



PAINEL DE BORDO



resumo 2015

106 Inserções

Índice de Qualidade de Exposição por meio da Valoração

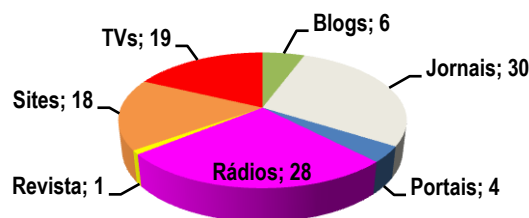
Custo benefício em mídia impressa (jornais/revistas/web) **6.187,75 cm²**
R\$ 311.768,86

Custo benefício em mídia eletrônica **6.360 segundos**
R\$ 3.117.232,47

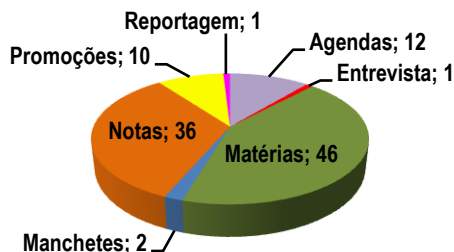
Principais veículos

- Revista Mundo do Agronegócio (NAC)
- TV Globo (MG)
- Rádio CBN (MG)
- TV Alterosa (MG)
- TV Record (MG)
- Jornal Estado de Minas (MG)
- Jornal Diário do Comércio (MG)
- Jornal Hoje em Dia (MG)
- Rádio Itatiaia (MG)
- Rádio Band (MG)

Inserções por mídias



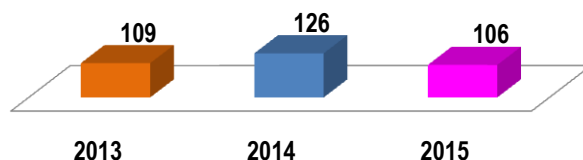
Espaço Editorial



Números acumulados em 2015

- Total de inserções no período: **106**
- Custo benefício no período: **R\$ 3.429.001,33**

Inserções ano a ano - Expocachaça



Return On Public Relations Investment (ROPRI) - Taxa de retorno do Investimento em Relações Públicas

Investimento cliente	R\$ 4.500,00
Custo benefício mês	R\$ 3.429.001,33
ROPRI	76.100%

Soma ROPRI: $\frac{\text{Custo benefício (-) investimento cliente (*) 100}}{(\text{/) investimento cliente}}$



EXPOCACHAÇA

Período: maio e junho 2015

No período, a PESSOA Comunicação e Relacionamento conquistou **106** inserções para a Expocachaça avaliadas conforme o relatório a seguir.

I – MENSURAÇÃO QUANTITATIVA

O Quadro Demonstrativo de Atendimento mostra as atividades desenvolvidas pela PESSOA Comunicação e Relacionamento, no período, junto a Expocachaça.

Quadro – Demonstrativo de Atendimento				
Acompanhamentos	Data	Local	Horas de consultoria ¹	Participantes
Feira Expocachaça	04/06/2015	Expominas	7h	Paula Bicalho, Robson Valentim e laçanã Woyames
Feira Expocachaça	05/06/2015	Expominas	6h	Paula Bicalho, Bruna Silveira
Feira Expocachaça	06/06/2015	Expominas	6h	Paula Bicalho, Dione Alves
Feira Expocachaça	07/06/2015	Expominas	5h	Robson Valentim
Reuniões	Data	Local	Horas de consultoria	Participantes
Planejamento	26/04/2015	Pessoa Comunicação	2h	Paula Bicalho, laçanã Woyames e José Lúcio Mendes
Total de Horas de consultoria: 26 horas				

O quadro abaixo apresenta as matérias perdidas por motivos diversos:

Quadro – Matérias perdidas			
Data	Tema	Veículo/caderno	Motivo
06/06/2015	Expocachaça	Rádio Itatiaia - Chamada Geral	José Lúcio não compareceu à entrevista

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.



O MaxPress é um portal de comunicação contratado pela PESSOA Comunicação e Relacionamento, com o intuito de potencializar e divulgar a imagem da Expocachaça 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.

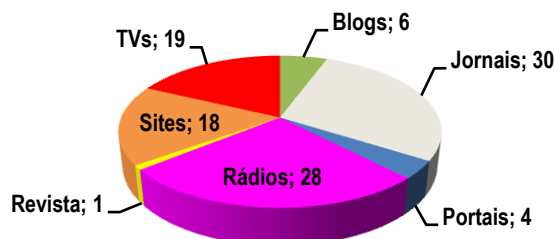
Quadro Ferramenta MaxPress ²		
Release divulgado	Quantidade*	Nº de acessos**
BH, capital nacional da cachaça e da cerveja artesanal	1.469	27

***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:

Inserções por mídias



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)

- **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.

- Total de inserções no período: **106**
- Custo benefício no período: **R\$ 3.429.001,33**



O quadro a seguir apresenta o Return On Public Relations Investment (ROPRI) que é a Taxa de retorno do Investimento em Relações Públicas.

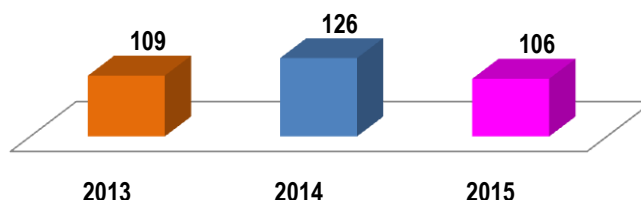
Return On Public Relations Investment (ROPRI)	
Investimento cliente	R\$ 4.500,00
Custo benefício mês	R\$ 3.429.001,33
ROPRI	76.100%

Soma ROPRI: $\frac{\text{Custo benefício (-) investimento cliente (*) 100}}{(\text{I}) \text{ investimento cliente}}$

II – HISTÓRICO DE RELACIONAMENTO

Veja a seguir, quadro comparativo ano a ano da Expocachaça desde o início do atendimento:

Inserções ano a ano



III - ÍNDICE DE QUALIDADE DE EXPOSIÇÃO POR MEIO DA VALORAÇÃO

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

III.1 – DESCRIÇÃO MÍDIA IMPRESSA

No total, foram conquistados **6.187,75 cm²** de espaço espontâneo em **mídia impressa – jornais e revistas**. Para conquistar um espaço como esse seria necessário um investimento total de **R\$ 293.897,83 (Duzentos e noventa e três mil oitocentos e noventa e sete reais e oitenta e três centavos)**. Veja a seguir a relação da **mídia impressa** de veículos, aparições, espaços conquistados e custo benefício.



Copyright PESSOA Comunicação e Relacionamento – registro 579-591 de 23/10/2012

Mídia Impressa – veículo, centimetragem e custo-benefício				
Jornais	Título	Data	Centimetragem (cm²)	Custo benefício (R\$)
Jornal do Gutierrez/ p.12	Feira Nacional da Cachaça na "Oeste"	01/05/2015	182	599,53
Jornal Estado de Minas/ Cultura	Haja fígado!	16/05/2015	36	1.494,78
Jornal Diário do Comércio/ Agronegócio/ p.12	Exposição estadual no Parque da Gameleira	25/05/2015	375	10.679,35
Jornal Diário do Comércio/ Agronegócio/ p.13	Cachaça mineira poderá ganhar mais espaço no mercado internacional	29/05/2015	1.020	29.047,83
Jornal Cidade Contagem/ Panorama/ p.04	25ª Expocachaça e a 9ª Brasilbier no Expominas	29/05/2015	140	3.149,26
Jornal Estado de Minas/ Agropecuário/ p.08	Mais uma dose?	01/06/2015	128,25	3.819,62
Jornal Estado de Minas/ Cultura	Expocachaça	01/06/2015	45,5	1.889,24
Jornal Diário do Comércio/ DC Mais	Expocachaça no Expominas	03/06/2015	65	1.851,09
Jornal O Tempo/ Magazine/ p.04	Fica a dica	03/06/2015	32	3.183,16
Jornal O Tempo/ Magazine/ p.10	Expocachaça e Brasil Bier	04/06/2015	10,5	1.044,47
Jornal Estado de Minas/ Divirta-se	Sgt. Peppers	05/06/2015	10	418,18
Jornal O Tempo/ Fim de Semana	Expocachaça e Brasil Bier	05/06/2015	8	149,47
Jornal O Tempo/ Fim de Semana	Expocachaça e Brasil Bier	05/06/2015	8	149,47
Jornal O Tempo/ Fim de Semana	Expocachaça e Brasil Bier	05/06/2015	6	112,11
Jornal Super Notícia/ Variedades	Expocachaça e Brasil Beer	05/06/2015	7,5	278,05
Jornal O Tempo/ Economia/ p.12	Estado define hoje nova fiscalização da cachaça	05/06/2015	493,5	49.090,26
Jornal Estado de Minas/ Cultura	Bazar	05/06/2015	25	1.038,04
Jornal Hoje em Dia/ Almanaque	O Expominas...	05/06/2015	28	795,79
Jornal Hoje em Dia/ Territórios Gastronômicos/ Capa	Chapa Quente	05/06/2015	96	3.511,58
Jornal O Tempo/ Gastrô/ p.04	A festa da marvada	05/06/2015	120	11.936,84
Jornal O Tempo/ Magazine/ p.10	Expocachaça e Brasil Beer	06/06/2015	8,75	870,39
Jornal Pampulha/ Almanaque	Expocachaça e Brasil Beer	06/06/2015	7	566,00
Jornal Pampulha/ Almanaque	Expocachaça e Brasil Beer	06/06/2015	7	566,00
Jornal Super Notícia/ Variedades	Expocachaça e Brasil Beer	06/06/2015	8,75	324,39
Jornal Super Notícia/ Variedades	Expocachaça e Brasil Beer	06/06/2015	7	259,51
Jornal O Tempo/ Economia	ICMS da cachaça vai baixar para 3%	06/06/2015	472,5	51.282,24
Jornal Super Notícia/ Variedades	Cachaça e cerveja artesanal em BH	06/06/2015	80	2.965,85
Jornal O Tempo/ Magazine/ p.10	Expocachaça	07/06/2015	10	1.234,21
Jornal Estado de Minas/ Feminino & Masculino/ p.07	Expocachaça	07/06/2015	16,25	816,03
Jornal Diário do Comércio/ Agronegócio/ p.16	Expocachaça movimentou R\$ 30 milhões em negócios	11/06/2015	272,25	7.753,21
Revista	Título	Data	Centimetragem (cm²)	Custo benefício (R\$)
Revista Mundo do Agronegócio/ Especial Expocachaça/ p.41	Expocachaça, 18 anos de Sucesso!	abr/15	2462	103.021,88
Total:			6.187,75 cm²	R\$ 293.897,83



III.1.a – DESCRIÇÃO MÍDIA WEB

Na Web foram conquistadas **28** inserções em **portais, sites e blogs**. Para conquistar um espaço como esse seria necessário um investimento total de **R\$ 17.871,03 (Dezessete mil oitocentos e setenta e um reais e três centavos)**. Veja a descrição completa da internet no quadro a seguir:

Mídia Web – veículo e data			
Portais	Título	Data	Custo benefício (R\$)
Portal G1	Melhor cachaça do mundo é feita em Minas Gerais e está na Expocachaça	05/06/2015	2.000,00
Portal G1	Expocachaça oferece bebidas que podem chegar a R\$ 2 mil a garrafa	06/06/2015	4.000,00
Portal Maxpress	BH, capital nacional da cachaça e da cerveja artesanal	01/06/2015	138,00
Portal Uai	Concorra a cortesias para a Expocachaça 2015	26/05/2015	483,00
Sites	Título	Data	Custo benefício (R\$)
Site Sou BH	Expocachaça e Brasilbier 2015	20/05/2015	90,00
Site Jornal Diário do Comércio	Exposição Estadual Agropecuária no Parque da Gameleira	23/05/2015	280,00
Site Jornal Turismo de Minas	Belo Horizonte recebe a 25ª Expocachaça	26/05/2015	65,00
Site Abividro	Belo Horizonte recebe em junho a 25ª Expocachaça	29/05/2015	54,00
Site Jornal Diário do Comércio	Cachaça poderá ganhar mais espaço no mercado internacional	29/05/2015	280,00
Site Portal do Agronegócio	Expocachaça começa nesta quinta, 4 de julho	01/06/2015	39,72
Site Portal PQN	BH, capital nacional da cachaça e da cerveja artesanal	01/06/2015	130,00
Site Bhaz	Programa-se! Belo Horizonte recebe a 25ª edição da Expocachaça a partir de quinta-feira	01/06/2015	180,00
Site Agenda BH	25ª Expocachaça e 9ª brasilbier	02/06/2015	60,00
Site Revista Globo Rural	Belo Horizonte recebe a 25ª Expocachaça	02/06/2015	2.000,00
Site Revista Globo Rural	Ações do Sebrae alavancam negócios de cachaçano Brasil	02/06/2015	6.000,00
Site Alfenas Hoje	Expocachaça começa nesta quinta, 4 de julho	03/06/2015	12,66
Site Revista Beerart	9ª Brasilbier em Belo Horizonte	04/06/2015	400,00
Site TV Alterosa	Ainda não visitou? Expocachaça vai até domingo em BH	04/06/2015	161,00
Site Jornal Diário de Contagem	Expocachaça esquentando a capital mineira	05/06/2015	19,66
Site Clic Folha	Expocachaça oferece bebidas que podem chegar a R\$ 2 mil a garrafa	06/06/2015	65,33
Site Plenário	Expocachaça oferece bebidas que podem chegar a R\$ 2 mil a garrafa	06/06/2015	12,66
Site Revista Minas Gourmet	Expocachaça e Brasilbier 2015	17/06/2015	400,00
Blogs	Título	Data	Custo benefício (R\$)
Blog Cachaçarias Nobres	Cachaça de Qualidade	29/05/2015	100,00
Blog Guia do Oeste	Feira Expocachaça é realizada em Belo Horizonte até domingo	05/06/2015	100,00
Blog Amar em BH	Expocachaça	01/06/2015	100,00
Blog Comanda de Bar	25ª ExpoCachaça BH	22/05/2015	200,00
Blog da Reauto	Expocachaça	03/06/2015	300,00
Blog Próxima Parada	A Expocachaça vem aí, com shows e degustações da bebida!	02/06/2015	200,00
Total:			R\$ 17.871,03



III.2 – DESCRIÇÃO MÍDIA ELETRÔNICA

Já em relação à mídia eletrônica, foram conquistados **6.360 segundos** de exposição, o que equivale a **1 hora e 46 minutos** de exibição do cliente em TVs e Rádios a um custo-benefício de **R\$ 3.117.232,47 (Três milhões cento e dezessete mil duzentos e trinta e dois reais e quarenta e sete centavos)**. Veja a descrição completa da mídia eletrônica no quadro a seguir:

Mídia Eletrônica - emissoras, tempo e custo-benefício				
Rádios/Programa	Título	Data	Tempo (em seg)	Custo benefício (R\$)
Rádio CBN/ CBN BH	25ª Edição da Expocachaça	01/06/2015	790	17.116,67
Rádio Inconfidência FM/ Bazar Maravilha	Sorteio de Ingressos	01/06/2015	109	654,00
Rádio Band/ Band News	Expocachaça	02/06/2015	100	883,33
Rádio Band/ Band News 2ª edição	Expocachaça	02/06/2015	50	441,67
Rádio CDL/ De Carona	25ª Expocachaça em BH	02/06/2015	25	150,33
Rádio Inconfidência FM/ Bazar Maravilha	Kits Culturais	02/06/2015	33	198,00
Rádio Inconfidência AM/ Hora do Fazendeiro	Capital nacional da Cachaça	03/06/2015	213	1.022,40
Rádio CBN/ CBN 2ª edição	BH é sede da 25ª Expocachaça	04/06/2015	165	2.750,00
Rádio Itatiaia/ Rádio Vivo	Expocachaça	04/06/2015	42	644,00
Rádio Band/ Band News	Movimentação bilionária na Expocachaça	05/06/2015	99	874,50
Rádio Band/ Band News	Expocachaça vai até domingo no Expominas	05/06/2015	104	918,67
Rádio Band/ Band News 1ª edição	Entrevista com diretor da Expocachaça	05/06/2015	238	2.102,33
Rádio Band/ Band News 2ª edição	Expocachaça no Expominas até domingo	05/06/2015	133	1.174,83
Rádio Band/ Band News 2ª edição	A Expocachaça vai até o próximo domingo	05/06/2015	228	2.014,00
Rádio Band/ Band News No Meio Dia	Expocachaça em BH até o próximo domingo	05/06/2015	202	1.784,33
Rádio CBN/ CBN BH	Expocachaça vai até domingo	05/06/2015	193	4.181,67
Rádio CBN/ CBN BH	Festival Expocachaça	05/06/2015	70	1.516,67
Rádio CBN/ CBN 2ª edição	Movimentação da Expocachaça em BH	05/06/2015	49	816,67
Rádio CBN/ CBN BH	Expocachaça em BH	05/06/2015	16	346,67
Rádio CBN/ CBN Brasil	Produtores de todo Brasil participaram da 25ª Edição da Expocachaça	05/06/2015	47	626,67
Rádio Inconfidência AM/ Revista da Tarde	Assinatura de protocolo de intenções na 25ª Exposição da Expocachaça	05/06/2015	44	211,20
Rádio Alvorada/ Alvorada Cultural	O Expocachaça continua hoje em Belo Horizonte	06/06/2015	140	1.260,00
Rádio Band/ Band News	Expocachaça	06/06/2015	243	2.146,50
Rádio Inconfidência AM/ Integração	Setor de cachaça e cerveja artesanal pede para ser incluído no simples visando liberar...	06/06/2015	218	1.046,40
Rádio Band/ Band News	Neste fim de semana tem a Expocachaça	06/06/2015	15	132,50
Rádio Band/ Band News	18ª Edição da Expocachaça	06/06/2015	32	282,67
Rádio Band/ Band News	18ª Edição da Expocachaça	06/06/2015	41	362,17
Rádio CBN/ CBN 1ª edição	25ª edição da Expocachaça no Expominas	06/06/2015	48	1.760,00
TVs/Programa	Título	Data	Tempo (em seg)	Custo benefício (R\$)
TV BH News/ Revista BH News	Sorteio de Ingressos	28/05/2015	75	6.375,00



Copyright PESSOA Comunicação e Relacionamento – registro 579-591 de 23/10/2012

TV BH News/ Revista BH News	Sorteio de ingressos para o Expocachaça 2015	01/06/2015	111	9.435,00
TV BH News/ Revista BH News	Sorteio de ingressos para o Expocachaça	01/06/2015	67	5.695,00
TV BH News/ Revista BH News	Sorteio de ingressos para a Expocachaça	02/06/2015	59	5.015,00
TV BH News/ Revista BH News	Sorteio de ingressos	02/06/2015	59	5.015,00
TV BH News/ Revista BH News	Ingressos para a Expocachaça 2015	03/06/2015	60	5.100,00
TV BH News/ Revista BH News	Ingressos para a Expocachaça	03/06/2015	40	3.400,00
TV BH News/ Revista BH News	Sorteio de ingressos	03/06/2015	102	8.670,00
TV Alterosa/ Jornal da Alterosa 2ª edição	Expocachaça vai até domingo	04/06/2015	155	29.258,83
TV Record/ Balanço Geral	Expocachaça	04/06/2015	443	133.904,13
TV BH News/ Cardápio Cultural	25ª edição da Expocachaça no Expominas	04/06/2015	33	1.045,00
TV Record/ Balanço Geral	28ª edição da Expocachaça	05/06/2015	600	181.360,00
TV Alterosa/ Jornal da Alterosa 1ª edição	BH sedia até domingo a Expocachaça	05/06/2015	160	28.704,00
TV Bandeirantes/ Band Minas	BH sedia a 25ª edição do Expocachaça	05/06/2015	132	37.153,60
TV Rede TV/ Notícias de Minas	Expocachaça	05/06/2015	114	15.276,00
TV Globo/ Bom dia Minas	Vai até domingo no Expominas a Expocachaça	05/06/2015	25	3.240,83
TV Alterosa/ SBT Brasil	Termina amanhã em Belo Horizonte a Expocachaça	06/06/2015	127	55.164,57
TV Globo/ MGTV 2ª Edição	Expocachaça em Minas Gerais	06/06/2015	150	147.835,00
TV Record/ Jornal da Record	A cachaça tenta conquistar o mercado mundial	06/06/2015	161	2.388.166,67
Total:			6.360 (seg)	R\$ 3.117.232,47

Vale ressaltar que este cálculo “custo-benefício” é realizado com base nas tabelas de anúncios vigentes no mês de janeiro de 2015. Não estão contabilizados neste valor os custos de agência, ou seja, de criação e produção do anúncio.

IV – 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.



V - EQUIPE ENVOLVIDA

Setores		
Atendimento	Relacionamento	Diretoria geral
Iaçanã Woyames – sócia diretora	Ana Paula Barbosa – coordenação de mensuração	Erika Pessoa
Paula Bicalho e Robson Valentim – dupla de atendimento	Gabriela Amorim – redação do relatório	
	Paula Rodrigues – 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