



**É trabalho sem parar. De quem ama Cuiabá.**  
A prefeitura da humanização está mexendo o doce em todas as áreas e em toda Cuiabá.

**A maior obra estruturante saiu do papel.**

- Concluiu a duplicação da Av. dos Trabalhadores, uma obra destravada nesse sentido;
- Avanço de maior obra estruturante da História de Cuiabá, a Av. Conde de Lencóis. A primeira etapa já foi concluída.

**Damos mais de responsabilidade com a Educação.**

- Construção de novos CDCs, verdadeiros coelhos em tempo integral;
- Reforma e construção de novas escolas;
- Criação do uniforme e kit escolar, um modelo que serviu de exemplo para todo o Estado;
- Valorização dos servidores com capacitação, não integral com ganho real, sem perda de salário.

**Saúde humanizada acontece a todos.**

- Construímos o Hospital Municipal de Cuiabá, que atende pacientes de todo o estado;
- Implementamos o programa SOS AVC;
- Criamos o Programa AMOR;
- Enhogamos a UPA Venício;
- Construímos o Centro de Especialidades Odontológicas.

**Mais segurança e conforto, também fora de casa.**

- Depois das chuvas, a operação tapa buracos avança em todo o IDBAC;
- Mais 43 novas ônibus nas ruas. Já são 162 antigas;
- Mais de 70% de frota de ônibus climatizada, um recorde nacional.

[cuiaba.mt.gov.br](http://cuiaba.mt.gov.br) @cuiabaprefeitura /prefeituracuiaba CuiabáSomos



## Campanha: Trabalho sem parar de quem ama Cuiabá.

- Defesa/conceito

Essa Campanha, *Trabalho Sem parar de quem ama Cuiabá* teve como objetivo demonstrar ao público que a Prefeitura de Cuiabá não para de trabalhar por nossa cidade. E assim, deixar claro que a capital já avançou muito e continua avançando em diferentes áreas e para toda nossa gente.

Período da campanha: julho/2023 até outubro/2023. Essa campanha foi distribuída ao longo do período de forma a manter a mensagem sempre presente e com frequência necessária para manter a população informada dos avanços em nossa cidade.

Para que essas informações chegassem com eficiência foram utilizados os diferentes meios de comunicação. Como: televisão aberta e programas locais, internet (sites de notícias), rádio, mídia impressa (jornal e revista). A partir da definição dos meios, foram selecionados os veículos de comunicação que atendem aos objetivos propostos de alcance, frequência e abrangência, impactando o público-alvo, e fortalecendo a mensagem dessa campanha.