

RACIOCÍNIO BÁSICO

Induzir o desenvolvimento, estimular o empreendedorismo e a valorização da cultura, história, gastronomia e manifestações artísticas do seu povo é um papel do Poder Público tão relevante quanto prover as necessidades básicas dos seus cidadãos, como saúde, educação, infraestrutura e segurança. Os princípios mais modernos de gestão apontam neste sentido. E a explicação é simples: uma vertente está diretamente ligada à outra.

Um povo que vê suas raízes valorizadas acaba se sentindo naturalmente mais forte, maior e mais capaz. Tem, portanto, muito mais condição de ser ator direto das transformações que ele próprio deseja para a sua vida. Com isso, se torna produtivo, contribuinte no sentido mais pleno da palavra e cria, com o Poder Público, uma relação positiva de interdependência.

Além disso, no contexto atual de visibilidade ao qual todos nós estamos expostos, negar à cidade este tipo de postura é abrir as portas a críticas severas, fundadas e devastadoras não só da imagem institucional de um ente público como, sobretudo, da sua respeitabilidade e do sentimento de pertencimento a um conjunto coletivo, maior, mais sólido e com muito mais chances de atingir seus objetivos.

Mas manter, estimular e ampliar esta valorização da população, seus mais valorosos bens e, ainda por cima, prover serviços e estrutura básicos, são coisas que dependem, indubitavelmente, de recursos financeiros.

Nos últimos anos, no turbilhão composto pela iminência de uma crise econômica nacional sem precedentes, passando pelo âmago desta crise e, agora, começando a sair dela, a Prefeitura de Natal tem se mantido quase incólume a obstáculos gerenciais que têm feito muitas das gestões do país (municipais e estaduais) sucumbirem.

Considerando o período de 2012 a 2019, a cidade vem conseguindo levar adiante algumas obras de grande relevância, manter os serviços básicos funcionando dentro de uma normalidade até surpreendente, diante do contexto de dificuldades financeiras, e se apropriou, com louvor e justiça, do rótulo de gerenciamento eficiente e eficaz dos recursos públicos.

Em linhas gerais, a Prefeitura do Natal tem apresentado aos municíipes uma imagem de gestão moderna, que se coaduna com os conceitos acima listados. Entre os trunfos que possui para ratificar esta imagem estão o equilíbrio financeiro que tem permitido, entre outras coisas, manter em dia os salários do funcionalismo e as contrapartidas para investimentos com recursos federais.

Tal posicionamento de imagem tem se refletido nos índices de aprovação da gestão municipal. Segundo pesquisa publicada em junho de 2019 pelo jornal Tribuna do Norte, com dados do Instituto de Pesquisas Consult, a atual gestão é aprovada por 54,5% dos natalenses, um percentual muito bom diante do cenário nacional. Serviços como limpeza e iluminação pública, saúde e educação do município também aparecem, na mesma pesquisa, muito avaliados pela população.

Considerando que apenas o custeio da máquina pública e destes serviços básicos, consomem mais de 95% das receitas do município de Natal, parece bastante claro que a manutenção desta boa relação com a sociedade está intimamente ligada exatamente à condição da Prefeitura de manter o equilíbrio financeiro em suas contas, algo para o qual torna-se imprescindível o incremento de arrecadação de impostos, taxas e contribuições. Uma medida recente, aliás, aponta neste caminho. Em uma atitude corajosa, a Prefeitura de Natal promoveu a revisão dos cálculos dos valores devidos a título de IPTU na cidade, corrigindo algumas distorções que, além de produzir injustiças fiscais, freavam fortemente a arrecadação deste imposto que compõe a lista das principais fontes de receita própria do município.

Na ocasião, a Secretaria de Tributação de Natal promoveu o reajuste do IPTU em cerca

de 13 mil imóveis. Tal medida foi possível na esteira de uma alteração na forma de cálculo do imposto, que passou a incidir sobre os valores venais das propriedades, aqueles determinados pelo poder público. Antes, ele era calculado com base na planta genérica dos imóveis.

Sem realizar, portanto, nenhuma alteração de alíquota, e cumprindo o que determina o Código Nacional de Tributação, o Poder Público Municipal conseguiu elevar, em alguns casos, em até 200% o imposto cobrado de determinados imóveis.

É claro que medidas como esta são limitadas e finitas. Fica claro, portanto, que manter o ritmo de aumento de arrecadação só será possível e sustentável se for buscado o caminho de estimular o aquecimento da atividade econômica na cidade, fazendo crescerem naturalmente os valores arrecadados com impostos como ISS, ICMS e taxas de licenciamento, outras fontes importantes de receita para a cidade.

Cabe aqui um parêntese para registrar a relevância de Natal no contexto estadual. São muitos os números que ratificam isso. Ela concentra cerca de 30% da população do estado, 52% da arrecadação de impostos e 48% dos empregos formais gerados no Rio Grande do Norte. Também estão na cidade as sedes dos poderes Executivo, Legislativo e Judiciário potiguares. Tais dados ratificam o caráter ímpar de Natal como sustentáculo econômico, político e social, além de impor à gestão municipal grandes desafios, como o de equalizar receitas e despesas para a manutenção de serviços públicos e investimentos em infraestrutura.

Uma análise do perfil econômico de Natal aponta que a cidade tem na atividade turística um de seus sustentáculos. Para se ter uma ideia do potencial desta atividade, a Natal conta com quase 49 mil leitos, divididos em pouco mais de 400 estabelecimentos de hospedagem. As atividades turísticas empregam, diretamente, cerca de 60 mil pessoas na cidade e geram praticamente 40% dos impostos para os cofres públicos.

Além disso, os segmentos de comércio e serviços (no qual se insere o turismo), juntos, respondem por aproximadamente 60% do PIB municipal e, por estarem fortemente interligados, exigem uma atenção diferenciada do Poder Público.

Atualmente, há três grandes períodos do ano em que os eventos alusivos começam a ser reconhecidos como necessários e potencialmente referenciais na capital potiguar. São eles: "Carnaval", "Festejos Juninos" e "Natal em Natal". E é exatamente sobre o "Natal em Natal" como ferramenta de estímulo ao desenvolvimento social e econômico da cidade que iremos nos debruçar.

Dante dos números, fica claro que investir em ações com reflexos no incremento desta atividade tende a render resultados efetivos para a municipalidade. E tais resultados podem se fundamentar em diversas bases.

A primeira, e mais óvia, é exatamente o incremento da atividade econômica, com claros impactos sociais, na medida em que estimula a geração de emprego e renda para a população e abre portas para o aumento de arrecadação de impostos, taxas e contribuições. Esta vertente econômica também se estende no sentido de valorizar os artistas locais. As muitas ações paralelas ligadas à extensa programação que se espera do evento "Natal em Natal" abrem espaço para a contratação de um número considerável deles, aquecendo um mercado que, sem estes eventos, estaria vivendo um período de letargia.

Na mesma linha, o leque variado de ações que o "Natal em Natal" enseja, abre a possibilidade de se promover cadeias produtivas da cidade como o artesanato, a gastronomia e as artes plásticas e cênicas. Tudo isso, registre-se, se insere no papel institucional desejado e historicamente desempenhado pela Prefeitura de Natal.

No entanto, é importante ressaltar que comunicar a relevância deste tipo de investimento não é simples. Os motivos são muitos.

O primeiro deles é que há diversos estereótipos a serem quebrados. Frases prontas como: "É inadmissível retirar dinheiro da saúde e da educação para investir em festa"; ou, ainda: "Faltam remédios no posto de saúde de tal bairro, mas dinheiro para pagar iluminação bonita e atrações musicais caras não falta", estarão sempre em uso por uma parcela da sociedade ou mesmo da imprensa.

Além disso, o fato de que os artistas nacionais, sejam cantores, escritores (que venham participar de um festival literário, por exemplo) ou mesmo grupos de teatro, por premissa só fazem suas participações em eventos públicos após receber os valores combinados como cachê.

Já com os artistas e atrações locais, este pagamento é sempre negociado para depois, o que gera um ponto sensível de possível crise pós-evento (sempre haverá a manchete: "Enquanto artistas nacionais já receberam há seis meses, artistas locais que se apresentaram no 'Natal em Natal' ainda não viram a cor do dinheiro da Prefeitura").

Um dos maiores desafios de comunicação, portanto, será o de deixar claro que o investimento a ser feito no evento, além de ínfimo na comparação com as necessidades ligadas à saúde e educação e de, diferente destes, poder ser parcialmente viabilizado por meio de parcerias com a iniciativa privada, também traz um retorno extremamente vantajoso para a cidade, seja em ganho institucional, de imagem e até financeiro.

Para fazer isso a Prefeitura de Natal deve começar otimizando recursos públicos. Neste sentido, ajuda bastante o fato de que, do ponto de vista de comunicação, a Prefeitura de Natal tem conseguido, nos últimos anos, acompanhar de maneira satisfatória a evolução, da forma e conteúdo, imposta a todas as instituições pelos novos canais e novos hábitos da população. Com quase 80 mil seguidores no Instagram, mais de 160 mil curtidores na sua página oficial do Facebook e quase 56 mil seguidores no Twitter, além de um prefeito bastante ativo nas redes sociais, a instituição conta hoje com um conjunto de canais próprios que pode ser considerado bastante relevante para disseminar conteúdo.

De uma maneira geral, a linha de comunicação tem seguido a estratégia de exaltar a autoestima dos natalenses e reforçar a proximidade da Prefeitura com eles, seja por meio de obras, atividades, projetos ou iniciativas. Do ponto de vista gerencial há uma certeza, reforçada diuturnamente, da necessidade de se buscar o incremento de receitas que, aliado ao corte de despesas, pode garantir a manutenção do equilíbrio financeiro das contas públicas, condição imprescindível para se manter investimentos e o custeio da máquina municipal.

Neste sentido, medidas que estimulem a atividade econômica da cidade tendem a se coadunar com o esforço de incremento de receita.

E é sobre este binômio que a linha dos textos que darão sustentação às peças, devem seguir, assim como os canais a serem preferencialmente utilizados. O evento é necessário como diferencial para uma cidade turística e o investimento a ser feito nele trará retornos exponenciais a Natal e ao seu povo.

Desta forma, fica compreendido que o ponto geral é comunicar o evento, da melhor forma possível, com uma roupagem mais moderna e limpa, na qualidade de diferencial competitivo turístico para Natal. Já do ponto de vista específico, a comunicação deve deixar claro para a população que os investimentos feitos no evento, além de otimizados, estão alinhados com o estilo gerencial de buscar retorno aos valores aplicados pelo Poder Público. No caso, estes retornos virão em forma de maior atração de turistas, incremento econômico e valorização da cultura, da arte e da história da cidade.

Além disso, é preciso garantir que a comunicação seja eficiente e eficaz, buscando sempre a máxima visibilidade e impacto. Isso pode ser alcançado através de estratégias de marketing digital, como redes sociais, e-mail marketing, publicidade online e outras ferramentas de comunicação digital.

É importante ressaltar que a comunicação deve ser integrada ao planejamento e execução do evento. Isso significa que a comunicação deve ser planejada e executada de maneira a complementar e reforçar as ações de marketing e promoção. Assim, a comunicação deve ser uma parte essencial do planejamento e execução do evento, garantindo que todos os aspectos da comunicação estejam alinhados e integrados.

Nos últimos anos, a economia brasileira cresceu de R\$ 2,5 bilhões em 2015 para R\$ 3,5 bilhões em 2016, e de R\$ 3,5 bilhões em 2017 para R\$ 4,5 bilhões em 2018. Esse crescimento econômico é resultado de uma política econômica que prioriza a produção industrial e a exportação de bens. No entanto, a economia brasileira ainda enfrenta desafios significativos, como a alta inflação, a elevada dívida pública e a instabilidade política. Para enfrentar esses desafios, é necessário implementar políticas econômicas que promovam a diversificação da economia e a criação de empregos.

Além disso, é necessário investir em pesquisas e desenvolvimento para garantir que a economia brasileira continue a crescer e se tornar mais competitiva no mercado internacional.

Tal investimento deve ser direcionado para a criação de novos empregos, melhoria da infraestrutura e investimento em pesquisa e desenvolvimento. É fundamental que o governo federal e os estados brasileiros trabalhem juntos para garantir que a economia brasileira continue a crescer e se tornar mais competitiva no mercado internacional.

Assim, é essencial que o governo federal e os estados brasileiros trabalhem juntos para garantir que a economia brasileira continue a crescer e se tornar mais competitiva no mercado internacional. É fundamental que o governo federal e os estados brasileiros trabalhem juntos para garantir que a economia brasileira continue a crescer e se tornar mais competitiva no mercado internacional.

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

Um dos papas do marketing moderno, Tom Fishburne, afirma que "O melhor marketing é aquele que não parece marketing". Pois bem, comunicar o "Natal em Natal", por todas as idiossincrasias que envolvem o tema e o relacionamento da cidade e do seu povo com a palavra "Natal" parece ser uma oportunidade bem interessante para colocar em prática este conceito. Criar na cidade um clima de envolvimento e nos cidadãos um sentimento de pertencimento à estratégia de desenvolver a cidade desponta como caminho interessante a ser seguido.

Apenas para rememorar: o desafio é comunicar o evento "Natal em Natal" como produto turístico consolidado e de representatividade crescente e, ao mesmo tempo, deixar claro que este é um investimento de extrema relevância para a cidade e para o seu povo. Inclusive, como contraponto a eventuais questionamentos previsíveis, destacar que o incremento econômico e social esperado com o sucesso do evento se reflete na melhoria de vida da população como um todo.

O histórico aponta que o investimento público em eventos tem se mostrado profícuo em Natal. Além de fazer girar recursos na cidade, gerando emprego e renda para a população e divisas para os cofres públicos (o carnaval de 2019, por exemplo, fez circular na economia um montante mais de dez vezes maior que o investimento público para realizá-lo. Foram R\$ 6 milhões investidos contra R\$ 71,5 milhões circulando), os eventos também valorizam a cultura, a arte, a gastronomia e a história da cidade, contribuindo para ratificar o seu posto de destino turístico cobiçado.

Numa conta rápida, é possível dizer que, dos R\$ 71,5 milhões que circularam no Carnaval Multicultural de Natal em 2019, algo em torno de 15% (ou R\$ 10,72 milhões) foram parar, de alguma forma, diretamente nos cofres públicos, em formato do pagamento de impostos como ISS, ICMS, taxas ou tarifas públicas. Ou seja, a grosso modo, o Carnaval rendeu, diretamente, aos cofres públicos municipais, cerca de R\$ 4,72 milhões a mais do que foi investido. Ganhou a cidade, ganhou a população. Isto precisa estar claro nas peças a serem desenvolvidas, no material de suporte às imagens e, principalmente, na linha de comunicação a ser adotada junto à imprensa, seja nos releases e artes, seja nas falas dos porta-vozes, sempre traçando um paralelo com o que se espera no "Natal em Natal".

Aliás, em tempo, registre-se que é fundamental a realização da pesquisa quantitativa referendada pela Fecomércio RN como suporte à edição 2019 do "Natal em Natal".

Tal levantamento deve se encaixar à perfeição na estratégia macro de comunicação pós evento, uma vez que, com os números em mãos será possível ratificar todo o discurso de sustentação desenvolvido ao longo do pré-evento e do desenrolar do mesmo.

Outro ponto que merece atenção na estratégia de comunicação do "Natal em Natal" é o fato de que é preciso ampliar a participação dos turistas de fora do estado do Rio Grande do Norte no mesmo.

Isto fica claro quando observamos que, se por um lado o acerto no investimento em eventos parece algo inexorável, verifica-se, ainda, a necessidade de uma maior penetração destes junto aos potenciais turistas nacionais e internacionais, que ainda representam uma parcela muito pequena (pouco menos de 20%, quando somados, do público geral do evento).

A composição do público dá uma ideia de que o natalense - e o potiguar em geral - já aderiram aos eventos e os reconhecem como importantes. No entanto, em virtude do estilo de comunicação da Prefeitura de Natal, tal reconhecimento merece, muito mais do que ser apontado como ponto pacificado, ser exaltado e reforçado nas peças e no conceito geral a ser utilizado na campanha em questão.

Parece pouco crível - e quase injustificável - o fato de a cidade do Natal ainda não ter conseguido ser a referência nacional em festejos de final de ano. O nome e a história da cidade, fundada em 25 de dezembro de 1599 despontam como diferenciais únicos para referendá-la neste sentido.

Além disso, o período do ano compreendido como de festejos natalinos pode ser facilmente acostado ao período de alta estação turística – a plenitude do Verão brasileiro, normalmente iniciado entre o final de dezembro e início de janeiro, cumprindo o desejado papel de ampliar o número de dias do ano em que nossa cidade se configure como um destino desejável.

O que falta parece mesmo ser uma política pública de valorização da data no calendário anual de eventos da cidade – algo que começou a ser feito há algum tempo – e, claro, uma estratégia de comunicação eficiente e eficaz para fazer com que o público aceite e dissemine este sentimento de que o natal deve ser comemorado em Natal e é aqui – e só aqui – que ele de fato pode ser plenamente vivido.

Voltando ao perfil do público que frequenta os eventos anuais da cidade (apurado nas pesquisas da Fecomércio RN), fica clara a necessidade de que esta comunicação seja direcionada aos frequentadores internos e externos - despertando no primeiro o orgulho por sua cidade e pela possibilidade de ela ser reconhecida definitivamente como referencial na realização do evento e, no segundo, o desejo de conhecer melhor a cidade que tem este diferencial incomparável de ter o mesmo nome da maior e mais importante data cristã do mundo.

A ideia, portanto, é montar um conceito de campanha que trabalhe estas duas vertentes, fazendo com que o público local continue não apenas frequentando o evento mas que, também, o valorize e receba bem o turista.

Pesquisas do Ministério do Turismo do Brasil apontam que os visitantes, nacionais ou internacionais, em sua maioria, citam a hospitalidade do povo dos lugares que visitam como um dos pontos mais relevantes não apenas para avaliar positivamente aquele destino mas, sobretudo, para decidir se pretende voltar ou não ali e, mais ainda, se vai ou não recomendar aquele lugar a amigos e parentes.

Somar este conceito de apropriação do nome "Natal", com o reforço de que o evento também impacta na valorização do natalense, da sua cultura e da sua história, deve ser determinante para o engajamento da população no esforço conjunto de consolidação do "Natal em Natal".

Importante, ainda, ressaltar que ao trabalhar a consolidação dos eventos como alternativa turística, a Prefeitura está cumprindo também o papel de criar novos produtos que permitam à cidade ir além do consagrado, porém estigmatizado e até repetitivo, turismo de "sol e mar". Ao dar visibilidade à cidade, com todo o seu leque de possibilidades e de história, a Prefeitura lança luzes sobre Natal como um produto a ser melhor e mais amplamente explorado, abrindo as portas a gamas de visitantes que, podemos dizer, são praticamente imprevisíveis em seu número e perfil. E isso é muito bom, pois amplia as possibilidades de desenvolvimento da cidade e do seu povo.

Os exemplos neste sentido são vários e variados. E podem ser medidos em cidades com leques tão ou até mais amplos de atrativos que a nossa Natal. Destinos nos quais grandes eventos em datas emblemáticas trouxeram a reboque o crescimento da visibilidade da cidade como um todo, criando um círculo virtuoso extremamente desejável por qualquer ente público, no cumprimento do seu papel de cuidar bem da sociedade que o sustenta. Dois bons exemplos disso, próximos a nós, são Recife e Salvador, cidades nas quais eventos como o Carnaval e os festejos juninos ganharam dimensões e números impressionantes, fazendo com que ícones das suas culturas pudessem romper fronteiras nas malas e no boca a boca dos turistas que as visitam nestes eventos.

Quem vai ao Carnaval de Salvador raramente deixa de provar o famoso acarajé baiano, assim como quem curte o sobe e desce das ladeiras de Olinda e Recife durante a folia de Momo também é apresentado ao frevo e ao bolo de rolo que compõem o pacote gastronômico e cultural das cidades.

Parece lógico, também, que a cidade do Natal invista em uma programação mais longeja para o "Natal em Natal". De acordo com a pesquisa da Federação do Comércio do Estado (Fecomércio RN) relativa ao ano de 2017 – a última divulgada, a Árvore de Natal de Mirassol foi a atração mais visitada pelo público frequentador do evento. Nada menos de 88,2% das pessoas estiveram no monumento, que é, sem dúvida, o grande marco físico das comemorações.

No entanto, este nível de concentração também abre a possibilidade da leitura de estarmos oferecendo poucas opções aos visitantes. Há ainda, uma ponderação constante dos empreendedores ligados ao trade turístico da capital de que a divulgação da programação dos eventos sazonais se dê com maior antecedência.

O segmento argumenta que a programação de viagem do brasileiro se dá, segundo levantamento de entidades ligadas ao segmento turístico, nos seis ou sete meses anteriores. Ou seja, em tese, o ideal seria que, passada a alta estação de julho, já tivessem início os primeiros teasers de divulgação do evento. Adotar uma programação que se estenda efetivamente por um período de 60 ou 70 dias também seria uma boa estratégia, já que teria o efeito de distribuir as possibilidades de visitação.

Não seria demais, portanto, imaginar que quem visita Natal durante os festejos de final de ano possa ser apresentado à nossa dança Araruna, ao camarão e à deliciosa combinação de ginga com tapioca. Daí ser fundamental que a programação possa contemplar atividades em todas as linhas de nossa cultura.

Um festival gastronômico parece ser indissociável da programação geral, assim como um evento no qual desfilarem manifestações artísticas das mais diversas. Um parceiro interessante, neste caso, pode ser o Sistema S, por meio de entidades como Sesi e Sesc que podem dar suporte a este evento, inclusive, providenciando intercâmbios com grupos de fora que venham beber da fonte da cultura potiguar, servindo de agentes multiplicadores da nossa riqueza e diversidade nesta área nos principais polos emissores de turistas do país (notadamente São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Distrito Federal).

Também é possível integrar à programação novos roteiros históricos como o emblemático "Natal e Parnamirim Field na Segunda Guerra Mundial" que vem sendo gestado pelo Sebrae RN, Fecomércio, Fundação Rampa e a própria Prefeitura de Natal. O roteiro – na realidade um novo e poderoso produto turístico de Natal – deverá incluir a visitação, em Natal, ao espaço da Rampa, no bairro da Ribeira (onde ocorreu o encontro histórico entre os presidentes Franklin Delano Roosevelt (americano) e Getúlio Vargas (brasileiro), em 28 de janeiro de 1943 e que marcou o início da implantação em solo potiguar da primeira e única base norte-americana fora dos Estados Unidos durante o conflito bélico. Também

devem entrar no roteiro o famoso Grande Hotel, estrutura que ainda hoje se apresenta moderna, construída exclusivamente para abrigar os soldados americanos e cujo projeto foi assinado por ninguém menos que o arquiteto francês George Munier. Ainda em Natal, o novo roteiro deve incluir uma visita à casa do cônsul italiano, à época preso como espião do nazifascismo radicado em Natal.

Considerando que à época da Segunda Guerra Mundial, Natal contava com pouco mais de 55 mil habitantes e chegou a receber nada menos que dez mil soldados americanos. Ou seja, praticamente 15% da sua população à época. Não é exagero, portanto, imaginar que o novo roteiro, tendo visibilidade no contexto de um evento do porte e da envergadura do "Natal em Natal", possa atrair um turista que é cobiçado em todo o mundo, por seu altíssimo poder de compra, que é o norteamericano.

Aliás, toda esta ampliação de leque teria, além do já citado efeito de aumentar consideravelmente as possibilidades de engrandecimento das riquezas culturais e históricas de Natal – e do Rio Grande do Norte, a reboque – plenas condições de elevar consideravelmente o número de visitantes anuais de Natal, hoje na casa dos 2,1 milhões como, também, o número de dias em que este visitante externo permanece na cidade (atualmente, segundo pesquisas, são, em média, 4 dias).

Tal movimento teria um efeito fantástico e inédito na economia local. Vamos aos números. Considerando um incremento conservador – na casa dos 20% - tanto no número de visitantes como no número de dias de permanência no destino, teríamos um incremento de 420 mil turistas, que passariam mais dois ou três dias na cidade.

Se levarmos em conta que, de acordo com pesquisa do perfil do turista de alta estação realizada pela Fecomércio RN agora em 2019, cada turista nacional gasta, em média, R\$ 322,78 por dia, podemos afirmar que o incremento esperado de recursos em circulação na cidade, apenas com os turistas, seria de algo em torno de R\$ 271 milhões. Mais uma vez projetado quanto desta receita extra seguiria para os cofres públicos municipais, podemos falar em algo em torno de R\$ 40,6 milhões.

São números, de fato, impressionantes. Mas que, é importante registrar, surgem de projeções (embasadas e conservadoras) que requerem o envolvimento de todos para consolidarmos o destino tendo como pilar um evento do porte, da envergadura e do potencial de aceitação do "Natal em Natal".

Para se ter uma ideia, a cidade gaúcha de Gramado, referência nacional de festejos de final de ano, com uma programação que engloba, em média, 80 dias, conseguiu, em 2019, atrair um total de 2 milhões de turistas. Percebem que, em menos de três meses, Gramado conseguiu atrair praticamente o mesmo número de turistas que Natal contabiliza ao longo de todo um ano. Fica claro, portanto, que temos muito espaço para crescer.

Recapitulando mais uma vez: o que queremos é deixar claro para o natalense que ele precisa valorizar e participar do evento (porque é parte integrante dele e porque ele tem um enorme potencial para trazer benefícios diretos à população da cidade) e aos turistas que temos, sim, o melhor Natal do país e uma cidade repleta de atrações que combinam perfeitamente com as temperaturas do verão do hemisfério Sul, além de podermos oferecer um acolhimento ímpar.

Daí o conceito central do “Pode Chegar” surge naturalmente.

A expressão é universal. Porém, guarda toques muito claros de uma nordestinidade festejada mundo afora, é um convite extremamente elegante e que consegue ser impositivo na medida certa.

Tais características abrem, ainda, a possibilidade de trabalhar nas peças, em textos e imagens, ícones bastante típicos da cultura nordestina, além de frases emblemáticas de Natal (como trechos de músicas de artistas locais, odes poéticas a um prato ou ingrediente – como o camarão, por exemplo – ou mesmo a diversidade folclórica personificada magistralmente no Mestre Cascudo).

Os textos das peças de comunicação irão valorizar os motivos do “poder chegar”. Os turistas podem chegar porque temos aqui sol, mar, luzes, história, gastronomia, música, arte e, um povo acolhedor, que é quem diz: “Pode chegar”. O conceito comunica, desta forma, aos dois públicos: o externo e o interno. A um convida sutil e firmemente. Ao outro, envolve como parte fundamental para o sucesso do evento, que é o sucesso da cidade e do seu povo.

Da forma como está proposta, a campanha do “Natal em Natal” tem reflexos extremamente positivos, também, para a Prefeitura do Natal. Um deles é o fato de que, ao trabalhar a consciência coletiva da sociedade natalense e disseminar na opinião pública os argumentos de que os recursos públicos aplicados em eventos com interesse turístico representa não um gasto mas, na realidade, um investimento, abre-se portas para os demais eventos com potencial para alçar a cidade a polo de entretenimento e lazer em pelo menos três períodos do ano (além do fim de ano, os já citados “Festejos Juninos” e “Carnaval Multicultural”).

Tal condição tende a ratificar o círculo virtuoso dos eventos como produto turístico, com reflexos na revitalização do parque hoteleiro, no conjunto de bares e restaurantes, nas empresas de receptivo e todas as demais, afins do turismo. Com mais emprego e renda, Natal caminha para consolidar sua condição de seguir imune às crises financeiras dos poderes públicos, graças ao potencial crescente de atração de pessoas e de mobilização da sua população em torno destes “novos” produtos.

Além disso, a campanha também comporta alguns desdobramentos de ações institucionais com impacto direto no dia a dia dos natalenses. Afirmar, nestes desdobramentos, que o “Natal em Natal” é indiscutível porque “Natal é Aqui” seria um exemplo disso, com impactos diretos, inclusive, na valorização da nossa data de fundação, hoje pouco marcada e que pode, também, ensejar ser um novo ponto alto da programação em algum futuro momento.

Outro desdobramento possível é recorrer ao clima e fazer uma interseção com o nosso verão, trabalhando, nos textos de apoio das peças, o conceito do “Já que chegou, pode ficar”, estimulando os turistas a também conhecerem o nosso verão já que Natal com neve não é, nunca foi, uma realidade do hemisfério Sul onde estamos.

Por fim, cabe registrar que a enorme abrangência dos eventos em geral (e, mesmo em particular, do evento “Natal em Natal”), somada à gigantesca capilaridade da atividade turística, descortina um imenso cipoal de possibilidades de ações de marketing da nossa cidade como destino valorizado, polivalente e repleto de opções, que é acessível e oferece uma condição de relação custoxbenefício ímpar.

O fio condutor dos conceitos que poderão se desdobrar pode ser definido como Natal, uma cidade de muitas opções. Em resumo, a campanha proposta tende a deixar legados imensuráveis para a cidade e para seu povo. Sendo, portanto, uma campanha que prega a otimização e a ampliação de possibilidades e acaba cumprindo, ela mesma, este papel.

Além das propostas de investimentos em infraestrutura, o projeto também destaca a necessidade de investimento em cultura, esportes, turismo, gastronomia, entre outros setores. A estratégia é de investir em projetos que gerem emprego, contribuam para a melhoria da qualidade de vida da população e trazam lucro ao município. Ainda assim, a estratégia de investimento deve ser equilibrada, buscando sempre a sustentabilidade e a eficiência. Afinal, a ideia é de criar uma cidade que seja referência no Brasil e no mundo, oferecendo oportunidades de trabalho e crescimento para todos os cidadãos.

Além disso, o projeto também destaca a importância de investir em educação, saúde e segurança pública. Afinal, a educação é a base para o desenvolvimento da sociedade, a saúde é fundamental para a qualidade de vida dos cidadãos e a segurança pública é essencial para a paz e o bem-estar social.

Por fim, o projeto destaca a importância de investir em tecnologia e inovação. A tecnologia é uma ferramenta fundamental para o desenvolvimento da sociedade, permitindo a criação de novas oportunidades de trabalho e crescimento. A inovação é essencial para a competitividade da cidade e para o desenvolvimento da economia local.

A estratégia de investimento do projeto visa criar uma estratégia comum entre todos os setores, focando-se na construção de uma cidade mais "bonita, limpa" e com maior nível de qualidade de vida. O projeto visa investir em infraestrutura, como construção de estradas, melhorias urbanísticas e construção de parques e praças. Ele também visa investir em educação, com a criação de novas escolas e a melhoria da qualidade da educação. Ainda assim, o projeto visa investir em cultura, com a criação de novos teatros, museus e bibliotecas. O projeto também visa investir em esportes, com a criação de novos estádios e a melhoria das condições de prática esportiva.

Além disso, o projeto visa investir em turismo, com a criação de novas atrações turísticas e a melhoria das condições de hospedagem. O projeto também visa investir em segurança, com a criação de novas delegacias e a melhoria das condições de segurança. O projeto também visa investir em tecnologia, com a criação de novas empresas e a melhoria das condições de trabalho.

O projeto também destaca a importância de investir em saúde, com a criação de novas unidades de saúde e a melhoria das condições de atendimento. O projeto também visa investir em educação, com a criação de novas escolas e a melhoria das condições de ensino. O projeto também visa investir em cultura, com a criação de novos teatros, museus e bibliotecas. O projeto também visa investir em esportes, com a criação de novos estádios e a melhoria das condições de prática esportiva.

IDEIA CRIATIVA

Sintetizar todos os conceitos de comunicação e as necessidades impostas por eles é um enorme desafio. Mas o passo inicial, enxergado e proposto por nós para conseguir vencê-lo é buscar tratar o conceito de uma maneira o mais moderna possível.

Todas as pesquisas de mídia atuais apontam o crescimento dos meios digitais como influenciadores de decisões e, mais do que isso, como alvos preferenciais das pessoas no seu dia a dia. Há tempos que os canais digitais suplantaram as mídias tradicionais como principal fonte de informação das pessoas. Além disso, as próprias pesquisas de perfil de públicos dos eventos em Natal apontam para o fato de que a internet e as redes sociais são as primeiras portas nas quais os nossos visitantes batem na hora de reunir informações que embasem sua escolha pelo próximo destino de viagem. Também é importante rememorarmos que, por seu maior potencial consumidor e por ainda ser uma parcela do público relativa pequena no contexto do evento, o turista será o maior alvo da campanha. Portanto, naturalmente elegeremos como Mídia básica a combinação “Internet e Mídias Digitais/ações em polos emissores”. A mídia de apoio seriam as peças de rádio, TV Aberta e veículos impressos e a mídia complementar ficaria por conta dos canais externos (Bussdoor, outdoor de Front Light).

Sendo assim, naturalmente, estamos propondo na nossa ideia criativa, como passo inicial a modernização do conceito básico da campanha.

Surge a ideia de trabalhar, com ênfase, a “hashtag” pode chegar (“HashtagPodeChegar”). Ela deverá estar presente em todas as peças. Também deverá ser, inclusive, mote principal de algumas delas, com o movimento de batida dos dedos indicador e médio juntos, de cada mão, formando o sinal da hashtag e criando um som que pode embalar jingles, gifs, spots e vídeos.

A grande participação das peças digitais na estratégia como um todo impõe, entre outras coisas, fazer “subir” a hashtag da campanha aos “trend topics”, que será uma das metas, a ser conquistada com o impulso fundamental da já citada rede própria de canais da Prefeitura (e do próprio prefeito), cuja capacidade de engajamento é reconhecidamente muito forte. Outra linha que sugerimos seguir é a da otimização de recursos, que se coaduna com o conceito gerencial da própria gestão municipal. Para tanto, os canais de comunicação serão divididos de acordo com suas linhas principais de alcance e deveremos concentrar um período equivalente a pelo menos um terço do tempo de veiculação apenas em materiais digitais que possam se utilizar das redes próprias da Prefeitura do Natal.

Tal estratégia pode ser adotada, registre-se, sem prejuízo algum do alcance efetivo do público principal a ser alcançado, basicamente por dois motivos. O primeiro é que, como já foi dito, a Prefeitura mantém perfis ativos e com boa cobertura de seguidores nas principais redes sociais, além de o próprio prefeito poder ser listado como persona de influência considerável neste meio. Outro ponto que pesa a favor desta linha de ação é a certeza de que, com as redes, o espaço geográfico de abrangência é ilimitado, podendo atingir muito bem tanto ao público de Natal quanto os desejados turistas.

Assim sendo, o uso inicial desta estratégia vai possibilitar a redução do investimento inicial, possibilitando a distribuição da verba de maneira mais concentrada nas demais mídias na sequência da campanha como, também se criar a imagem de modernidade, ao comunicar, por exemplo, alguns detalhes por live ou stories do Instagram ou transmissão online via Facebook ou site da Prefeitura, por exemplo. Importante dizer que, tal nível de detalhamento só será alcançado quando do andamento da campanha em si, no contexto das diversas

possibilidades e demandas que possam surgir.

Ou seja, peças como Front light, Busdoor, TV abertas e rádio locais teriam um período mais curto de veiculação, por se destinarem ao público interno. Elas também devem focar mais na maneira como o natalense deverá se envolver no evento, não apenas sendo um mero participante, mas sendo um diferencial da cidade na recepção ao turista.

Já canais como internet, redes sociais (banners, stories e postagens patrocinadas, vídeos, gifs e spots), veículos impressos (páginas duplas) de cidades emissoras de turistas e ações pontuais nestas mesmas cidades irão ser mais longevas e feitas com textos que irão instigar o potencial visitante a conhecer o rico leque de opções culturais, históricas, de manifestações artísticas e gastronômicas que somente Natal e seu povo podem oferecer. Estas peças também irão destacar a reconhecida hospitalidade do natalense.

O que iremos dizer vai muito além do "Pode Chegar" e da "HashtagPodeChegar". Iremos dizer, também, "aqui, você será muito bem acolhido, vai comer bem, vai conhecer uma história única e vivenciar e apreciar manifestações artísticas que irão lhe marcar de maneira indelével

ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

O Estado do Rio Grande do Norte está situado na Região Nordeste, é banhado pelo Oceano Atlântico e delimita-se com os estados da Paraíba e Ceará. A capital potiguar é a cidade de Natal, principal destino turístico do estado. Sua extensão territorial é de 167 quilômetros quadrados, possui 877.460 habitantes (população recenseada em 2010, último censo demográfico realizado, com população estimada pelo IBGE para 2018).

O turismo no estado do RN representa uma das principais atividades econômicas, gerando mais de 100 mil empregos e atrelando outras 54 atividades a ela. Natal, capital do estado, ponto mais próximo da Europa e África, portal de entrada das Américas, é um dos destinos turísticos mais procurados do mundo, recebendo mais de 2 milhões de turistas por ano e são as praias potiguares os roteiros mais escolhidos. É considerada a cidade com o ar mais puro da América do Sul e encanta por suas belezas naturais, lindas praias, dunas, lagoas e coqueirais, gastronomia. Considerando que estamos numa indústria que passa por um processo de transformação acentuado, é exigido mais atenção ao desenvolvimento de soluções que atendam à essa nova realidade do mercado. O principal desafio hoje é buscar formas de otimizar os recursos disponíveis para oferecer soluções que ajudem aos anunciantes a direcionar melhor os seus investimentos na área de comunicação. Com um ambiente fragmentado e a diversidade de formatos disponíveis, tornou-se indispensável o entendimento sobre o papel de cada meio de comunicação. Há alguns anos, tivemos uma explosão do consumo de mídia, que acarretou na segmentação de vários meios, alguns até com características de mídia de massa. Os meios e os veículos buscaram aumentar sua audiência e participação no público e acabaram criando nichos para serem mais competitivos. Da parte dos veículos de comunicação, o mais importante é considerarmos a relevância dos conteúdos, caminho para se alcançar a atenção do target. Hoje fala-se muito no meio digital, porém não podemos esquecer e ignorar a importância dos demais canais. O planejamento de mídia é uma ferramenta muito importante para que uma campanha publicitária obtenha sucesso. Isso porque é ele que determina as estratégias de comunicação mais adequadas para divulgar uma mensagem e impactar o público certo, na hora certa. É um erro achar que uma campanha bem-sucedida é aquela veiculada em todas as mídias (TV, rádio, jornal, revista, internet etc.), nos horários de maior alcance e por um longo período. Na verdade, uma campanha de sucesso é aquela que atende ao seu objetivo. Dessa forma, planejar a abordagem midiática pode fazer toda diferença nos resultados. Com um bom planejamento, é possível evitar gastos desnecessários e tomar decisões mais assertivas.

Definida e conhecida quais estratégias serão utilizadas para alcançar os objetivos de comunicação proposto e como elas podem influenciar as decisões do planejamento e influenciar na escolha de mídias, frequência e na dinâmica da campanha como um todo, como estratégia de mídia, trataremos da escolha dos meios de veiculação da mensagem. O meio básico será representado pelo digital, meio principal da campanha, onde se concentrarão os esforços de comunicação. Antes que a internet mudasse a vida de milhões de consumidores no Brasil, foi preciso transformar o dia-a-dia de centenas de profissionais de mídia, que passaram a dedicar-se ao conhecimento desse meio on-line. Ninguém se arrepende, uma vez que o Brasil é hoje o 5º lugar no ranking mundial de acesso a redes sociais e blogs (ficando atrás somente da China, Estados Unidos, Índia e Japão) e o 1º lugar da América Latina.

Com a internet se tornando cada vez mais colaborativa, os ambientes de encontro entre as pessoas foram naturalmente migrando para ambientes virtuais, onde o armazenamento de informações e as facilidades de acesso se tornaram o espaço ideal para o desenvolvimento dos mais diversos grupos de interesses. Não é de hoje que as empresas se preocupam com a força que a internet tem. As redes sociais estão ajudando a população a se conscientizar politicamente. Quando pessoas comuns começaram a produzir conteúdo para seus semelhantes, os problemas sociais ficaram mais visíveis. Porém, estar presente nas redes

sociais não é o suficiente para colher sucesso. É preciso montar estratégias criativas, inéditas e que trabalhem a customização das mensagens para públicos específicos. Investimentos crescem rápidos e o cenário é cada dia mais diversificado. Se muitos anunciantes ainda estão tateando no emprego das mídias digitais em suas campanhas, outros têm conseguido desenvolver estratégias mais sofisticadas, explorando melhor os diferenciais únicos da internet e do mobile.

Há certamente vários aspectos que diferenciam a mídia digital dos demais meios, mas talvez nada seja mais gritante do que o fato de surgirem novas opções a cada momento. Esta característica do meio poderia ser creditada aos seus poucos anos de vida, porém é mais do que isso: ela faz parte da natureza da atividade, fortemente influenciada pelas inovações tecnológicas. Ao estender estratégias de publicidade para incluir o meio digital, tornando-o o principal, desenvolvendo campanhas integradas para essa mídia, podemos alcançar o público contidos no briefing com mais eficiência. Para esta rubrica destinamos gerenciamento das redes sociais próprios da Prefeitura, e-mail marketing e criação de banners, veiculações Google Adwords, Facebook ADS, Youtube, Spotify e Deezer, anúncios no instagram (feeds/stories) e disparos de mensagens via whatsapp e SMS.

As plataformas sugeridas são ferramentas homologadas e certificadas. São elas: RD Station (ferramenta completa para gerenciamento e automatização das ações de Marketing Digital, armazenando dados dos visitantes para envios de conteúdos através de remarketing), Club Whats (ferramenta responsável por automatizar o WhatsApp), Wavy SMS e MailChimp (plataformas responsáveis por envio dos SMS e e-mails marketing, que, de forma passiva e ativa no período da campanha, enviarão informações e conteúdos explicativos, esclarecendo todas as dúvidas sobre o evento, através dessas ferramentas).

Como meio complementar, representando um complemento ao meio básico, e permitindo detalhar melhor as características da campanha, faremos uso da mídia exterior veiculando a campanha em front light e backbus. A partir do 2º semestre de 2002 a Ipsos-Marplan incluiu no questionário contínuo, que gera os Estudos Marplan, perguntas referentes ao hábito de notar propaganda ao ar livre, fora de casa, por tipo de suporte, tais como: mobiliário urbano, ônibus, taxi, outdoor, painéis eletrônicos, mídia aeroportuária, dentre outros. Considerada uma mídia exterior de alto impacto visual, os painéis frontlight ficam dispostos em locais de grandes visibilidades, bem como também nas beiras de rodovias e principais acessos de ruas e avenidas das grandes cidades. Por possuírem diversos formatos, os painéis frontlight tornam-se destaque em ambientes de grandes centros urbanos, e também em trechos rodoviários próximos às cidades, uma vez que sua visualização pode ser feita de longa distância, ficando assim dispostos em pontos estratégicos com um alto fluxo de potenciais consumidores e ou denominado de público alvo. Anunciar campanhas publicitárias em mídia exterior propicia excelentes vantagens e tornam a comunicação veiculada muito mais eficiente, possibilitando aproveitamento e memorização ainda maiores e propagando a informação a um grande número de pessoas, seja dia ou seja noite, em vários locais da cidade.

Por último, os meios de apoio, auxiliando o meio básico no que diz respeito à frequência de exposição do conteúdo publicitário e servindo para reforçar a campanha na mente do target, onde utilizaremos a mídias vistas como tradicionais: tv aberta, rádio e revista, com vt de 30", jingle e spots de 30" e anúncios de página dupla e 1 página.

O meio TV conhece muito bem seu poder de influência junto à opinião pública e junto às autoridades, como também sabe que sua missão principal, como a de todos os meios de comunicação, é levar informação e entretenimento ao público. As redes de TV têm estendido de forma bem-sucedida as suas programações por várias plataformas de distribuição, explorando melhor os canais digitais para atender e acompanhar os novos hábitos de consumo de mídia. As redes, porém, preservam o foco que a força do meio continua sendo a relevância do conteúdo para a audiência. A produção e a distribuição em alta definição avançam rapidamente nas grandes redes e pode-se perceber a busca de formatos diferenciados, uma vez que as emissoras são cada vez mais provocadas nesse sentido, tanto por anunciantes

como agências, em virtude da alta demanda dos breaks. A Globo mantém a posição de líder de mercado com 35,11% do total; a disputa pelo segundo lugar continua entre o SBT e a Record (com 13,17% e 13,68% respectivamente); em seguida vêm Bandeirantes (3,57%), RedeTV! (0,97%) e outras (somando 33,50% - Record News, TV Brasil, TV Câmara, TV Justiça, TV Senado, OCA, canais pagos e não identificados/cadastrados). Sabemos que a televisão sempre foi principal meio de comunicação em nosso país e onde é investido o maior montante da verba publicitária, porém o cenário mudou e, para esta campanha, utilizaremos esse meio, assim como a revista e o rádio, como mídias de apoio. Na televisão veicularmos inserções de 30" de duração para impacto do público-alvo local. Esse formato terá a finalidade de aumentar o nível de conhecimento, bem como o índice de memorização da mensagem (recall). De modo geral, as inserções na televisão serão mais concentradas no jornalismo local e nacional, bem como no horário compreendido entre dezoito (18h) e vinte e duas horas (22h), que é o horário de maior influência desse meio.

O meio rádio atinge um público numeroso, em diversas classes socioeconômicas, com anseios e necessidades diversas, características que o fazem um veículo de comunicação de massa, juntamente com a TV. O rádio firma-se como um excelente canal de informação, entretenimento e prestação de serviços e tem passado por mudanças importantes, como a diversificação dos modelos de atuação, a partir da implantação de novos formatos, como as rádios customizadas e tem tido uma boa receptividade com suas propostas no mercado anunciente, atraindo o interesse de novos setores, além de contar com a fidelidade dos anunciantes tradicionais. Também foi beneficiado com a ascensão da classe C, atraindo a atenção de novos clientes. É um meio com forte apelo na propaganda e com seu baixo custo unitário permite um grande número de chamadas diárias. Reúne características de popularidade que nenhum outro meio tem e oferece rapidez de resultados, porque a mensagem pode ser ouvida em qualquer situação, atingindo todas as faixas etárias, níveis de escolaridade e renda. A revista tem uma das características mais importantes para anúncios: a segmentação. Ela possibilita um melhor tempo de leitura e a atenção está voltada para as páginas, assim a chance de interferência nos anúncios é mínima se comparado com meios como TV, Rádio. O ambiente a bordo das aeronaves favorece a abordagem intimista, direta e sem dispersão. Levando em consideração que a programação de férias começa em torno de 3 meses antes da viagem, daremos um start na campanha no mercado nacional com anúncio de página dupla e uma página em revistas de bordo (Gol e Latam) e na Veja Regional, impactando assim o público dos polos emissores de turista. Demonstrationemos a seguir a simulação para aplicação da verba licitada, no valor de R\$1.200.000,00 (Um Milhão e Duzentos Mil Reais) nos meios TV, Rádio, Revista, Mídia Out Of Home e Digital, durante o período especificado no briefing, noventa dias (09 de outubro de 2019 a 06 de janeiro de 2020), nas rubricas veiculação e produção. Os valores simulados no plano de mídia estão baseados nos preços das tabelas cheias dos veículos de comunicação. Nos casos de produção, impressa e eletrônica, consideraremos os honorários de agência conforme solicitado.

Natal
em
Natal

The text "Natal em Natal" is written in a stylized, flowing font. "Natal" appears twice: once in blue at the top and once in a larger, darker shade below it. The word "em" is positioned between the two "Natal"s. The entire title is embellished with numerous gold-colored five-pointed stars of varying sizes, some with small black dots, and several small gold sparkles.

MAIS DE 40 EVENTOS.

Natal em Natal já está consagrada como uma das maiores festas de confraternização do país. Um show de luzes e cores dão o brilho à mais diversas manifestações culturais, com vários poços espalhados pela cidade para atender todos os gostos e idades. Não, por si só, é um encanto, com suas praias e a hospitalidade do seu povo. Vem pra comemorar e confraternizar com a gente. É só chegar.

O que:

ARTISTAS NACIONAIS E ARTISTAS DO TERRA PODE CHEGAR.

- 18/11, GINÁSIO NÉLIO DIAS (ZONA NORTE): SOLTERÕES DO FORRÓ
- 19/11, GINÁSIO NÉLIO DIAS (ZONA NORTE): DORIVAL DANTAS
- 20/11, GINÁSIO NÉLIO DIAS (ZONA NORTE): LEONARDO
- 25/11, ARENA DAS DUNAS: MARGARETH MENESES
- 26/11, ARENA DAS DUNAS: PARALAMAS DO SUCESSO
- 27/11, ARENA DAS DUNAS: PAFA DE BELEM
- 28/11, ARENA DAS DUNAS: FAGNER



Cultura:

AS MAIS BELOS MANIFESTAÇÕES CULTURAIS PODE CHEGAR.

- 04/11, PRACA AUGUSTO LEITE: FESTIVAL DE VIOLEIROS E REPERTÓRIOS
- 05 A 07/11, PRACA AUGUSTO SEVERO: FESTIVAL LITERÁRIO DE NATAL
- 12/11, TEATRO RIACHUELO: FESTIVAL DE DANÇA DE NATAL
- 21/11: FESTA DA PADROEIRA
- 07 A 23/12: NATAL EM CENA
- 10 A 12/12, MERCADO DE PETRÓPOLIS E CINE CAFÉ: MOSTRA AUDIOVISUAL
- 10 A 14/12, TEATRO RIACHUELO: ENCONTRO NACIONAL DE CORAIS
- 06/12, SANTOS REIS: FESTA DE SANTOS REIS

DANÇA, MÚSICA, TEATRO,
ARTESANATO, RELIGião,
GASTRONOMIA E OUTRAS
MANIFESTAÇÕES CULTURAIS.
MAIS DE 40 EVENTOS

Gastronomia:

- 22 A 24/11, PORTO DE NATAL: NATAL FEST GOURMET
- 28 E 29/11, PRACA PEDRO VELHO:
FESTIVAL DO CAMARÃO E FESTIVAL GASTRONÔMICO

Esporte

- 03/12, ARENA DAS DUNAS: VOLTA CICLÍSTICA DE NATAL

#PODECHEGAR

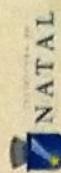
@NATAL_PREFEITURA



PREFEITURA DE NATAL

natal.rn.gov.br

REALIZAÇÃO:







Natal em Natal

pode chegar.

A CULTURA COMO ECONOMIA CRIATIVA.

Natal das danças, da música, do teatro, da literatura, das artes plásticas, da riqueza do seu folclore como uma das mais belas expressões culturais. A cultura move não só pessoas como também a economia. Para cada real investido, a média é de seis reais que voltam. Uma força e tanto para um povo vocacionado para a criação e para o turismo. Incentivá-lo é o dever de todos. As belezas de Natal e a obra de seus artistas já ganharam o mundo. Tudo pode ser admirado. Pode chegar.

#PODECHEGAR

[@NATALPREFEITURA](#)
[@PREFEITURADONATAL](#)
[@NATALPREFEITURA](#)

natal.rn.gov.br REALIZAÇÃO:

PREFEITURA DO
NATAL

Natal em Natal

pode
chegar.

UM PÔVO DE BRAÇOS ABERTOS.

Um pôvo hospitalero por natureza, uma bela cidade por vocação. Que, um dia, Câmara Cascudo chamou-a de "A noiva do sol". Natal é um sorriso aberto à beira mar; todos que aqui chegam são bem-recebidos e se sentem como se estivessem em casa; o jeito de ser do natalense cativa e uma de suas artes é fazer amigos. Arte, cultura, culinária, simpatia e um mar dos deuses. Venha viver o Natal em Natal, com mais de 40 atrações culturais e um pôvo acolhedor e cativante. Pode chegar.

#PODECHEGAR

NATALPREFEITURA
 PREFEITURADONATAL
 NATALPREFEITURA

natal.rn.gov.br REALIZAÇÃO: NATAL

Natal em Natal

DE 4 DE NOVEMBRO A 6 DE JANEIRO.

pode chegar.



DANÇA, MÚSICA, TEATRO,
ARTESANATO, RELIGIÃO,
GASTRONOMIA E OUTRAS
MANIFESTAÇÕES CULTURAIS.
MAIS DE 40 EVENTOS

#PODECHEGAR

NATALPREFEITURA

PREFEITURADONATAL

NATALPREFEITURA

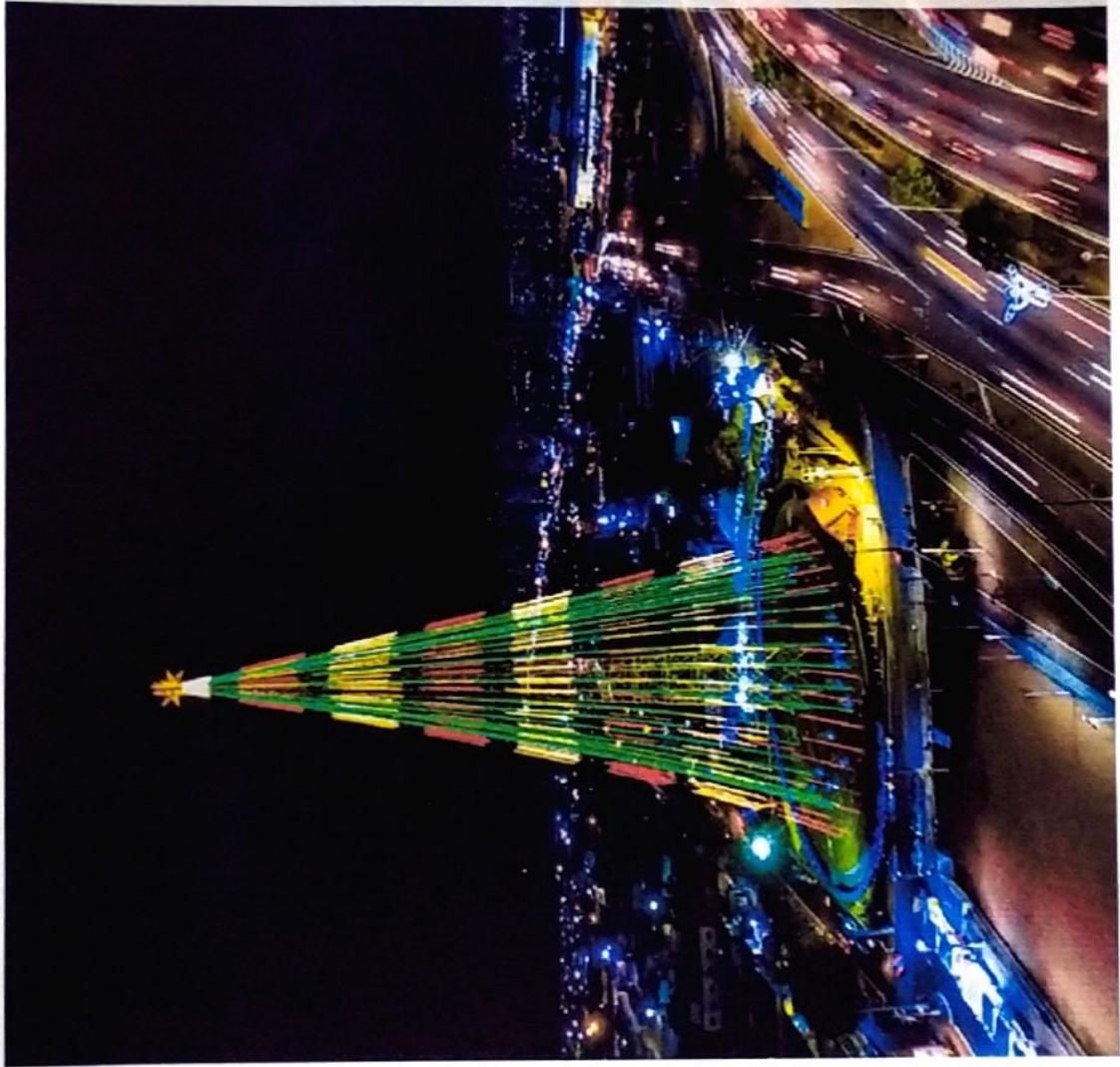
natal.rn.gov.br



DANÇA, MÚSICA, TEATRO,
ARTESSANATO, RELIGIÃO,
GASTRONOMIA E OUTRAS
MANIFESTAÇÕES CULTURAIS.
MAIS DE 40 EVENTOS

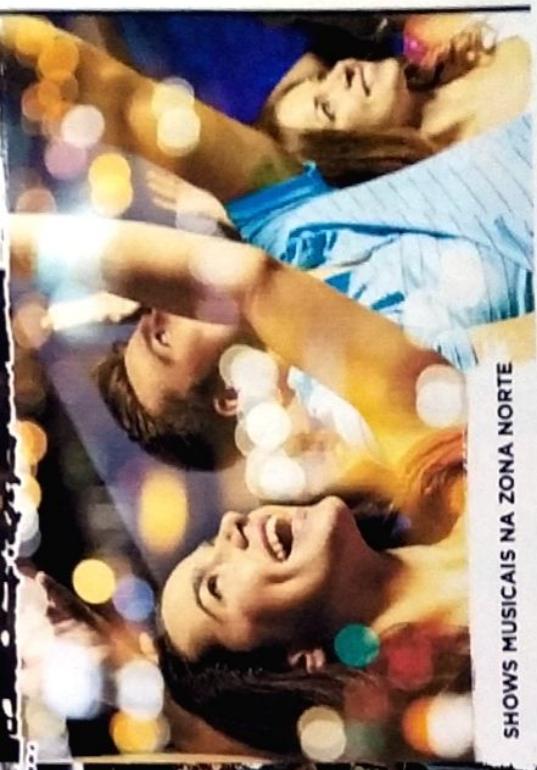
pode chegar.

Natal em Natal já está consagrada como uma das maiores festas de confraternização do país. Um show de luzes e cores dão o brilho às mais diversas manifestações culturais, com vários polos espalhados pela cidade para atender todos os gostos e idades, Natal, por si, já é um encanto, com suas praias e a hospitalidade do seu povo. Venha comemorar e confraternizar com a gente. Pode chegar.

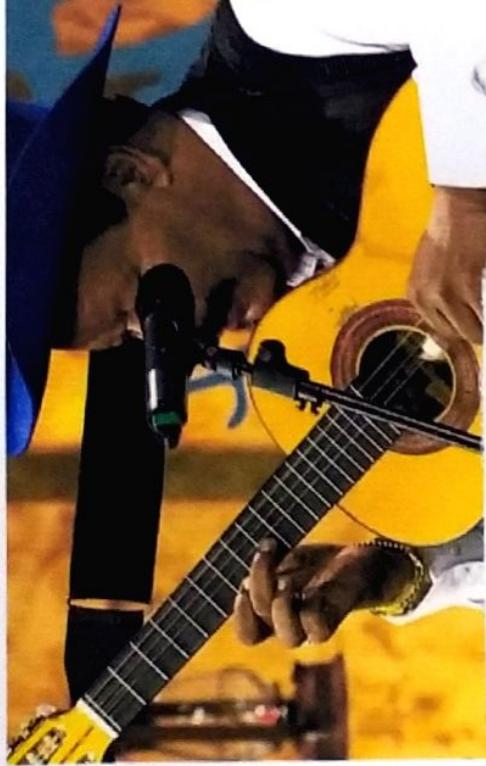




FESTIVAL DE DANÇA



SHOWS MUSICAIS NA ZONA NORTE



FESTIVAL DE VIOLEIROS E REPENTISTAS



FESTIVAL LITERÁRIO



NATAL FEST GOURMET

FESTA DA PADROEIRA

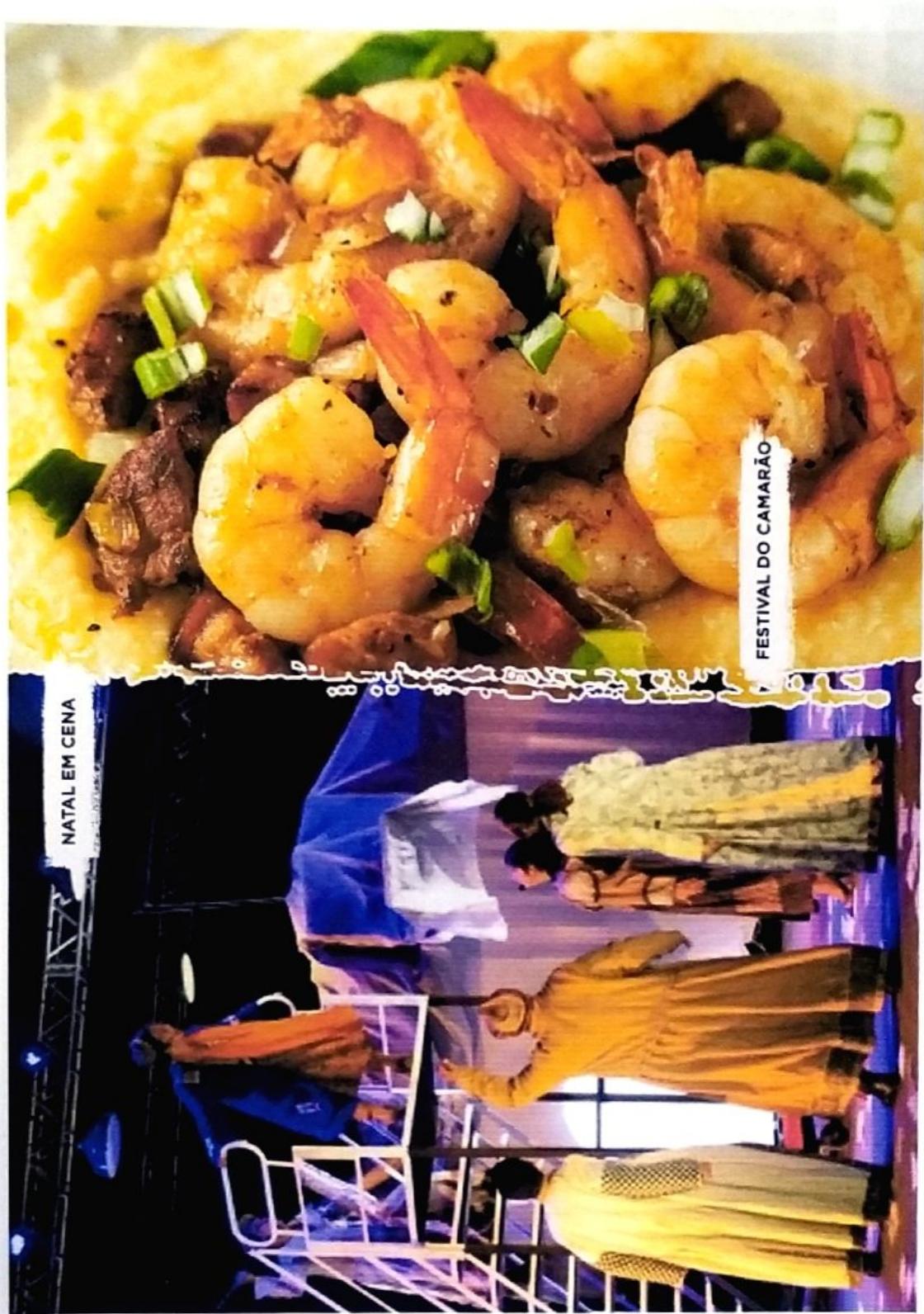


*Natal
em
Natal*

pode chegar.

UM PÔVO DE BRAÇOS ABERTOS.

UM PÔVO HOSPITALEIRO POR NATUREZA, UMA BELA CIDADE POR VOCAÇÃO, QUE, UM DIA, CÂMARA CASCUDO CHAMOU-A DE "A NOIVA DO SOL". NATAL É UM SORRISO ABERTO À BEIRA MAR; TODOS QUE AQUI CHEGAM SÃO BEM-RECEBIDOS E SE SENTEM COMO SE ESTIVESSEM EM CASA; O JEITO DE SER DO NATALENSE CATIVA E UMA DE SUAS ARTES É FAZER AMIGOS. ARTE, CULTURA, CULINÁRIA, SIMPATIA E UM MAR DOS DEUSES. VENHA VIVER O NATAL EM NATAL, COM MAIS DE 40 ATRAÇÕES CULTURAIS E UM PÔVO ACOLHEDOR E CATIVANTE. PODE CHEGAR.



NATAL EM CENA

FESTIVAL DO CAMARÃO



#PODECHEGAR

Show:

ARTISTAS NACIONAIS E ARTISTAS DA TERRA.

- 18/11 - GINÁSIO NÉLIO DIAS (ZONA NORTE)
SOLTEIROS DO FORRÓ
- 19/11 - GINÁSIO NÉLIO DIAS (ZONA NORTE)
DORGIVAL DANTAS
- 20/11 - GINÁSIO NÉLIO DIAS (ZONA NORTE)
LEONARDO
- 25/11 - ARENA DAS DUNAS: MARGARETH MENEZES
- 26/11 - ARENA DAS DUNAS:
PARALAMAS DO SUCESSO
- 27/11 - ARENA DAS DUNAS: FAFÁ DE BELÉM
- 28/11 - ARENA DAS DUNAS: FAGNER

Gastronomia

- 22 A 24/11 - PORTO DE NATAL:
NATAL FEST GOURMET
- 28 E 29/11 - PRAÇA PEDRO VELHO:
FESTIVAL DO CAMARÃO E FESTIVAL GASTRONÔMICO

Cultura

AS MAIS BELAS MANIFESTAÇÕES CULTURAIS.

- 04/11 - PRAÇA AUGUSTO LEITE:
FESTIVAL DE VIOLEIROS E REPENTISTAS
- 05 A 07/11 - PRAÇA AUGUSTO SEVERO:
FESTIVAL LITERÁRIO DE NATAL
- 12/11 - TEATRO RIACHUELO:
FESTIVAL DE DANÇA DE NATAL
- 21/11 - FESTA DA PADROEIRA
- 07 A 23/12 - NATAL EM CENA
MOstra AUDIVISUAL
- 10 A 12/12 - MERCADO DE PETRÓPOLIS E CINE CAFÉ:
ENCONTRO NACIONAL DE CORAIS
- 06/01 - SANTOS REIS: FESTA DE SANTOS REIS

Esporte

- 03/01 - ARENA DAS DUNAS:
VOLTA CICLÍSTICA DE NATAL

REALIZAÇÃO:





Nova guia X +

C G Pesquisar no Google ou digitar URL

*

Mais info

Natal em Natal

Nome Telefone Email Estado Cidade

Saiba Mais

Natal em Natal

podé chegar.

DE 4 DE NOVEMBRO A 6 DE JANEIRO.

Saiba mais

>

Seguindo a linha, Movimento Armorial, este vídeo é composto de imagens de arquivo de eventos do Natal em Natal. Importante ressaltar que a escolha das imagens se dará pela melhor plasticidade. Cenas onde há pessoas, o critério é de planos abertos, para que não haja identificação, evitando questões de uso indevido e autoral. A edição do vídeo será no formato clip. Abrir o vídeo com a árvore, sobrepondo a logomarca Natal em Natal. Inserir, intercalar com a imagens, quatro takes com a menina, 10/12 anos (a personagem do folder) tocando os dois dedos da mãos, fazendo o sinal de Hashtags pode chegar.

Reedição de imagens de arquivo: Apresentações musicais Teatro - Feira literária Artes plásticas - take Hashtags menina Gastronomia Boi de Reis Dança - - take Hashtags menina Presépio - Árvore de Natal de Mirassol - take Hashtag menina Barraquinhas de comidas típicas Aplicar GC.: de 4 de nov. a 6 de jan. - take Hashtag menina Assinatura	É Natal em Natal Festa de luzes e cores Na terra do deus mar A festa é de todos nós Pode chegar (subtona para cima) Música, dança, e teatro Festança para encantar Pois a festa é de todos nós Viva o Natal em Natal É só Chegar Viva o Natal em Natal Pode chegar (loc. off. masculina) “de quatro de novembro a seis de janeiro Prefeitura de Natal.

Objetivo deste material é mostrar a importância da economia criativa e valorização dos artistas locais.

	<p>(Início do jingle institucional)</p> <p>É Natal em Natal Festa de luzes e cores Na terra do deus mar A festa é de todos nós Pode chegar</p> <p>Loc.</p> <p>"Natal das danças, da música, do teatro, da literatura, das artes plásticas, da riqueza do seu folclore como uma das mais belas expressões culturais. A cultura move não só pessoas como também a economia. A obra de seus artistas já ganharam o mundo. Tudo pode ser admirado. De quatro de novembro a seis de janeiro. Pode chegar Prefeitura de Natal."</p>

O objetivo do material é levantar a autoestima do natalense.

	<p>(Início cantado)</p> <p>É Natal em Natal Festa de luzes e cores Na terra do deus mar A festa é de todos nós Pode chegar</p> <p>Loc.</p> <p>"Um povo hospitalero por natureza, uma bela cidade por vocação. Natal é um sorriso aberto à beira mar; todos que aqui chegam são bem-recebidos; o jeito de ser do natalense cativa e uma de suas artes é fazer amigos. Venha viver o Natal em Natal, com mais de 40 atrações culturais e um povo acolhedor. É só chegar. Natal em Natal. De quatro de novembro a seis de janeiro. Pode chegar Prefeitura de Natal."</p>

Impossível pensar Natal sem música. A função é vender o conceito geral expresso na frase-convite: pode chegar. A referência é o Movimento Armorial, criado por Ariano Suassuna, que mistura o popular com o erudito. Rabeca com violino, orquestra com zabumba, fechando com um grande finale.

	<p>É Natal em Natal Festa de luzes e cores Na terra do deus mar A festa é de todos nós Pode chegar (subtona para cima)</p> <p>Música, dança, e teatro Festança para encantar Pois a festa é de todos nós Viva o Natal em Natal É só Chegar Viva o Natal em Natal Pode chegar (loc. off. masculina) "de quatro de novembro a seis de janeiro Prefeitura de Natal.</p>

Cliente: PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL
 Campanha: INSTITUCIONAL
 Plano: RN-001/19

RESUMO DE INVESTIMENTO - POR MEIO E VEÍCULO

MEIO	VEÍCULO	Outubro/19	Novembro/19	Dezembro/19	Janeiro/20	TOTAL
MÍDIA DIGITAL	SOLUÇÃO MARKETING EIRG	293.700,00 52,6%				293.700,00 25,4%
		293.700,00 52,6%				293.700,00 25,4%
OUT-OF-HOME	ROTA MÍDIA EXTERIOR	33.000,00 5,9%	33.000,00 9,1%	33.000,00 15,9%		99.000,00 8,8%
		33.000,00 5,9%	33.000,00 9,1%	33.000,00 15,9%		99.000,00 8,8%
REVISTA	REVISTA VEJA	103.500,00 18,5%				103.500,00 9,0%
	REVISTA GOL LINHAS AÉREAS		100.960,00 27,8%			100.960,00 8,7%
	REVISTA VAMOS LATAM		50.080,80 13,8%			50.080,80 4,3%
		103.500,00 18,5%	151.040,80 41,5%			254.540,80 22,0%
RÁDIO FM	98 FM	14.088,00 3,9%	14.557,60 7,0%	2.582,80 10,3%	31.228,40 2,7%	
	95 FM	10.540,80 2,9%	10.892,16 5,3%	1.981,04 7,9%	23.424,00 2,0%	
	96 FM	10.170,00 2,8%	10.509,00 5,1%	1.921,00 7,7%	22.600,00 2,0%	

Cliente: PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL
 Campanha: INSTITUCIONAL
 Plano: RN-001/19

RESUMO DE INVESTIMENTO - POR MEIO E VEÍCULO

MEIO	VEÍCULO	Outubro/19	Novembro/19	Dezembro/19	Janeiro/20	TOTAL
	104 FM		7.524,00 2,1%	7.774,80 3,7%	1.839,20 7,3%	17.138,00 1,5%
		42.322,80 11,6%	43.733,56 21,1%	8.334,04 33,3%	94.390,40 8,23%	
TELEVISÃO	INTER TV CABUGI	68.396,00 12,2%	77.980,00 21,4%	75.471,00 36,4%	16.723,00 66,7%	238.580,00 20,73%
	TV PONTA NEGRA	32.342,00 5,8%	31.277,00 8,6%	29.748,00 14,3%		93.367,00 8,1%
	TV TROPICAL	27.530,00 4,5%	28.052,00 7,7%	25.467,00 12,3%		81.049,00 7,0%
		128.268,00 23,6%	137.319,00 37,8%	130.686,00 63,0%	16.723,00 66,7%	412.995,00 35,8%
TOTais		558.468,00	363.682,60	207.419,56	25.057,04	1.154.627,20

ESPELHO DA COBERTURA

Cliente : PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL
 Período : OUTUBRO/19

Piano : RN-01/19
 Produto : PREFEITURA

	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
	t	q	q	s	s	D	s	t	q	q	s	s	D	s	t	q	q	s	s	D	s	t	q	q	s	s	D	s	t	q	q	
OUTUBRO/19 SOLUÇÃO MARKETING EIRELI - ME																																
Out-of_Home	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
OUTUBRO/19 ROTA MÍDIA EXTERIOR ROTA MÍDIA EXTERIOR																																
Revista	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
OUTUBRO/19 REVISTA VEJA																																
Televisão	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	
OUTUBRO/19 INTERTV CABUGI TV PONTA NEGRA TV TROPICAL																																

ESPELHO DA COBERTURA

Cliente : PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL
Período : NOVEMBRO/19

RN-001/19

Produto : PREFEITURA

	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
	s	s	D	s	t	q	q	s	D	s	t	q	q	s	s	D	s	t	q	q	s	D	s	t	q	q	s	n		
NOVEMBRO/19																														
SOLUÇÃO MARKETING EIRELI - ME																														
Out-of-Home	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
NOVEMBRO/19																														
ROTA MÍDIA EXTERIOR																														
ROTA MÍDIA EXTERIOR																														
Revista	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
NOVEMBRO/19																														
REVISTA GOL LINHAS AÉREAS INTELIGENTE																														
REVISTA VAMOS LATAM																														
Rádio FM	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
NOVEMBRO/19																														
104 FM																														
95 FM																														
96 FM																														
98 FM																														
Televisão	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
NOVEMBRO/19																														
INTERTV CABUGI																														
TV PONTA NEGRA																														
TV TROPICAL																														

ESPELHO DA COBERTURA

Cliente : PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL
 Período : DEZEMBRO/19
 Produto : PREFEITURA

	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T
DEZEMBRO/19																															
SOLUÇÃO MARKETING EIRELI - ME																															
Out-of-Home	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
DEZEMBRO/19																															
ROTA MÍDIA EXTERIOR																															
ROTA MÍDIA EXTERIOR																															
Rádio FM	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
DEZEMBRO/19																															
104 FM																															
95 FM																															
96 FM																															
98 FM																															
Televisão	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
DEZEMBRO/19																															
INTERTV CABUGI																															
TV PONTA NEGRA																															
TV TROPICAL																															

Cliente : PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL
 Período : JANEIRO/20

Plano : RN-001/19
 Produto : PREFEITURA

ESPELHO DA COBERTURA

	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
	q	q	s	s	D	s	t	q	q	s	s	D	s	t	q	q	s	s	D	s	t	q	q	s	D	s	t	q	q	s	
JANEIRO/20 SOLUÇÃO MARKETING EIRELI - ME																															
Out-of-Home	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
JANEIRO/20 ROTA MÍDIA EXTERIOR ROTA MÍDIA EXTERIOR																															
Rádio FM	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
JANEIRO/20 104 FM 96 FM 96 FM 98 FM																															
Televisão	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
JANEIRO/20 INTERTV CABUGI																															

L I C I T A Ç Ã O		Autorização de Publicação		AP	
				RN-001/19	
				Nº PLANILHA: 16742	
CLIENTE:	PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL	NOME/R. SOC. SOLUÇÃO MARKETING EIRELI - ME / SOLUÇÃO MAI		MEIO:	MÍDIA DIGITAL
PRODUTO:	PREFEITURA	CAMPAÑA: INSTITUCIONAL		PERÍODO:	NOVEMBRO/2019
AUT. CLIENTE:					
PEÇA	FORMATO DIVERSOS	PEÇA	FORMATO		
A - DIGITAIS					
COLOCAÇÃO	P E C A	01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30		TOT INS	CUSTO UNITÁRIO
NOVEMBRO/2019	S S D S T Q Q S S D S T Q Q S S D S T Q S S	0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0 0		0	0
TWITTER, DEEZER E SPOTIFY.					%
AS PLATAFORMAS UTILIZADAS SERÃO: RD STATION, CLUB WHATS, WAVY SMS (200.000 DISPAROS) E MAILCHIMP EMAIL MARKETING (500.000 DISPAROS)					ACRESCIMO
CONTEÚDO					
RD STATION - FERRAMENTA COMPLETA PARA GERENCIAMENTO E AUTOMATIZAÇÃO DAS AÇÕES DE MARKETING DIGITAL, ARMAZENANDO DADOS DOS VISITANTES PARA ENVIOS DE CONTEÚDOS ATRAVÉS DE REMARKETING.					
GERENCIAMENTO DAS REDES E VEICULAÇÃO DE BANNER.					
CLUBE WHATS - FERRAMENTA RESPONSÁVEL POR AUTOMATIZAR O WHATSAPP. NO FORMATO PASSIVO ELE RECEBE O CONTATO E ENVIA OS CONTEÚDOS EXPLICATIVOS, ESCALARENDO TODAS AS DÚVIDAS SOBRE O EVENTO.					
WAVY - PLATAFORMA RESPONSÁVEL POR DISPAROS DE SMS (500.000 DISPAROS).					
MAILCHIP - PLATAFORMA RESPONSÁVEL POR ENVIO DOS EMAILS MARKETING (500.000 DISPAROS).					
ATRAVÉS DESSAS FERRAMENTAS UTILIZAREMOS DE FORMA PASSIVA E ATIVA NO PERÍODO DA CAMPANHA, ENVIANDO INFORMAÇÕES E CONTEÚDO ATRAVÉS DAS FERRAMENTAS					
EXECUÇÃO DE LANÇAMENTO INCLUÍDA NA PLATAFORMA RD STATION					
** SUB. TOTAL					
COMIS. AGÊNCIA: R\$ 0,00					
<< VEJA PÁGINA SEGUINTE >>		OBSERVAÇÃO			
					TOTAL R\$
					MÍDIA
					APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO		Autorização de Publicação		AP RN-001/19			
				DATA EMISSÃO: 31/07/2019			
				Nº PLANILHA: 16742			
CLIENTE:	PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL	NOME R. SOC. SOLUÇÃO MARKETING EIRELI - ME / SOLUÇÃO MAI		MEIO: MÍDIA DIGITAL			
PRODUTO:	PREFEITURA	CAMPANHA: INSTITUCIONAL		PERÍODO: NOVEMBRO/2019			
AUT. CLIENTE:							
PEÇA A - DIGITAIS	FORMATO DIVERSOS	PEÇA	FORMATO	FORMATO			
COLOCAÇÃO NOVEMBRO/2019	P 01/02/03/04/05/06/07/08/09/10/11/12/13/14/15/16/17/18/19/20/21/22/23/24/25/26/27/28/29/30	E S D S T Q S D S T Q S S U S T Q Q S S D S T Q Q S S	TOT 01/02/03/04/05/06/07/08/09/10/11/12/13/14/15/16/17/18/19/20/21/22/23/24/25/26/27/28/29/30	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	% ACRESCIMO	CUSTO TOTAL R\$
VALOR LÍQUIDO: R\$							
PRAZO PAGO: CIAPRES - 01/11/2019.							
OBSERVAÇÃO							
TOTAL R\$ 300							
MÍDIA							
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA							

LICITAÇÃO		Autorização de Publicação		AP							
		RN-001/19									
CLIENTE: PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL		DATA EMISSÃO: 31/07/2019		Nº PLANILHA: 10743							
PRODUTO: PREFEITURA		NOME/R.SOC./SOLUÇÃO MARKETING EIRELI - ME / SOLUÇÃO MAF		MEIO: MÍDIA DIGITAL							
AUT. CLIENTE: CAMPANHA: INSTITUCIONAL		PERÍODO: DEZEMBRO/2019									
PEÇA	FORMATO DIVERSOS	PEÇA	FORMATO	FORMATO							
A - DIGITAIS											
COLOCAÇÃO DEZEMBRO/2019	P C A	E 01/02/03/04/05/06/07/08/09/10/11/12/13/14/15/16/17/18/19/20/21/22/23/24/25/26/27/28/29/30/31	S T Q S S D S T Q Q S S D S T Q Q S S	G r e p T O T Q Q S S D S T Q Q S S	TOT INS TOT Q Q S S D S T Q Q S S	CUSTO UNITÁRIO DESCONTO ACRESCIMO	%	%	CUSTO TOTAL R\$		
VALOR LÍQUIDO: R\$											
PRAZO PAGTO: CIAPRES -01/12/2019-											

LICITAÇÃO		Autorização de Publicação		AP	
				RN-001/19	
CLIENTE:	PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL	DATA EMISSÃO:	31/07/2019	Nº PLANILHA:	16744
PRODUTO:	PREFEITURA	NOME/R. SOC. SOLUÇÃO MARKETING EIRELI - ME / SOLUÇÃO MAR		MEIO:	MÍDIA DIGITAL
AUT. CLIENTE:		CAMPANHA: INSTITUCIONAL		PERÍODO:	JANEIRO/2020
PEÇA A - DIGITAIS	FORMATO DIVERSOS	PEÇA	FORMATO		
COLOCAÇÃO JANEIRO/2020	P E 01 02 03 04 05 06 07 08 09 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	Q Q S S D S T Q Q S S D S T Q Q S S D S T Q Q S	TOT GRP INS	CUSTO UNITARIO	% ACRESCEMO
TWITTER, DEEZER E SPOTIFY, AS PLATAFORMAS UTILIZADAS SERÃO: RD STATION, CLUB WHATS, WAVY SMS (200.000 DISPAROS) E MAILCHIMP EMAIL MARKETING (500.000 DISPAROS).					
CONTÉUDO RD STATION - FERRAMENTA COMPLETA PARA GERENCIAMENTO E AUTOMATIZAÇÃO DAS AÇÕES DE MARKETING DIGITAL, ARMAZENANDO DADOS DOS VISITANTES PARA ENVIOS DE CONTEÚDOS ATRAVÉS DE REMARKETING.					
GERENCIAMENTO DAS REDES E VEICULAÇÃO DE BANNER, CLUBE WHATS - FERRAMENTA RESPONSÁVEL POR AUTOMATIZAR O WHATSAPP, NO FORMATO PASSIVO ELLE RECEBE O CONTATO E ENVIA OS CONTEÚDOS EXPLICATIVOS, ESCLAPEARENDO TODAS AS DÚVIDAS SOBRE O EVENTO.					
WAVY - PLATAFORMA RESPONSÁVEL POR DISPAROS DE SMS (500.000 DISPAROS).					
MAILCHIMP - PLATAFORMA RESPONSÁVEL POR ENVIO DOS EMAILS MARKETING (500.000 DISPAROS).					
ATRAVÉS DESSES FERRAMENTAS UTILIZAREMOS DE FORMA PASSIVA E ATIVA NO PERÍODO DA CAMPANHA, ENVIANDO INFORMAÇÕES E CONTEÚDO ATRAVÉS DAS FERRAMENTAS EXECUÇÃO DE LANDPAGE INCLUIDA NA PLATAFORMA RD STATION					
"* SUB. TOTAL					
COMIS. AGENCIA: R\$ 0,00					
<< VEJA PÁGINA SEGUINTE >>		OBSERVAÇÃO		TOTAL R\$	
				MÍDIA	
				APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA	

LICITAÇÃO		Autorização de Publicação		Ap																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
		Data Emissão: 10/09/2019		RN-0071/19																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
CLIENTE:	PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL	NOME DA SOC. ROTA MÍDIA EXTERIOR / EMPRESA PUBLICITÁRIA / CAMPANHA: INSTITUCIONAL																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
PRODUTO:	PREFEITURA																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																							
AUT. CLIENTE:																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
PEÇA:	8 - PROJETOS	FORMATO:	EXCELSIOR	PEÇA:																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
<table border="1"> <tr><td>COLUNAS</td><td>0</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td><td>17</td><td>18</td><td>19</td><td>20</td><td>21</td><td>22</td><td>23</td><td>24</td><td>25</td><td>26</td><td>27</td><td>28</td><td>29</td><td>30</td><td>31</td><td>32</td><td>33</td><td>34</td><td>35</td><td>36</td><td>37</td><td>38</td><td>39</td><td>40</td><td>41</td><td>42</td><td>43</td><td>44</td><td>45</td><td>46</td><td>47</td><td>48</td><td>49</td><td>50</td><td>51</td><td>52</td><td>53</td><td>54</td><td>55</td><td>56</td><td>57</td><td>58</td><td>59</td><td>60</td><td>61</td><td>62</td><td>63</td><td>64</td><td>65</td><td>66</td><td>67</td><td>68</td><td>69</td><td>70</td><td>71</td><td>72</td><td>73</td><td>74</td><td>75</td><td>76</td><td>77</td><td>78</td><td>79</td><td>80</td><td>81</td><td>82</td><td>83</td><td>84</td><td>85</td><td>86</td><td>87</td><td>88</td><td>89</td><td>90</td><td>91</td><td>92</td><td>93</td><td>94</td><td>95</td><td>96</td><td>97</td><td>98</td><td>99</td><td>100</td><td>101</td><td>102</td><td>103</td><td>104</td><td>105</td><td>106</td><td>107</td><td>108</td><td>109</td><td>110</td><td>111</td><td>112</td><td>113</td><td>114</td><td>115</td><td>116</td><td>117</td><td>118</td><td>119</td><td>120</td><td>121</td><td>122</td><td>123</td><td>124</td><td>125</td><td>126</td><td>127</td><td>128</td><td>129</td><td>130</td><td>131</td><td>132</td><td>133</td><td>134</td><td>135</td><td>136</td><td>137</td><td>138</td><td>139</td><td>140</td><td>141</td><td>142</td><td>143</td><td>144</td><td>145</td><td>146</td><td>147</td><td>148</td><td>149</td><td>150</td><td>151</td><td>152</td><td>153</td><td>154</td><td>155</td><td>156</td><td>157</td><td>158</td><td>159</td><td>160</td><td>161</td><td>162</td><td>163</td><td>164</td><td>165</td><td>166</td><td>167</td><td>168</td><td>169</td><td>170</td><td>171</td><td>172</td><td>173</td><td>174</td><td>175</td><td>176</td><td>177</td><td>178</td><td>179</td><td>180</td><td>181</td><td>182</td><td>183</td><td>184</td><td>185</td><td>186</td><td>187</td><td>188</td><td>189</td><td>190</td><td>191</td><td>192</td><td>193</td><td>194</td><td>195</td><td>196</td><td>197</td><td>198</td><td>199</td><td>200</td><td>201</td><td>202</td><td>203</td><td>204</td><td>205</td><td>206</td><td>207</td><td>208</td><td>209</td><td>210</td><td>211</td><td>212</td><td>213</td><td>214</td><td>215</td><td>216</td><td>217</td><td>218</td><td>219</td><td>220</td><td>221</td><td>222</td><td>223</td><td>224</td><td>225</td><td>226</td><td>227</td><td>228</td><td>229</td><td>230</td><td>231</td><td>232</td><td>233</td><td>234</td><td>235</td><td>236</td><td>237</td><td>238</td><td>239</td><td>240</td><td>241</td><td>242</td><td>243</td><td>244</td><td>245</td><td>246</td><td>247</td><td>248</td><td>249</td><td>250</td><td>251</td><td>252</td><td>253</td><td>254</td><td>255</td><td>256</td><td>257</td><td>258</td><td>259</td><td>260</td><td>261</td><td>262</td><td>263</td><td>264</td><td>265</td><td>266</td><td>267</td><td>268</td><td>269</td><td>270</td><td>271</td><td>272</td><td>273</td><td>274</td><td>275</td><td>276</td><td>277</td><td>278</td><td>279</td><td>280</td><td>281</td><td>282</td><td>283</td><td>284</td><td>285</td><td>286</td><td>287</td><td>288</td><td>289</td><td>290</td><td>291</td><td>292</td><td>293</td><td>294</td><td>295</td><td>296</td><td>297</td><td>298</td><td>299</td><td>300</td><td>301</td><td>302</td><td>303</td><td>304</td><td>305</td><td>306</td><td>307</td><td>308</td><td>309</td><td>310</td><td>311</td><td>312</td><td>313</td><td>314</td><td>315</td><td>316</td><td>317</td><td>318</td><td>319</td><td>320</td><td>321</td><td>322</td><td>323</td><td>324</td><td>325</td><td>326</td><td>327</td><td>328</td><td>329</td><td>330</td><td>331</td><td>332</td><td>333</td><td>334</td><td>335</td><td>336</td><td>337</td><td>338</td><td>339</td><td>340</td><td>341</td><td>342</td><td>343</td><td>344</td><td>345</td><td>346</td><td>347</td><td>348</td><td>349</td><td>350</td><td>351</td><td>352</td><td>353</td><td>354</td><td>355</td><td>356</td><td>357</td><td>358</td><td>359</td><td>360</td><td>361</td><td>362</td><td>363</td><td>364</td><td>365</td><td>366</td><td>367</td><td>368</td><td>369</td><td>370</td><td>371</td><td>372</td><td>373</td><td>374</td><td>375</td><td>376</td><td>377</td><td>378</td><td>379</td><td>380</td><td>381</td><td>382</td><td>383</td><td>384</td><td>385</td><td>386</td><td>387</td><td>388</td><td>389</td><td>390</td><td>391</td><td>392</td><td>393</td><td>394</td><td>395</td><td>396</td><td>397</td><td>398</td><td>399</td><td>400</td><td>401</td><td>402</td><td>403</td><td>404</td><td>405</td><td>406</td><td>407</td><td>408</td><td>409</td><td>410</td><td>411</td><td>412</td><td>413</td><td>414</td><td>415</td><td>416</td><td>417</td><td>418</td><td>419</td><td>420</td><td>421</td><td>422</td><td>423</td><td>424</td><td>425</td><td>426</td><td>427</td><td>428</td><td>429</td><td>430</td><td>431</td><td>432</td><td>433</td><td>434</td><td>435</td><td>436</td><td>437</td><td>438</td><td>439</td><td>440</td><td>441</td><td>442</td><td>443</td><td>444</td><td>445</td><td>446</td><td>447</td><td>448</td><td>449</td><td>450</td><td>451</td><td>452</td><td>453</td><td>454</td><td>455</td><td>456</td><td>457</td><td>458</td><td>459</td><td>460</td><td>461</td><td>462</td><td>463</td><td>464</td><td>465</td><td>466</td><td>467</td><td>468</td><td>469</td><td>470</td><td>471</td><td>472</td><td>473</td><td>474</td><td>475</td><td>476</td><td>477</td><td>478</td><td>479</td><td>480</td><td>481</td><td>482</td><td>483</td><td>484</td><td>485</td><td>486</td><td>487</td><td>488</td><td>489</td><td>490</td><td>491</td><td>492</td><td>493</td><td>494</td><td>495</td><td>496</td><td>497</td><td>498</td><td>499</td><td>500</td><td>501</td><td>502</td><td>503</td><td>504</td><td>505</td><td>506</td><td>507</td><td>508</td><td>509</td><td>510</td><td>511</td><td>512</td><td>513</td><td>514</td><td>515</td><td>516</td><td>517</td><td>518</td><td>519</td><td>520</td><td>521</td><td>522</td><td>523</td><td>524</td><td>525</td><td>526</td><td>527</td><td>528</td><td>529</td><td>530</td><td>531</td><td>532</td><td>533</td><td>534</td><td>535</td><td>536</td><td>537</td><td>538</td><td>539</td><td>540</td><td>541</td><td>542</td><td>543</td><td>544</td><td>545</td><td>546</td><td>547</td><td>548</td><td>549</td><td>550</td><td>551</td><td>552</td><td>553</td><td>554</td><td>555</td><td>556</td><td>557</td><td>558</td><td>559</td><td>550</td><td>551</td><td>552</td><td>553</td><td>554</td><td>555</td><td>556</td><td>557</td><td>558</td><td>559</td><td>560</td><td>561</td><td>562</td><td>563</td><td>564</td><td>565</td><td>566</td><td>567</td><td>568</td><td>569</td><td>570</td><td>571</td><td>572</td><td>573</td><td>574</td><td>575</td><td>576</td><td>577</td><td>578</td><td>579</td><td>580</td><td>581</td><td>582</td><td>583</td><td>584</td><td>585</td><td>586</td><td>587</td><td>588</td><td>589</td><td>590</td><td>591</td><td>592</td><td>593</td><td>594</td><td>595</td><td>596</td><td>597</td><td>598</td><td>599</td><td>600</td><td>601</td><td>602</td><td>603</td><td>604</td><td>605</td><td>606</td><td>607</td><td>608</td><td>609</td><td>610</td><td>611</td><td>612</td><td>613</td><td>614</td><td>615</td><td>616</td><td>617</td><td>618</td><td>619</td><td>620</td><td>621</td><td>622</td><td>623</td><td>624</td><td>625</td><td>626</td><td>627</td><td>628</td><td>629</td><td>630</td><td>631</td><td>632</td><td>633</td><td>634</td><td>635</td><td>636</td><td>637</td><td>638</td><td>639</td><td>640</td><td>641</td><td>642</td><td>643</td><td>644</td><td>645</td><td>646</td><td>647</td><td>648</td><td>649</td><td>650</td><td>651</td><td>652</td><td>653</td><td>654</td><td>655</td><td>656</td><td>657</td><td>658</td><td>659</td><td>660</td><td>661</td><td>662</td><td>663</td><td>664</td><td>665</td><td>666</td><td>667</td><td>668</td><td>669</td><td>660</td><td>661</td><td>662</td><td>663</td><td>664</td><td>665</td><td>666</td><td>667</td><td>668</td><td>669</td><td>670</td><td>671</td><td>672</td><td>673</td><td>674</td><td>675</td><td>676</td><td>677</td><td>678</td><td>679</td><td>680</td><td>681</td><td>682</td><td>683</td><td>684</td><td>685</td><td>686</td><td>687</td><td>688</td><td>689</td><td>690</td><td>691</td><td>692</td><td>693</td><td>694</td><td>695</td><td>696</td><td>697</td><td>698</td><td>699</td><td>700</td><td>701</td><td>702</td><td>703</td><td>704</td><td>705</td><td>706</td><td>707</td><td>708</td><td>709</td><td>710</td><td>711</td><td>712</td><td>713</td><td>714</td><td>715</td><td>716</td><td>717</td><td>718</td><td>719</td><td>720</td><td>721</td><td>722</td><td>723</td><td>724</td><td>725</td><td>726</td><td>727</td><td>728</td><td>729</td><td>720</td><td>721</td><td>722</td><td>723</td><td>724</td><td>725</td><td>726</td><td>727</td><td>728</td><td>729</td><td>730</td><td>731</td><td>732</td><td>733</td><td>734</td><td>735</td><td>736</td><td>737</td><td>738</td><td>739</td><td>730</td><td>731</td><td>732</td><td>733</td><td>734</td><td>735</td><td>736</td><td>737</td><td>738</td><td>739</td><td>740</td><td>741</td><td>742</td><td>743</td><td>744</td><td>745</td><td>746</td><td>747</td><td>748</td><td>749</td><td>740</td><td>741</td><td>742</td><td>743</td><td>744</td><td>745</td><td>746</td><td>747</td><td>748</td><td>749</td><td>750</td><td>751</td><td>752</td><td>753</td><td>754</td><td>755</td><td>756</td><td>757</td><td>758</td><td>759</td><td>750</td><td>751</td><td>752</td><td>753</td><td>754</td><td>755</td><td>756</td><td>757</td><td>758</td><td>759</td><td>760</td><td>761</td><td>762</td><td>763</td><td>764</td><td>765</td><td>766</td><td>767</td><td>768</td><td>769</td><td>760</td><td>761</td><td>762</td><td>763</td><td>764</td><td>765</td><td>766</td><td>767</td><td>768</td><td>769</td><td>770</td><td>771</td><td>772</td><td>773</td><td>774</td><td>775</td><td>776</td><td>777</td><td>778</td><td>779</td><td>770</td><td>771</td><td>772</td><td>773</td><td>774</td><td>775</td><td>776</td><td>777</td><td>778</td><td>779</td><td>780</td><td>781</td><td>782</td><td>783</td><td>784</td><td>785</td><td>786</td><td>787</td><td>788</td><td>789</td><td>780</td><td>781</td><td>782</td><td>783</td><td>784</td><td>785</td><td>786</td><td>787</td><td>788</td><td>789</td><td>790</td><td>791</td><td>792</td><td>793</td><td>794</td><td>795</td><td>796</td><td>797</td><td>798</td><td>799</td><td>790</td><td>791</td><td>792</td><td>793</td><td>794</td><td>795</td><td>796</td><td>797</td><td>798</td><td>799</td><td>800</td><td>801</td><td>802</td><td>803</td><td>804</td><td>805</td><td>806</td><td>807</td><td>808</td><td>809</td><td>800</td><td>801</td><td>802</td><td>803</td><td>804</td><td>805</td><td>806</td><td>807</td><td>808</td><td>809</td><td>810</td><td>811</td><td>812</td><td>813</td><td>814</td><td>815</td><td>816</td><td>817</td><td>818</td><td>819</td><td>810</td><td>811</td><td>812</td><td>813</td><td>814</td><td>815</td><td>816</td><td>817</td><td>818</td><td>819</td><td>820</td><td>821</td><td>822</td><td>823</td><td>824</td><td>825</td><td>826</td><td>827</td><td>828</td><td>829</td><td>820</td><td>821</td><td>822</td><td>823</td><td>824</td><td>825</td><td>826</td><td>827</td><td>828</td><td>829</td><td>830</td><td>831</td><td>832</td><td>833</td><td>834</td><td>835</td><td>836</td><td>837</td><td>838</td><td>839</td><td>830</td><td>831</td><td>832</td><td>833</td><td>834</td><td>835</td><td>836</td><td>837</td><td>838</td><td>839</td><td>840</td><td>841</td><td>842</td><td>843</td><td>844</td><td>845</td><td>846</td><td>847</td><td>848</td><td>849</td><td>840</td><td>841</td><td>842</td><td>843</td><td>844</td><td>845</td><td>846</td><td>847</td><td>848</td><td>849</td><td>850</td><td>851</td><td>852</td><td>853</td><td>854</td><td>855</td><td>856</td><td>857</td><td>858</td><td>859</td><td>850</td><td>851</td><td>852</td><td>853</td><td>854</td><td>855</td><td>856</td><td>857</td><td>858</td><td>859</td><td>860</td><td>861</td><td>862</td><td>863</td><td>864</td><td>865</td><td>866</td><td>867</td><td>868</td><td>869</td><td>860</td><td>861</td><td>862</td><td>863</td><td>864</td><td>865</td><td>866</td><td>867</td><td>868</td><td>869</td><td>870</td><td>871</td><td>872</td><td>873</td><td>874</td><td>875</td><td>876</td><td>877</td><td>878</td><td>879</td><td>870</td><td>871</td><td>872</td><td>873</td><td>874</td><td>875</td><td>876</td><td>877</td><td>878</td><td>879</td><td>880</td><td>881</td><td>882</td><td>883</td><td>884</td><td>885</td><td>886</td><td>887</td><td>888</td><td>889</td><td>880</td><td>881</td><td>882</td><td>883</td><td>884</td><td>885</td><td>886</td><td>887</td><td>888</td><td>889</td><td>890</td><td>891</td><td>892</td><td>893</td><td>894</td><td>895</td><td>896</td><td>897</td><td>898</td><td>899</td><td>890</td><td>891</td><td>892</td><td>893</td><td>894</td><td>895</td><td>896</td><td>897</td><td>898</td><td>899</td><td>900</td><td>901</td><td>902</td><td>903</td><td>904</td><td>905</td><td>906</td><td>907</td><td>908</td><td>909</td><td>900</td><td>901</td><td>902</td><td>903</td><td>904</td><td>905</td><td>906</td><td>907</td><td>908</td><td>909</td><td>910</td><td>911</td><td>912</td><td>913</td><td>914</td><td>915</td><td>916</td><td>917</td><td>918</td><td>919</td><td>910</td><td>911</td><td>912</td><td>913</td><td>914</td><td>915</td><td>916</td><td>917</td><td>918</td><td>919</td><td>920</td><td>921</td><td>922</td><td>923</td><td>924</td><td>925</td><td>926</td><td>927</td><td>928</td><td>929</td><td>920</td><td>921</td><td>922</td><td>923</td><td>924</td><td>925</td><td>926</td><td>927</td><td>928</td><td>929</td><td>930</td><td>931</td><td>932</td><td>933</td><td>934</td><td>935</td><td>936</td><td>937</td><td>938</td><td>939</td><td>930</td><td>931</td><td>932</td><td>933</td><td>934</td><td>935</td><td>936</td><td>937</td><td>938</td><td>939</td><td>940</td><td>941</td><td>942</td><td>943</td><td>944</td><td>945</td><td>946</td><td>947</td><td>948</td><td>949</td><td>940</td><td>941</td><td>942</td><td>943</td><td>944</td><td>945</td><td>946</td><td>947</td><td>948</td><td>949</td><td>950</td><td>951</td><td>952</td><td>953</td><td>954</td><td>955</td><td>956</td><td>957</td><td>958</td><td>959</td><td>950</td><td>951</td><td>952</td><td>953</td><td>954</td><td>955</td><td>956</td><td>957</td><td>958</td><td>959</td><td>960</td><td>961</td><td>962</td><td>963</td><td>964</td><td>965</td><td>966</td><td>967</td><td>968</td><td>969</td><td>960</td><td>961</td><td>962</td><td>963</td><td>964</td><td>965</td><td>966</td><td>967</td><td>968</td><td>969</td><td>970</td><td>971</td><td>972</td><td>973</td><td>974</td><td>975</td><td>976</td><td>977</td><td>978</td><td>979</td><td>970</td><td>971</td><td>972</td><td>973</td><td>974</td><td>975</td><td>976</td><td>977</td><td>978</td><td>979</td><td>980</td><td>981</td><td>982</td><td>983</td><td>984</td><td>985</td><td>986</td><td>987</td><td>988</td><td>989</td><td>980</td><td>981</td><td>982</td><td>983</td><td>984</td><td>985</td><td>986</td><td>987</td><td>988</td><td>989</td><td>990</td><td>991</td><td>992</td><td>993</td><td>994</td><td>995</td><td>996</td><td>997</td><td>998</td><td>999</td><td>990</td><td>991</td><td>992</td><td>993</td><td>994</td><td>995</td><td>996</td><td>997</td><td>998</td><td>999</td><td>1000</td><td>1001</td><td>1002</td><td>1003</td><td>1004</td><td>1005</td><td>1006</td><td>1007</td><td>1008</td><td>1009</td><td>1000</td><td>1001</td><td>1002</td><td>1003</td><td>1004</td><td>1005</td><td>1006</td><td>1007</td><td>1008</td><td>1009</td><td>1010</td><td>1011</td><td>1012</td><td>1013</td><td>1014</td><td>1015</td><td>1016</td><td>1017</td><td>1018</td><td>1019</td><td>1010</td><td>1011</td><td>1012</td><td>1013</td><td>1014</td><td>1015</td><td>1016</td><td>1017</td><td>1018</td><td>1019</td><td>1020</td><td>1021</td><td>1022</td><td>1023</td><td>1024</td><td>1025</td><td>1026</td><td>1027</td><td>1028</td><td>1029</td><td>1020</td><td>1021</td><td>1022</td><td>1023</td><td>1024</td><td>1025</td><td>1026</td><td>1027</td><td>1028</td><td>1029</td><td>1030</td><td>1031</td><td>103</td></tr></table>					COLUNAS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	124	125	126	127	128	129	130	131	132	133	134	135	136	137	138	139	140	141	142	143	144	145	146	147	148	149	150	151	152	153	154	155	156	157	158	159	160	161	162	163	164	165	166	167	168	169	170	171	172	173	174	175	176	177	178	179	180	181	182	183	184	185	186	187	188	189	190	191	192	193	194	195	196	197	198	199	200	201	202	203	204	205	206	207	208	209	210	211	212	213	214	215	216	217	218	219	220	221	222	223	224	225	226	227	228	229	230	231	232	233	234	235	236	237	238	239	240	241	242	243	244	245	246	247	248	249	250	251	252	253	254	255	256	257	258	259	260	261	262	263	264	265	266	267	268	269	270	271	272	273	274	275	276	277	278	279	280	281	282	283	284	285	286	287	288	289	290	291	292	293	294	295	296	297	298	299	300	301	302	303	304	305	306	307	308	309	310	311	312	313	314	315	316	317	318	319	320	321	322	323	324	325	326	327	328	329	330	331	332	333	334	335	336	337	338	339	340	341	342	343	344	345	346	347	348	349	350	351	352	353	354	355	356	357	358	359	360	361	362	363	364	365	366	367	368	369	370	371	372	373	374	375	376	377	378	379	380	381	382	383	384	385	386	387	388	389	390	391	392	393	394	395	396	397	398	399	400	401	402	403	404	405	406	407	408	409	410	411	412	413	414	415	416	417	418	419	420	421	422	423	424	425	426	427	428	429	430	431	432	433	434	435	436	437	438	439	440	441	442	443	444	445	446	447	448	449	450	451	452	453	454	455	456	457	458	459	460	461	462	463	464	465	466	467	468	469	470	471	472	473	474	475	476	477	478	479	480	481	482	483	484	485	486	487	488	489	490	491	492	493	494	495	496	497	498	499	500	501	502	503	504	505	506	507	508	509	510	511	512	513	514	515	516	517	518	519	520	521	522	523	524	525	526	527	528	529	530	531	532	533	534	535	536	537	538	539	540	541	542	543	544	545	546	547	548	549	550	551	552	553	554	555	556	557	558	559	550	551	552	553	554	555	556	557	558	559	560	561	562	563	564	565	566	567	568	569	570	571	572	573	574	575	576	577	578	579	580	581	582	583	584	585	586	587	588	589	590	591	592	593	594	595	596	597	598	599	600	601	602	603	604	605	606	607	608	609	610	611	612	613	614	615	616	617	618	619	620	621	622	623	624	625	626	627	628	629	630	631	632	633	634	635	636	637	638	639	640	641	642	643	644	645	646	647	648	649	650	651	652	653	654	655	656	657	658	659	660	661	662	663	664	665	666	667	668	669	660	661	662	663	664	665	666	667	668	669	670	671	672	673	674	675	676	677	678	679	680	681	682	683	684	685	686	687	688	689	690	691	692	693	694	695	696	697	698	699	700	701	702	703	704	705	706	707	708	709	710	711	712	713	714	715	716	717	718	719	720	721	722	723	724	725	726	727	728	729	720	721	722	723	724	725	726	727	728	729	730	731	732	733	734	735	736	737	738	739	730	731	732	733	734	735	736	737	738	739	740	741	742	743	744	745	746	747	748	749	740	741	742	743	744	745	746	747	748	749	750	751	752	753	754	755	756	757	758	759	750	751	752	753	754	755	756	757	758	759	760	761	762	763	764	765	766	767	768	769	760	761	762	763	764	765	766	767	768	769	770	771	772	773	774	775	776	777	778	779	770	771	772	773	774	775	776	777	778	779	780	781	782	783	784	785	786	787	788	789	780	781	782	783	784	785	786	787	788	789	790	791	792	793	794	795	796	797	798	799	790	791	792	793	794	795	796	797	798	799	800	801	802	803	804	805	806	807	808	809	800	801	802	803	804	805	806	807	808	809	810	811	812	813	814	815	816	817	818	819	810	811	812	813	814	815	816	817	818	819	820	821	822	823	824	825	826	827	828	829	820	821	822	823	824	825	826	827	828	829	830	831	832	833	834	835	836	837	838	839	830	831	832	833	834	835	836	837	838	839	840	841	842	843	844	845	846	847	848	849	840	841	842	843	844	845	846	847	848	849	850	851	852	853	854	855	856	857	858	859	850	851	852	853	854	855	856	857	858	859	860	861	862	863	864	865	866	867	868	869	860	861	862	863	864	865	866	867	868	869	870	871	872	873	874	875	876	877	878	879	870	871	872	873	874	875	876	877	878	879	880	881	882	883	884	885	886	887	888	889	880	881	882	883	884	885	886	887	888	889	890	891	892	893	894	895	896	897	898	899	890	891	892	893	894	895	896	897	898	899	900	901	902	903	904	905	906	907	908	909	900	901	902	903	904	905	906	907	908	909	910	911	912	913	914	915	916	917	918	919	910	911	912	913	914	915	916	917	918	919	920	921	922	923	924	925	926	927	928	929	920	921	922	923	924	925	926	927	928	929	930	931	932	933	934	935	936	937	938	939	930	931	932	933	934	935	936	937	938	939	940	941	942	943	944	945	946	947	948	949	940	941	942	943	944	945	946	947	948	949	950	951	952	953	954	955	956	957	958	959	950	951	952	953	954	955	956	957	958	959	960	961	962	963	964	965	966	967	968	969	960	961	962	963	964	965	966	967	968	969	970	971	972	973	974	975	976	977	978	979	970	971	972	973	974	975	976	977	978	979	980	981	982	983	984	985	986	987	988	989	980	981	982	983	984	985	986	987	988	989	990	991	992	993	994	995	996	997	998	999	990	991	992	993	994	995	996	997	998	999	1000	1001	1002	1003	1004	1005	1006	1007	1008	1009	1000	1001	1002	1003	1004	1005	1006	1007	1008	1009	1010	1011	1012	1013	1014	1015	1016	1017	1018	1019	1010	1011	1012	1013	1014	1015	1016	1017	1018	1019	1020	1021	1022	1023	1024	1025	1026	1027	1028	1029	1020	1021	1022	1023	1024	1025	1026	1027	1028	1029	1030	1031	103
COLUNAS	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81	82	83	84	85	86	87	88	89	90	91	92	93	94	95	96	97	98	99	100	101	102	103	104	105	106	107	108	109	110	111	112	113	114	115	116	117	118	119	120	121	122	123	124	125	126	127	128	129	130	131	132	133	134	135	136	137	138	139	140	141	142	143	144	145	146	147	148	149	150	151	152	153	154	155	156	157	158	159	160	161	162	163	164	165	166	167	168	169	170	171	172	173	174	175	176	177	178	179	180	181	182	183	184	185	186	187	188	189	190	191	192	193	194	195	196	197	198	199	200	201	202	203	204	205	206	207	208	209	210	211	212	213	214	215	216	217	218	219	220	221	222	223	224	225	226	227	228	229	230	231	232	233	234	235	236	237	238	239	240	241	242	243	244	245	246	247	248	249	250	251	252	253	254	255	256	257	258	259	260	261	262	263	264	265	266	267	268	269	270	271	272	273	274	275	276	277	278	279	280	281	282	283	284	285	286	287	288	289	290	291	292	293	294	295	296	297	298	299	300	301	302	303	304	305	306	307	308	309	310	311	312	313	314	315	316	317	318	319	320	321	322	323	324	325	326	327	328	329	330	331	332	333	334	335	336	337	338	339	340	341	342	343	344	345	346	347	348	349	350	351	352	353	354	355	356	357	358	359	360	361	362	363	364	365	366	367	368	369	370	371	372	373	374	375	376	377	378	379	380	381	382	383	384	385	386	387	388	389	390	391	392	393	394	395	396	397	398	399	400	401	402	403	404	405	406	407	408	409	410	411	412	413	414	415	416	417	418	419	420	421	422	423	424	425	426	427	428	429	430	431	432	433	434	435	436	437	438	439	440	441	442	443	444	445	446	447	448	449	450	451	452	453	454	455	456	457	458	459	460	461	462	463	464	465	466	467	468	469	470	471	472	473	474	475	476	477	478	479	480	481	482	483	484	485	486	487	488	489	490	491	492	493	494	495	496	497	498	499	500	501	502	503	504	505	506	507	508	509	510	511	512	513	514	515	516	517	518	519	520	521	522	523	524	525	526	527	528	529	530	531	532	533	534	535	536	537	538	539	540	541	542	543	544	545	546	547	548	549	550	551	552	553	554	555	556	557	558	559	550	551	552	553	554	555	556	557	558	559	560	561	562	563	564	565	566	567	568	569	570	571	572	573	574	575	576	577	578	579	580	581	582	583	584	585	586	587	588	589	590	591	592	593	594	595	596	597	598	599	600	601	602	603	604	605	606	607	608	609	610	611	612	613	614	615	616	617	618	619	620	621	622	623	624	625	626	627	628	629	630	631	632	633	634	635	636	637	638	639	640	641	642	643	644	645	646	647	648	649	650	651	652	653	654	655	656	657	658	659	660	661	662	663	664	665	666	667	668	669	660	661	662	663	664	665	666	667	668	669	670	671	672	673	674	675	676	677	678	679	680	681	682	683	684	685	686	687	688	689	690	691	692	693	694	695	696	697	698	699	700	701	702	703	704	705	706	707	708	709	710	711	712	713	714	715	716	717	718	719	720	721	722	723	724	725	726	727	728	729	720	721	722	723	724	725	726	727	728	729	730	731	732	733	734	735	736	737	738	739	730	731	732	733	734	735	736	737	738	739	740	741	742	743	744	745	746	747	748	749	740	741	742	743	744	745	746	747	748	749	750	751	752	753	754	755	756	757	758	759	750	751	752	753	754	755	756	757	758	759	760	761	762	763	764	765	766	767	768	769	760	761	762	763	764	765	766	767	768	769	770	771	772	773	774	775	776	777	778	779	770	771	772	773	774	775	776	777	778	779	780	781	782	783	784	785	786	787	788	789	780	781	782	783	784	785	786	787	788	789	790	791	792	793	794	795	796	797	798	799	790	791	792	793	794	795	796	797	798	799	800	801	802	803	804	805	806	807	808	809	800	801	802	803	804	805	806	807	808	809	810	811	812	813	814	815	816	817	818	819	810	811	812	813	814	815	816	817	818	819	820	821	822	823	824	825	826	827	828	829	820	821	822	823	824	825	826	827	828	829	830	831	832	833	834	835	836	837	838	839	830	831	832	833	834	835	836	837	838	839	840	841	842	843	844	845	846	847	848	849	840	841	842	843	844	845	846	847	848	849	850	851	852	853	854	855	856	857	858	859	850	851	852	853	854	855	856	857	858	859	860	861	862	863	864	865	866	867	868	869	860	861	862	863	864	865	866	867	868	869	870	871	872	873	874	875	876	877	878	879	870	871	872	873	874	875	876	877	878	879	880	881	882	883	884	885	886	887	888	889	880	881	882	883	884	885	886	887	888	889	890	891	892	893	894	895	896	897	898	899	890	891	892	893	894	895	896	897	898	899	900	901	902	903	904	905	906	907	908	909	900	901	902	903	904	905	906	907	908	909	910	911	912	913	914	915	916	917	918	919	910	911	912	913	914	915	916	917	918	919	920	921	922	923	924	925	926	927	928	929	920	921	922	923	924	925	926	927	928	929	930	931	932	933	934	935	936	937	938	939	930	931	932	933	934	935	936	937	938	939	940	941	942	943	944	945	946	947	948	949	940	941	942	943	944	945	946	947	948	949	950	951	952	953	954	955	956	957	958	959	950	951	952	953	954	955	956	957	958	959	960	961	962	963	964	965	966	967	968	969	960	961	962	963	964	965	966	967	968	969	970	971	972	973	974	975	976	977	978	979	970	971	972	973	974	975	976	977	978	979	980	981	982	983	984	985	986	987	988	989	980	981	982	983	984	985	986	987	988	989	990	991	992	993	994	995	996	997	998	999	990	991	992	993	994	995	996	997	998	999	1000	1001	1002	1003	1004	1005	1006	1007	1008	1009	1000	1001	1002	1003	1004	1005	1006	1007	1008	1009	1010	1011	1012	1013	1014	1015	1016	1017	1018	1019	1010	1011	1012	1013	1014	1015	1016	1017	1018	1019	1020	1021	1022	1023	1024	1025	1026	1027	1028	1029	1020	1021	1022	1023	1024	1025	1026	1027	1028	1029	1030	1031	103					

LICITAÇÃO		Autorização de Publicação		AP	
		RN-001/19			
CLIENTE:	PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL	DATA EMISSÃO:	31/07/2019	NP/PLANILHA:	16749
PRODUTO:	PREFEITURA	NOME R.SOC:	104 FM / RÁDIO TRAMPOLIM DA VITÓRIA LTDA	MÉI:	RÁDIO FM
AUT. CLIENTE:		CAMPAÑA:	INSTITUCIONAL	PERÍODO:	NOVEMBRO/2019
PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
G - JINGLE	30"				
H - SPOT	30"				
COLOCAÇÃO		P 01/02 03/04 05/06 07/08 09/11 12/13 14/15 16/17 18/19 20/21 22/23 24/25 26/27 28/29 30	TOT	CUSTO	
NOVEMBRO/2019		E 01/02 03/04 05/06 07/08 09/11 12/13 14/15 16/17 18/19 20/21 22/23 24/25 26/27 28/29 30	010	UNITÁRIO	
NATAL - RN / RN		C 01/02 03/04 05/06 07/08 09/11 12/13 14/15 16/17 18/19 20/21 22/23 24/25 26/27 28/29 30	INS	DESCONTO	
104 FM		S 01/02 03/04 05/06 07/08 09/11 12/13 14/15 16/17 18/19 20/21 22/23 24/25 26/27 28/29 30		ACRESCIMO	
JINGLE ROTATIVO		D 01/02 03/04 05/06 07/08 09/11 12/13 14/15 16/17 18/19 20/21 22/23 24/25 26/27 28/29 30			
SPOT ROTATIVO		S 01/02 03/04 05/06 07/08 09/11 12/13 14/15 16/17 18/19 20/21 22/23 24/25 26/27 28/29 30			
VEICULAÇÃO DE SPOT E JINGLE DE 30" EM PROGRAMAÇÃO ROTATIVA.		T 01/02 03/04 05/06 07/08 09/11 12/13 14/15 16/17 18/19 20/21 22/23 24/25 26/27 28/29 30			
4X AO DIA PARA O SPOT E 2X AO DIA COM O JINGLE.		Q 01/02 03/04 05/06 07/08 09/11 12/13 14/15 16/17 18/19 20/21 22/23 24/25 26/27 28/29 30			
DURANTE 01 DE NOVEMBRO/2019 A 06 DE JANEIRO/2020.		S 01/02 03/04 05/06 07/08 09/11 12/13 14/15 16/17 18/19 20/21 22/23 24/25 26/27 28/29 30			
** SUB. TOTAL				180	
COMIS. AGENCIA: R\$ 1.504,80					7.524,00
VALOR LÍQUIDO: R\$ 6.019,20					
PRAZO PAGO: C/A/PRES - 01/11/2019 - 7.524,00					
TABELA ABRIU/2019.		OBSERVAÇÃO			
				180	TOTAL: R\$
					7.524,00
					MICHA
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA					

TABLE I. PROLOGUE.

TABELA ABRIL/2019.

TABELA ABRIL/2019.

TABELA ABRIL/2019.

LICITAÇÃO		Autorização de Publicação		AP																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
		RN-001/19		Nº PLANILHA: 16734																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
CLIENTE: PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL			DATA EMISSÃO: 31/07/2019	MEIO: TELEVISÃO																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
PRODUTO: PREFEITURA				PERÍODO: DEZEMBRO/2019																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
AUT. CLIENTE: CAMPANHA: INSTITUCIONAL																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
PEÇA E -VT		FORMATO 30"	PEÇA	FORMATO																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th><th>E</th><th>01</th><th>02</th><th>03</th><th>04</th><th>05</th><th>06</th><th>07</th><th>08</th><th>09</th><th>10</th><th>11</th><th>12</th><th>13</th><th>14</th><th>15</th><th>16</th><th>17</th><th>18</th><th>19</th><th>20</th><th>21</th><th>22</th><th>23</th><th>24</th><th>25</th><th>26</th><th>27</th><th>28</th><th>29</th><th>30</th><th>31</th><th>TOT</th><th>GR3</th><th>CUSTO UNITÁRIO</th><th>% DESCONTO</th><th>%</th><th>ACRESCIMO</th><th>CUSTO TOTAL R\$</th></tr> <tr> <th></th><th>C</th><th>D</th><th>S</th><th>T</th><th>Q</th><th>A</th><th>S</th><th>S</th><th>D</th><th>S</th><th>T</th><th>Q</th><th>S</th><th>S</th><th>D</th><th>S</th><th>T</th><th>Q</th><th>S</th><th>S</th><th>D</th><th>S</th><th>T</th><th>Q</th><th>S</th><th>S</th><th>D</th><th>S</th><th>T</th><th>INS</th><th></th><th></th><th></th><th></th><th></th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>COLOCAÇÃO DEZEMBRO/2019</td><td>P</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>NATAL - RN / RN</td><td>E</td><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>INTERTV CABUGI</td><td>E</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>BOM DIA RN</td><td>E</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>BOM DIA BRASIL</td><td>E</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>NOVELA III</td><td>E</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>RN TV 1ª EDIÇÃO</td><td>E</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>JORNAL HOJE</td><td>E</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>DOMINGÃO DO FAUSTÃO</td><td>E</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>RNTV 2ª ED.</td><td>E</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>JORNAL NACIONAL</td><td>E</td><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>FANTÁSTICO</td><td>E</td><td>1</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>** SUB. TOTAL</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>COMIS. AGENCIA: R\$ 15.094,20</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>VALOR LÍQUIDO: R\$ 60.376,80</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>PRAZO PAGTO: C/AFRES. 01/12/2019-75.471,00</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>OBSERVAÇÃO</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>TABELA ABRIL/2019:</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>MÉDIA</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr> <td>APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>							E	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT	GR3	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	%	ACRESCIMO	CUSTO TOTAL R\$		C	D	S	T	Q	A	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	INS						COLOCAÇÃO DEZEMBRO/2019	P																																			NATAL - RN / RN	E	1																																			INTERTV CABUGI	E																																					BOM DIA RN	E																																					BOM DIA BRASIL	E																																					NOVELA III	E																																					RN TV 1ª EDIÇÃO	E																																					JORNAL HOJE	E																																					DOMINGÃO DO FAUSTÃO	E																																					RNTV 2ª ED.	E																																					JORNAL NACIONAL	E	1																																				FANTÁSTICO	E	1																																				** SUB. TOTAL																																						COMIS. AGENCIA: R\$ 15.094,20																																						VALOR LÍQUIDO: R\$ 60.376,80																																						PRAZO PAGTO: C/AFRES. 01/12/2019-75.471,00																																						OBSERVAÇÃO																																						TABELA ABRIL/2019:																																						MÉDIA																																						APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA																																					
	E	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT	GR3	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	%	ACRESCIMO	CUSTO TOTAL R\$																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																															
	C	D	S	T	Q	A	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	INS																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
COLOCAÇÃO DEZEMBRO/2019	P																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
NATAL - RN / RN	E	1																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
INTERTV CABUGI	E																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
BOM DIA RN	E																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
BOM DIA BRASIL	E																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
NOVELA III	E																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
RN TV 1ª EDIÇÃO	E																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
JORNAL HOJE	E																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
DOMINGÃO DO FAUSTÃO	E																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
RNTV 2ª ED.	E																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
JORNAL NACIONAL	E	1																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
FANTÁSTICO	E	1																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																				
** SUB. TOTAL																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
COMIS. AGENCIA: R\$ 15.094,20																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
VALOR LÍQUIDO: R\$ 60.376,80																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
PRAZO PAGTO: C/AFRES. 01/12/2019-75.471,00																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
OBSERVAÇÃO																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
TABELA ABRIL/2019:																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
MÉDIA																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
OBSERVAÇÃO		19	490	TOTAL R\$ 75.471,00																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
MÉDIA																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						

LICITAÇÃO		Autorização de Publicação		AP	
		PNL-001/19		PNL-001/19	
CLIENTE: PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL		DATA EMISSÃO: 31/07/2019		MÉDICO: 100% PERÍODO: 06/2019-06/2020	
PRODUTO: PREFEITURA		CAMPANHA: INSTITUCIONAL		MÉDICO: 100% PERÍODO: 06/2019-06/2020	
PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
E - VT	30"				
COLOCAÇÃO	P	01/01/2019/06/2019	01/06/2019/11/2019	12/06/2019/18/2019	19/06/2019/25/2019
DEZEMBRO/2019	E	1	1	1	1
NATAL - PNL / BN	A	1	1	1	1
TV TROPICAL	E	1	1	1	1
HOJE EM DIA	E	1	1	1	1
BALANÇO GERAL BN	E	1	1	1	1
TUDO COM PRISCILA FREIRE	E	1	1	1	1
CIDADE ALERTA BN	E	1	1	1	1
JORNAL DA TROPICAL	E	1	1	1	1
- SUB. TOTAL					
COMIS. AGENCIA: 25 % MCA					
VALOR LIQUIDO: R\$ 20.723,60					
PERÍODO PAGTO: CAMPES: 07/07/2019-25/04/2020					
TABELA FABRICADA:					
OBSERVAÇÃO					
TOTAL: R\$ 20.723,60					
MDF4					
APROVADO PELO SECRETARIO DE SAÚDE					

	LICITAÇÃO	Orcamento
		OC 15219
		DATA: 31/07/2019
Cliente: PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL Campanha: CONCORRÊNCIA 24.0001/2019 Produto: PREFEITURA Espécie: VT Título: PREFEITURA DO NATAL Acabamento: Pz. Entrega:		CNPJ: 08.241.747/0016-20 PIT: RN-001/19 Meio: PROD. VT/FILME Formato: 30" Cores: Validade:
ESPECIFICAÇÕES		
VALOR REFERENTE A PRODUÇÃO DO VT DE 30" (TRINTA SEGUNDOS) DE DURAÇÃO, INCLUINDO: VINHETA CANTADA, CARTELAS, IMAGENS, EDIÇÃO E ASSINATURA FINAL.		
OPÇÃO FORNECEDOR 1 PRODUÇÃO VT (Qtd 1) MAIS VÍDEO		COND. C/APRES VALOR 3.500,00 HONOR. 525,00 TOTAL GERAL 4.025,00
1) Nas notas deverá constar o número do nosso Pedido. 2) As notas deverão ser enviadas no mínimo com 20 dias de antecedência <input type="checkbox"/>		

	Opção	Aprovação pelo Cliente	Data
--	--------------	-------------------------------	-------------

		LICITAÇÃO			Orçamento	
					OC 15221	
					DATA: 31/07/2019	
Cliente: PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL Campanha: CONCORRÊNCIA 24.0001/2019 Produto: PREFEITURA Espécie: JINGLE Título: PREFEITURA DO NATAL Acabamento: Pz. Entrega:		CNPJ: 08.241.747/0016-20 PIT: RN-001/19 Melo: PROD. VT/FILME Formato: 60" Cores:		Validade:		
ESPECIFICAÇÕES						
VALOR REFERENTE A PRODUÇÃO DE 01 (UM) JINGLE DE 60" (SESSENTA SEGUNDOS) DE DURAÇÃO, INCLUINDO: CACHÉS DE CANTORES, MÚSICOS, LOCUTOR, MIXAGEM, MASTERIZAÇÃO, EFEITOS E CÓPIAS.						
OPÇÃO FORNECEDOR		DESCRÍÇÃO	COND.	VALOR	HONOR.	TOTAL GERAL
1	GARAGEM STUDIO	PRODUÇÃO JINGLE (Qtd 1)	C/APRES	4.500,00	675,00	5.175,00
1) Nas notas deverá constar o número do nosso Pedido. 2) As notas deverão ser enviadas no mínimo com 20 dias de antecedência <input type="checkbox"/>						
		Opção	Aprovação pelo Cliente			Data

	LICITAÇÃO	Orçamento																																																												
		OC 15218																																																												
		DATA: 31/07/2019																																																												
Cliente: PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL Campanha: CONCORRÊNCIA 24.0001/2019 Produto: PREFEITURA Espécie: SPOTS Título: PREFEITURA DO NATAL Acabamento: Pz. Entrega:	CNPJ: 08.241.747/0016-20 PIT: RN-001/19 Meio: PROD. ÁUDIO Formato: 30", CADA Cores: Validade:																																																													
ESPECIFICAÇÕES																																																														
VALOR REFERENTE A PRODUÇÃO DE SPOT DE 30" (TRINTA SEGUNDOS) DE DURAÇÃO, INCLUINDO: LOCUÇÃO, MIXAGEM, SONORIZAÇÃO E ASSINATURA FINAL E EDIÇÃO.																																																														
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left; padding: 2px;">OPÇÃO FORNECEDOR</th> <th style="text-align: left; padding: 2px;">DESCRÍÇÃO</th> <th style="text-align: left; padding: 2px;">COND.</th> <th style="text-align: left; padding: 2px;">VALOR</th> <th style="text-align: left; padding: 2px;">HONOR.</th> <th style="text-align: left; padding: 2px;">TOTAL GERAL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="padding: 2px;">1</td> <td style="padding: 2px;">PRODUÇÃO SPOTS (Qty 2)</td> <td style="padding: 2px;"></td> <td style="padding: 2px;">1.250,00</td> <td style="padding: 2px;">187,50</td> <td style="padding: 2px;">1.437,50</td> </tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table> <p>1) Nas notas deverá constar o número do nosso Pedido. 2) As notas deverão ser enviadas no mínimo com 20 dias de antecedência <input type="checkbox"/></p>			OPÇÃO FORNECEDOR	DESCRÍÇÃO	COND.	VALOR	HONOR.	TOTAL GERAL	1	PRODUÇÃO SPOTS (Qty 2)		1.250,00	187,50	1.437,50																																																
OPÇÃO FORNECEDOR	DESCRÍÇÃO	COND.	VALOR	HONOR.	TOTAL GERAL																																																									
1	PRODUÇÃO SPOTS (Qty 2)		1.250,00	187,50	1.437,50																																																									

	Opção	Aprovação pelo Cliente
		Data

LICITAÇÃO		Orçamento OC 15220 DATA: 31/07/2019			
Cliente: PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL Campanha: CONCORRÉNCIA 24.0001/2019 Produto: PREFEITURA Especie: FOLDER Título: PREFEITURA DO NATAL Acabamento: GRAMPOS Pz. Entrega:		CNPJ: 08.241.747/0016-20 PIT: RN-001/19 Meio: GRAFICA OFF-SET Formato: 21 CM X 29,7 CM Cores: POLICROMIA			
		Validade:			
ESPECIFICAÇÕES					
PRODUÇÃO DE 50.000 FOLDERS NO FORMATO ABERTO 42X30CM E FORMATO FECHADO DE 21X30CM -CON 4X4 CORES E COUCHE FOSCO 170G. QUATRO LÂMINAS COM DOBRA E DOIS GRAMPEADO.					
OPÇÃO FORNECEDOR	Descrição	COND.	VALOR	HONOR.	TOTAL GERAL
	1 FOLDER COM LÂMINAS (Qtd 50000) UNIGRÁFICA	C/APRES	19.792,97	2.968,95	22.761,92
1) Nas notas deverá constar o número do nosso Pedido. 2) As notas deverão ser enviadas no mínimo com 20 dias de antecedência <input type="checkbox"/>					

Opção	Aprovação pelo Cliente	Data

	Opção	Aprovação pelo Cliente	Data
--	--------------	-------------------------------	-------------

LICITAÇÃO		Orçamento		
		OC 15223		
		DATA: 31/07/2019		
Cliente: PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL Campanha: CONCORRÊNCIA 24.0001/2019 Produto: PREFEITURA Espécie: FRONTLIGHT Título: PREFEITURA DO NATAL Acabamento: Pz. Entrega:		CNPJ: 08.241.747/0016-20 PIT: RN-001/19 Meio: OUTROS Formato: 6 M X 3 M Cores: POLICROMIA Validade:		
ESPECIFICAÇÕES				
VALOR REFERENTE A PRODUÇÃO 01 (UM) FRONTLIGHT, DE 6 M X 3 M, EM POLICROMIA.				
OPÇÃO FORNECEDOR DESCRIÇÃO		COND.	VALOR	HONOR.
1	PRODUÇÃO DE FRONTLIGHT (Qtd 1) ROTA MÍDIA EXTERIOR	C/APRES	3.975,00	596,25
				4.571,25
1) Nas notas deverá constar o número do nosso Pedido. 2) As notas deverão ser enviadas no mínimo com 20 dias de antecedência <input type="checkbox"/>				
	Opção	Aprovação pelo Cliente		Data

RESUMO DE INVESTIMENTOS

SIMULAÇÃO DA VERBA	TIPO	QUANTIDADE	%	VALOR TOTAL R\$
	Mídia Digital	DIVERSOS	24,48%	293.700,00
	Backbus	10	6,25%	75.000,00
	Frontlight	1	2,00%	24.000,00
	Revista Veja	3	8,63%	103.500,00
	Revista Vamos Latam	1	4,17%	50.080,80
	Revista Gol Linhas Aéreas	1	8,41%	100.960,00
VALORES DE MÍDIA	98FM	532	2,60%	31.228,40
	95FM	400	1,95%	23.424,00
	96FM	400	1,88%	22.600,00
	104FM	410	1,43%	17.138,00
	InterTV Cabugi	62	19,88%	238.580,00
	TV Ponta Negra	38	7,78%	93.367,00
	TV Tropical	44	6,75%	81.049,00
	Produção do VT 30"	1	0,34%	4.025,00
	Produção do Spot 30"	2	0,12%	1.437,50
	Produção de Jingle de 30"	1	0,43%	5.175,00
VALORES NÃO-MÍDIA	TOTAL Produção de Frontlight	1	0,38%	4.571,25
	Produção de backbus	10	0,61%	7.360,00
	Produção de folder	50.000	1,90%	22.7761,92
			100,00%	R\$ 1.199.957,87