idade para acompanhamento de notícias de Balsas e região, escolhemos a TV Boa Notícia e TV mirante, circulando o vt de 30", institucional e promocional durante programação, que estarão de acordo com as demais complementando a campanha com imagens e texto e vídeo, e mesma redação, esse mesmo vídeo poderá ser usado no canais de comunicação da câmara além do canal no youtube. **Radio:** Considerada uma das mídias de massa mais populares e efetivas quando se quer falar com a população de uma forma geral, o radio consegue atingir um alcance alto e eficaz, chega a vários lugares que outros meios não estão presentes na zona rural por exemplo, a estação escolhida foi a radio boa notícia FM 91,1 com público ecletico nas classes, A,20%,B30%,C:40%,D/E:10%,sendo 41% Homem; 59% Mulher.**Meios digitais:** serão veiculadas através da mídia programática, no facebook, Instagram que levarão a campanha para o ambiente digital alcançando 3,2 mil contas por dia durante trinta dias nas quatro postagens assim garantindo maior amplitude e fomentarão diretamente para o download do APP cmbalsas, esta mídia proporciona um alto alcance, priorizando o perfil de público selecionado entregando a campanha no maior número de portais, sites, redes sociais, aplicativos e blogs da região. **Outdoor:** Em policromia 9mx3m, esta peça pelo seu poder de impacto urbano será veiculada nos principais pontos de acessos aos bairros, ampliando a mensagem, principalmente a combinação com o meio rádio, que em geral tem os dois meios juntos atuam de forma complementar, ou seja, o eletrônico combinado com o visual. **FRONTLIGHT** é um painel com estrutura de metal que se prende a uma lona que recebe a impressão. Seu tamanho é 6x3m com formatos retangular, e iluminação externa e frontal que tem por essência a capacidade de aprofundar





H M do Nascimento Eireli
CNPJ: 31278786/0001-37



pontos específicos da campanha, Levando a mensagem durante 24 horas por dia. **TOTEM:** Será colocado em frente a câmara para incentivar a todos que visitam a Câmara Municipal chamando para o digital, será em ACM no tamanho 0,80x2m, material com ótimo custo/benefício e durabilidade. **BUSDOOR:** É uma importante ferramenta de mídia, por ser de uma abrangência significativa e ao mesmo tempo direcionada, através dela é possível uma mensagem falar com o público de forma clara e moderna, levando informação e os destaque da câmara, neste anuncio no vidro traseiro do ônibus a campanha se desloca no transito alcançando diversa forma de público. A estratégia não mídia será composta por materiais, que vai fortalecer o slogan da campanha, "**CÂMARA QUE FAZ, GESTÃO PARTICIPATIVA!**" Informando os dias de sessões, instigando o cidadão a se fazer presente. **IMÃ DE GELADEIRA:** Este meio foi escolhido para dar suporte á comunicação por ser um item diferenciado e com baixo custo, será distribuído para o público que participar das sessões. Nele haverá uma mensagem que reforça os dias de sessões na câmara fazendo com que o cidadão ao ver o brinde se lembre diariamente do compromisso com a câmara municipal. **ADESIVO FLOODORS:** Adesivo medindo 2x2m, para aproximar a Câmara de seu público, serão instalados em locais de grandes circulação como terminal rodoviários, paradas de ônibus, para impactar as pessoas enquanto aguardam o transporte. Ao todo são dez os meio de comunicação incluindo o APP, todos com potencialidade de alcance estipulado pelo briefing, assim como a definição das peças que compõem a campanha já conceituadas como maior e melhor visibilidade por PESSOAS, e esta é a rica matéria prima da composição social. Para falar com este grupo eclético de seres humanos tão diferentes em essência e tão iguais nos seus anseios é que foi desenvolvida esta estratégia e que se materializa nas ideia criativa a seguir.





H M do Nascimento Eireli
CNPJ: 31278786/0001-37



IDEIA CRIATIVA

Buscando atingir os objetivos do briefing com estratégia de comunicação que contempla três frentes da campanha que tanto divulgará o app, quanto posicionará a câmara como um órgão inovador, fiscalizador, próximo e moderno. Para alcançar a ideia proposta detalharemos a seguir dez peças da campanha **CÂMARA QUE FAZ GESTÃO PARTICIPATIVA!**, Evidenciando as três campanhas propostas, no breinf, através do institucional apresentando uma gestão em parceria com o cidadão, além de fortalecer o trabalho do vereador como fiscalizador dos atos do executivo, e ainda promover a transparência e acessibilidade na administração da Câmara, as peças serão uma de cada meio para as três frentes da campanha. **Vt de 30"** um video que vai apresentar a câmara como casa do povo. **RÁDIO:** Spot de 30", que terá um estilo descontraído, por ser o radio um amigo do ouvinte, e da comunidade e atende de forma eficaz o publico alvo. **APLICATIVO CAMARA AÇAÍ;** O aplicativo em desenvolvimento suporta todas as versões Androi. O APP apresenta itens de conteúdo de acesso as "ultimas noticias", que terá resumos muito sintéticos, em linguagem acessível das noticias relacionadas a câmara **Post para mídia online** :Peças desenvolvidas para promover a comunicação com o publico internautas. **Outdoor** em policromia 9mx3m com alto poder de impacto sobre o publico que dirigi. **Front-Ligth** :A peça fortalece o ponto central da mensagem institucional, chamando para as seções da Câmara. **Floordoor** Adesivo medindo 2x2m, para aproximar a Câmara de seu publico, serão instalados em locais de grandes circulação como terminal rodoviários, paradas de ônibus, para impactar as pessoas enquanto aguardam o transporte. **TOTEM:** Em ACM no tamanho 0,80x2m, será colocada em frente a câmara para incentivar a todos que visitam a Câmara Municipal a participarem ativamente no meio digital. **BUSDOOR:** É uma importante ferramenta de mídia, neste anuncio no vidro traseiro do ônibus a campanha se desloca no trânsito alcançando diversa forma de publico. **IMA DE GELADEIRA:** Um item diferenciado, no imã de geladeira haverá uma mensagem que reforçará os dias de sessões na câmara fazendo com que o cidadão ao ver os brindes se lembre diariamente do compromisso com a câmara municipal de Balsas. A ideia criativa se alinha adequadamente á estratégia de comunicação publicitária, trazendo originalidade e pertinência ao solicitado no briefing.





H M do Nascimento Eireli
CNPJ: 31278786/0001-37



ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

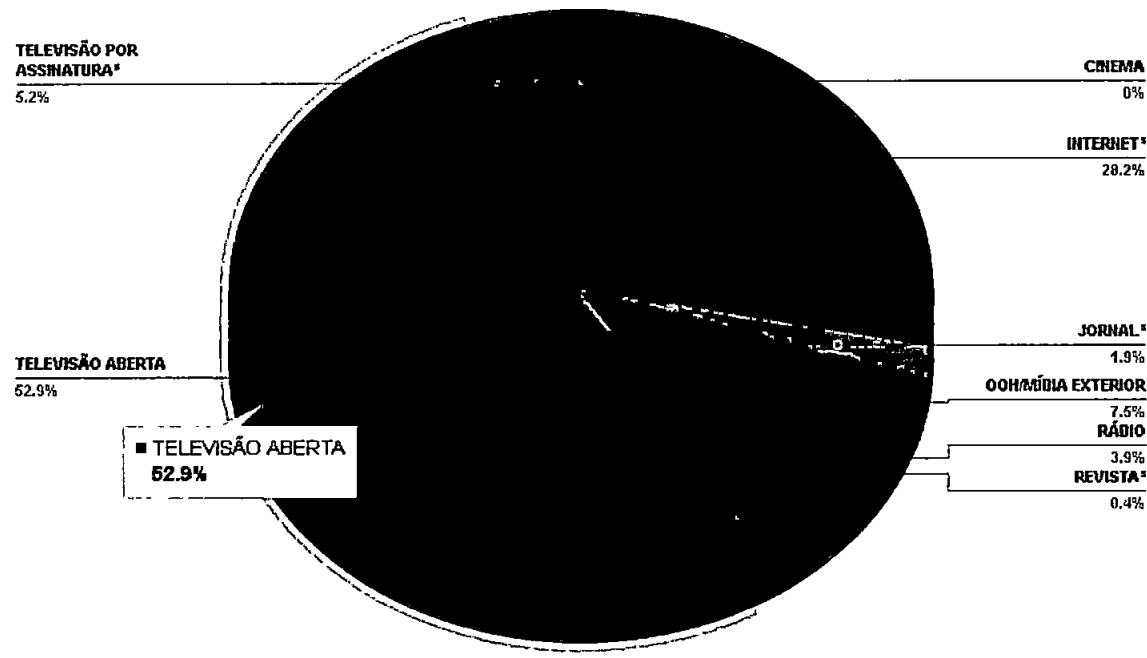
De acordo com o descrito anteriormente, a campanha tem como objetivo a necessidade de esplanção para todas as classes sociais da população balsenses a respeito do que é e do que significa o trabalho e a atuação da Câmara Municipal de Vereadores de Balsas. Além do objetivo foi considerado na definição da estratégia de mídia e não mídia, a abrangência geográfica e o público alvo. Temos como abrangência o Município de Balsas, e o público alvo toda a sua população. Avaliada as premissas, o papel e penetração de cada meio, sugerimos um mix que consiga trazer abrangência geográfica e frequência, que tenha boa penetração junto ao público alvo e que nos permita trabalhar com economicidade para atingir os objetivos propostos pela campanha. Para escolha da estratégia mais adequada a ser utilizada para as mídias da campanha da Câmara municipal de Balsas, como segue justificativa da escolha das mídias. Segundo a última pesquisa Kantar Ibope Mídia os meios de comunicação mais usados no Brasil são em primeiro lugar a televisão com 88% de alcance, em segundo está out of home com 87% aqui destacamos o outdoor em nossa região, em terceiro está a mídia digital com 83% de impactos no cotidiano da população brasileira. Já o rádio um meio de massa tradicional com penetração de 65% principalmente na zona rural onde os canais locais tem pouco alcance. O plano simulado da campanha foi elaborado para que a verba seja direcionada de forma correta e eficiente para os principais meios de comunicação: o período de veiculação da mídia será de 30 dias no período de 1 a 30 de Dezembro de 2021, a praça de veiculação é de Balsas incluindo zona rural. Vejamos antes gráfico da pesquisa de percentual de consumo por meios.





H M do Nascimento Eireli
CNPJ: 31278786/0001-37

GRÁFICO TODOS OS MEIOS





H M do Nascimento Eireli
CNPJ: 31278786/0001-37



Com a verba de 75.860,00(setenta e cinco mil e oitocentos e secenta reais) distribuído nos meios escolhidos. Na TV o valor de R\$6.610 , a escolha foi a tv Boa Noticia, e TV mirante, filiais detentoras da audiência popular, os VTs de 30" de acordo com as campanhas sendo um institucional, dois para transparência e acessibilidade, e um para o trabalho do vereador distribuídos na programação escolhida. **Rádio:** o valor de R\$:5.500,00, esta agencia escolheu a radio Boa Noticia Fm 91,1 a qual representa maior credibilidade o perfil do publico desta rádio, são homens e Mulheres de 16 a 65 anos das classes A,B,C e D, com audiência além de Balsas, também na zona rural, -chegando atingir 150 mil ouvintes por minuto, com spot de 30". **Redes sociais:** o investimento de R\$:2.000,00 com bilhões de usuários ativo, ocupa cada vez mais espaço na estratégia de marketing, a mídia programática vai impulsionar o face book e instagram da Câmara Municipal de Balsas com postes durante o período da campanha onde cada um terá o alcance de 47 mil contas diarias, de um público com idade entre 18 a 65 anos em toda a região, com mais engajamento nas redes sociais da instituição, além de material para os grupos de watzap da região. Na **mídia externa** o investimento de R\$ 6.300,00 distribuído entre as campanhas que irão levar a ideia além das fronteiras do Municipio. **Mídia Digital :** investimento de R\$:15.000,00, que vai levar a Câmara para as mãos da população, literalmente. **Não Mídia** com o investimento, somado a produção total entre eles está o adesivo de chão uma peça resistente, flexível e versátil, feito de material que protege as pessoas evitando que escorreguem e ajuda a renovar o ambiente, que alinhado com as outras peças vai levar a campanha para o publico interno e externo. Valor total geral de **Produção de mídia e não mídia** é de R\$:40.630,00. Com o perfil do publico alvo e com a participação de cada meio de comunicação, vamos garantir a eficiência das campanhas e o melhor investimento da verba definida, com todos os detalhes do investimento. Somando os investimentos em mídia e não mídia, e produção das peças, temos um valor de R\$:60.860,00(secenta mil ,oitocentos e secenta reais).





H M do Nascimento Eireli
CNPJ: 31278786/0001-37




SIMULAÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO E PRODUÇÃO DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

O período de veiculação de todas as mídias será de 1 a 30 de dezembro de, 2021, onde será dividido a mídia por igual para cada campanha., com o Valor total de **R\$:75.860,00**. Analisando a distribuição por meio. TV 9%, Rádio:5% na mídia externa 9%, redes sociais com 3%, mídia digital 17%. **já na criação e produção de material de mídia e não mídia tem o valor total de R\$: 40.630,00** equivalente a 60%, com distribuição que segue: 4-vts de 30" por R\$:2.000,00 cada e R\$:8.000,00 total, 4 spot de radio R\$:800,00 cada e R\$:3.200,00 total, 4 portes online R\$:200,00 cada e R\$:800,00 total, 6- outdoor impresso e 1 frontlighth no valor de R\$:180,00 cada e R\$:1.260,00 total, 1 totem R\$:3.000,00, 1 APP R\$:9.000,00, imã de geladeira R\$:3,00 cada e R\$:6.000,00 total, 4- adesivo de chão R\$:480,00 cada e total R\$:1.920,00.

MEIO	FORMATO	QUANTI	V.UNIT	V.TOTAL
JORNALTVBN	VT30"	25	70,00	R\$ 1.750,00
BOM DIA MIRANTE	VT 30"	30	60,00	R\$ 1.800,00
JMTV1º EDIÇÃO	VT 30"	30	102,00	R\$ 3.060,00
RADIO BN	SPOT 30"	100	55,00	R\$ 5.500,00
OUTDOOR	9X3	6	700	R\$ 4.200,00
BUSDOOR	2X1	4	400,00	R\$ 1.600
FRONTLIGTH	6X3	1	1	R\$ 500,00
REDES SOCIAIS	POSTER	4	500,00	R\$ 2.000,00
MÍDIA DIGITAL	APLICATIVO	1	15.000,00	R\$15.000,00
NÃO MÍDIA				
ADESIVO DE CHÃO	2X2	4		
IMÃ DE GELADEIRA	7X7CM	2.000		
TOTEM	0,80X2	1		

H M do Nascimento Eirele

Pedreiras, Ma 07 de Outubro 2021

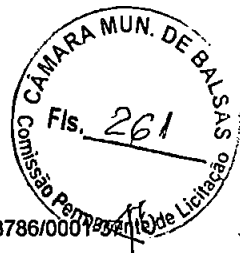

Helinovaldo de Moreira do Nascimento
Cpf: 911.215.583-72

13



Instagram premierpublicidade

email: premier.propaganda@hotmail.com



H M do nascimento Eireli cnpj: 31278786/0001-55



REPERTÓRIO

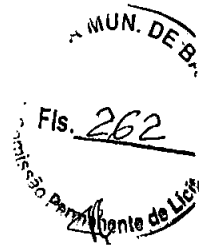


Instagram premierpublicidade

email:premier.propaganda@hotmail.com



H M do nascimento Eireli
CNPJ: 31278786/0001-37



AHORA DA NOTÍCIA

A Radio 87,9 Comunidade Fm, estava sem programação no horário da manhã, e não tinha nenhum programa de notícias, para tanto os ouvintes passavam a ouvir outro programa, em outra estação de rádio, então criamos o "Programa a hora da Notícia", com linguagem jovem, com promoções e ao mesmo tempo seriedade, imparcialidade, responsabilidade o que gerou credibilidade, o programa a hora da notícias fidelizou ouvinte, que fica mais tempo sintonizado no horário da manhã. Abaixo relação dos produtores do projeto.

Cliente: Programa a Hora da Notícia Radio 87,9, Comunidade FM
Veiculação em mídias sociais,
E áudio na Rádio 87,9 (ver o VT no dvd)
Início do Programa em 5 de Abril de 2021

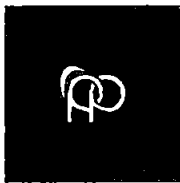
- Criação; Benildy Moraes
- Redator: Euber Sandro
- Produtor audiovisual: Alexandre Santos
- Imagens: Junho Gomes
- Social Media: Poliana Araujo



Instagram premierpublicidade

email: premir.propaganda@hotmail.com

Handwritten signatures and notes:
- "NÃO SUCO" (circled)
- "1" (circled)
- Multiple scribbled signatures



H M do nascimento Eireli
CNPJ: 31278786/0001-37



CONCURSO DE **Redação** PREMIER 2021

Concurso de redação foi criado para buscar um publico mais jovem, para o programa a hora da noticia e fazer este publico participar ativamente das redes sociais do programa, hoje as postagens tem um engarjamento maior e as noticias mais vizualizações, com o apoio do IFIMA Pedreiras, e Prefeitura Municipal de Joselândia, parceiros que abraçaram a ideia no objetivo de incentivar seus alunos dobrando a premiação.

Mídia:

vt nas redes sociais(dvd)
Spot de radio (dvd)

Não mídia

Cartazes e panfletos (na página de nº 4)

Período de divulgação: inscrições de 10 á 31 de maio, prova á 27 de junho 2021

Ficha técnica.

- Criação; Benildy Moraes
- Produtor audiovisual: Alexandre Santos
- Imagens: Junho Gomes
- Social Media: Poliana Araujo

Handwritten signatures and initials, including 'José' and '2'.



Instagram premierpublicidade

email:premir.propaganda@hotmail.com



H M do nascimento Eireli
CNPJ: 31278786/0001-37



Captura de Alunos

O Criamos o concurso de Redação para o programa a hora da noticia da radio 87,9 FM com premiação em dinheiro, firmamos parceira com a o cliente FEMAF ,com o objetivo de captar alunos, o parceiro disponibilizou bolsa de estudos para alguns curso de graduação, como resultado a instituição aumentou seu banco de dados.

O concurso foi a estratégia para captura de possíveis novos alunos.

Mídia:

- vt nas redes sociais (dvd)
- spot de radio(mesmo audio do vt)
- Não mídia
- Cartazes e panfletos (ver na página de nº 4)

Período de divulgação: inscrições de 10 de maio á 27 de junho 2021

Ficha técnica.

- Criação; Benildy Moraes
- Produtor audiovisual: Alexandre Santos
- Imagens: Junho Gomes
- Social Media: Poliana Araujo

Handwritten signature

Handwritten signature

Handwritten signature



Instagram premierpublicidade

email:premir.propaganda@hotmail.com



H M do nascimento Eireli
CNPJ: 31278786/0001-37



Arte para Cartazes(30x40) e Panfletos(11x15)

CONCURSO DE Redação PREMIER 2021

inscrições Gratuitas!

12 à 15 anos (Juvenil)

16 à 25 anos (Master)

INSCRIÇÕES ATÉ O DIA 15 DE JUNHO

PEDREIRAS	BERNARDO DO MEARIM	POÇÃO DE PEDRAS
TRIZIDELA DO VALE	CAPINZAL DO NORTE	LAGO DOS RODRIGUES
LIMA CAMPOS	PERITORÓ	LAGO DO JUNCO
JOSELÂNDIA	IGARAPE GRANDE	LAGOA GRANDE DO MARANHÃO
SÃO ROBERTO	SÃO RAIMUNDO DO D. BEZERRA	SÃO JOSE DOS BASÍLIOS

PREENCHER O FORMULARIO DE INSCRIÇÃO, LINK
DISPONIVEL NO PERFIL DO INSTAGRAM
@PREMIERCOMUNICACAO E EM NOSSO PORTAL
WWW.PORTALDENOTICIASPRIEMER.COM.BR

Premiação: Master / Juvenil

1º R\$ 300,00

2º R\$ 200,00

3º R\$ 100,00



(99) 98519-0109

@Premiercomunicacao Wwww.portaldenoticiaspremier.com.br
Premierpropaganda Grupospremiercomunicacao@gmail.com

Programa do rádio A HORA DA NOTICIA de segunda à sexta
das 08:00 às 09:00 da manhã.

87,9 FM ANORA 99,7 FM
RADIO COMUNIDADE DA JUSTICIA JOSELÂNDIA FM

Handwritten signature

Large handwritten signature

Handwritten signatures



H M do nascimento Eireli
CNPJ: 31278786/0001-37



Para o dia do oftalmologista criamos para o cliente IOP uma campanha de conscientização sobre o glaucoma chamando para uma revisão na vista e tratamento em alguns casos, resultado a clinica aumentou em seu atendimento. devido a midia de radio o atendimento vindo do interior teve aumento significativo além de fidelizar o publico da sede.

Período da campanha: Janeiro e fevereiro de 2021

Midia:

Vt veiculado nas redes sociais e no portal de noticias premier(vt no DVD)
Spot na radio comunidade fm (audio do vt)

Ficha técnica.

- Criação; Benildy Moraes
- Produtor audiovisual –Alexandre Santos
- Imagens: Junho Gomes





H M do nascimento Eireli
CNPJ: 31278786/0001-37



A EDUCAÇÃO TRANSFORMA. ESSA É A VERDADE."

Ao se aproximar de mais um semestre, o IBEM demonstrou preocupação em relação ao mercado e ao seu papel como instituição de ensino, Diante do cenário desafiador, propusemos o reposicionamento da marca IBEM, em uma campanha onde mostramos alunos do IBEM que tiveram suas vidas transformadas pela educação e assinamos com uma frase que sintetiza a razão de existir da instituição: "A educação transforma. Essa é a verdade." RESULTADOS A campanha apresenta boa penetração no público-alvo, mantendo frequência média em múltiplos meios com grande afinidade. O impacto nas matrículas foi um aumento, superando as expectativas do anunciante.

Período da campanha: Junho e Setembro de 2021

Midia:

Vt veiculado nas redes sociais e no portal de notícias premier(vt no DVD)

Spot na radio comunidade FM (audio do vt)

Redes Sociais

Flayes dos cursos-anexo na ultima página

Ficha técnica.

Criação; Benildy Moraes

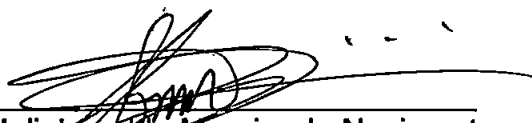
Produtor audiovisual – Alexandre Santos

Imagens: Junho Gomes

Social Media: Poliana Araujo

Pedreiras, Ma 07 de Outubro de 2021

H M do Nascimento



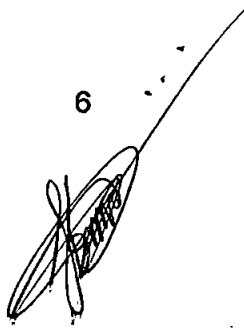


Helinovaldo Moreira do Nascimento
Representante legal



Instagram premierpublicidade

email:premir.propaganda@hotmail.com




6

Educação transforma, essa é a verdade!

Agosto chegou já pensou em estudar?

ibem

Seu futuro começa hoje

ibem

RS 99,90 / mês com dias

ibem *Avance* NA SUA CARRERA **PROFISSIONAL**

Combo Operador de Caixa

Atendente Bancário
Atendente Casas Lotéricas
Matemática Financeira

ibem Praça do Jardim, 106 Centro Pedreiras/MA

ibem

ibem

CURSO DE OPERADOR DE CAIXA

RS 1,00

☎ (99) 98420-3656 / (99) 3642-0396
Rua: Jeremias Caldeiras, 106 - Centro - Pedreiras - MA
(em frente a praça do Jardim)

CURSO: Designer de sobrancelhas

ibem

- Técnicas de design
- Aplicação de henna
- Técnica ombré
- Prática em modelos
- Apostila e certificado
- Blosegurança

Mentora: Isadora Aoud

☎ (99) 98420-3656 / (99) 3212-0396
Rua: Jeremias Caldeiras, 106 - Centro - MA
(em frente a praça do Jardim)

CURSO DE TRANÇISTA

ibem

Técnicas mais procuradas

PROMOÇÃO DE **LANÇAMENTO**

PREÇOS ESPECIAIS

☎ (99) 98420-3656 / (99) 3642-0396
Rua: Jeremias Caldeiras, 106 - Centro - Pedreiras - MA
(em frente a praça do Jardim)

OFERTA IMPERDÍVEL

Curso Primeiro Emprego

ibem

MODULOS:

- Aup. administrativo
- Aup. de Administração Financeira
- Departamento Pessoal
- Aup. de Escrita Fiscal e Contabilidade
- Aup. de Propaganda e Marketing
- Matemática Financeira
- Operador de Caixa
- Secretariado

☎ (99) 98420-3656 / (99) 3642-0396
Rua: Jeremias Caldeiras, 106 - Centro - Pedreiras - MA
(em frente a praça do Jardim)

Matrículas abertas

ibem

de 02/08 até 27/08

OFERTA IMPERDÍVEL

INFORMÁTICA COMERCIAL E GANHE INFORMÁTICA AVANÇADA

ibem

☎ (99) 98420-3656 / (99) 3642-0396
Rua: Jeremias Caldeiras, 106 - Centro - Pedreiras - MA
(em frente a praça do Jardim)

[Handwritten signatures]