

MARCA

PROPAGANDA



ENVELOPE



CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO, RELATOS DE
SOLUÇÕES DE PROBLEMAS E TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS
MARCA PROPAGANDA E MARKETING LTDA
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 24.001/2019 - SEMAD
À PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL

APRESENTAÇÃO MARCA PROPAGANDA

A Marca Propaganda chega aos 15 anos de atuação, com seu nome escrito na história da propaganda do Rio Grande do Norte. Através de diversos cases de sucesso, pode demonstrar sua competência nas soluções propostas para seus clientes. A aplicação dos conhecimentos e ferramentas do marketing moderno tem feito da agência uma parceira inteiramente direcionada para o resultado. A Marca entende de mercado porque, antes de tudo, entende de pessoas, fala com pessoas: comunicação é uma ciência. É preciso dizer a coisa certa para a pessoa certa.

Acessando o portfólio da Marca Propaganda, é fácil perceber que as relações com seus clientes são duradouras, fruto dos princípios que a norteiam: ética, qualidade, organização, criatividade, envolvimento e resultados. Prazos apertados não são desculpas para não prestar um bom serviço. A experiência e o comprometimento de seus profissionais proporcionam mais agilidade, mantendo o padrão de qualidade e tendo a consciência do que é atingir um objetivo de comunicação. São profissionais com 10, 15 e até 20 anos de atuação nas mais diversas áreas. Esse capital é fundamental para que não se perca tempo nem recursos. Entre o "entender" e o "solucionar", entre o "perceber" e o "propor" a ação adequada, a experiência e o conhecimento realmente são fundamentais.

Os investimentos em tecnologia e em seus profissionais são constantes, com palestras, cursos e acesso a publicações dos mais diversos assuntos e interesses. Isso forma um banco de conhecimento inestimável, que, em última análise, é revertido para o cliente.



MARCA
PROPAGANDA

MARCA PROPAGANDA E MARKETING LTDA
RUA VER. JOÃO ALVES DA SILVA FILHO, 750 - TIROX
NATAL/RN - FONE: 84.3222.2454
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 24.001/2019 - SEMAD

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]
1



MARCA PROPAGANDA E MARKETING LTDA
RUA VER. JOÃO ALVES DA SILVA FILHO, 750 - TIROL
NATAL/RN - FONE: 84 3222.2454
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 24.001/2018 - SEMAD

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]
2
[Handwritten signature]



MARCA PROPAGANDA E MARKETING LTDA
 PROPAGANDA RUA VER. JOÃO ALVES DA SILVA FILHO, 750 - TIROL
 NATAL/RN - FONE: 54.3222.2454
 CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 24.601/2019 - BEMAD

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]
 3
[Handwritten signature]



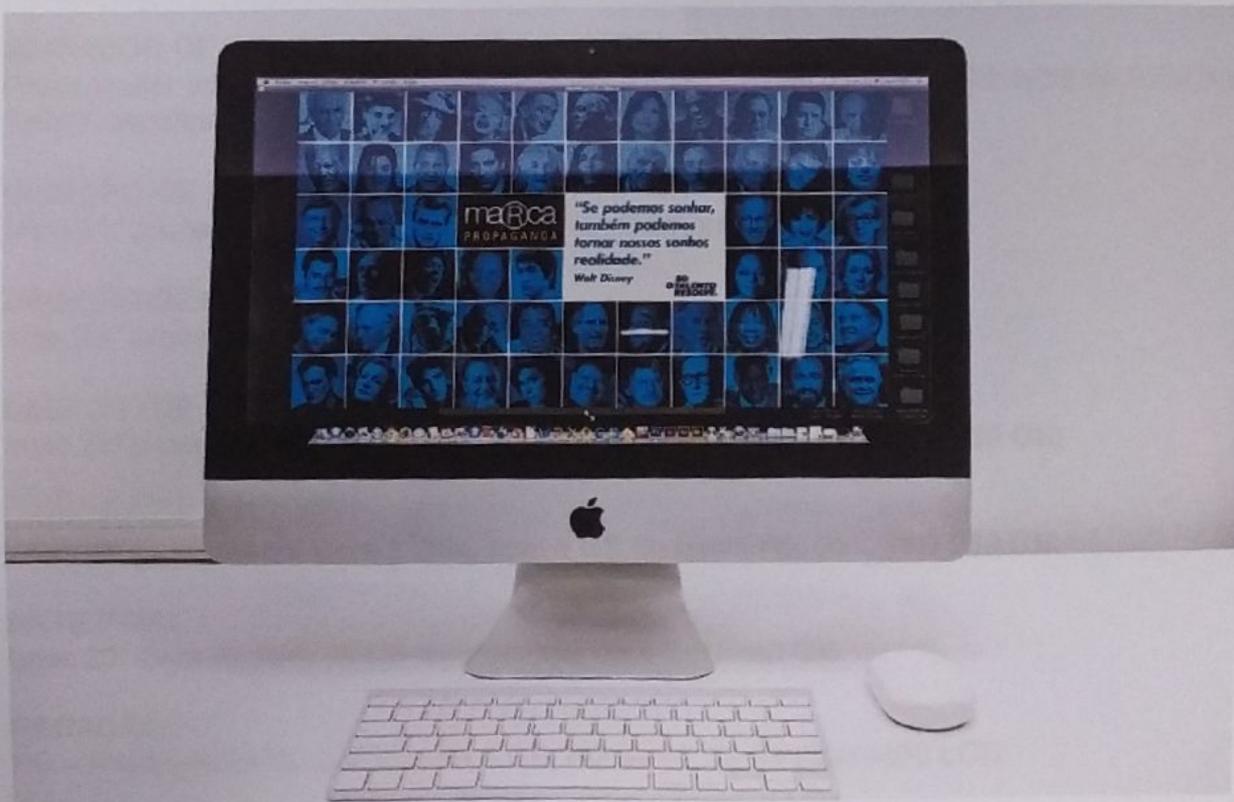
MARCA
PROPAGANDA

MARCA PROPAGANDA E MARKETING LTDA
RUA VER. JOÃO ALVES DA SILVA FILHO, 760 - TIROL
NATAL/RN - FONE: 84.3222.2454
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 24.001/2019 - SEMAD

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten initials]
4
[Handwritten initials]
[Handwritten initials]



MARCA
PROPAGANDA

MARCA PROPAGANDA E MARKETING LTDA
RUA VER. JOÃO ALVES DA SILVA FILHO, 750 - TIROL
NATAL/RN - FONE: 54.3222.2454
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 24.001/2019 - SEMAD

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]
[Handwritten signature]

9. PROPOSTA TÉCNICA

9.9.2 - Capacidade de Atendimento

9.9.2.1 - Instalações, infraestrutura e os recursos materiais à disposição para execução do contrato.

O permanente investimento na otimização da capacidade técnica e equipamentos são uma prática constante na Marca Propaganda. Por estar sempre equipada com a melhor tecnologia disponível, a empresa conta com uma completa estrutura, capaz de oferecer serviços de comunicação publicitária.

A sede da agência tem 600 m² distribuídos em dois pavimentos; está localizada à Rua Vereador João Alves, 750 – Tirol. Sua área útil inclui os departamentos de Atendimento, Planejamento, Criação, Produção, Mídia, Tráfego, Administrativo e Financeiro, Sala de reunião 1 e 2. Todos com recursos informatizados, interligados em rede através do software de gerenciamento (PubliManager), desenvolvido especialmente para agências de publicidade.

A Sala de Reuniões é dotada de equipamento audiovisual completo, facilitando a apresentação e a avaliação das mais diversas campanhas. A Criação está equipada com a melhor tecnologia para uma produção integrada. Isso inclui uma rede de computadores, interligada com roteador Wireless, um SWITCH 3COM 24 Portas 1000, com 01 link 60 mb Via CABO para melhor desempenho, gerenciada por um Roteador Mikrotik Gigabit, um Servidor Windows 2008 SERVER e um STORAGE com RAID 1 para garantia dos DADOS, eliminando os riscos de queda do sistema na eventualidade de mau funcionamento da rede.

SERVIDOR DE REDE E IMPRESSÃO DELL

Processador Intel XEON X3430 2.4 GHz, com 8 GB de memória, com 02 HD's de 2 TB em RAID1, Monitor 15" CRT;

DIREÇÃO DE CRIAÇÃO

Imac 21" processador Core I5, com 8 GB de Memória, com HD 1 TB;

DIREÇÃO DE ARTE I

Imac 21" processador Core I5, com 8 GB de Memória, com HD 1 TB;

DIREÇÃO DE ARTE II

Imac 20" processador Core 2 Duo, com 2 GB de Memória, com SSD 250 GB;

DIREÇÃO DE ARTE III

Imac 20" processador Core 2 Duo, com 4 GB de Memória, com SSD 250 GB;

ARTE FINAL

Imac 20" Core I5, com 16 GB de Memória, com SSD 250 GB;

REDAÇÃO I

PC – Processador I3, memória de 4 GB, HD de 01 TB, Monitor AOC LCD;

RECEPÇÃO

Notebook Sony Vaio, Intel Core 2 Duo, 02 GB Memória, HD 01 TB, Monitor AOC;

ATENDIMENTO

PC - Processador Pentium G620, Memória 3 GB, HD 250GB, Monitor AOC;

PRODUÇÃO

PC - Processador I3 3240, Memória 4GB, HD 01 TB, Monitor AOC;

MÍDIA

PC - Processador I3 4130, Memória 4GB, HD 500GB, Monitor AOC;

FINANCEIRO I

PC - Processador i3 2100, com memória de 6 GB HD 500 GB, Monitor Philips;

PERIFÉRICOS

01 Impressora HP Laserjet 1018 (A4)
01 Impressora multifuncional HP 3050 (A4)
01 Impressora HP Laser P1102 (A4)
01 Impressora Epson LX 300+II
01 Impressora Epson L1300 (A3)
01 Scanner HP G2710
02 Mesas digitalizadoras BAMBOO

AUDIOVISUAL

Televisor 50" tela LCD SAMSUNG
Home Theater Sony/Pionner
Videocassete Dual System LG de 8 cabeças
Sistema de TV por assinatura
DVD Player LG

TELEFONIA INTERNET E REDE LAN

Central Telefônica p/ 6 linhas e 12 ramais SIEMENS - Sistema euroset 822 ST. Sistema de Fibra Ótica com link de 100MB com 01 Roteador Dual Band TP Link, 02 AP E um Switch de 24 Portas 1000 interligando todos os Equipamentos



7



9.9.2.2 - A quantificação e a qualificação dos Profissionais:

Estudo e Planejamento:

Formado em Ciências Econômicas pela UFRN, com cursos de especialização em Propaganda, Promoção e Marketing na Fundação Getúlio Vargas. Atua no mercado privado há mais de 30 anos e traz vasta experiência no mercado publicitário com participação ativa em varias campanhas eleitorais.

Bacharel em Direito pela Universidade Potiguar (2007). Pós-graduação em Gestão de Negócios Imobiliários e Construção Civil pela FGV. Vários cursos realizados na Espanha e nos Estados Unidos.

Cursou Publicidade e Propaganda e possui a graduação em Marketing de Vendas pela Universidade Potiguar, e atualmente cursando Matemática pela Universidade Paulista. Atua no departamento de planejamento, estudo e pesquisa de Mídia. Habilidade nos softwares Mediaworkstation, Sistema View de Midia e Midia Spot. Trabalhou em agências do mercado local, como Mídia e Produção e na Sim TV como Planejamento de Vendas no departamento de Marketing/Comercial.

Criação:

Formado em design bacharelado, na Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Experiência profissional: diretor de arte na agências Poloid, Ratts Ratis, Virtus, Executiva/ Ltda e Dois.A.

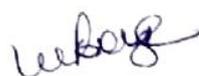
Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, formado na Universidade Potiguar em 2014. 10 anos de atuação no mercado publicitário. Atualmente é Diretor de Arte da Marca Propaganda.

Diretor de arte e ilustrador formado pela Universidade Potiguar e Universidade Anhembí Morumbi. Em 9 anos passou por diversas agências B2B, Promo, Ads, pelas as quais atendeu clientes como: Ambev, Sony, Unilever, Kraft, Mastercard, VolksWagen e Bacardi.

Estudante de publicidade e propaganda, e hoje atua como Diretor de Arte. Já passou pela Agência Escola, E-labora (Centro de Excelência em Pesquisa Aplicada da Universidade Potiguar). Atuando no mercado desde 2017. Designer e animador de mídia digital.

Bacharel em formação na área de Comunicação Social, Redator publicitário e produtor de conteúdo, com 3 anos de atuação no mercado. Trabalhou para grupos, marcas locais e também em eventos.

Mais de 20 anos de experiência na redação em contas públicas, privadas e varejo de pequeno e grande porte. Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pela UFRN. Criador de jingles, conceitos e conhecedor de edição e direção de comerciais. Experiência em planejamento e estratégia de marketing.



8

Produção de rádio/tv/cinema/internet

Estudante de Publicidade e Propaganda na Universidade Potiguar.

Experiência: Carratu Digital e KKI. Possui certificado da Universidade Rock Content e da RD University.

Graduada em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda pela UFRN. Trabalhou no setor de marketing por 3 anos na empresa LFG Cursos Jurídicos, atua desde 2016 como social mídia. Possui curso de Photoshop pelo Senac.

Produção Gráfica

Formação em Administração no ano de 2017, pela Universidade Estácio de Sá. Atua na área de produção gráfica desde 06/04/2011.

Mídia

Mais de 30 anos de atuação no mercado publicitário do RN, com vasta experiência nas áreas de mídia, produção e operacional. Com formação em técnico de administração pela APEC-RN. Já trabalhou como Assistente Comercial da Rede Globo Nordeste em Natal por oito anos. Participação em cursos e seminários da área.

Atendimento

Atua no mercado público e privado há mais 30 anos, com experiência em marketing político. Formação em Ciências Econômicas pela UFRN. Cursos de especialização em Propaganda e Marketing na Fundação Getúlio Vargas.

Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo pela UFRN. Mais de 20 anos de atuação no mercado publicitário. Com passagens pelas agências TP Publicidade e Brisa Propaganda, nos setores de Atendimento, Planejamento e Criação (redação publicitária). Curso de Marketing pela ESPM. Também é especialista em mídia e estratégia digital.

A

celso

9

9.9.2.3 - A sistemática de atendimento, discriminando-se as obrigações a serem cumpridas pela licitante, na execução do contrato, incluídos os prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia.

A MARCA Propaganda disponibilizará um núcleo de profissionais para atender especialmente a Prefeitura Municipal de Natal. Será uma equipe dedicada exclusivamente ao atendimento, execução e acompanhamento das necessidades de comunicação da Prefeitura Municipal de Natal. Equipe está, formada por profissionais à disposição 24 horas por dia e sete dias por semana, facilitando a relação anunciante-agência.

O processo de recrutamento e seleção de profissionais para integrar o quadro da agência tem como critério, a análise da competência, do caráter e do profissionalismo. São considerados ainda como requisitos indispensáveis, o conhecimento prático e técnico em suas áreas, proatividade e ética. Os critérios de seleção utilizados pela agência na formação da sua equipe garantem o nível de qualidade esperado pela Prefeitura Municipal de Natal, no que diz respeito à propaganda e marketing da instituição.

Entre os princípios para que sejam oferecidos serviços de excelência, a Marca Propaganda garante a pontualidade no cumprimento dos prazos. Assim, para possibilitar essa agilidade nos processos internos, é necessário o tempo pertinente para a elaboração de briefings eficientes e com qualidade, que gerará ao final, os resultados esperados pela Prefeitura Municipal de Natal. No entanto, deixamos claro que estaremos prontos a atender eventuais necessidades surgidas inesperadamente.

NOSSA MISSÃO

Tornar a imagem, os produtos e serviços dos nossos clientes conhecidos e valorizados pelo público, buscando soluções eficazes e criativas em comunicação e marketing.

NOSSA VISÃO

Ser reconhecida como a melhor empresa de comunicação e marketing do Estado do Rio Grande do Norte.

SERVIÇOS / PEÇAS	PRAZO
CRIAÇÃO DE PEÇAS AVULSAS	1 DIA ÚTIL
CRIAÇÃO DE CAMPANHA	5 DIAS CORRIDOS
ELABORAÇÃO DE PLANO DE MÍDIA	1 DIA ÚTIL

9.9.2.5 - Informações de comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia.

Na vigência do contrato

Como agência certificada pelo Conselho Executivo de Normas Padrão (CENP), que define as condutas e regras das melhores práticas éticas e comerciais entre os principais agentes da publicidade brasileira, mantendo um excelente relacionamento com os principais veículos e fornecedores do estado e do Brasil. A Marca Propaganda também é filiada ao Sindicato das Agências de Propaganda do RN (SINAPRO). Tem acesso às pesquisas mais relevantes para o negócio da comunicação - adquiridas com regularidade -, atualizando-se sistematicamente e que estarão à disposição da PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL.

Dentre as principais pesquisas destacamos:

Mídia Dados - O anuário do Grupo de Mídia São Paulo. Contém informações sobre o mercado de comunicação no Brasil e em outros dez países da América Latina. Traz um mapa da TV aberta, TV paga, revista, rádio, jornal, out of home, entretenimento e mídia digital, além de informações de mercado e demografia, ensino, pesquisa e custos de mídia.

Ibope - Pesquisa semestral do Ibope Media. O software permite acesso à audiência de TV e cruzamento de dados. A empresa também faz medição de audiência de diversos meios, como TV a Cabo, aferição e checking do investimento publicitário, com um técnico e a eficiência de serviços reconhecidos internacionalmente.

Anuário de Mídia - Tradicional publicação em dois volumes da revista Meio & Mensagem. Traz informações cadastrais de mais de 7 mil veículos de comunicação do País. Os dados são atualizados a cada edição. O volume Regiões traz veículos das áreas de cinema, televisão, rádio, jornal, outdoor e mídia exterior, divididos por regiões, estados e municípios; o volume Segmentos traz revistas, guias e listas, internet e TV por Assinatura organizados por segmentos. No Anuário de Mídia, os veículos de comunicação do mercado fazem constar informações de caráter técnico de seus produtos, com detalhes como perfil editorial, público-alvo e dados numéricos de relevância para quem investe em mídia no Brasil. O volume Segmentos traz informações sobre pesquisas de Mídia, onde o usuário terá acesso aos dados dos principais institutos de pesquisa: Datafolha, IBGE, Ibope Mídia e Net/Ratings, Inter-Meios, IPSOS Marplan e Target.

Ibope - InterTV - A emissora disponibiliza através do IBOPE MEDIA WORKSTATION a medição completa de sua grade de programação. No item "Qualificação de Audiência" a pesquisa revela a composição do perfil da audiência do programa por gênero, idade, classe social e donas de casa. No "Índice de Afinidade" a avaliação é sobre se o programa atrai ou não o perfil em questão, através de comparação entre o perfil do público no programa e o perfil do público na programação geral. Em "Audiência no Target" a medição avalia ainda mais especificamente o público de todos os programas da emissora e sua afiliada em Natal.

Mídia Fatos - A publicação anual da Associação Brasileira de Televisão por Assinatura (ABTA) reúne dados de mercado referentes ao desenvolvimento da TV por Assinatura no Brasil. Contém o Guia de Canais de programadoras associadas à ABTA e apresenta o cenário da mídia "TV por Assinatura", englobando registros sobre número e perfil de assinantes,

investimento publicitário, gêneros de canais, distribuição por sistema de transmissão de sinais e comercialização nacional e regional. O objetivo é documentar passo a passo o posicionamento da TV por Assinatura no Brasil, servir de fonte de informação oficial sobre o setor e dar suporte aos profissionais cujas atividades têm na TV por Assinatura um instrumento eficaz ao crescimento e planejamento estratégico de seus negócios.

Com o objetivo de prestar um serviço de excelência no controle de mídia, a agência disponibilizará produtos como clipping eletrônico e impresso, como acompanhamento dos principais jornais e revistas onde houver circulação de mídia contratada, incluindo o monitoramento das redes sociais, com foco específico no trabalho desenvolvido pela agência tanto na auditoria de circulação quanto no controle de mídia.

[Handwritten mark]

[Handwritten signature]

[Handwritten initials]
[Handwritten initials]
[Handwritten initials]

9 - DA PROPOSTA TÉCNICA

9.9.3 - Repertório

Cliente Prefeitura Municipal de São Gonçalo do Amarante

Agência Marca Propaganda

Espécie: VT 60"

Título: Fim de Ano

Período de veiculação: Dezembro/2017 e Janeiro/2018

Período de produção: Dezembro/2017

Veículos: InterTV Cabugi; Band TV; TV Tropical; TV Ponta Negra e TV Potiguar

FICHA TÉCNICA:

Redação: Guilherme Varela

Atendimento: José Ivan Fernandes

Aprovação: Rodolfo Maia

Produção: Praia Filmes

Com o desafio de se fazer um filme que prestasse contas para a população da Prefeitura Municipal de São Gonçalo do Amarante, a agência criou uma peça encantadora e de grande sensibilidade.

Através de uma linha de raciocínio lógico-emocional e uma argumentação pela evidência, com letterings de informações, o filme de um minuto retrata a cidade de São Gonçalo do Amarante como um lugar onde os problemas são enfrentados e resolvidos através da entrega de obras e resgata o sentimento de pertencimento do seu povo e alegria de se viver onde a prefeitura soluciona os principais problemas. Uma sequência de imagens com a estética quente que remete à alegria e hospitalidade, somada a uma musicalidade pra cima dão o tom da peça.

Cliente: Câmara Municipal de Natal

Agência: Marca Propaganda

Espécie: VT 30"

Título: Meios de Comunicação

Período de veiculação: Março, Abril e Maio/2018

Período de produção: Fevereiro/2018

Veículo: Tv Câmara

FICHA TÉCNICA:

Redação: Guilherme Varela

Atendimento: José Ivan Fernandes

Aprovação: João Ferreira

Produção: Dueto Produções

Para solucionar o problema da desinformação sobre o funcionamento da Câmara Municipal de Natal, a agência criou um filme com linguagem didática e clara, através de uma argumentação lógica e argumentação lógica-racional, com muita informação e fornecendo os canais de comunicação da casa do povo de Natal. Um conjunto de imagens do cotidiano da Câmara Municipal de Natal e uma locução séria e segura, dão o tom da peça que fornece grandes possibilidades para o melhor entendimento da instituição.

MARCA
PROPAGANDA

MARCA PROPAGANDA E MARKETING LTDA
RUA VER. JOÃO ALVES DA SILVA FILHO, 760 - TIROL
NATAL/RN - FONE: 84.3222.2484
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 24 001/2018 - SEMAD



14



CLIENTE: PREFEITURA M. DE SÃO
GONÇALO DO AMARANTE
AGÊNCIA: MARCA PROPAGANDA
ESPÉCIE: VT 60"
TÍTULO: FIM DE ANO
PERÍODO DE VEICULAÇÃO:
DEZEMBRO/2017 E JANEIRO/2018
PERÍODO DE PRODUÇÃO:
DEZEMBRO/2017
VEÍCULOS: INTERTV CABUGI; BAND
TV; TV TROPICAL; TV PONTA NEGRA
E TV POTIGUAR

FICHA TÉCNICA:
REDAÇÃO: GUILHERME VARELA
ATENDIMENTO: JOSÉ IVAN
FERNANDES
APROVAÇÃO: RODOLFO MAIA

CLIENTE: CÂMARA MUNICIPAL DE
NATAL
AGÊNCIA: MARCA PROPAGANDA
ESPÉCIE: VT 30"
TÍTULO: MEIOS DE COMUNICAÇÃO
PERÍODO DE VEICULAÇÃO: MARÇO,
ABRIL E MAIO/2018
PERÍODO DE PRODUÇÃO:
FEVEREIRO/2018
VEÍCULO: TV CAMARA

FICHA TÉCNICA:
REDAÇÃO: GUILHERME VARELA
ATENDIMENTO: JOSÉ IVAN
FERNANDES
APROVAÇÃO: JOÃO FERREIRA

MARCA
PROPAGANDA

MARCA PROPAGANDA E MARKETING LTDA
RUA VIEIRA, JOÃO ALVES DA SILVA FILHO, 700 - TIROLO,
NATAL/RN - FONE: 54.3222.2454
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 24.001/2019 - SEMAD

Cliente: Comercial Alcides Araújo (Rio Center)

Agência: Marca Propaganda

Espécie: Jingle 30"

Título: Pra toda Família

Período de veiculação: Setembro/2018

Período de produção: Novembro/ 2018

Veículos: 96 FM e 98 FM

FICHA TÉCNICA:

Redação: Thiago Garcia

Atendimento: Chiara Coutinho

Aprovação: Flávio Alcides

Produção: Idalmir Oliveira

O desafio era dar nova roupagem ao jingle de uma marca com 80 anos de tradição e que tem a essência da família potiguar. Para isso, a agência optou em manter o tom otimista da peça acrescentando um toque moderno com novos acordes e um ritmo que pudesse ser assimilado por todos os integrantes do seu público-alvo. Como se trata de uma peça de repetição, a intenção foi criar uma música harmoniosa e gostosa de se ouvir, junto a uma voz suave que conta um pouco da sensação de acolhimento que o cliente Rio Center recebe na experiência de loja.

Cliente: Prefeitura de São Gonçalo do Amarante

Espécie: Jingle

Título: Uma obra por semana

Formato: 60" (sessenta segundos)

Período de criação: Julho/2018

Período de veiculação: Agosto/2018

Veículo: 96 FM

FICHA TÉCNICA:

Diretor de criação: Thiago Garcia

Atendimento: José Ivan

Aprovação: Rodolfo Maia

Com o objetivo de apresentar uma mensagem clara, informativa, mas que também fizesse uso da motivação dos sentimentos de pertencimento à cidade e orgulho em ser morador de São Gonçalo do Amarante.



Handwritten signatures and initials, including the number 17.



CLIENTE: COMERCIAL ALCIDES
ARAÚJO (RIO CENTER)
AGÊNCIA: MARCA PROPAGANDA
ESPÉCIE: JINGLE 30"
TÍTULO: PRA TODA FAMILIA
PERÍODO DE VEICULAÇÃO:
SETEMBRO/2018
PERÍODO DE PRODUÇÃO:
NOVEMBRO/ 2018
VEÍCULOS: 96 FM E 98 FM

FICHA TÉCNICA:
REDAÇÃO: NORTON FERREIRA
ATENDIMENTO: CHIARA COUTINHO
APROVAÇÃO: FLAVIO ALCIDES

CLIENTE: PREFEITURA M. DE SÃO
GONÇALO DO AMARANTE
AGÊNCIA: MARCA PROPAGANDA
ESPÉCIE: JINGLE DE 60"
TÍTULO: UMA OBRA POR SEMANA
PERÍODO DE CRIAÇÃO: JULHO/2018
PERÍODO DE PRODUÇÃO: AGOSTO/2018
VEÍCULOS: 95 FM, 96 FM, 98 FM

FICHA TÉCNICA:
REDAÇÃO: THIAGO GARCIA
ATENDIMENTO: JOSÉ MAN
APROVAÇÃO: RODOLFO MAIA

Handwritten signature or initials.

Handwritten mark.

Handwritten signatures and initials.

Cliente: Emvipol

Agência: Marca Propaganda

Espécie: Anúncio de Revista

Formato: 21 cm x 28 cm

Título: Com a EMVIPOL é assim...

Período de veiculação: Setembro 2018

Período de produção: Setembro/2018

Veículo: Revista Abelardo – Troféu Heitor Falcão

FICHA TÉCNICA:

Redação: Guilherme Varela

Diretor de Arte: Stefano Cesconetto

Atendimento: Chiara Teixeira

Aprovação: Herbeth Filho

Apresentar os mais diversos produtos e serviços oferecidos pela empresa no mercado paraibano que é acirrado e, na visão do nosso cliente, bairrista, num instante em que a cidade de João Pessoa vivia um momento de insegurança atípica, principalmente nos bairros nobres da capital paraibana, onde a participação no mercado da empresa ainda era considerada tímida. A Marca enxergou como oportunidade, a publicação de um anúncio de página simples numa revista / anuário de circulação entre as classes A e B da sociedade paraibana, Revista Abelardo. De forma direta e muito objetiva apresentou o Grupo Emvipol ao público consumidor e destacou que a segurança vem sempre em primeiro lugar.



COM A EMVIPOL É ASSIM: SEGURANÇA VEM SEMPRE EM PRIMEIRO LUGAR.

Através de diversos serviços diferenciados e uma equipe especializada, a Emvipol promove um dia a dia mais tranquilo e confortável para todos cidadãos Paraibanos.

Afinal, segurança também é viver bem.

- Segurança Patrimonial
- Segurança Eletrônica
- Rastreamento Veicular
- Locação de mão-de-obra
- Escolta Armada
- Segurança Pessoal Privada

João Pessoa/PB
R. Maria Monteiro Mar. 720.
Bairro dos Carados - (31) 4009-6000

Natal/RN
Av. Getúlio Vargas de Lenc. 519
Torre Mar. 366-888-888

Mossoró/RN
R. Fátima. 346-732
Cidade Nova - (84) 3627-6881

Recife/PE
R. Manoel Gomes. 142
Atalaia - (51) 334-0373

www.emvipol.com.br • f/GrupoEmvipol • @grupoemvipol



MARCA
PROPAGANDA

MARCA PROPAGANDA E MARKETING LTDA.
RUA VER. JOÃO ALVES DA SILVA FILHO, 750 - TIROL
NATAL/RN - FONE: 84.3222.2454
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 24.001/2019 - SEMAD

Handwritten signature

Handwritten signature 20

Handwritten signature

Cliente: Câmara Municipal de Natal

Espécie: Anúncio de Jornal

Formato: 20 cm x 26,5 cm

Título: Conheça o que fazem e como funcionam as Frentes Parlamentares

Período de criação: Março/2018

Período de veiculação: Abril/2018

Veículo: Revista Foco

FICHA TÉCNICA:

Diretor de criação: João Rabelo

Redação: Bárbara Barbalho

Atendimento: José Ivan Fernandes

Aprovação: João Ferreira da Silva

Para melhorar a percepção da população sobre o funcionamento das Frentes Parlamentares e o debate dos seus diversos temas, a Câmara Municipal solicitou à agência a criação de anúncio impresso com mensagem clara e objetiva sobre o tema. Com o título "Conheça o que fazem e como funcionam as Frentes Parlamentares", a peça comunica o trabalho dos vereadores e presta um serviço de informação, com foto do trabalho do dia a dia e assinatura com canais de contato.

MARCA MARCA PROPAGANDA E MARKETING LTDA
RUA VER. JOÃO ALVES DA SILVA FILHO, 750 - TIROL,
NATAL/RN - FONE: 54 3222 2454
PROPAGANDA CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 24.001/2019 - SEMAD

21



Conheça o que fazem e como funcionam as Frentes Parlamentares.

Com a proposta de promover o debate sobre diversos temas de interesse da população, as Frentes Parlamentares contam com vereadores de vários partidos que buscam alavancar melhorias na legislação e nas políticas públicas de cada setor, proporcionando benefícios diretos para a melhoria da qualidade de vida e desenvolvimento da cidade.



ACESSE:
www.cmnat.m.gov.br
ASSISTA TV CÂMARA:
Canal 514 (Digital aberto)
Canal 10 (Cabo)



CÂMARA MUNICIPAL DE NATAL

A CASA DO POVO. A SUA CASA.

MARCA
PROPAGANDA

MARCA PROPAGANDA E MARKETING LTDA
RUA VER. JOÃO ALVES DA SILVA FILHO, 750 - TIROL
NATAL/RN - FONE: 84.3222.2454
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 24.001/2016 - SEMAD

Cliente: Hotel Majestic

Agência: Marca Propaganda

Espécie: Folder

Título: Charme e encanto na praia de Ponta Negra

Período de criação: Outubro/2018

Período de produção: Fevereiro/2019

Gráfica: Impressão Gráfica

FICHA TÉCNICA:

Redação: Bárbara Barbalho

Diretora de Arte: Danielle Peregrino

Atendimento: Chiara Coutinho Teixeira

Aprovação: Abdon Gosson

O Hotel Majestic vê em feiras internacionais uma das melhores opções de hospedagem na cidade do Sol, tanto para o público executivo quanto para o turista de férias. Valorizar a localização e à proximidade com o mar. Foi criado folder rico em imagens com apelo em igual peso às belezas naturais que cercam o hotel e os detalhes arquitetônicos além de destacar todo o conforto e sofisticação presentes em todos os ambientes do hotel. O folder foi elaborado em 2 idiomas, papel vegetal e couchê fosco com pantone no nível dos materiais vistos em feiras internacionais apresentando os grandes hotéis do mundo.



23



MARCA
PROPAGANDA

MARCA PROPAGANDA E MARKETING LTDA
RUA VER. JOÃO ALVES DA SILVA FILHO, 780 - TIROL,
NATAL/RN - FONE: 84 3222.2454
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 24.001/2018 - SEMAD

[Handwritten signature]

[Handwritten signatures]

Cliente: Rio Center

Agência: Marca Propaganda

Espécie: Outdoor Duplo

Título: Verão Rio Center

Período de criação: Novembro/2017

Período de produção: Dezembro/2017

Período de veiculação: Janeiro e Fevereiro/2018

Veiculação: Bandeirantes Outdoor

FICHA TÉCNICA:

Redação: Bárbara Barbalho

Direção de Arte: Stefano Cesconetto

Atendimento: Chiara Teixeira

Aprovação: Flávio Alcides

A chegada do verão em 21 de Dezembro é, para o setor de moda, uma data com dois lados: o lado positivo é o que destaca uma estação leve propícia ao consumo de peças coloridas e o lado negativo que é o período já tão comprometido financeiramente com as festividades de fim de ano. A agência criou uma peça que foi idealizada para ser instalada na curva de Cotovelo, onde tradicionalmente de Janeiro até o carnaval tem um volume imenso de fluxo de carros. Após a segunda semana de exibição da placa, o cliente já contabilizava aumento nas vendas das 3 lojas do grupo. Houve conquista de um público novo e o mais surpreendente, foi o aumento das vendas através do Cartão Rio Center o que significa vendas direta ao cliente Rio Center.

MARCA
PROPAGANDA

MARCA PROPAGANDA E MARKETING LTDA
RUA VER. JOÃO ALVES DA SILVA FILHO, 760 - TIROL
NATAL/RN - FONE: 84 3222 2454
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 24.001/2019 - BEMAD



Handwritten signatures and initials in blue ink.

9 - DA PROPOSTA TÉCNICA

9.9.4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (01)

Cliente: Comercial Alcides Araújo (Rio Center)

Quando se traz a vida para o marketing, para a vida real, o marketing não só vende como também emociona. Ou emociona e por isso vende. Isso se torna mais relevante quando as condições do mercado são adversas. É sabido que entre as datas promocionais, o Dia dos Pais é a quarta melhor data, abaixo, pela ordem, de Natal, Mães e Namorados. Talvez, é possível, seja pelo fato de o pai nunca fazer muita questão do presente ou contentar-se com pequenas lembranças, como meias, lenços e gravatas. No Brasil tornou-se quase que uma cultura, diferentemente da mãe ou do Dia das Mães. Um problema é tanto mudar esses paradigmas, tirar o consumidor da letargia; tocá-lo e fazê-lo presentear o pai, e que esse cliente faça sua escolha na loja do nosso cliente. Afinal, a concorrência também está se mexendo. Temos aqui duas situações, duas dificuldades: a cultural e a concorrencial. E uma terceira também se impõe: o momento do mercado. Regra geral, essas são situações que as empresas enfrentam e que o marketing, que é uma ciência mas não opera milagres, tem de resolver. Nesse contexto, em 2017, estava o nosso cliente Rio Center, cuja característica é ter sua cliente formada por um público mais adulto. Que, muitas vezes, acha que almoçar com o pai já é o suficiente; o presente, mesmo, em si, é deixado de lado. "Mover" esse público era um dos desafios, mas também "tocar" o jovem, público mais arredo e minoritário entre os clientes Rio Center, e trazê-lo para o nosso lado; colocar a Rio Center como a loja da escolha do presente, também era um desafio da estratégia de comunicação. É bom lembrar que nessas datas, o consumidor está sendo bombardeado por ofertas, preços, brindes e algumas facilidades. Sobre o público jovem, é importante destacar algumas características que se revelam como dificuldades que o marketing tem de contornar: os valores são outros; para os jovens "está tudo certo"; presentear o pai, para muitos, é uma coisa careta, coisa de gente antiga. É fato que os sentimentos andam espatifados; há uma corrida em busca de algo que as pessoas não sabem muito bem o que é, e isso vale para todas as idades e classes sociais. O conceito de "boa criação, boa educação", hoje são difusos. Ademais, a tradição ou o tradicional são constantemente questionados. São questões que o marketing tem de resolver. A Rio Center pôs o desafio na mesa: fazer do Dia dos Pais um acontecimento, de preferência revertido em vendas. Era preciso buscar novos caminhos; mais que conhecimento de mercado, era preciso conhecer pessoas: como elas funcionam? O que esperam? Quais valores ainda estão preservados? O que lhe move? O que lhe encanta? Um desafio e tanto considerando essas questões. O marketing pode não ser um motor de compra, mas pode ser um motor de escolha; dentre tantas opções de compra, transformar o motor de escolha num motor de compra. E foi o que a Marca Propaganda fez para o seu cliente Rio Center, um dos maiores cases da agência. Alguém já disse que o difícil é ser simples. E foi na simplicidade que a Marca trouxe a vida para a propaganda. Mais que propaganda ou marketing, é preciso conhecer as pessoas. Colocar o radar do conhecimento e rastrear para onde caminha a humanidade. Propaganda é feita por pessoas para pessoas. O desafio é eterno. Diante das dificuldades e dos desafios já expostos, a Marca Propaganda trouxe a vida para o marketing, para a propaganda: gente real vivendo a vida real.

MARCA
PROPAGANDA

MARCA PROPAGANDA E MARKETING LTDA
RUA VER. JOÃO ALVES DA SILVA FILHO, 780 - TIROLA
NATAL/RN - FONE: 84.3222.2454
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 24.001/2019 - SEMAD

A mais pura emoção tocando fundo a todos. A campanha do Dia dos Pais jogou nos lares e corações a filha, o pai e o pai do pai. O pai da campanha no centro da vida, entre sua filha e seu pai. Belas imagens e situações raras de se ver nos dias de hoje: pai presente como filho, o pai presente como pai. Pedacos de vida vividos pelo médico Ricardo Maia, pessoa por demais conhecida que, além de ser amoroso e atencioso com a sua filha e o seu pai, tem um belo trabalho social. Todo o processo de comunicação foi direcionado no relacionamento desses três personagens. Uma proposta ousada encampada pela Rio Center, que, em seus filmes, abriu mão de mostrar ou sugerir ofertas e produtos. Uma campanha subliminar na mais pura essência. Ora, a vida pode ser bela, sim, e sonhar nos é permitido. Não é impossível admitir que muitos sentimentos que estavam adormecidos voltariam à tona. Também é fato que a campanha fez pensar. Sucesso não só de vendas, mas também ganho de imagem. A cidade comentou, os clientes parabenizaram. Sim, estamos diante de um fator raro, e por isso é um case na história do cliente e da agência. Mas nada é por acaso: a agência sabia o que queria, e correu atrás, perguntando, pesquisando, até chegar a esse grande personagem que já estava pronto: Ricardo Maia. Que, nas redes sócias, mostrava sua dedicação ao seu pai e à sua filha. O personagem estava pronto, restava convencer o cliente que aquela seria a melhor estratégia. Sim, porque as grandes ideias são como aviões: também precisam de trem de pouso. Mas como dissemos, o case já entrou para a história. A dose de emoção removeu resistência e trouxe o público-alvo para o lado da Rio Center. Importante ressaltar que é uma das estratégias de marketing mais perigosa, posto que é fácil resvalar para a pieguice, para o lugar-comum. Mas, com profissionalismo, a agência manteve o "prumo" da execução dos trabalhos. Trabalho que dignificou agência e cliente, e encantou o público-alvo. É gratificante quando uma campanha publicitária alcança para além dos seus objetivos. Os resultados e a repercussão desta campanha demonstraram, bem, os sinais dos tempos: a indiferença. Por outro lado, pelo resultado geral, demonstrou que ainda há uma esperança; que as relações afetivas, no fundo, continuam e continuarão existindo. E que o despir-se de preconceitos e vaidades é o caminho. Podemos dizer que agência e cliente construíram um dos cases de sucesso mais sinceros dos últimos tempos.

Dados para contato:

COMERCIAL ALCÍDES ARAÚJO LTDA (RIO CENTER)
Flávio Alcides Araújo
Cargo: Diretor Geral
Av. Antônio Basílio, 296 Casa Nova Natal/RN
(84) 4008 8800 | 99926.4259
flavio@riocenter.com.br

Flávio Alcides Pinheiro Araújo
Socio Administrador
CPF: 003.488.804-72

Flávio Alcides Pinheiro Araújo
Socio Administrador
CPF: 003.488.804-72

[Handwritten signatures and initials]

Ficha Técnica das peças do Relatório da Rio Center.

Espécie: Spot

Formato: 30" (trinta segundos)

Título: País

Período de criação: Julho/2017

Período de veiculação: Agosto/2017

Veículos: 96 FM, 98 FM

Espécie: Vt

Formato: 30" (trinta segundos)

Título: País

Período de criação: Julho/2017

Período de veiculação: Agosto/2017

Veículo: InterTV Cabugi

Espécie: Folder com 02 (duas) lâminas

Formato: 21 cm x 29,7 cm

Título: País

Período de criação: Julho/2017

Período de veiculação: Agosto/2017

Gráfica: Unigráfica

Redação: Barbara Barbalho

Direção de Arte: Danielle Peregrino

Atendimento: Chiara Coutinho

Aprovação: Flávio Alcides

Quando se traz a vida para o marketing, para a vida real, o marketing não só vende como também emociona. Ou emociona e por isso vende. Isso se torna mais relevante quando as condições do mercado são adversas. Alguém já disse que o difícil é ser simples. E foi na simplicidade que a Marca trouxe a vida para a propaganda. Mais que propaganda ou marketing, é preciso conhecer as pessoas. A dose de emoção removeu resistência e trouxe o público-alvo para o lado da Rio Center.

MARCA
PROPAGANDA

MARCA PROPAGANDA E MARKETING LTDA
RUA VER. JOÃO ALVES DA SILVA FILHO, 796 - TIROIA
NATAL/RN - FONE: 04 3222 2454
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 04/0012019 - SEMAD



Handwritten signatures and initials, including a large signature, a circled signature, and initials 'MS'.



CLIENTE: COMERCIAL ALCIDES (RIO CENTER)
AGÊNCIA: MARCA PROPAGANDA
ESPÉCIE: SPOT DE 30"
TÍTULO: PAIS
PERÍODO DE CRIAÇÃO: JULHO/2017
PERÍODO DE PRODUÇÃO: AGOSTO/2017
VEÍCULOS: 96 FM, 98 FM

FICHA TÉCNICA:
REDAÇÃO: BARBARA BARBALHO
ATENDIMENTO: CHIARA COUTINHO
APROVAÇÃO: FLÁVIO ALCIDES

MARCA
PROPAGANDA

MARCA PROPAGANDA E MARKETING LTDA
RUA VER, JOÃO ALVES DA SILVA FILHO, 750 - TIROL
NATAL/RN - FONE: 84.3222.2454
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 24.001/2019 - SEMAD



CLIENTE: COMERCIAL ALCIDES (RIO CENTER)
AGÊNCIA: MARCA PROPAGANDA
ESPECIE: VT DE 30"
TÍTULO: PAIS
PERÍODO DE CRIAÇÃO: JULHO/2017
PERÍODO DE PRODUÇÃO: AGOSTO/2017
VEÍCULO: INTERTV CABUGI

FICHA TÉCNICA:
REDAÇÃO: BARBARA BARBALHO
ATENDIMENTO: CHIARA COUTINHO
APROVAÇÃO: FLÁVIO ALCIDES

MARCA
PROPAGANDA

MARCA PROPAGANDA E MARKETING LTDA
RUA VER. JOÃO ALVES DA SILVA FILHO, 750 - TIROL
NATAL/RN - FONE: 84.3222.2454
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 24.001/2019 - BEMAD

NÃO CUSTA
Natal



E FAZ
UM BEM
DANADO

RIOCENTER

80
anos

www.riocenter.com.br • (84) 4008.8800
CENTRO • NATAL SHOPPING • MEGASTORE

f /RIOCENTER i @RIOCENTER

*Ofertas válidas até 13/08/2017 ou enquanto durar o estoque

★ DIA DO ★

Geo

epase

A

epase 32 *Geo*

MARCA
PROPAGANDA

MARCA PROPAGANDA E MARKETING LTDA
RUA VER. JOÃO ALVES DA SILVA FILHO, 700 - TRCK,
NATAL/RN - CEP: 54.222-2454

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 04 001/2018 - BEMAD

A

9 - DA PROPOSTA TÉCNICA

9.9.4 - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação (02)

Cliente: Prefeitura Municipal de São Gonçalo do Amarante

Desde do ano de 2015 estamos trabalhando na comunicação da Prefeitura Municipal de São Gonçalo do Amarante, a agência se deparou com o desafio de criar uma mensagem acessível e clara para o ousado calendário semanal de inauguração de obras em toda cidade. O objetivo do programa " Uma obra por semana " foi o de fortalecer o compromisso de uma gestão focada em benfeitorias para diversas áreas como saúde, educação, esporte, lazer e infraestrutura, apresentando a cada semana uma nova obra inaugurada. Desafios para a Prefeitura Municipal de São Gonçalo do Amarante e para a agência Marca Propaganda. Porque, a partir da primeira inauguração e da primeira divulgação nos diversos veículos de comunicação, nada podia falhar. O problema, também, estava em criar uma mensagem que se conectasse à linguagem de comunicação moderna e rápida com o público-alvo e que, ao mesmo tempo, prestasse contas sobre o cronograma de inauguração das obras do programa. Ademais, era preciso ser marcante e não aborrecer o cidadão-telespectador, que sempre olha com uma certa desconfiança a propaganda governamental. Mas os tempos são outros; novas posturas de governo e da ética na comunicação exigem clareza de propósitos e de intenções. O mundo está mais informado, as cobranças e anseios são diários. De toda forma, e esse é um ponto positivo, as pessoas ainda querem acreditar. É preciso dizer a coisa certa, no lugar certo e no momento certo. O investimento público requer transparência e é um direito do cidadão, pois assim está na lei. Embalada pelo conceito criativo " Mais orgulho a cada dia " e pela apropriação da hashtag, elemento característico do cotidiano no ambiente das redes sociais e que tem a função de categorizar os conteúdos publicados no mundo virtual, a mensagem se faz clara e direta ao ser representada pela inserção do raciocínio #UmaObraPorSemana. Mas os desafios são para isso, para serem enfrentados; de preferência com criatividade. Achar caminhos e soluções em marketing. O objetivo da comunicação foi massificar a prestação de contas e reforçar a percepção sobre o compromisso da Prefeitura de São Gonçalo do Amarante com a população, em meio impresso, focando no público-alvo com perfil de consumidores de mídias tradicionais mas que conhecem também a linguagem das redes sociais. É a comunicação, também, em tempo real. "Uma Obra Por Semana" foi uma ideia arrojada da Prefeitura Municipal de São Gonçalo do Amarante que exigiu peças como vt de 60" (sessenta segundos), jingle de 60" (sessenta segundos), anúncio de 01 (uma) página em policromia, para jornal e revista, além das redes sociais, com tema moderno, direto, de caráter informativo porém com argumentação lógica-emocional, motivando o sentimento de orgulho do cidadão de São Gonçalo do Amarante. Sentimento esse baseado na verdade e na transparência com que a administração publicada trata seus munícipes. Importante ressaltar que a comunicação bem feita e bem direcionada, deixa, sempre um residual, seja de confiabilidade ou de imagem. Evita-se mal-entendidos e os critérios de discussão são mais objetivos, em cima de dados e de ações.

Este case é um dos grandes momentos não só da agência como também da Prefeitura Municipal de São Gonçalo do Amarante. Entender o público-alvo e estar sempre ao lado do seu cliente, é uma das características da agência Marca Propaganda, que coloca profissionalismo em tudo o que faz. Um case não se constrói sozinho. O mérito é dos dois: cliente e agência

Dados para contato:

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO GONÇALO DO AMARANTE

Rodolfo Ramon M. da Silva Santos

Cargo: Assessor de Comunicação Social

Rua Alexandre Cavalcanti, S/N – Centro São G. do Amarante

(84) 3278.4850 | 99818.2975

rodolfomaia2007@gmail.com



- Prefeitura M. São Gonçalo do Amarante
Rodolfo Ramon M. da Silva Santos
Sec. de Comunicação e Eventos



Handwritten initials and signatures, including a large 'A' and a signature that appears to be 'Rodolfo'.

Ficha Técnica das peças do Relato da Prefeitura São Gonçalo do Amarante.

Ficha Técnica

Cliente: Prefeitura M. de São Gonçalo do Amarante

Espécie: Anúncio de Revista

Formato: 21 cm x 26,5 cm (Uma página)

Período de criação: Julho/2018

Período de veiculação: Agosto/2018

Veículo: Revista Bzzz

Espécie: Vt

Formato: 30" (trinta segundos)

Período de criação: Julho/2018

Período de veiculação: Agosto/2018

Veículo: InterTV

Espécie: Banner site

Formato: 749 pixel x 401 pixel

Período de criação: Julho/2018

Período de veiculação: Agosto/2018

vvVeículo: www.saogoncalo.m.gov.br

Diretor de criação: Thiago Garcia

Atendimento: José Ivan

Aprovação: Rodolfo Maia

Com o objetivo de apresentar uma mensagem clara, informativa, mas que também fizesse uso da motivação dos sentimentos de pertencimento à cidade e orgulho em ser morador de São Gonçalo do Amarante, as peças foram construídas com visual enérgico e texto argumentativo misto, juntando a apresentação das áreas contempladas pelo programa "Uma Obra por Semana" aos valores construídos a cada novo dia com a constatação das entregas das obras pela prefeitura.

MARCA
PROPAGANDA

MARCA PROPAGANDA E MARKETING LTDA
RUA VER. JOÃO ALVES DA SILVA FILHO, 750 - TIROL
NATAL/RN - FONE: 84 3222 2454
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 24 001/2019 - BEMAD

**UMA OBRA
POR SEMANA.
MAIS ORGULHO
A CADA DIA.**

Em São Gonçalo, a prefeitura está inaugurando #UmaObraPorSemana, seguindo o cronograma de ações e benfeitorias de uma gestão comprometida e eficaz. Desde setembro de 2017, novas creches, unidades de saúde, reformas e ampliações de escolas, novas quadras de esportes e muitas pavimentações vêm sendo entregues à população.


SÃO GONÇALO DO AMARANTE
 LUGAR DE TE, CULTURA E OPORTUNIDADE

WWW.SAOGONCALO.RN.GOV.BR
 f PREFEITURADESAOGONCALODOAMARANTE/RN
 i PREFEITURARN


PREFEITURA DE SÃO GONÇALO DO AMARANTE - RN

[Handwritten signature]

[Handwritten signatures and initials]



CLIENTE: PREFEITURA M. DE SÃO GONÇALO DO AMARANTE
AGÊNCIA: MARCA PROPAGANDA
ESPÉCIE: VT DE 30"
TÍTULO: UMA OBRA POR SEMANA
PERÍODO DE CRIAÇÃO: JULHO/2018
PERÍODO DE PRODUÇÃO: AGOSTO/2018
VEÍCULO: INTERTV

FICHA TÉCNICA:
DIRETOR DE CRIAÇÃO: THIAGO GARCIA
ATENDIMENTO: JOSÉ IVAN
APROVAÇÃO: RODOLFO MAIA

MARCA
PROPAGANDA

MARCA PROPAGANDA E MARKETING LTDA
RUA VER. JOÃO ALVES DA SILVA FILHO, 750 - TIROL
NATAL/RN - FONE: 84 3222 2454
CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 24.001/2019 - SEMAD



UMA OBRA POR SEMANA. MAIS ORGULHO A CADA DIA.

Em São Gonçalo, a prefeitura está inaugurando #UmaObraPorSemana, seguindo o cronograma de ações e benfeitorias de uma gestão comprometida e eficaz. Desde setembro de 2017, novas creches, unidades de saúde, reformas e ampliações de escolas, novas quadras de esportes e muitas pavimentações vêm sendo entregues à população.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]
MS

9 - DA PROPOSTA TÉCNICA

9.9.5 - Declaração Tratamento dos Direitos Autorais

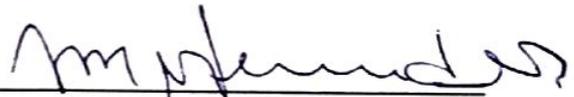
A MARCA PROPAGANDA declara que:

9.9.5.1 – Para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, arte-finalização e assemelhados), cessão definitiva à PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL dos direitos patrimoniais de uso;

9.9.5.2 – Para os direitos de imagem (atores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas pré-existentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de duração do contrato, com a definição de um percentual do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso;

9.9.5.3 – Compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas pré-existentes, inclusos nesses orçamentos.

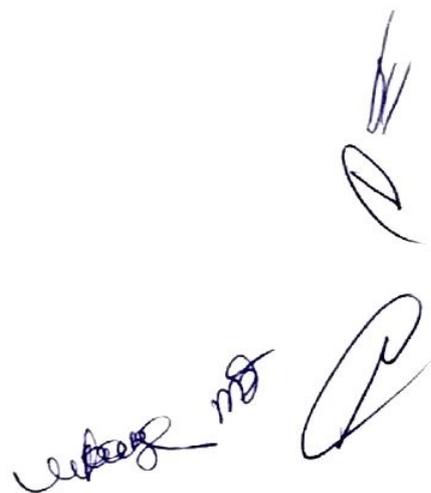
Natal/RN, 01 de agosto de 2019.



Marca Propaganda e Marketing Ltda.

José Ivan Neves Fernandes

Diretor



Natal/RN, 01 de agosto de 2019.



Marca Propaganda e Marketing Ltda.
José Ivan Neves Fernandes
Diretor

