

# RECIBO DE PAGAMENTO DE SERVIÇOS PRESTADOS

Recebi do cliente GILLIANO FRED NASCIMENTO CUTRIM, CPF: 804.058.783-20, a importância de R\$ 10.000,00 ( dez mil reais) conforme especificado na Nota Fiscal Avulsa de número: 00000067, por nós emitida, referente aos serviços prestados de Marketing Digital , ou seja, publicidade e propaganda voltados para as redes sociais do cliente, no mês de janeiro de 2021.

Atenciosamente,  
São Luís/MA, 15 de fevereiro de 2021.

*Joubert Henrique Ribeiro Souza*  
*MATEUS MARK CALDAS GUIMARÃES SANDES*

CNPJ 34.763.388/0001-02

**HASHTAG**  
PROPAGANDA

**PREFEITURA DE SÃO LUÍS****SECRETARIA MUNICIPAL DE FAZENDA****NOTA FISCAL DE SERVIÇOS ELETRÔNICA - NFSe**

Número da Nota

**00000067**

Data e Hora da Emissão

**15/02/2021 15:55:58**

Código de Verificação

13F6.7B35.E050.8B93.8C98.E4B2.C6F2.ED95

**CERTIFICADO**  
1020210092111078**PRESTADOR DE SERVIÇOS**Nome / Razão Social: **HASHTAG PROPAGANDA LTDA**CPF / CNPJ: **34.763.388/0001-02**Inscrição Municipal: **98254034**Endereço: **R 02 - COHATRAC IV 42 - BAIRRO COHATRAC IV - CEP: 65054510**Município: **SAO LUIS**UF: **MA**Email: **gestao@hashtagpropaganda.**Telefone: **(98) 81844692****TOMADOR DE SERVIÇOS**Nome / Razão Social: **GILLIANO FRED NASCIMENTO CUTRIM**CPF/CNPJ: **804.058.783-20**

Inscrição Municipal:

Endereço: **AV JORNALISTA MIECIO JORGE/AVN DO VALE 23 ED. ELZA REGADAS APTO.701 - BAIRRO RENASCENCA - CEP: 65000000**Município: **SAO LUIS**UF: **MA**

Email:

Telefone:

**DISCRIMINAÇÃO DOS SERVIÇOS**

Descrição: PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA VOLTADOS PARA AS REDES SOCIAIS DO DEPUTADO FEDERAL GIL CUTRIM. COM O OBJETIVO DE DAR TRANSPARÊNCIA, PROMOVER E REPERCUTIR OS TRABALHOS REALIZADOS PELO DEPUTADO. REDES SOCIAIS TRABALHADAS: FACEBOOK/ TWITTER/ INSTAGRAM NO MÊS DE FEVEREIRO DE 2021.

Tipo do Item	Item	Quantidade	Valor Unitário (R\$)	Valor Total (R\$)
TRIBUTÁVEL	SERVIÇOS DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA	1	10.000,00	10.000,00

PIS (0,0000%):

**R\$ 0,00**

COFINS (0,0000%):

**R\$ 0,00**

INSS (0,0000%):

**R\$ 0,00**

IR (0,0000%):

**R\$ 0,00**

CSLL (0,0000%):

**R\$ 0,00****VALOR TOTAL DA NOTA = R\$ 10.000,00**

Valor Total Composição:

**R\$ 0,00**

Valor Total Deduções:

**R\$ 0,00**

Base Cálculo:

**R\$ 10.000,00**

Alíquota:

**2,70%**

Valor ISS:

**R\$ 270,00****OUTRAS INFORMAÇÕES**

Descrição NBS:

Local de Incidência Imposto: Estabelecimento do Prestador

Tributação: **TRIBUTÁVEL S.N.**

Mês de

**02/2021**

Local de Prestação do

**SAO LUIS / MA**

Recolhimento:

**PRÓPRIO**

Atividade:

**731900300 - MARKETING DIRETO**

Serviço:

**1706 - PROPAGANDA E PUBLICIDADE, INCLUSIVE PROMOCÃO DE VENDAS, PLANEJAMENTO DE CAMPANHAS OU SISTEMAS DE**

# RELATÓRIO

GIL CUTRIM

**HASHTAG**  
PROPAGANDA

## RELATÓRIO DE AÇÕES EM MÍDIAS SOCIAIS

CLIENTE: DEPUTADO FEDERAL GIL CUTRIM

### 1.0 - INTRODUÇÃO

O presente relatório contém uma análise qualitativa e quantitativa dos dados relativos aos canais digitais do deputado federal Gil Cutrim, com o foco da recepção dos usuários perante aos posicionamentos do deputado. As ações foram executadas pela Hashtag Propaganda em trabalho conjunto com a equipe de assessoria do cliente, no mês de Janeiro.

### 2.0 - RESUMO DAS AÇÕES DESENVOLVIDAS



# HASHTAG PROPAGANDA

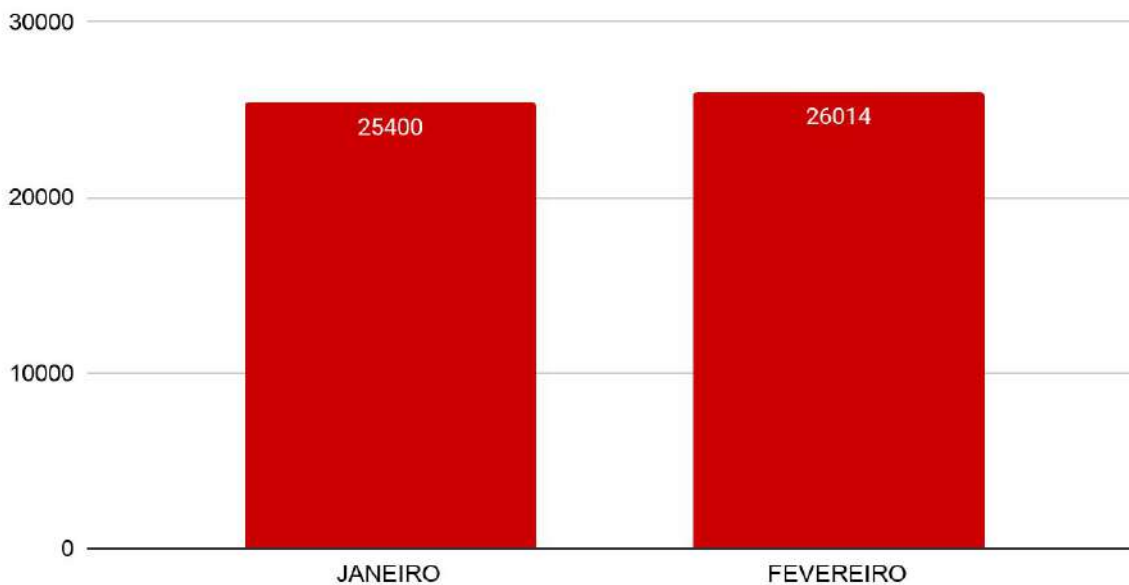
## INSTAGRAM

### INFORMAÇÕES DOS ÚLTIMOS 30 DIAS

**Número de seguidores:** 26.014

**Crescimento:** 614 seguidoreS

### SEGUIDORES INSTAGRAM



**Contas alcançadas:** 35.088

**Crescimento:** 5483

### CONTAS ALCANÇADAS

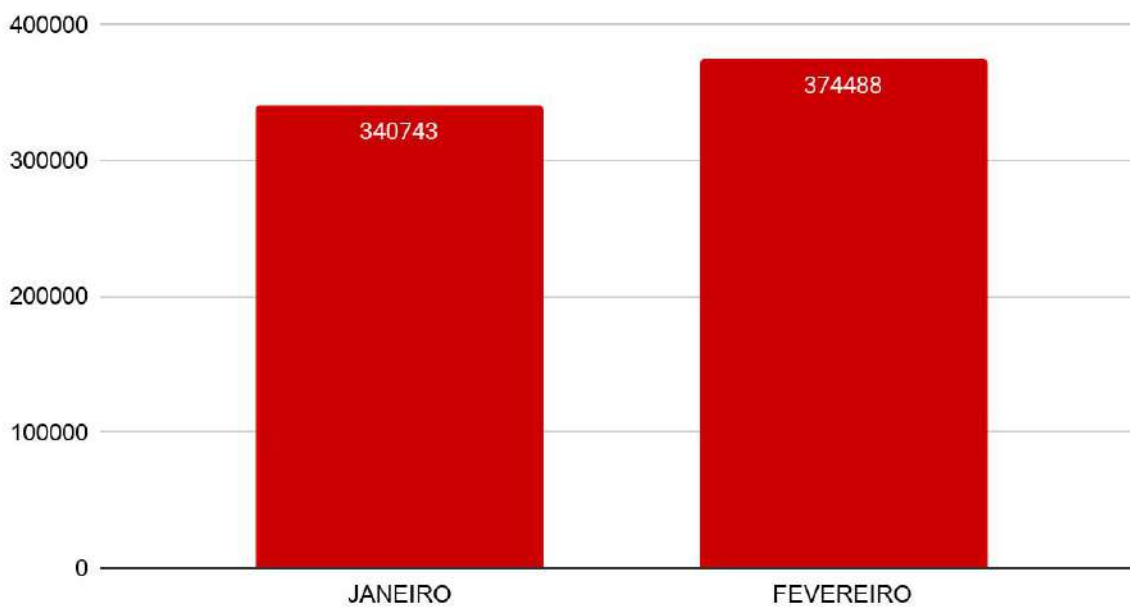


## HASHTAG PROPAGANDA

**Impressões:** 374.488

**Crescimento:** 33.745

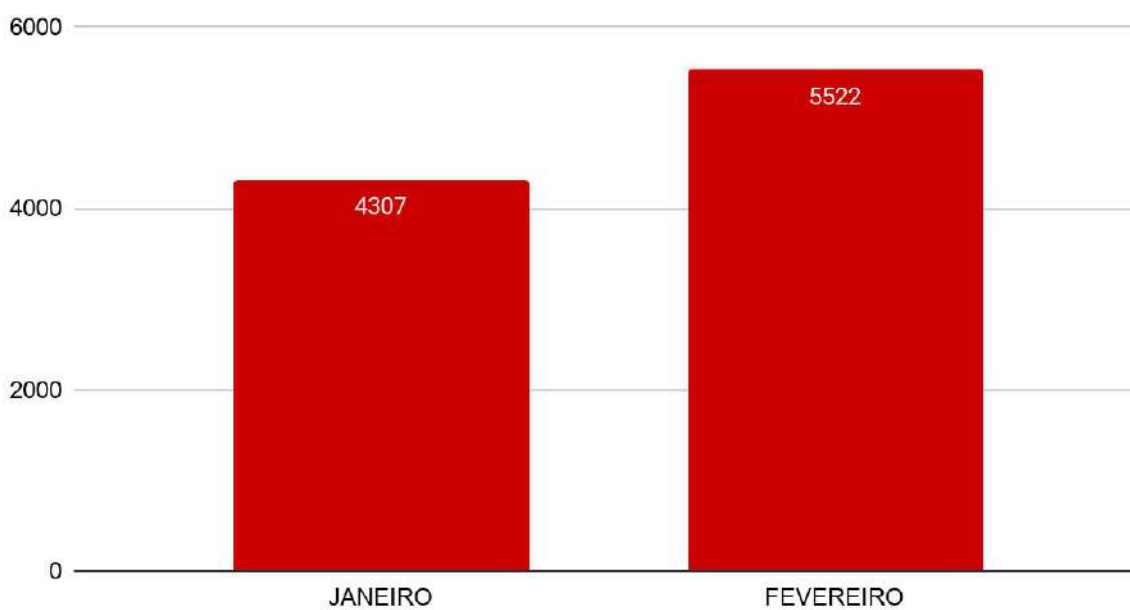
### IMPRESSÕES



**Visitas no perfil:** 5522

**Crescimento:** 1215

### VISITAS NO PERFIL



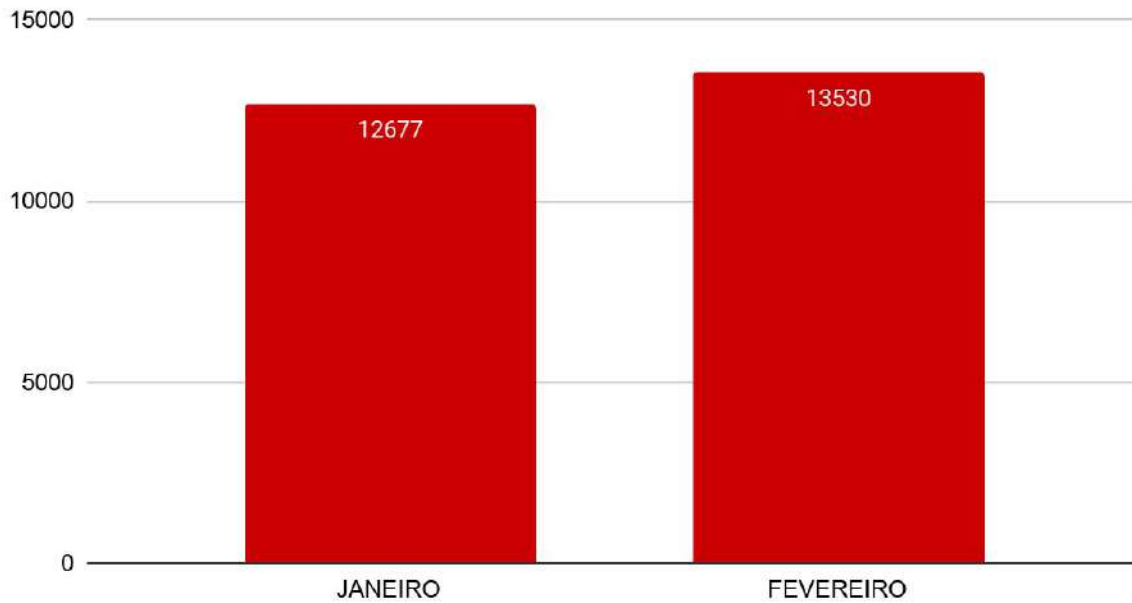
# HASHTAG PROPAGANDA

## INTERAÇÕES COM AS PUBLICAÇÕES - FEED NÚMEROS GERAIS

**Curtidas:** 13.530

**Crescimento:** 853

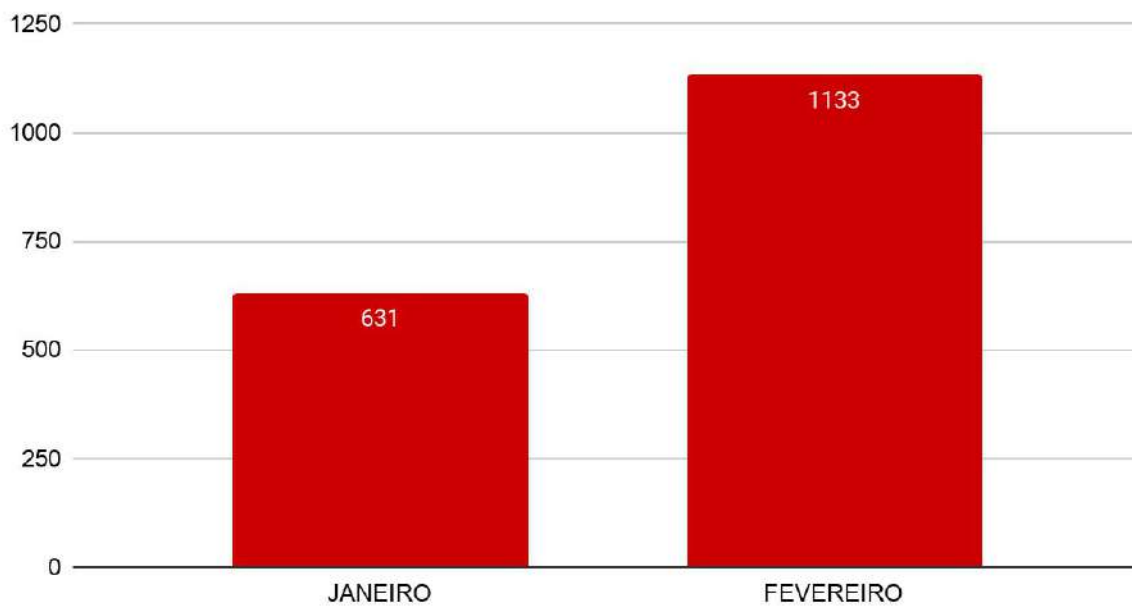
### CURTIDAS



**Comentários:** 1133

**Crescimento:** 502

### COMENTÁRIOS

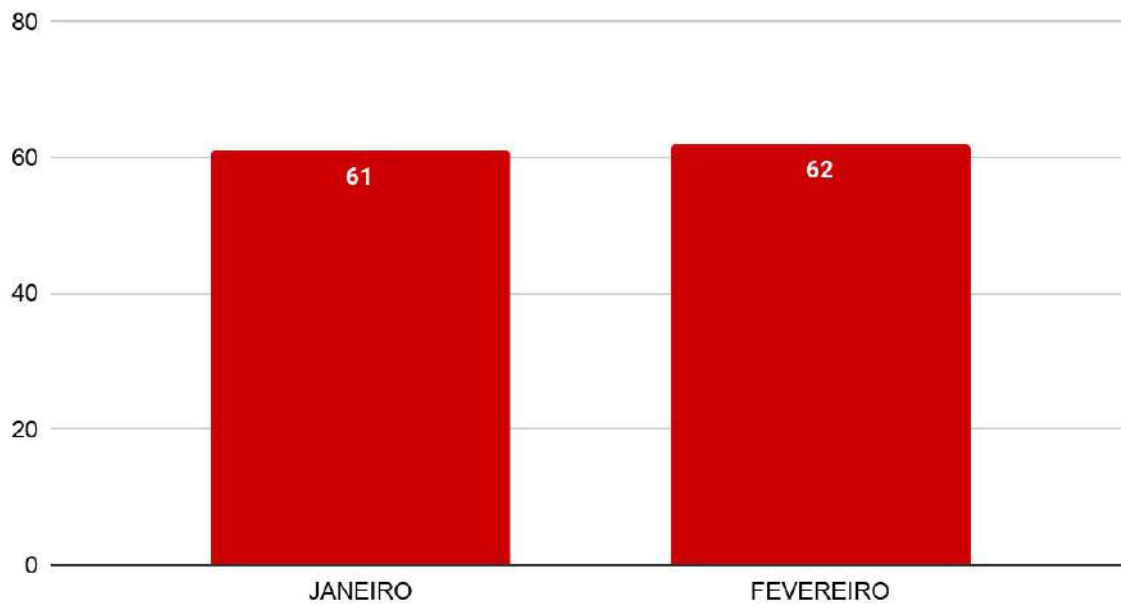


## HASHTAG PROPAGANDA

**Salvamentos dos posts pelos usuários: 61**

**Crescimento: 01**

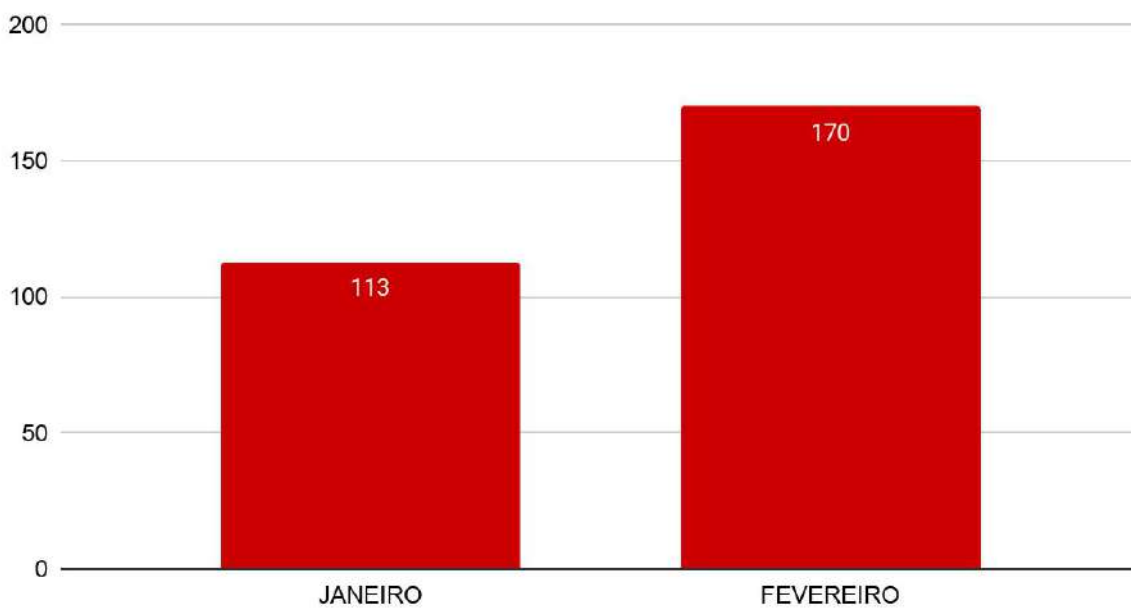
### SALVAMENTOS



**Compartilhamentos: 113**

**Crescimento: 57**

### COMPARTILHAMENTO



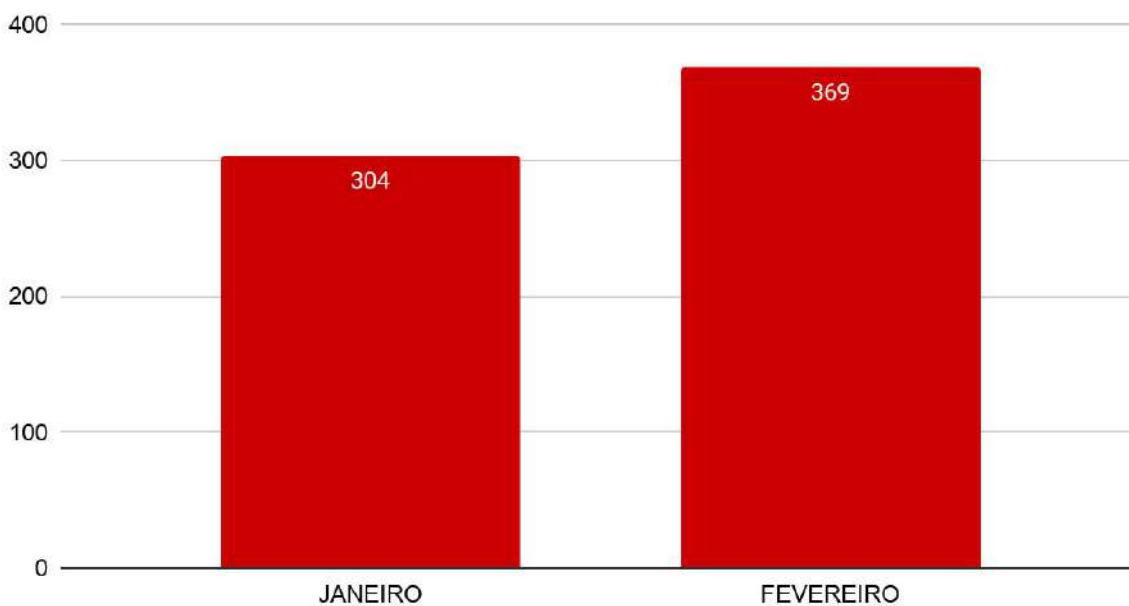
# HASHTAG PROPAGANDA

## STORIES NÚMEROS GERAIS

**Respostas:** 304

**Crescimento:** 65

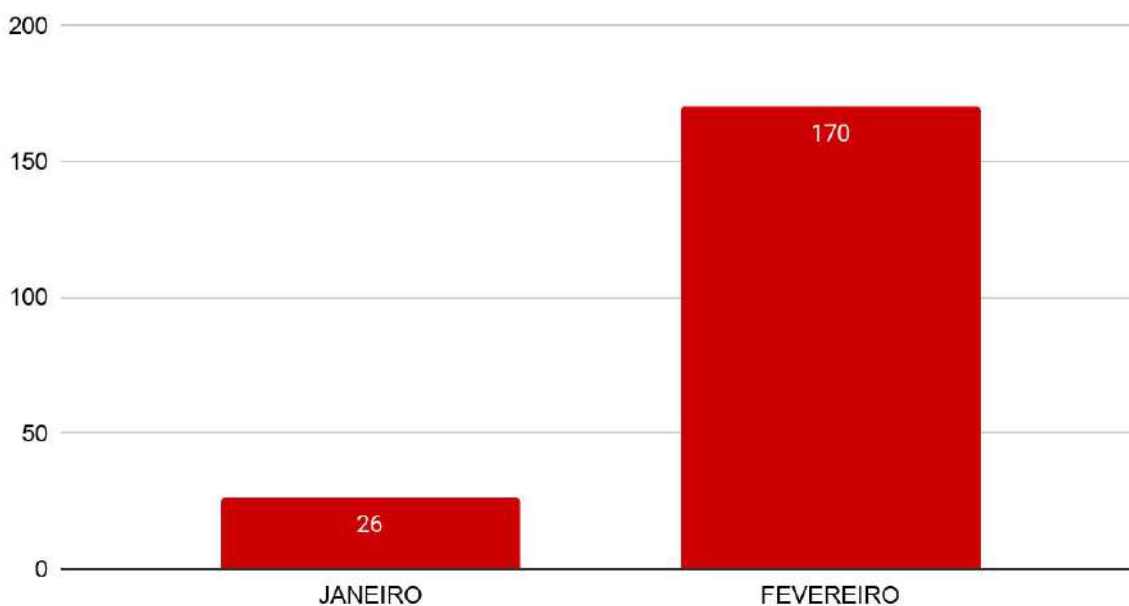
### RESPOSTAS STORIES



**Compartilhamentos:** 170

**Crescimento:** 144

### COMPARTILHAMENTOS STORIES



# HASHTAG PROPAGANDA

## PÚBLICO

PRINCIPAIS REGIÕES	JANEIRO	FEVEREIRO
São Luís	51,1%	51,0%
São José de Ribamar	3,6%	4,3%
Imperatriz	1,8%	1,8%
Brasília	1,8%	1,6%
Balsas	1,5%	1,4%

PRINCIPAIS FAIXAS ETÁRIAS	JANEIRO	FEVEREIRO
18-24	14,4%	14,1%
25-34	39,9%	39,9%
35-44	29,9%	30,1%
45-54	9,9%	10,1%

GÊNERO	JANEIRO	FEVEREIRO
MULHERES	50,7%	50,6%
HOMENS	49,3%	49,4%

QUANTIDADE PUBLICAÇÕES	JANEIRO	FEVEREIRO
FEED	60 PUBLICAÇÕES	43 PUBLICAÇÕES
STORIES	147 PUBLICAÇÕES	143 PUBLICAÇÕES

# HASHTAG PROPAGANDA

Postagens do feed com o maior número de alcance



Stories com o maior número de impressões



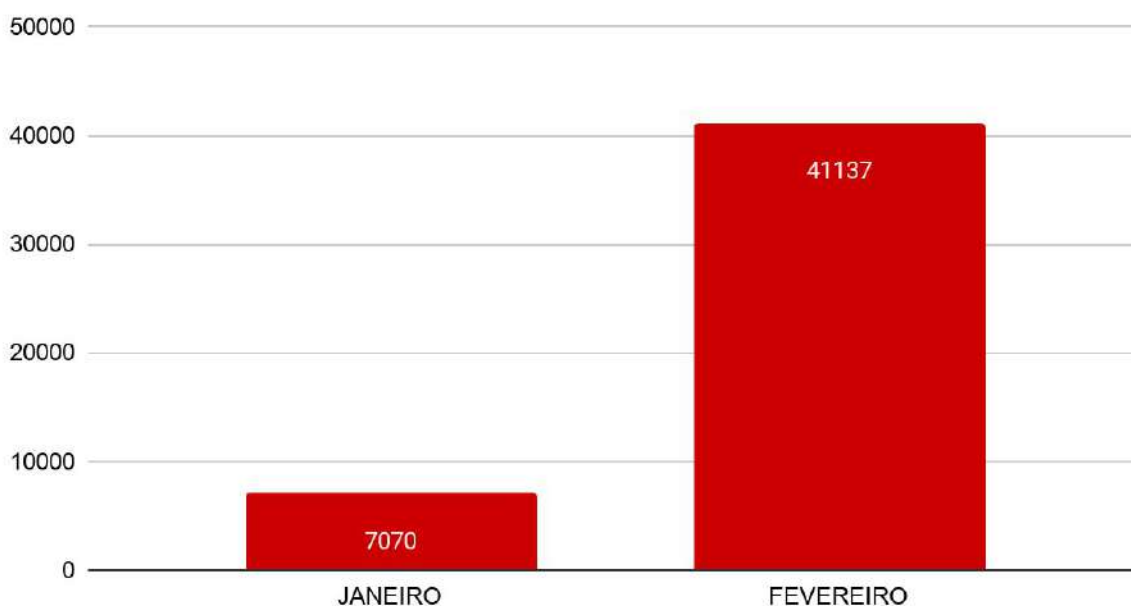
## FACEBOOK

### INFORMAÇÕES GERAIS

Pessoas alcançadas: 41.137

Crescimento: 34.067

### ALCANCE

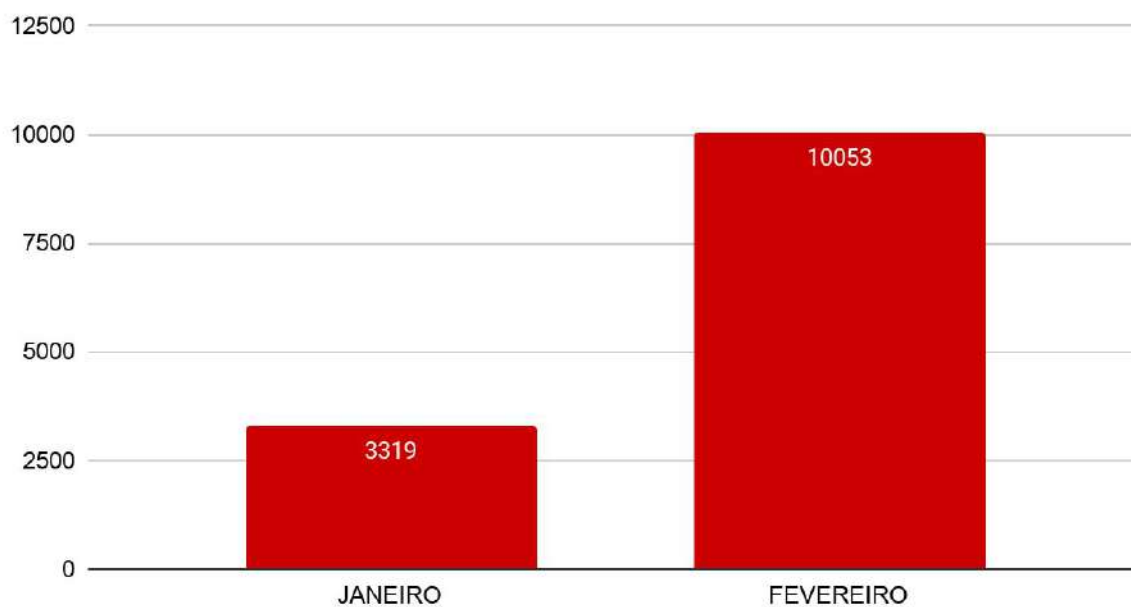


## HASHTAG PROPAGANDA

**Engajamento com as publicações: 10053**

**Crescimento: 6734**

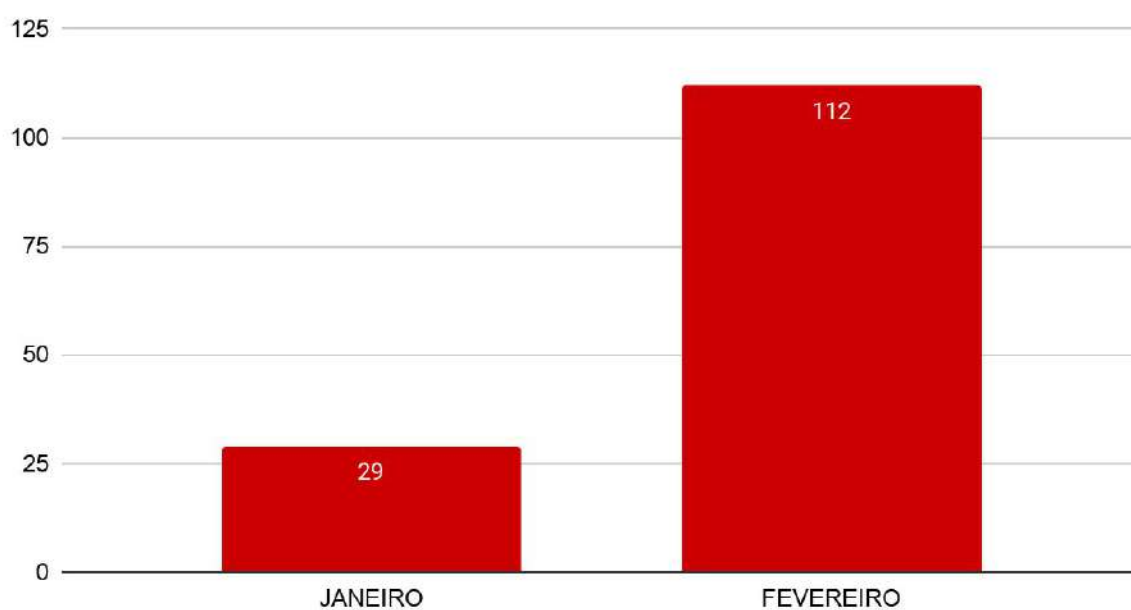
### ENGAJAMENTO



**Curtidas na página: 112**

**Crescimento: 83**

### CURTIDAS NA PÁGINA



## HASHTAG PROPAGANDA

### PÚBLICO

PRINCIPAIS REGIÕES	JANEIRO	FEVEREIRO
São Luís	53,1%	55,6%
São José de Ribamar	14%	14,9%
Brasília	1,3%	1,1%
Lago Verde	1,2%	1,2%
São Paulo	1,1%	1,1%

PRINCIPAIS FAIXAS ETÁRIAS	JANEIRO	FEVEREIRO
18-24	7%	5%
25-34	19,7%	20%
35-44	18%	18%
45-54	8%	7%

### GÊNERO

GÊNERO	JANEIRO	FEVEREIRO
MULHERES	54,8%	55%
HOMENS	45,2%	45%

# HASHTAG PROPAGANDA

## Publicações com o maior número de alcance



Lamento a morte do ribamarense Nilsinho, que foi brutalmente assassinad...

8 de fevereiro de 2021

**Alcance**ReaçõesComentáriosCompartilhament  
**19,72K** 1.483 230 --



É com grande pesar que recebemos essa notícia...

1 de fevereiro de 2021

**Alcance**ReaçõesComentáriosCompartilhament  
**1.679** 19 2 --



Encaminhei ontem ofício à Secretaria de Segurança do Maranhão, solicitando ...

9 de fevereiro de 2021

**Alcance**ReaçõesComentáriosCompartilhament  
**2.993** 117 24 --



Estamos com o deputado Arthur Lira para presidência da Câmara dos De...

1 de fevereiro de 2021

**Alcance**ReaçõesComentáriosCompartilhament  
**990** 38 20 --



Nosso "carnaval" tá sendo assim. Grudados em família! ...

14 de fevereiro de 2021

**Alcance**ReaçõesComentáriosCompartilhament  
**2.499** 165 22 --



Vamos sentir falta de um dos carnavais mais bonitos do Brasil, mas ano que ve...

7 de fevereiro de 2021

**Alcance**ReaçõesComentáriosCompartilhament  
**975** 14 11 --

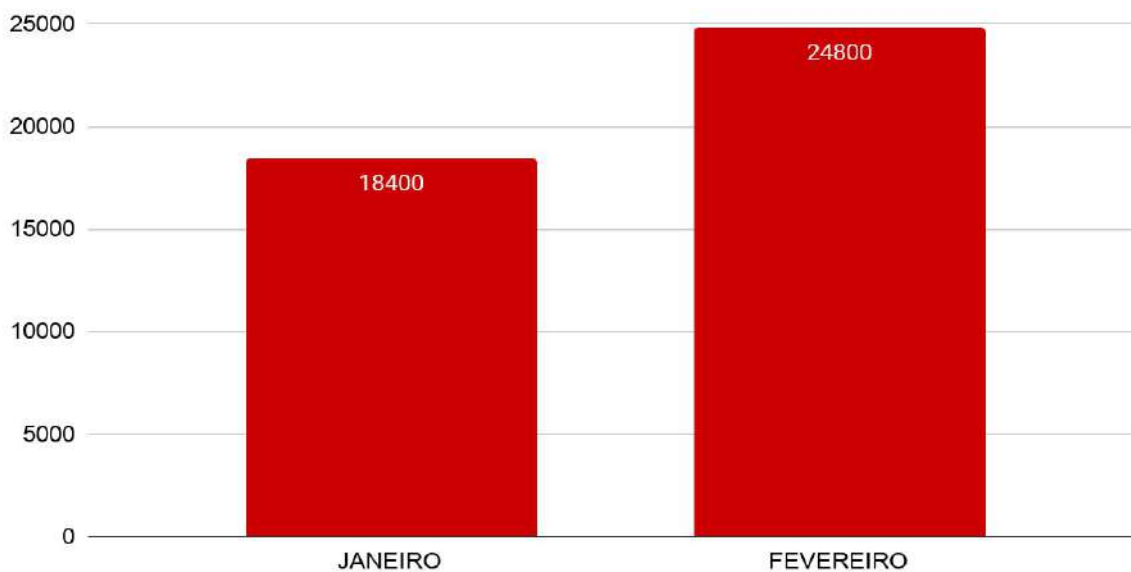
# HASHTAG PROPAGANDA

## TWITTER

Impressões: 24.800

Crescimento: 6.400

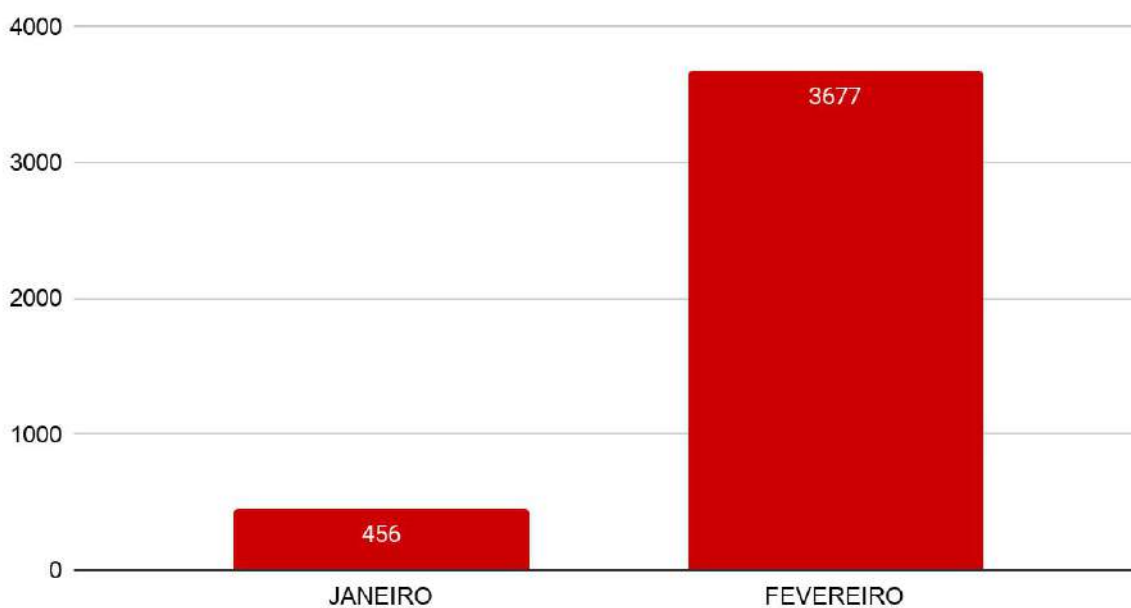
### IMPRESSÕES



Visitas no perfil: 3677

Crescimento: 3221

### IMPRESSÕES

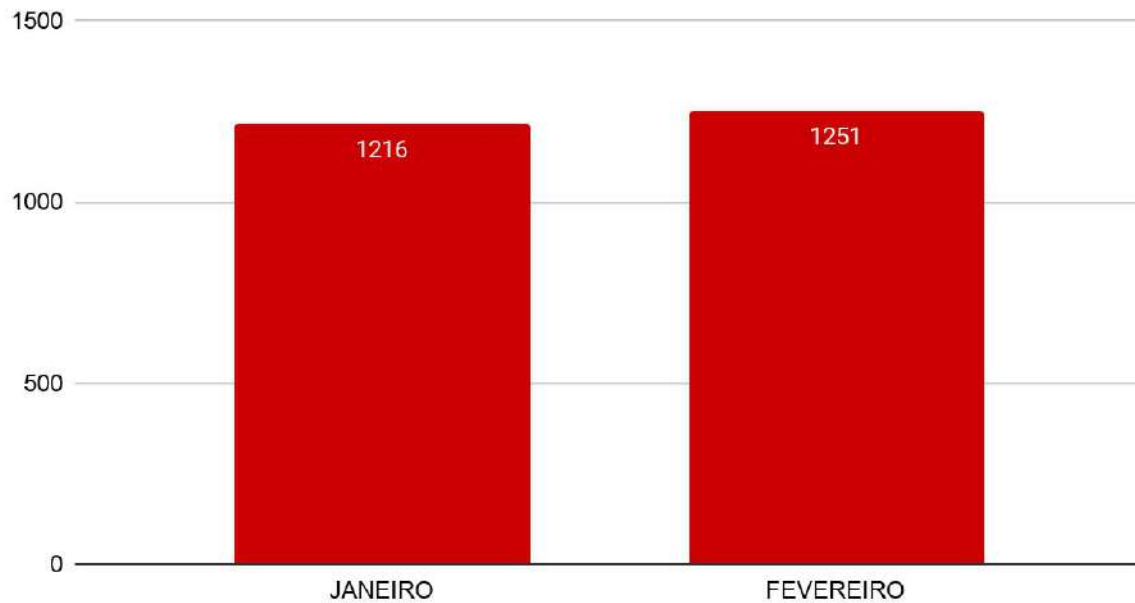


## HASHTAG PROPAGANDA

**Seguidores: 1,251**

**Crescimento: 35**

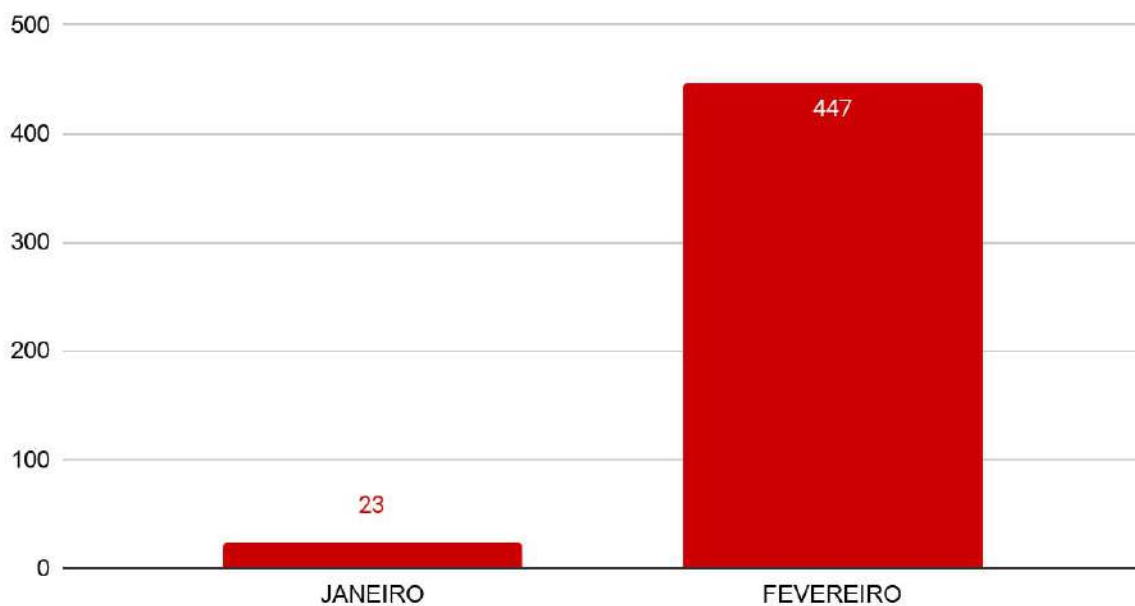
### SEGUIDORES



**Menções: 447**

**Crescimento: 424**

### MENÇÕES

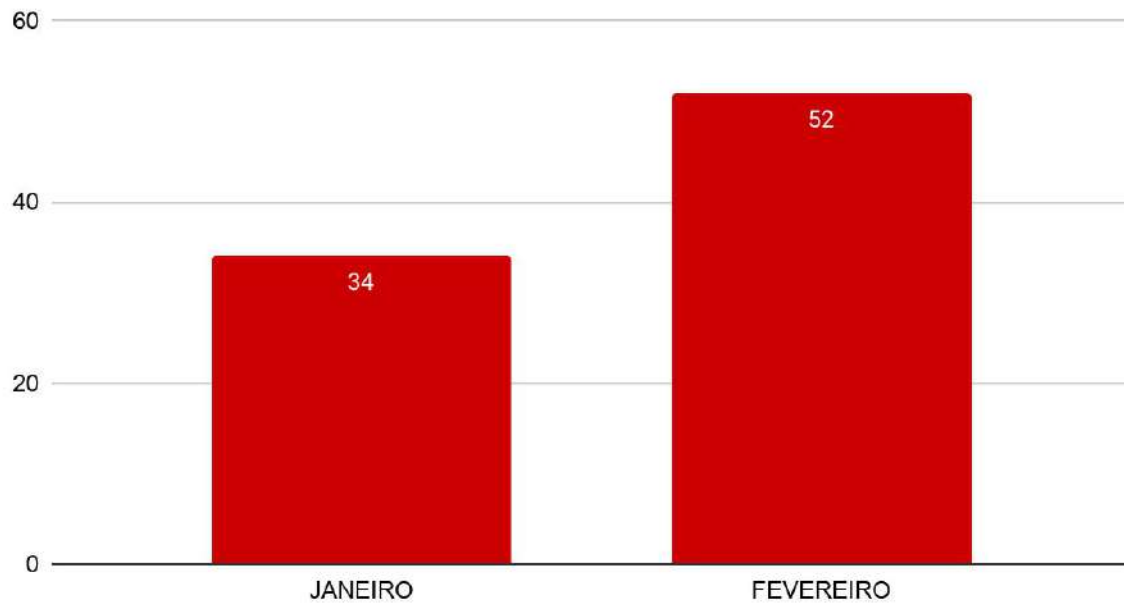


# HASHTAG PROPAGANDA

**Tweets: 52**




**Crescimento: 18**

## QUANTIDADE DE TWEETS



## HASHTAG PROPAGANDA

### Tweets de maiores engajamentos

	<p><b>Gil Cutrim</b> @gicutrim - Feb 11</p> <p>O presidente Jair Bolsonaro sinalizou que o auxílio emergencial terá a duração de 3 a 4 meses e deverá ser pago a partir de março. Ótima notícia para as milhares de famílias e aos trabalhadores informais, que ficaram sem fonte de renda na pandemia da Covid-19.</p> <p><a href="#">View Tweet activity</a></p>	222	7	3.2%
	<p><b>Gil Cutrim</b> @gicutrim - Feb 11</p> <p>Aprovado o PL27/11 que dispõe sobre pena maior para quem destruir, inutilizar ou deteriorar vacina ou insumo usado para o combate à Covid-19. Precisamos punir de forma eficaz e defender protocolos rigorosos para garantir a vacinação à população.</p> <p><a href="#">View Tweet activity</a></p>	183	8	4.4%
	<p><b>Gil Cutrim</b> @gicutrim - Feb 11</p> <p>Aprovamos o projeto de resolução que estipula o sistema híbrido de votações para permitir a volta dos trabalhos nas comissões de forma presencial e remota de deputados sem provocar aglomerações e com os devidos cuidados para votar projetos que visam atender melhor à população.</p> <p><a href="#">View Tweet activity</a></p>	189	3	1.6%
	<p><b>Gil Cutrim</b> @gicutrim - Feb 10</p> <p>Aprovamos o requerimento de urgência do Projeto de Lei 5638/20. A proposta dispõe sobre o Programa Emergencial de Retomada do Setor de Eventos. O seguimento foi o mais prejudicado na pandemia. É importantíssimo trazer o fomento efetivo para área do entretenimento.</p> <p><a href="#">@AbrapeOficial</a></p> <p><a href="#">View Tweet activity</a></p>	218	15	6.9%
	<p><b>Gil Cutrim</b> @gicutrim - Feb 10</p> <p>Encontro com o senador e amigo <a href="#">@wevertonrocha</a> no Senado Federal, dialogando sobre estado do Maranhão.</p> <p><a href="https://pic.twitter.com/ecSKNIOHLT">pic.twitter.com/ecSKNIOHLT</a></p> <p><a href="#">View Tweet activity</a></p>	251	11	4.4%

## **ANÁLISE E METAS**

Tivemos um bom desempenho nas redes sociais nos últimos 30 dias, com o aumento expressivo de engajamento e curtidas nos canais oficiais do deputado Gil Cutrim.

Alguns dos motivos que podemos destacar como importantes para que isso acontecesse, foram os posicionamentos do deputado durante o período, as estratégias de impulsionamentos adotadas, a eleição que definiu os novos presidente das Casas do Congresso Nacional, que recebeu muito foco da grande mídia nacional, e os conteúdos divulgados que conversavam com os temas discutidos pela sociedade como, o carnaval e a Covid-19. Temas que geram muitos debates nas redes sociais.

Vale destacar que a enquete sobre a reforma administrativa, recebeu o maior número de comentários dos últimos 30 dias porém, não estava entre as mais engajadas do período, pois não obteve o número de curtidas, alcance e compartilhamento necessárias. Além disso, os recentes comentários não são de perfis verdadeiros, é uma estratégia de guerrilha que vem sendo adotada para pressionar deputados a aprovarem matérias do interesse do Executivo. Por isso a maioria são perfis fechados.

## **PÚBLICO**

Nós tivemos um aumento significativo no número de pessoas acima dos 20 anos, apesar das redes ainda possuírem uma porcentagem razoável do público de 15 a 18 anos, faixa etária de pessoas que nunca votaram ou vão votar nas próximas eleições. Isso é um sinal positivo, pois sabemos que os maiores influenciadores na decisão de um voto são os líderes familiares como o pai, a mãe, o tio e etc. Um público adulto, mais maduro e com mais senso crítico.

Tivemos um pequeno aumento no público feminino, que já era o maior até então. Pautas que lembrem ou falem sobre as temáticas femininas devem receber destaques sempre que possível, pois segundo estudos, as mulheres são as responsáveis pelas decisões entre os familiares, a maior influenciadora de um voto em uma residência.

### **O QUE VAMOS MELHORAR?**

Vamos trabalhar agora para expandir a comunicação do deputado federal para as cidades interioranas do estado, através de estratégias como os posts patrocinados, para aumentar a regionalização da comunicação através das mídias sociais, que hoje é concentrada na região metropolitana de São Luís, com destaques para a Capital do Estado e o município de São José de Ribamar.