



48 Inserções

Índice de Qualidade de Exposição por meio da Valoração

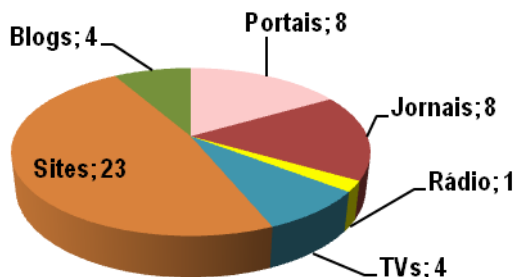
4.986 cm² Custo benefício em mídia impressa
R\$ 625.702,10

1.419 segundos Custo benefício em mídia eletrônica
R\$ 514.407,13

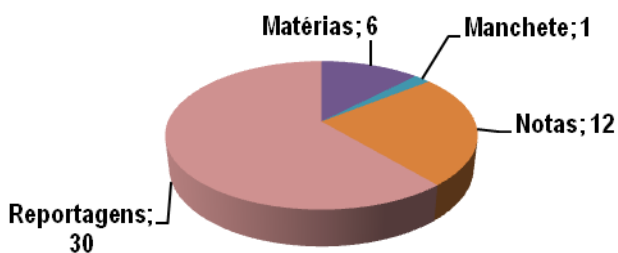
Principais veículos

- Jornal Brasil Econômico
- Jornal DCI
- Jornal Estadão
- Site Revista Veja BH
- Site Época SP
- Site Guia Folha de SP
- Site Catraca Livre
- Site Globo Rural
- Rádio Tupi AM
- TV BBC Brasil online
- TV SBT

Inserções por mídias



Espaço Editorial



Números acumulados em 2013

- Total de inserções no período: **48**
- Custo benefício no período: **R\$ 1.140.109,13**

EXPOCACHAÇA - SP

Período: agosto a setembro de 2013

No período, a PESSOA Comunicação e Relacionamento conquistou **48** inserções para a Expocachaça SP avaliadas conforme o relatório a seguir.

I – MENSURAÇÃO QUANTITATIVA

O Quadro Demonstrativo de Atendimento mostra as atividades desenvolvidas pela PESSOA Comunicação e Relacionamento, em setembro de 2013, junto à Expocachaça SP.

Quadro Demonstrativo de Atendimento				
Acompanhamentos	Data	Local	Horas de consultoria¹	Participantes
Durante todo o evento	03 a 08/09/2013	Mercadão de São Paulo	54h	Thiago Paes
Viagem	Data	Local	Horas de consultoria	Participantes
Evento	06/09/2013	São Paulo	9h	Erika Pessoa
Reuniões	Data	Local	Horas de consultoria	Participantes
Planejamento	14/08/2013	PCR	1h	José Lúcio Mendes e Paula Bicalho
Planejamento	18/08/2013	PCR	1h30	José Lúcio Mendes, Erika Pessoa, Iaçanã Woyames e Paula Bicalho
Coletiva de imprensa	Data	Local	Horas de consultoria	Participantes
Abertura do Evento	03/09/2013	Mercadão de São Paulo	4h	Erika Pessoa, José Lúcio Mendes, Luis Vicente Mendes e Thiago Paes
Press Kit	Data de envio		Quantidade	
Press Kit da coletiva	03/09/2013		15 entregues durante a coletiva	
Total de Horas de consultoria: 69 horas e 30 minutos				

¹ Tratam-se das horas de consultoria, dedicadas ao cliente pela PESSOA Comunicação e Relacionamento, em ambientes fora do escritório da assessoria. Estas horas se baseiam na Cláusula Segunda: obrigações da contratada, item 2.1 do contrato firmado entre as partes.

NÚCLEO PERFORMANCE

O MaxPress é um portal de comunicação contratado pela PESSOA Comunicação e Relacionamento, com o intuito de potencializar e divulgar a imagem da Expocachaça SP na imprensa nacional e junto aos correspondentes internacionais. O Quadro Ferramenta MaxPress apresenta os releases divulgados, a quantidade de jornalistas que acessaram estes textos e os números de acessos conquistados, por meio desta ferramenta.

Quadro Ferramenta MaxPress ²		
Release divulgado	Quantidade*	Nº de acessos**
Mercadão recebe dois eventos da bebida artesanal: a tradicional Expocachaça Dose Dupla e Brasilbier	1884	83

***Quantidade:** número de jornalistas que receberam o release divulgado, com base no mailing estratégico selecionado pela PESSOA Comunicação e Relacionamento.

****Nº de acessos:** quantidade de acessos que o release teve a partir da ferramenta.

O gráfico a seguir mostra as inserções conquistadas por mídias impressas, eletrônicas e online. Veja:



Conceitos Mídia Web³:

- **Portais** – Página na internet que funciona como centro aglomerador e distribuidor de conteúdo para uma série de outros sites ou subsites dentro, e também fora, do domínio ou subdomínio da empresa gestora do portal. Os Portais hospedam sites diversos divididos em segmentos e editorias. Ex.: Portal Uol; Portal Terra; Portal Uai;
- **Sites** – Conjunto de páginas web de caráter institucional, que divulga notícias diversas de acordo com seu segmento de negócio.

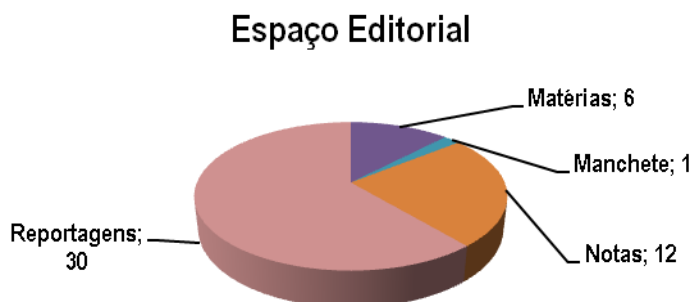
² A MaxPress, empresa especializada em pesquisa e em tratamento de informações para relacionamento de públicos estratégicos, utiliza ferramenta tecnológica e inovadora para relacionamento com a imprensa. Os serviços da MaxPress envolvem pesquisas qualitativas e contínuas dos principais veículos de comunicação atuantes no mercado. Por meio desses serviços, podemos ampliar nossa rede de contatos com a imprensa nacional e com correspondentes internacionais, ao mesmo tempo em que a MaxPress funciona como uma agência de notícias, um portal de alimentação de conteúdo para outros veículos de comunicação. (Disponível em: <<http://www.maxpressnet.com.br/institucional/quem.html>> Acesso em: 02 de abril de 2013)

³ (Texto adaptado. Disponível em: <pt.wikipedia.org/wiki/portal_(internet)> Acessado 06 de fevereiro de 2013)

NÚCLEO PERFORMANCE

- **Blogs** – Espaço na web de conteúdo especializado cuja estrutura permite, de uma forma simples e direta, o registro cronológico, frequente e imediato de opiniões, emoções, imagens, fatos, ou qualquer outro tipo de conteúdo.

A seguir o espaço editorial conquistado no período:



Conceitos:

- ✓ **Matérias** - fatos que usam como fonte e exemplo exclusivamente o cliente e seus porta-vozes.
- ✓ **Reportagens** - divulgam um material mais abrangente, com diferentes fontes, personagens e exemplos de projetos.
- ✓ **Notas** - textos curtos sobre algum fato que seja de relevância noticiosa, mas que apenas o lead (o que, quem, quando, onde e porque) basta para descrever o acontecimento.
- ✓ **Artigos** - textos eminentemente opinativos publicados em seções destacadas do conteúdo jornalístico.
- ✓ **Entrevistas** - veiculações produzidas como um bate-papo com a fonte de informações.
- ✓ **Manchetes** - títulos principais de maior destaque, alusivos às publicações mais importantes dentre as demais notícias.
- ✓ **Texto legenda** - texto curtíssimo, que acompanha uma foto, descrevendo e adicionando a ela alguma informação, mas sem matéria que faça referência.
- ✓ **Agendas** - textos curtos e descritivos focados em acontecimentos pontuais, como cursos, eventos e palestras.
- ✓ **Promoção** - espaço conquistado pela PESSOA Comunicação e Relacionamento a partir de benefícios oferecidos pelo cliente.

II - ÍNDICE DE QUALIDADE DE EXPOSIÇÃO POR MEIO DA VALORAÇÃO

Procura revelar quanto as notícias disseminadas acerca do cliente agregam à sua imagem, em valores monetários.

II.1 – DESCRIÇÃO MÍDIA IMPRESSA

No total, foram conquistados **4.986 cm²** de espaço espontâneo em **mídia impressa**. Para conquistar um espaço como esse seria necessário um investimento total de **R\$ 625.702,10 (Seiscentos e vinte**

NÚCLEO PERFORMANCE

cinco mil setecentos e dois reais e dez centavos). Veja a seguir a relação da **mídia impressa** de veículos, aparições, espaços conquistados e custo benefício.

Mídia Impressa – veículo, centimetragem e custo-benefício				
Jornais	Título	Data	Centimetragem (cm²)	Custo benefício (R\$)
Jornal DCI/ Caderno C	SEBRAE-SP participa da Expocachaça com palestras	03/09/2013	161,5	8.636,74
Jornal Metro News	Mercadão recebe Expocachaça com degustação grátis	04/09/2013	313,25	24.353,83
Jornal Brasil Econômico/ Empresas	Cachaça ganha novos sabores	05/09/2013	187,5	28.247,28
Jornal DCI	Mercado de cachaças se destaca entre os destilados	06/09/2013	385	20.589,13
Jornal Estadão/ Guia Estadão	Expocachaça	06/09/2013	31,5	8.692,03
Jornal O Retrato	Expocachaça e Brasilbier: Mercadão recebe dois eventos de bebida artesanal	06/09/2013	234	1.264,78
Jornal Tribuna Regional/ Gastronomia	Cachaça agora é tipo exportação	07/09/2013	1287,75	1.959,62
Jornal Estadão/ Estadão PME	Cerveja especial atrai empreendedores	25/09/2013	2385	531.958,70
Total:			4.986 cm²	R\$ 625.702,10

II.1.a – DESCRIÇÃO MÍDIA WEB

Na Web foram conquistados **35 inserções em portais, sites e blogs. INSERÇÕES NA WEB SÃO CITADAS, MAS NÃO SÃO CONTABILIZADAS.** Veja a descrição completa da internet no quadro a seguir:

Mídia Web – veículo e data		
Portais	Título	Data
Portal Estadão	Promissor mercado das cervejas artesanais atrai cada vez mais empreendedores	25/08/2013
Portal da Propaganda	Mercadão recebe em setembro dois eventos da bebida artesanal : A tradicional expocachaça dose dupla e a Brasilbier	30/08/2013
Portal Pera	Expocachaça terá degustações de aguardentes e palestras no Mercado Municipal	02/09/2013
Portal Maxpress	Mercadão recebe dois eventos da bebida artesanal: a tradicional Expocachaça Dose Dupla e Brasilbier	03/09/2013
Portal Terra	Mercadão reúne eventos de cervejas e cachaças artesanais em SP	03/09/2013
Portal IG/ Economia	Cachaça brasileira segue os passos da tequila e planeja conquistar os chineses	04/09/2013
Portal R7	Começa hoje feira de cachaça e cerveja em SP com rótulos de até R\$ 169,90	04/09/2013
Portal Estadão	Bebida, um caso sério	08/09/2013
Sites	Título	Data
Site Visite São Paulo	Expo cachaça dose dupla 2013	agosto-13

NÚCLEO PERFORMANCE

Site Guia Cuca	Expocachaça Dose Dupla 2013	30/08/2013
Site Revista Veja SP	Um Mercado de cachaças e cervejas	31/08/2013
Site Catraca Livre	Expocachaça chega ao Mercado de São Paulo	02/09/2013
Site Guia Folha de São Paulo	Expocachaça terá degustação grátis de mais de 100 bebidas no Mercado	02/09/2013
Site Rede Lajeado	Weber Haus inova na Expocachaça 2013 com Premium Black em embalagem de louça. Cachaça envelhecida em barris de carvalho francês e bálsamo atrairá atenção de amantes da bebida e colecionadores	02/09/2013
Site Mapa da Cachaça	Expo Cachaça Dose Dupla 2013	03/09/2013
Site MHM	Mercadão recebe o Expocachaça Dose Dupla	03/09/2013
Site Revista Época SP	Mercadão tem cachaças e cervejas para degustar de graça	03/09/2013
Site Vitrine Capital	Weber Haus inova na Expocachaça 2013 com Premium Black em embalagem de louça	03/09/2013
Site Promoview	Mercadão de São Paulo é palco da Expocachaça Dose Dupla	04/09/2013
Site SEBRE	Expocachaça terá rodada de negócios	04/09/2013
Site Globo Rural	Feira expõe cachaça artesanal de R\$ 1,45 mil em São Paulo	05/09/2013
Site Investimento e Notícia	Expocachaça Dose Dupla e Brasilbier devem movimentar 1,5 milhão	05/09/2013
Site ABRAS	Mercado de cachaças se destaca entre os destilados	06/09/2013
Site Casa e Jardim	Cachaça no Mercado	06/09/2013
Site Feiras do Brasil	Feira expõe cachaça artesanal de R\$ 1,45 mil em São Paulo	06/09/2013
Site Jornal DCI	Mercado de cachaças se destaca entre os destilados	06/09/2013
Site Jornal O Retrato	"Expocachaça e Brasilbier": Mercado recebe dois eventos de bebida artesanal	06/09/2013
Site Rural BR	Expocachaça promove valorização e formalização da bebida	06/09/2013
Site Globo Rural	Pequeno produtor deve focar nichos de mercado para exportar cachaça, diz CBRC	09/09/2013
Site Globo Rural	Mercado de cervejas artesanais anima representantes do setor	06/10/2013
Site Guia food service & hospitalidade	Mercado de cervejas artesanais anima empresários	08/10/2013
Blogs	Título	Data
Blog Brasil no Copo	Festa da cachaça em São Paulo! Vem aí a dose dupla no mercadão!!!	30/08/2013
Blog da Cachaça	Eventos com Cachaça - Setembro 2013	30/08/2013
Blog Brasil no Copo	Cachaça para elas, pode??? Claro e muito!!!	06/09/2013
Blog Brasil no Copo	Carta de cachaça: Pernambuco sai na frente e mostra o ABC da bebida	11/09/2013

II.2 – DESCRIÇÃO MÍDIA ELETRÔNICA

Já em relação à **mídia eletrônica**, foram conquistados **1.419 segundos** de exposição, o que equivale a **23 minutos e 39 segundos** de exibição do cliente em TV e Rádio a um custo-benefício de **R\$ 514.407,13 (Quinhentos e quatorze mil quatrocentos e sete reais e treze centavos)**. Veja a descrição completa da mídia eletrônica no quadro a seguir:

PESSOA COMUNICAÇÃO E RELACIONAMENTO LTDA

Endereço: Rua Elói Mendes, 386 – Sagrada Família - Belo Horizonte - MG - CEP: 31030-110

Telefone: (31) 3485-7875 - **Skype:** pessoacom - **E-mail:** relatorio@pessoacomunicacao.com.br

Facebook: Pessoa Comunicação e Relacionamento – **Twitter:** @pessoacom - **Site:** www.pessoacomunicacao.com.br

NÚCLEO PERFORMANCE

Mídia Eletrônica - emissoras, tempo e custo-benefício				
Rádios/Programa	Título	Data	Tempo (em seg)	Custo benefício (R\$)
Rádio Tupi AM	Dia 13 de setembro comemoramos o dia nacional da cachaça...	13/09/2013	618	125.866,00
TVs/Programa	Título	Data	Tempo (em seg)	Custo benefício (R\$)
TV Uol/ Terra Viva	Estados Unidos reconhece a cachaça brasileira	02/09/2013	401	0,00
TV SBT	Exposição no Mercado Municipal conta história da cachaça	03/09/2013	137	388.541,13
TV BBC Brasil online	Produtores querem usar a Copa para promover a cachaça	08/09/2013	137	0,00
TV BBC News online	Brazil's national tippie hoping for World Cup boost	08/09/2013	126	0,00
Total:			1.419 (segundos)	R\$ 514.407,13

Vale ressaltar que este cálculo “custo-benefício” é realizado com base nas tabelas de anúncios vigentes no mês de fevereiro de 2013. Não estão contabilizados neste valor os custos de agência, ou seja, de criação e produção do anúncio.

III – METODOLOGIA DESENVOLVIDA

O **Relatório de Investimentos em Comunicação (ROI) – Avaliação e Mensuração** traz informações gerenciais e objetivas sobre a imagem do cliente na imprensa. Com uma metodologia própria e diferenciada, desenvolvida por meio de estudos de diversos autores especialistas no assunto, este documento visa apresentar os resultados em comunicação de forma clara e eficaz.

O resultado deste trabalho se baseia, também, na seleção diária das notícias conquistadas para o cliente nos veículos de comunicação, o **clipping**. É realizada a identificação e separação das notícias, a partir da leitura de jornais, revistas e internet, em seguida a digitalização e montagem. Logo, as matérias digitalizadas são enviadas por e-mail ao cliente, durante o mês vigente e as matérias originais são coladas e entregues junto ao relatório mensal. Já as inserções eletrônicas são identificadas pela empresa Ícone Vídeo, contratada pela PESSOA Comunicação, que escuta e vê as matérias do cliente e gera um relatório contendo a emissora, o programa, o tempo e o resumo do conteúdo veiculado. Este relatório, também é enviado ao cliente para conhecimento.

IV - EQUIPE ENVOLVIDA

Setores		
Atendimento	Relacionamento	Coordenação geral
laçanã Woyames – gerente	Ana Paula Barbosa – coordenação de mensuração	Erika Pessoa
Paula Bicalho – atendimento direto	Thaís Vasconcelos – redação do relatório	
	André Fernandes – clipping impresso	

Para conhecimento e avaliação. Em caso de dúvidas ou para mais esclarecimentos estamos à disposição através do telefone (31) 3485-7875.

Com um forte abraço,

Erika Pessoa
PESSOA Comunicação e Relacionamento
erika@peessoacomunicacao.com.br
www.peessoacomunicacao.com.br
<http://blogdapessoa.wordpress.com>
(31) 34857875