

## 9.2.1: RACIOCÍNIO BÁSICO

Por causa de suas belezas naturais a cidade de Natal sempre atraiu visitantes e isso não é de hoje. Conta a história que em 1597 os portugueses chegaram à região e foram atraídos pelo belo recanto da foz do Rio Potengi, que encontrava o mar entre dunas e manguezais, formando uma paisagem de rara beleza e decidiram que aquele era o local perfeito para aportar. Porém encontraram a resistência dos franceses que já estavam no local e tinham como aliados os índios potiguares, que resistiram. Mas no dia 25 de dezembro daquele ano conseguiram vencer a batalha. O líder português Jerônimo de Albuquerque nomeou a cidade de "Natal", em homenagem à data da conquista. Em seguida os portugueses iniciaram a construção do Forte dos Reis Magos, que marcou o início da civilização natalense e hoje é considerado o mais importante monumento histórico da cidade.

No século XX, Natal começou a se destacar pela sua localização geográfica estratégica, como ponto mais próximo da Europa e da África, na "esquina do Brasil". Essa posição fez com que a cidade fosse a escolhida durante a segunda guerra mundial, a partir de 1942, para sediar a base naval dos Estados Unidos, enquanto a base aérea americana foi instalada na cidade vizinha, em Parnamirim. Essa ação fez com que a população de 55 mil habitantes de Natal dobrasse de tamanho em poucos anos, iniciando o processo de urbanização.

Com a base naval americana instalada na Rampa, próximo da foz do Rio Potengi, Natal recebeu os soldados americanos e com eles as novidades que chegavam ao Brasil. Além de ser a primeira cidade brasileira a conhecer algumas novidades, como o chiclete e a Coca Cola, Natal começou a ter o seu modo de vida influenciado pela visão democrática e de liberdades importadas dos EUA e que ainda hoje influenciam os natalenses.

A Natal de hoje começou a ser planejada pela Prefeitura na década de 1940, com o Plano de Expansão de Natal, um plano de obras que visava melhoramentos urbanos, como abastecimento de água, prédios públicos para gestão e bairros residenciais, elaborado pelo arquiteto Saturnino de Brito. Já em 1968 a Prefeitura desenvolveu o Plano Urbanístico e de Desenvolvimento de Natal, considerado atualmente como o primeiro plano diretor da cidade e um dos primeiros do Brasil, possibilitando a organização do município através de um planejamento urbano.

Conhecer não só a história, mas as características atuais da cidade é premissa básica para que possamos elaborar uma política de comunicação, identificando algumas características que, por semelhança ou diferença, nos permitam analisar alguns aspectos e comparar os fenômenos que ocorrem em seu território. Ao possuir este conhecimento, criamos a possibilidade de atingirmos com mais excelência o nosso público alvo. Muito além de conhecer os números, precisamos e devemos conhecer as vivências, hábitos culturais e necessidades de cada cidadão.

Natal tem uma área de 168,53Km<sup>2</sup> e abriga uma gama diversa de importantes ecossistemas, como estuários, restingas, dunas, falésias, baías, recifes, corais, mangues, praias e planícies, além de ainda resguardar uma das poucas reservas urbanas existentes de Mata Atlântica nativa no Brasil, no Parque das Dunas. Essas características fizeram com que a Prefeitura do Natal, ao longo dos diversos Planos Diretores dos últimos anos, tenha se preocupado em proteger o seu meio-ambiente, determinando a implantação de dez ZPA – Zona de Proteção Ambiental, delimitando áreas de uso e ocupação do solo,

ênfatizando a preservaçãõ, melhoria e recuperaçãõ da qualidade ambiental, permitindo ou vetando, parcialmente ou totalmente a realizaçãõ de determinadas atividades naquelas áreas, protegendo as suas belezas naturais.

Atualmente, a cidade é dividida por 4 zonas, que possuem 36 bairros com características e problemas diferentes e que precisam ser enfrentados todos os dias. Administrar uma cidade como Natal não é fácil, basta analisar os seguintes números:

- 492 Escolas Municipais
- 299 Unidades de Saúde
- 123 Equipamentos Esportivos
- 260.000 Toneladas de Lixo recolhidas por ano
- 254 Praças

Nos últimos 40 anos, Natal acabou sofrendo as consequências de um grande crescimento na sua população, fruto da migração dos moradores do interior do Rio Grande do Norte e vizinhos, que fugiam da seca e da falta de estrutura nas pequenas cidades; de migrantes dos estados das regiões Sul e Sudeste, atraídos pelo clima e pelo desenvolvimento da cidade nos anos 80/90; e até mesmo estrangeiros, que vieram em busca das belezas naturais. Em 1980 a cidade possuía 416.898 habitantes, segundo o Censo do IBGE, e atualmente residem em Natal cerca de 875.000 pessoas. Ou seja: sua população mais do que dobrou nesse período.

Cresce a cidade. Crescem as demandas. Crescem os problemas. Cresce a importância do papel da Prefeitura Municipal do Natal no atual contexto social, político e econômico.

Administrar uma cidade desse tamanho exige planejamento e gestão pública de excelência para promover o desenvolvimento urbano e econômico, com metas exequíveis, para a realização do que precisa ser feito de forma eficiente e eficaz em benefício da população que nela reside e que gere retorno para o município em forma de geração de impostos, empregos e renda, é priorizar a melhor relação entre os recursos, a ação e os resultados. E quanto maior for a demanda, maior deve ser a capacidade do gestor público, principalmente em uma cidade como Natal, em que os recursos são escassos.

A crise econômica que assolou o país nos últimos quatro anos atingiu em cheio os municípios brasileiros e Natal não foi uma exceção. O desequilíbrio da distribuição do bolo da arrecadação tributária brasileira é desigual e extremamente injusta com os municípios, pois 63% ficam com a União, 28% com os Governos Estaduais e apenas 9% são distribuídos pelas 5.570 cidades brasileiras. Enquanto isso, as obrigações constitucionais de investimentos em saúde, educação e assistência social são cada vez mais exigidas. E as cobranças vem também da população, pois a Prefeitura é o órgão mais próximo das pessoas. Urge uma repactuação federativa, que promova o reequilíbrio da distribuição do dinheiro dos impostos pagos de forma mais justa para as cidades.

Mas enquanto isso não ocorre, cabe aos Prefeitos promover ações que movimentem a economia das cidades, gerando emprego e renda para os munícipes e impostos para a Prefeitura.

Uma das atividades que vem sendo bastante utilizada ultimamente é a Economia Criativa, que busca estabelecer uma relação entre a inovação, cultura, criatividade e

sustentabilidade, baseada no conhecimento com uma dimensão de desenvolvimento e ligações transversais a níveis macro e micro à economia local.

Em Natal especificamente, vimos essa ação ser realizada nos últimos anos através da economia criativa, com a realização de grandes eventos, como o Carnaval, o Natal em Natal e agora o São João em Natal, utilizando a estratégia da economia criativa para movimentar a cidade.

O Carnaval de natal praticamente não existiu durante quase 20 anos, resultado do trauma causado por um grave acidente na região do Baldo, no carnaval de 1984, quando um ônibus desgovernado atropelou os foliões do bloco carnavalesco Puxa-Saco, provocando a morte de 19 jovens foliões e traumatizando profundamente a população por muitos anos.

Nesse período, o carnaval de Natal definhou e a cidade se esvaziava nos períodos momescos. Enquanto a sua população viajava para cidades do interior do Rio Grande do Norte ou outros Estados, apenas os turistas que "fugiam" do carnaval procuravam a cidade para descanso. Com isso, a economia do município sofria uma grande queda com o seu esvaziamento.

No ano de 2013 a Prefeitura de Natal decidiu resgatar o carnaval da cidade, investindo na contratação de shows de artistas locais e nacionais e incentivando a organização de blocos carnavalescos nos quatro cantos da cidade.

Indubitavelmente a fórmula deu certo e foi aprovada pela população. Basta ver o resultado da pesquisa de opinião realizada pela Federação do Comércio do Rio Grande do Norte no último carnaval de Natal: 597.000 pessoas participaram da festa, movimentando cerca de R\$ 71 milhões na economia. Ao ser perguntado sobre a nota de avaliação do Carnaval, os foliões deram uma média de 8,8, numa escala de 0 a 10. E 75,7% pretendem participar do evento no próximo ano.

Esses resultados mostraram o acerto da Prefeitura no resgate do carnaval e incentivaram a seguir com essa política de promoção da economia criativa, com a organização do São João em Natal, que em 2019 teve a sua primeira grande edição com a realização de grandes eventos com artistas da música nacional e local, que se apresentaram para uma grande multidão, enquanto o Festival de Quadrilhas Juninas e o Festival de Gastronômico contemplaram a cultura nordestina e nacional numa grande estrutura montada na Arena das Dunas e na Zona Norte de Natal. E mais uma vez o sucesso do São João em Natal reafirmou a política de investimentos culturais por parte da Prefeitura de Natal.

O Natal em Natal foi o pioneiro dessa política de investimentos do município na economia criativa cultural. Tendo como justificativa mais do que justa a comemoração do aniversário da cidade, alguns eventos já eram organizados pela Prefeitura em 2005, como o Festival Literário, o Ato de Natal e a iluminação temática das ruas da cidade foram agregados embaixo de um "guarda-chuva" de comunicação que recebeu a marca de NATAL EM NATAL.

A partir de então o evento começou a ganhar forma e corpo, unindo manifestações religiosas, culturais e gastronômicas, promovendo o clima natalino na cidade para gerar um aquecimento nas vendas do comércio no seu melhor período e também ajudando a atrair turistas para Natal.

Uma das principais atrações do Natal em Natal é também o seu maior símbolo de como o evento movimentou a economia é a Árvore de Natal de Mirassol, que reúne no seu entorno atividades culturais com shows e teatros, a magia da casa do Papai Noel, um parque infantil e dezenas de estandes com pequenos comerciantes que vendem seus produtos e alimentos, proporcionando lazer de baixo custo para toda a população.

O Natal em Natal é aprovado fortemente pela população na pesquisa realizada anualmente pela Fecomércio, que em 2018 identificou que 98,3% dos entrevistados recomendariam o evento para outras pessoas. Esse número mostra que a ação está concretizada dentre os natalenses. No entanto, a mesma pesquisa identificou que apenas 20,9% dos pesquisados eram turistas, o que abre um campo de trabalho para as próximas edições e campanhas publicitárias.

Essa comunicação da Prefeitura do Natal com seus públicos vem se modificando nos últimos dois anos, com um incremento não só no volume da publicidade, mas também na forma de se comunicar, estando mais próximo da população e promovendo a divulgação de suas realizações através da assessoria de imprensa, redes sociais e campanhas publicitárias.

Como resultado, na última pesquisa do Instituto Consult, divulgada pelo jornal Tribuna do Norte, a gestão municipal teve 37,38% de avaliação positiva (ótimo e bom) e apenas 9,88% de negativa (ruim e péssimo), o que resulta em uma aprovação positiva de 27,5%. Quando perguntado se aprova ou reprova a atual gestão, o resultado é ainda melhor: 57,13% aprovam enquanto apenas 16,13% desaprovam.

Diante desse quadro podemos afirmar que temos um bom produto a ser trabalhado na Comunicação. O Natal em Natal é uma ação reconhecida e já adotada pelo coração dos natalenses. Por sua vez, a atual gestão é aprovada pela população. Portanto, as fundações estruturais para superarmos os desafios do marketing estão concretizadas para construirmos caminhos ainda mais virtuosos para a bela cidade de Natal. E agregar valor à comunicação e à imagem do Natal em Natal é o nosso grande desafio que veremos a seguir na Estratégia de Comunicação.

## 9.2.2: ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

O que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer, que meios utilizar.

Dentro desse roteiro, vamos discorrer sobre a nossa estratégia de comunicação para atingirmos nossos objetivos, utilizando como base o briefing informado pela Prefeitura Municipal do Natal, pesquisas sobre o Natal em Natal e o nosso Raciocínio Básico, que apresentou a história, as características da cidade e sua população, o histórico das ações da Prefeitura e seu contexto social, político e econômico. Agora, cabe à publicidade aplicar suas técnicas para incluir imaginação e emoção no conteúdo a comunicar sobre os eventos do Natal em Natal, procurando agregar valor à ação e atrair os turistas e moradores da cidade.

A publicidade deve servir à administração compartilhando de suas ideias, seus compromissos, dentro de uma padronização de qualidade, clareza, objetividade, além da excelência de uma programação visual. É necessário que se busque a melhor das interações, uma troca de ideias que ultrapasse os limites dos pedidos de serviço, tudo culminando com ações criativas à altura da excelência do "produto" que se quer vender. Uma campanha abrangente poderá abordar temas e criar desdobramentos que convirjam para uma meta ideal, com agência e cliente atingindo objetivos e auferindo os lucros de uma boa estratégia de comunicação.

O primeiro fator é atrair a atenção no nosso público alvo, que parte da estética apurada, da beleza. O publicitário Roberto Duailibi declarou certa vez que "nada emociona mais do que a beleza". Talvez houvesse aí uma ponta de exagero, mas que as paisagens da cidade de Natal e os motivos e climas natalinos emocionam, ninguém tem dúvidas. É um privilégio morar aqui e quando mesclamos isso às mensagens das festas de natal, resultam em um belo e amplo campo para criarmos uma campanha publicitária que encante mentes e corações. E esse fato deverá ser explorado na nossa comunicação publicitária.

### A HISTÓRIA

Para que possamos compreender melhor o que é o significado e a grandiosidade do Natal em Natal, nada melhor do que retroagirmos no tempo e contar um pouco dessa história de sucesso de uma ação da Prefeitura Municipal do Natal, que começou há quase 15 anos atrás.

Em 2005 a cidade de Natal tinha poucos e tímidos eventos que praticamente deixavam passar em branco o aniversário da cidade, no dia 25 de dezembro, data da sua fundação pelo navegador português Jerônimo de Albuquerque que, como já afirmamos no Raciocínio Básico, nominou a cidade em homenagem ao dia de Natal.

Dentre os eventos pioneiros que eram realizados pela iniciativa privada e pela Prefeitura, de forma isolada, podemos destacar:

#### AUTO DE NATAL:

Um espetáculo teatral encenado desde 1998 e que contava de forma dramatizada o nascimento de Jesus Cristo e a história dos seus antecedentes. Com uma mistura de elementos cristãos e nordestinos, o ato proporcionava um rico resultado do ponto de vista artístico, cultural, etnográfico e religioso.

#### FESTIVAL DE CINEMA DE NATAL – FEST NATAL:

Realizado desde 1987, sob a direção geral do crítico de cinema e televisão Valério Andrade, o Fest Natal apresenta uma seleção dos melhores filmes do ano, concorrentes ao Troféu Estrela do Mar.

#### FESTIVAL LITERÁRIO DE NATAL – FLIN:

Realizado pela Prefeitura de Natal através da FUNCARTE, o FLIN englobava as muitas vertentes da literatura brasileira através de palestras, debates, shows musicais e feira do livro. No evento já passaram grandes nomes, como Zuenir Ventura, Ariano Suassuna, Fernando Veríssimo e Fernando de Moraes.

Em 2005 a Prefeitura do Natal decidiu criar uma marca “guarda-chuva”, que nominou de NATAL EM NATAL. Essa marca concretizou e “amarrou” não só esses eventos, como novas atrações que foram agregadas às já existentes e deram um conceito ao conjunto de ações, enriquecendo o período natalino da cidade e proporcionando um crescimento da visibilidade através de campanhas publicitárias que divulgavam os eventos com o slogan “É Festa em toda a Cidade”, atraindo o público e movimentando a política da economia criativa. Dentre os novos eventos, podemos destacar os seguintes:

#### ÁRVORE DE NATAL DE MIRASSOL:

O maior símbolo do Natal em Natal tem sua grandiosidade comprovada no fato de ser a maior Árvore de Natal do Brasil, com seus 112 metros de altura e 1,5 milhão de lâmpadas de led. No seu entorno são montadas diversas atrações, como a casa do Papai Noel, o espetáculo “Um Presente de Natal”, um palco para shows musicais, feira de artesanato, parque infantil e o festival gastronômico, com dezenas de opções de fast foods. Esse conjunto de eventos atrai uma verdadeira multidão diariamente ao local, movimentando a economia criativa de pequenos comerciantes.

#### ILUMINAÇÃO NATALINA:

Natal é contemplada anualmente a partir do mês de novembro com uma decoração especial nas suas ruas e avenidas, como Itapetinga, Hermes da Fonseca, Alexandrino de Alencar, Roberto Freire e Salgado Filho, dentre outras nas quatro regiões da cidade. Adornos natalinos iluminados também são instalados pela Prefeitura do Natal em pontos especiais, como o Pórtico dos Reis Magos, Palácio Felipe Camarão e Catedral Metropolitana. Além disso, duas árvores de Natal de 30 metros de altura são instaladas na zona norte. Essa ação ajuda a compor o clima de Natal e faz lembrar aos moradores sobre o período de festas, incentivando o consumo da população nas compras dos presentes e incentivando o comércio e a economia na cidade.

#### FESTIVAL DE MÚSICA:

Com um mix de artistas locais e nacionais, o Festival de Música de Natal atrai um grande número de pessoas nos seus diversos palcos espalhados pela cidade, onde já se apresentaram artistas como Carlinhos Brown, Fagner, Alexandre Pires, Cláudia Leite e bandas como Paralamas do Sucesso e Titãs.

#### MERCADO BEM-TE-VI

Criado na última edição do Natal em Natal, o Mercado Bem-Te-Vi é inspirado nas feiras de rua mais charmosas do mundo, reunindo gastronomia, moda, arte, decoração, músicas, atrações culturais e para as crianças, proporcionando mais uma opção de

entretenimento e lazer na cidade. O evento ocorre na charmosa Avenida Afonso Pena, no bairro do Tirol.

### RÉVEILLON

A tradicional festa de final de ano faz parte das comemorações do Natal em Natal, com queima de fogos e atrações musicais nas praias da Redinha, Forte e Ponta Negra, reunindo multidões.

### FESTA DOS SANTOS REIS

Encerrando a programação do Natal em Natal, a festa de Reis promove a procissão que sai do bairro de Santos Reis e se encerra com uma missa campal. No local também ocorrem uma feira de artesanato, gastronomia, economia solidária e shows artísticos no palco montado na lateral da Igreja.

A realização do projeto Natal em Natal vem ocorrendo anualmente na capital potiguar e já se concretizou como uma série de eventos relevantes, não só no calendário de festas culturais da cidade, mas também como um grande impulsionador da economia local, atraindo um considerável quantitativo de pessoas para as comemorações e fazendo girar dinheiro na cidade de forma horizontal, quando uma grande gama de cidadãos de todas as classes ganham, seja o dono do hotel, o vendedor ambulante, o músico, o taxista e muitas empresas que participam direta ou indiretamente dos eventos e pagam seus impostos.

### A ESTRATÉGIA

Conhecido o histórico e o perfil do Natal em Natal, partimos agora para a definição da nossa estratégia de comunicação publicitária. E nem sempre o percurso mais fácil de dar continuidade ao que está sendo feito é o melhor caminho. Nos últimos anos o conceito "Festa na Cidade" vem sendo trabalhado na comunicação do Natal em Natal.

Se buscarmos o significado da palavra "Festa" nos dicionários, encontraremos algumas definições como: regozijo, alegria, reunião de pessoas com fins recreativos, comemoração, entre outras. E o Natal em Natal é muito mais do que isso. Não que as campanhas publicitárias dos últimos anos tenham sido erradas. Certamente que não. O sucesso do evento corroborado pelas pesquisas de opinião pública não nos deixam margens de questionar o acerto. Afinal, atrair quase duzentas mil pessoas e movimentar vinte e oito milhões de reais nos seus 40 eventos é um forte sinal de que o Natal em Natal está consolidado.

Mas queremos ir além disso. Queremos aproveitar essa sólida base que foi construída nos últimos anos para atingirmos algo mais do que a presença de pessoas nos eventos do Natal em Natal. Algo que não seja apenas mais um aumento de números de participantes ou valores financeiros dos impostos gerados pelo consumo. Claro que isso é importante, mas queremos algo mais. Queremos atingir corações e mentes dos natalenses e dos turistas, que eles se conscientizem de que Natal é uma cidade boa para se viver. Do nosso ponto de vista, o Natal em Natal é a oportunidade que a Prefeitura tem de exaltar as belezas da cidade para turistas e natalenses, de elevar a auto estima dos seus moradores e falar que aqui se tem uma boa qualidade de vida, que é festa sim, mas festa de aniversário da cidade que eles vivem!

O que fazer, como estimular o cidadão a gostar de Natal? Do nosso ponto de vista, é preciso criar um sentimento de pertencimento, para que esse mesmo cidadão se toque, sinta e tenha consciência de que a cidade também é dele e que ele se orgulhe de morar onde o Brasil inteiro vem passar férias e comemorar não só o Natal, mas o aniversário da sua cidade que se enfeita e se alegra para encantar a todos.

## O CONCEITO

É necessário que o bom planejamento e a criatividade evidenciem a pertinência e o alcance do tema. É preciso que a estratégia dê luz a ideias criativas e estas iluminem em volta, e sempre, o objetivo que traçamos alcançar.

Seguindo esse caminho, partimos para a criação de um conceito comunicacional que vai alinhar toda a comunicação publicitária da nossa campanha do Natal em Natal, ou seja, todas as peças da campanha terão a mesma linha comunicacional do conceito, que se apresenta como o slogan abaixo da logomarca do evento. Com esse conceito fixado, torna-se mais fácil elaborarmos a estratégia de comunicação e a ideia criativa, pois podemos utilizar o partido temático em seus desdobramentos e em sua abrangência, sempre presente nas peças publicitárias.

Segundo o briefing elaborado pela Prefeitura Municipal do Natal, o objetivo da campanha publicitária solicitada é fortalecer a auto estima do cidadão, estimulando a participação popular e a consciência cidadã. Essa afirmação vai ao encontro do que afirmamos na nossa estratégia, de suprir o desafio, mudando o foco da campanha do Natal em Natal para algo mais objetivo e alcançar os resultados esperados. E foi nesse sentido que trabalhamos.

Não há como não se encantar com as belezas naturais de Natal. Como mencionado no Raciocínio Básico, a história mostra que a cidade sempre seduziu quem passou por aqui, a começar pelo desbravador e fundador da cidade, Jerônimo de Albuquerque. O clima agradável, sol o ano inteiro e as belas praias nos inspiraram com excelentes insights para construção de um direcionamento conceitual que cria uma conexão com a valorização da autoestima do natalense, solicitada no briefing, e o desejo do turista em conhecer ou visitar essa cidade realmente acolhedora. E nada é tão acolhedor, fraterno e agradável, que o período natalino. Nele, as pessoas estão ainda mais alegres, sorridentes, abertas para uma renovação física e espiritual que se inspira em um novo tempo de renascimento.

Com todos esses elementos em mãos, somando às festividades do Natal em Natal e do aniversário de 421 anos da cidade, idealizamos um mindset com algumas relações diretas: uma bela e acolhedora cidade encanta as pessoas, proporciona alegria; e quem tem alegria, sorri com um "brilho" diferente. Características similares quando pensamos no período natalino e numa comemoração de aniversário, já que as datas resgatam o "brilho" de um novo tempo, tanto que a estrela de Natal é um dos seus grandes símbolos.

Afunilando o raciocínio no sentimento das palavras "alegria" e "brilho", construímos uma ponte entre "autoestima" e "Natal". Nesse sentido, chegamos ao seguinte conceito:

**NATAL EM NATAL. SUA ALEGRIA BRILHA AQUI.**

Um mote polivalente que, além de estimular a participação popular como parte indispensável nesta alegria, ativa o elemento mais significativo da época natalina, o brilho

de uma cidade iluminada. Esse conceito serve aos nossos dois públicos alvo: os moradores de Natal e os turistas que a visitam.

#### O PÚBLICO:

Como já começamos a perceber, temos públicos distintos a ser atingido e que precisamos trabalhar de forma diferenciada, pois eles são distantes não só geograficamente, mas a linguagem, o foco da comunicação, o conteúdo e os objetivos são diferentes:

O TURISTA, com potencial para vir para o Natal em Natal deve ser encantado não só com as praias, dunas e lagoas do Rio Grande do Norte, mas com a possibilidade de ter um "plus" na sua viagem e adicionar as visitas às ruas iluminadas, a maior árvore de Natal do Brasil, os shows gratuitos com grandes artistas locais e nacionais. Esse público é bastante amplo e está espalhado por todo o Brasil. Mas como temos uma verba de mídia limitada, vamos focar nos maiores emissores de turistas historicamente, conforme veremos na estratégia de mídia.

O MORADOR DA GRANDE NATAL, que já conhece bem o Natal em Natal e aprova fortemente o evento, deverá ser cativado pelo forte apelo emocional da campanha, envolvendo-o com o bem viver da cidade e elevando sua auto estima para a comemoração do aniversário da cidade. A divulgação da programação dos eventos será reforçada nas mídias de massa, com especial atenção nas redes sociais que tem o poder da instantaneidade e mobilização do público.

#### ALÉM DO BRIEFING

Uma interação agência-cliente pode ir além da elaboração do "briefing", dos pedidos de serviço, da execução e veiculação de anúncios e campanhas. Precisamos ir mais fundo e juntos buscarmos informações e conhecimentos sobre os assuntos que vamos publicizar para toda a população.

Além das peças solicitadas no briefing (filmes para TV, spots para rádio, anúncio impresso, outdoor e folder) sugerimos trabalhar também com todas as ferramentas de internet, como as redes sociais Instagram, Facebook, Spotify e Youtube, além de um hot site da campanha: [natalemnatal.com.br](http://natalemnatal.com.br), que veicularia toda a programação dos eventos. Para atender esse meio cada vez mais amplo, vamos criar uma websérie com filmetes diversos, vendendo não só o conceito e a publicidade institucional, mas também mostrando os eventos do Natal em Natal de forma interativa e utilizando uma linguagem jovem e antenada. Nas nossas redes sociais, vamos transmitir os eventos ao vivo, mostrando os shows, palestras do FLIN e convidando para os próximos eventos. Essa será uma peça-chave na nossa estratégia de marketing, sem custo de mídia e bons resultados, pois as lives proporcionam uma interação maior e mais verdadeira com o público, pois tudo está acontecendo ao vivo, sem textos engessados ou mensagens frias gravadas e editadas. Com isso, o engajamento do público é espontâneo e imediato, criando oportunidades de aproximação e interação direta. Esse tipo de divulgação cria uma relação de mão-dupla com a população, o que até pode ter seus riscos, mas faz toda a diferença na percepção que eles tem de uma marca que interage. Aliada ao trabalho de divulgação da assessoria de imprensa da Secretaria de Comunicação da Prefeitura Municipal do Natal – SECOM e da produção de conteúdo nas suas redes sociais, acreditamos que conseguiremos uma boa economicidade da verba publicitária em consonância com um planejamento de mídia assertivo, sem pulverização desnecessária ou desperdício de verba.

Nesse contexto, cultivar uma boa relação com os moradores faz toda a diferença entre a Prefeitura de Natal e os demais órgãos públicos que se fecham nos gabinetes, pois esse tipo de ação pode humanizar a comunicação, criar identificação e fidelizar o seu público, ajudando a ampliar a divulgação dos eventos do Natal em Natal de forma orgânica.

Entendemos também que a Estratégia de Comunicação deve levar em consideração a mídia não convencional, ou NO MÍDIA, pouco utilizada pela maioria dos administradores públicos. Por que não realizarmos ações nas escolas municipais, envolvendo não só alunos e professores, mas também as famílias? Para isso, sugerimos a participação de todas as Escolas Municipais de Natal, que teriam um dia de aula especial sobre a fundação da cidade de Natal e a divulgação dos eventos do Natal em Natal.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O compromisso da nossa agência de publicidade é o de perseguir e executar as melhores ideias e, com isso, caminhar lado a lado com a administração municipal de Natal em seus projetos, em suas várias frentes. Um trabalho em conjunto e uma afinidade de propósitos, traduzidos em competentes peças publicitárias trarão mais tranquilidade para o administrador municipal, mais incentivos para sua equipe, com reflexos positivos em suas obras e serviços, nas conquistas da cidadania, no bem-estar para todas as camadas da sociedade e nos benefícios para os Natalenses, que veem sua cidade crescer junto com eles.

Entendemos que a Estratégia de Comunicação é como uma bússola, instrumento com o qual a Prefeitura de Natal poderá organizar seus caminhos para suprir o desafio e alcançar os resultados e metas desejadas, fortalecendo a sua imagem institucional e divulgando as suas ações, como o Natal em Natal.

Com uma campanha publicitária bem elaborada, como veremos a seguir na Ideia Criativa e tendo como base um sólido histórico de sucesso, certamente a Prefeitura Municipal do Natal colherá os frutos de um bom trabalho, aumentando cada vez mais o sucesso dos eventos culturais no final do ano e conseqüentemente alimentando a economia da cidade, gerando emprego, renda e impostos.

### 9.2.3: IDEIA CRIATIVA

Atingir corações e mentes dos natalenses e dos turistas, valorizando as belezas naturais da cidade para provocar uma consciência positiva sobre o município e fazer com que os eventos do Natal em Natal sejam reconhecidos como uma grande comemoração do aniversário de uma cidade onde se vive bem.

Com esse norte delimitado pela estratégia de comunicação e já definido o caminho conceitual, focado na autoestima do natalense, insights visuais levaram a um elemento que conduz toda essa "alegria" que "brilha" aqui. A resposta veio a partir de uma conexão com um dos símbolos mais significativos do Natal, a estrela dos Reis Magos, que não por acaso ornamenta a principal entrada da cidade com um belo pórtico.

Inspirada nesse ícone, a estrela proposta para a marca do evento tem um design mais abstrato e multiplicidade de pontas, transmitindo uma ideia de movimento, condição que também proporciona melhor aplicabilidade e movimento durante os efeitos visuais sugeridos para os filmes da campanha. Quanto às cores, os tons dourados criam uma atmosfera clássica que simula a iluminação natalina. A fonte manuscrita eleva o sentimento festivo, que também remete ao aniversário da cidade, agregando um tom de elegância ao design da marca.

Definido o branding, a parte gráfica da campanha tem uma linguagem sempre convidativa, com layouts que se inspiram em backgrounds escuros, criando o agradável clima de uma clássica noite natalina. Essa alternativa também foi utilizada para realçar os outros elementos das peças, valorizando a árvore de Natal de Mirassol e os grafismos, que simulam leds iluminados no background. No caso dos outdoors, somado a todo esse visual, existe uma interação que potencializa as expectativas em torno do evento: a estrela da campanha — um aplique produzido em um sistema de led com sensores — capaz de surpreender a população ao se acender quando a noite dá as boas vindas, chamando ainda mais atenção para o conceito: sua alegria brilha aqui. As peças destinadas às redes sociais seguem a linha gráfica mencionada anteriormente, porém conduzem de maneira mais direta ao hot site da campanha, num call to action que cria um link rápido de navegação para aonde estão armazenados mais detalhes sobre toda programação do Natal em Natal.

As peças eletrônicas expandem todo esse sentimento, conduzidas através de um jingle que reverbera ainda mais a ideia de que Natal tem sol o ano inteiro, tem as mais belas praias do país, mas, além de tudo isso, tem uma incrível festa de fim de ano que leva o nome da cidade para comemorar o seu aniversário. No caso dos filmes, a "atriz" principal é a estrela-ícone da campanha, que renasce de uma estrela do mar, na praia, e passa a transformar a cidade inteira, deixando rastro de iluminação por onde segue, levando todo sentimento de alegria pelos quatro cantos da cidade, interagindo com as pessoas em cada atração.

Para as rádios, vamos trabalhar um jingle inspirado em elementos do Rythm and blues, com nuances de um pop bem romântico, mesclando com alguns sons incidentais natalinos. Na letra, exaltamos as belezas naturais da cidade do Natal, o seu aniversário e as luzes natalinas, convidando as pessoas a curtir o Natal em Natal.

Nas peças impressas, inserimos um QR Code que levará o público diretamente para o hotsite com a programação dos eventos do Natal em Natal.

O fato de que a cidade foi fundada e faz aniversário nessa época não pode ser esquecida pela campanha publicitária do Natal em Natal, afinal esse foi o principal motivo da denominação da cidade pelos portugueses e mais um motivo da comemoração dos eventos.

Portanto, buscando a resolução do desafio de comunicação especificada no briefing, acreditamos que a ideia criativa sugerida eleva o seu potencial através das seguintes peças:

#### TELEVISÃO:

- Filme Institucional (30")
- Filme Institucional (60")
- Filme com programação dos Shows na Zona Norte (30")

#### RÁDIO:

- Jingle Institucional (30")
- Spot com programação do Festival de Música (30")
- Spot com programação do FLIN (30")

#### JORNAL/REVISTA:

- Anúncio para revista de bordo de companhia aérea (turistas)
- Anúncio para Jornal local com programação (natalenses)

#### REDES SOCIAIS:

- Hotsite
- Carrossel para Facebook
- Story para Instagram e Facebook

#### MÍDIA EXTERIOR:

- Outdoor para veiculação em outros estados (turistas)
- Outdoor para o público local (natalenses)

#### FOLDER:

- Folder com programação dos eventos

#### 9.2.4: ESTRATÉGIA DE MÍDIA E NÃO MÍDIA

Com base no que apresentamos no Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação, Ideia Criativa e no texto do briefing elaborado pela Prefeitura do Natal, realizamos diversos estudos para definirmos nossa estratégia de mídia para a campanha do Natal em Natal.

A Pesquisa Brasileira de Mídia – PBM (2016), traz dados essenciais sobre os hábitos da população. A pesquisa revela que o brasileiro passa de segunda-feira a sexta-feira, em média 4h44min por dia na internet. O tempo dedicado à rede mundial de computadores é maior que nas mídias eletrônicas tradicionais. O consumo médio diário da televisão, por exemplo, foi de 3h21min em dias de semana. Aos fins de semana, o tempo médio de consumo do meio foi maior do que o registrado de segunda a sexta-feira, com 3h39min. Isso confirma a importância da utilização da internet como recurso para obter informação, apesar de ainda buscarmos nos meios tradicionais a validação daquilo que vemos.

Outro aspecto importante é que o tempo médio dedicado à internet pode variar conforme a idade, a escolaridade e até a região. Observa-se que a concentração do acesso à internet no Brasil está entre os jovens com instrução e que, apesar de uma parcela representativa ainda não ter o acesso, os indivíduos que o têm utilizam de maneira constante e intensa. Logo, fatores sociais como escolaridade, faixa etária e classe social estão relacionados ao acesso à internet (PBM, 2016).

No que se refere aos hábitos da população norte-rio-grandense, a televisão é o meio mais utilizado para se informar segundo os entrevistados, com 63%. No entanto, sabe-se que a audiência da televisão não é necessariamente uma atividade exclusiva. O percentual de 27% marca a ultrapassagem da internet sobre o rádio, com 7%, como segundo meio de informação preferencial, seguido respectivamente do jornal, com 1% e outros meios, com 2% da fatia (PBM, 2016). Os aspectos escolaridade e idade também surgem como itens importantes. Indivíduos com ensino superior incompleto afirmam utilizar mais o meio TV, com 53%, enquanto 47% asseguram usar mais a internet. Já os entrevistados com ensino superior completo também garantem utilizar mais a televisão, com 59%, em contrapartida, 30%, ratifica o uso da internet, como segundo meio.

A publicidade passa por um processo de transformação, o que tem exigido mais atenção ao desenvolvimento de soluções que atendam à nova realidade do mercado. Nesse contexto, além de focar nos estudos dos meios de comunicação é importante analisar os indivíduos. Além de um ambiente de mídia fragmentado, é preciso enfrentar outras questões, como a diversidade de formatos disponíveis, uma vez que a publicidade convencional hoje disputa espaço com outras modalidades igualmente importantes, como *branded content*. Quanto à configuração do novo ambiente, há outros aspectos que devem ser considerados, como a necessidade de lidar com diferentes fontes de informações disponíveis para se entender a maneira como o consumidor se comporta.

Dessa maneira, é importante que a nossa estratégia de mídia acompanhe as mudanças provocadas pelos hábitos da população. A adoção de novos modelos tem acontecido, mas precisa ser acelerada em alguns canais. Um bom estímulo para realizar os investimentos necessários é pensar que essa é uma excelente oportunidade para integrar, de maneira efetiva, os ambientes *online* e *off-line*.

De acordo com as definições apresentadas no Raciocínio Básico e na Estratégia de Comunicação, para alcançar os objetivos solicitados no briefing foi selecionado o *target* homens e mulheres, que estão na faixa etária entre 18 e 65 anos e pertencentes as

classes A, B, C, D e E, residentes na cidade do Natal e Grande Natal. Para atingir o turista interno nacional foi elegida a faixa etária de 25 a 65 anos, ambos os sexos e que integrem as classes A, B e C, nos estados de Pernambuco, São Paulo e Rio de Janeiro, que são os maiores emissores de turistas para Natal.

Devemos redobrar os cuidados ao avaliar as tendências, em razão da desigualdade social. Outra questão importante, diz respeito ao comportamento multiplataforma. Não é novidade que os jovens são altamente conectados. O que muda, quando olhamos para o cenário atual, é que aumentaram as opções de consumo. 59% dos jovens de 12 a 17 anos consomem quatro meios ou mais. De 18 a 24 anos, esse percentual passa para 64%, mostrando que o público ainda consome os meios tradicionais, dessa maneira não se pode ignorar a relevância dos demais canais, já que as conversas circulam entre as plataformas. Diante desse cenário, são indicadas iniciativas que valorizam a integração dos meios de comunicação, uma vez que nenhum deles é autossuficiente e cada um contribui para uma parte da mídia.

Baseado nos estudos apresentados e na estratégia de comunicação definida, foram selecionados os seguintes meios e veículos de comunicação:

**DIGITAL:** Para a campanha em questão foram selecionados os seguintes veículos: o *Facebook*, que possui um alto grau de segmentação e fácil mensuração; o *Instagram* e *Youtube*, já que têm um grande poder de engajamento; o *Twitter*, com sua objetividade que o torna uma importante ferramenta de distribuição de informações rápidas e notícias; e por fim o *Spotify*, uma ótima opção para atingir um conjunto específico de pessoas, através de uma estratégia regional segmentada.

**TELEVISÃO:** As redes de TV têm estendido de forma bem-sucedida as suas programações por várias plataformas de distribuição, acompanhando os novos hábitos de consumo de mídia. A televisão continua tendo o maior alcance no país, sendo o meio de informação e entretenimento mais utilizado pelos brasileiros de diversas faixas etárias e classes sociais (MÍDIA DADOS BRASIL, 2018). Optou-se em veicular em todas as emissoras da cidade, já que o objetivo é massificar para toda a população Natalense. A Inter TV Natal é a emissora líder no Rio Grande do Norte, com uma cobertura de 99% do estado. Possui uma média de 185 mil telespectadores por minuto e 90% da liderança semanal (KANTAR IBOPE MEDIA, 2019). A TV Ponta Negra, afiliada do SBT, atinge 90% da população, detém o segundo lugar em audiência. A TV Tropical está há 25 anos no mercado e cobre 46 municípios do Rio Grande do Norte, atingindo 1.820.438 telespectadores. E por fim A Band TV, que tem boa penetração nos segmentos esportivos e jornalísticos.

**RÁDIO:** Suas vantagens são o alcance, a mobilidade, o baixo custo, o imediatismo, a instantaneidade e a autonomia. Para a campanha em questão foram escolhidos veículos de perfis diversos para atingir todo o *target* determinado no briefing. A 96 FM possui uma programação jovem e público bem variado. A audiência da rádio tem distribuição bem equiparada em Natal e 55 municípios do interior do RN. A 104 FM possui como proposta levar ao ar uma programação de qualidade com grandes sucessos, atingindo as classes A e B, entre 25 e 55 anos. A Jovem Pan Natal possui uma abrangência de 1.373.439 pessoas, em que 87% dos ouvintes têm de 10 a 39 anos e 98%. A 98 FM alcança mais de 360 cidades (RN, PB e PE). A Rádio Cidade possui uma programação musical e jornalística e seu público é formado por adultos acima de 30 e pertencentes principalmente as classes A e B.

**MÍDIA EXTERIOR:** Os atributos principais que beneficiam esse meio são a exposição em ambientes outdoor e indoor para populações em constante mobilidade. Para o Natal em Natal selecionamos a Bandeirantes Outdoor (Natal-RN e Recife/PE), Out Mídia (Rio de Janeiro/RJ) e SP Outdoor (Guarulhos/SP).

**MÍDIA IMPRESSA:** O jornal se diferencia dos demais veículos devido a características peculiares, a variedade de assuntos, a credibilidade e notícias da atualidade. Selecionamos a Tribuna do Norte, tradicional jornal impresso circulando há mais de 68 anos e que evoluiu tornando-se uma rede de comunicação formada pelos principais canais de informação *online*. O Agora RN é um jornal gratuito, com circulação em Natal e na região metropolitana. Possui uma tiragem diária de 10 mil exemplares, de segunda a sexta-feira e também possui um portal *online* e redes sociais. O meio revista tem como vantagem a qualidade da impressão e uma vida útil longa. Com o objetivo de aumentar o fluxo de turistas durante o período da campanha foram escolhidas a Revista TAM nas Nuvens e a Revista Voe Gol, ambas são distribuídas em todos os voos das suas respectivas empresas aéreas, apresentando conteúdo relevante e olhar editorial contemporâneo.

**AÇÃO DE NÃO MÍDIA:** Inspirado pelo caminho conceitual da campanha, foi idealizada uma ação promocional com 5 totens iluminados espalhados pelos principais polos culturais da cidade. Em cada um deles, a estrela reluzente, ícone da campanha, complementada pelo texto convidando para compartilhar a sua alegria. O mecanismo funcionará através de um sensor de câmera inserido no totem que registraria a foto sempre que um sorriso fosse direcionado à tela. Ao final, seriam impressas na hora uma foto com a legenda: "Natal em Natal. Sua alegria brilha aqui. Compartilhe sua foto com a *hashtag* #natalemNatal". Além da foto impressa, a imagem seria compartilhada simultaneamente nas redes sociais do Natal em Natal, pelo próprio dispositivo do totem, possibilitando digitalmente o acesso através da *hashtag*.

Baseado nos estudos realizados e com objetivo de tornar mais eficiente os esforços de investimentos, sugere-se focar principalmente nos meios digitais e na televisão, já que de acordo com o Estudo Geral de Meios (2016), da Ipsos, a TV e a internet aparecem quase empatados quando o assunto é influenciar a opinião pública. Entre os entrevistados, 77% reconheceram o poder da TV e 76%, o da internet. A pesquisa, que mediu a taxa de concordância dos entrevistados sobre quais meios acreditam que têm maior peso na opinião pública, revela que a percepção da influência da televisão e da internet é alta entre todas as classes sociais e níveis de escolaridade. No entanto, não se pode esquecer dos demais meios, já que o que chama atenção dentro desse processo evolutivo é que não houve uma substituição dos meios de comunicação, mas a integração dessas atividades. Dessa forma, a comunicação pública deve romper a barreira da desinformação, já que seu dever é levar informação ao maior número possível de pessoas, colaborando para transformação da realidade social, política e econômica.

Será criado um *hotsite* especial para o evento Natal em Natal, com um *link* no site da Prefeitura do Natal com toda a programação. A assessoria de imprensa da SECOM realizará um trabalho intenso com os veículos de comunicação, inclusive um evento de lançamento, quando os jornalistas serão convidados.

A periodicidade da mídia será de 90 dias, de 03 de outubro a 31/dezembro/2019, com um investimento total de R\$ 1.215.419, conforme demonstrado no resumo de investimento nos anexos da estratégia de mídia.

## 9.4: ANEXO COM PEÇAS DA IDEIA CRIATIVA

### TELEVISÃO:

- Filme Institucional (30")
- Filme Institucional (60")
- Filme com programação dos Shows na Zona Norte (30")

### RÁDIO:

- Jingle Institucional (30")
- Spot com programação do Festival de Música (30")
- Spot com programação do FLIN (30")

### JORNAL/REVISTA:

- Anúncio para revista de bordo de companhia aérea (turistas)
- Anúncio para Jornal local com programação (natalenses)

### REDES SOCIAIS:

- Hotsite
- Carrossel para Facebook
- Story para Instagram e Facebook

### MÍDIA EXTERIOR:

- Outdoor para veiculação em outros estados (turistas)
- Outdoor para o público local (natalenses)

### FOLDER

- Folder com programação dos eventos

## FILME 30<sup>o</sup>:

SONS AMBIENTES, INCIDENTAIS; EM CERTO INSTANTE INICIA BG DO JINGLE - Dia de sol sobre o Mar de Ponta Negra. Percebemos uma bela jovem surfista sair da água e sentar na areia, observando a natureza adiante. De repente ela olha para lado e percebe uma estrela do mar, com um brilho diferente, reluzente. Assim que ela pega na estrela, o brilho intensifica-se e a espécie começa a voar em direção aos céus. É quando percebemos o dia virar noite e várias outras estrelas surgirem.

*Jingle(off): A cidade do sol e das mais belas praias,  
também leva em seu nome a festa mais esperada.*

Transição com o brilho da estrela preenchendo todo enquadramento.

Agora a estrela segue para o palco onde vemos shows musicais. Enquanto ela passa pelos músicos, segue deixando iluminação em pontos específicos: microfone do cantor, instrumentos, amplificadores, interagindo com objetos que compõem cena.

*Jingle(off): Não tem igual, é Natal em Natal...*

Corta para a estrela seguindo por avenidas das cidade, deixando rastro de iluminação (brilho em computação gráfica sobre as imagens) por onde passa.

*Jingle(off): Comemora, vem curtir! Sua alegria brilha aqui.*

Corta para cenas ilustrando as atrações que farão parte do Natal em Natal. Corta para a estrela chegando à casa de uma família, que se reúne no jardim: a estrela segue para uma árvore, próximo, deixando-a repleta de luzes, refletindo um belo brilho no ambiente. As crianças sorriem com a luz sobre elas. **LETTERINGS: ACESSE: NATALEMNATAL.COM.BR**

*Loc(off): Viva o Natal em Natal! Uma programação eclética com mais 40 eventos como festival de música com artistas nacionais e locais, espetáculos natalinos por toda cidade, e muito mais.*

Estrela segue agora para o monumento dos Reis Magos, na BR. Ela circula em volta dos Reis, iluminando as coroas, roupas etc. Ao final, forma o rastro da estrela que compõe o monumento. Enquadramento sobe e percebemos ao céu o conceito escrito com pontos luminosos reluzentes compondo uma bela noite de Natal. Corta para assinatura **LETTERINGS: NATAL EM NATAL | PREFEITURA DO NATAL (logo)**

*Jingle(off): Não tem igual, é Natal em Natal.*

*Loc(off): Prefeitura do natal.*

## FILME 60":

SONS AMBIENTES, INCIDENTAIS; EM CERTO INSTANTE INICIA BG DO JINGLE - Dia de sol sobre o Mar de Ponta Negra. Percebemos uma bela jovem surfista sair da água e sentar na areia, observando a natureza adiante. De repente ela olha para lado e percebe uma estrela do mar, com um brilho diferente, reluzente. Assim que ela pega na estrela, o brilho intensifica e a espécie começa a voar em direção aos céus. É quando percebemos o dia virar noite e várias outras estrelas surgirem ao céu.

Jingle(off): A cidade do sol e das mais belas praias,  
também leva em seu nome a festa mais esperada.

Enquadramento foca no céu ficando estrelado, colorido, e quando desce novamente percebemos um novo cenário: a árvore de Mirassol, toda iluminada, numa bela noite de natal. A estrela desce rápido passando por pessoas felizes, deixando rastro de iluminação por onde segue.

Jingle(off): A noite se aproxima e vejo luzes coloridas,  
inspirada nas estrelas a cidade inteira brilha.

Transição com o brilho da estrela preenchendo todo enquadramento.

Jingle(off): Viva tudo isso, viva o Natal em Natal.

Agora a estrela segue para o palco onde vemos shows musicais. Enquanto ela passa pelos músicos, segue deixando iluminação em pontos específicos: microfone do cantor, instrumentos, amplificadores, interagindo com objetos que compõem cena.

Jingle(off): Não tem igual, é Natal em Natal...

Corta para estrela seguindo por avenidas da cidade, deixando rastro de iluminação (brilho em computação gráfica sobre as imagens) por onde passa.

Jingle(off): Comemora, vem curtir! Sua alegria brilha aqui.

Corta para o objeto chegando a uma casa, onde um família inteira se reúne no jardim: a estrela segue para uma árvore próximo deixando repleta de luzes, refletindo um belo brilho no ambiente. as crianças sorriem, com a luz sobre elas. LETTERINGS: ACESSE: NATALEMNATAL.COM.BR

Jingle(off): Não tem igual, é Natal em Natal!  
Compartilha, vem curtir!

Estrela segue agora para os reis magos, na BR. Ela circula em volta deles, iluminando as coroas, roupas, etc. Ao final, forma o rastro da estrela que compõe o monumento. Enquadramento sobe e percebemos ao céu o conceito escrito com pontos luminosos, reluzentes, compondo uma bela noite de Natal. Corta para assinatura. LETTERINGS: NATAL EM NATAL | PREFEITURA DO NATAL

Jingle(off): Sua alegria brilha aqui!

Loc(off): Prefeitura do natal. A nossa cidade.

FILME COM PROGRAMAÇÃO DOS SHOWS NA ZONA NORTE (30'');

SONS AMBIENTES, INCIDENTALS; EM CERTO INSTANTE INICIA BG DO JINGLE - Dia de sol sobre o Mar de Ponta Negra. Percebemos uma bela jovem surfista sair da água e sentar na areia, observando a natureza adiante. De repente ela olha para lado e percebe uma estrela do mar, com um brilho diferente, reluzente. Assim que ela pega na estrela, o brilho intensifica-se e a espécie começa a voar em direção aos céus. É quando percebemos o dia virar noite e várias outras estrelas surgirem.

Jingle(off): A cidade do sol e das mais belas praias,  
também leva em seu nome a festa mais esperada.

Transição com o brilho da estrela preenchendo todo enquadramento.

Agora a estrela segue para o palco onde vemos shows musicais. Enquanto ela passa pelos músicos, segue deixando iluminação em pontos específicos: microfone do cantor, instrumentos, amplificadores, interagindo com objetos que compõem cena.

Jingle(off): Não tem igual, é Natal em Natal...

Corta para a estrela seguindo por avenidas das cidade, deixando rastro de iluminação (brilho em computação gráfica sobre as imagens) por onde passa.

Jingle(off): Comemora, vem curtir! Sua alegria brilha aqui.

Corta para cenas ilustrando as atrações que farão parte do Natal em Natal, mostrando artistas em performance. LETTERINGS: ACESSE: NATALEMNATAL.COM.BR

Loc(off): Viva o Natal em Natal! Venha curtir toda animação do Festival de Música na Zona Norte. Shows com Soltelrões do Forró, Dorgival Dantas e Leonardo.

Estrela segue agora para o monumento dos Reis Magos, na BR. Ela circula em volta dos Reis, iluminando as coroas, roupas etc. Ao final, forma o rastro da estrela que compõe o monumento. Enquadramento sobe e percebemos ao céu o conceito escrito com pontos luminosos, reluzentes, compondo uma bela noite de Natal. Corta para assinatura. LETTERINGS: NATAL EM NATAL | PREFEITURA DO NATAL(logo)

Jingle(off): Não tem igual, é Natal em Natal.

Loc(off): Prefeitura do Natal.

## JINGLE INSTITUCIONAL:

BG: INSPIRADO EM ELEMENTOS DO RHYTHM AND BLUES, O BACKGROUND MESCLA NUANCES DA SOULMUSIC COM POP BEM DINÂMICO, TRAZENDO ALGUNS SONS INCIDENTALS QUE REMETEM AO PERÍODO DE NATAL

A cidade do sol  
e das mais belas praias,  
também leva em seu nome  
a data mais esperada

A noite se aproxima  
e vejo luzes coloridas  
inspirada nas estrelas  
a cidade inteira brilha

## TRANSIÇÃO/PONTE

Viva tudo isso,  
viva o Natal em Natal

REFRÃO – MÚSICA MODULA, SOBE TOM, GANHANDO CORPO, MAIS DIVISÕES VOCAIS

Não tem igual  
é Natal em Natal  
comemora, vem curtir!  
Sua alegria brilha aqui

Não tem igual  
é Natal em Natal  
compartilha, vem curtir!  
sua alegria brilha aqui

## SPOT COM PROGRAMAÇÃO DO FESTIVAL DE MÚSICA (30''):

BG: INSPIRADO EM ELEMENTOS DO RHYTHM AND BLUES, O BACKGROUND MESCLA NUANCES DA SOULMUSIC COM POP BEM DINÂMICO, TRAZENDO ALGUNS SONS INCIDENTAIS QUE REMETEM AO PERÍODO DE NATAL.

*Jingle(off):* **A cidade do sol e das mais belas praias,  
também leva em seu nome a data mais esperada.**

REFRÃO – MÚSICA MODULA, SOBE TOM, GANHANDO CORPO, MAIS DIVISÕES VOCAIS

*Jingle(off):* **Não tem igual é Natal em Natal  
comemora, vem curtir! Sua alegria brilha aqui.**

DESCE BG, ENTRA LOC DINÂMICA

*Loc(off):* **Viva o Natal em Natal! Venha curtir toda animação do Festival de Música na Arena das Dunas. Shows com Paralamas do Sucesso, Margareth Menezes, Fagner e Leonardo, de 25 a 28 de novembro.**

*Jingle(off):* **Não tem igual, é Natal em Natal.**

*Loc(off):* **Prefeitura do Natal.**

*Jingle(off):* Não tem igual, é Natal em Natal.

*Loc(off):* Prefeitura do Natal.

SPOT COM PROGRAMAÇÃO DO FLIN (30"):

BG: INSPIRADO EM ELEMENTOS DO RHYTHM AND BLUES, O BACKGROUND MESCLA NUANCES DA SOULMUSIC COM POP BEM DINÂMICO, TRAZENDO ALGUNS SONS INCIDENTAIS QUE REMETEM AO PERÍODO DE NATAL

Jingle(off): A cidade do sol e das mais belas praias,  
também leva em seu nome a data mais esperada.

REFRÃO – MÚSICA MODULA, SOBE TOM, GANHANDO CORPO, MAIS DIVISÕES VOCAIS

Jingle(off): Não tem igual é Natal em Natal  
comemora, vem curtir! Sua alegria brilha aqui.

DESCE BG, ENTRA LOC DINÂMICA

Loc(off): Viva o Natal em Natal! Uma programação eclética com mais 40 eventos como o Festival Literário... nomes consagrados da literatura nacional participam de envolventes debates numa brilhante atmosfera cultural. De 05 A 07 novembro, na Praça Augusto Severo.

Jingle(off): Não tem igual, é Natal em Natal.

Loc(off): Prefeitura do Natal.



# Natal em Natal

SUA ALEGRIA BRILHA AQUI

## VENHA CURTIR TODA A MAGIA NA CIDADE DO NATAL.

A cidade do sol e das mais belas praias também leva em seu nome a festa mais esperada. Viva o Natal em Natal. Além de curtir belezas naturais incríveis, você pode se divertir e se emocionar com toda a magia natalina que se conecta ao aniversário de 421 anos da cidade, numa comemoração repleta de shows, espetáculos natalinos e atrações culturais.

**Sua alegria brilha aqui.**

Confira programação:  
[www.natalemnatal.com.br](http://www.natalemnatal.com.br)



# Natal em Natal

SUA ALEGRIA BRILHA AQUI

Fim de ano em Natal é sinônimo de diversão e muita alegria. Aproveite uma programação eclética com mais de 40 eventos e viva toda a magia da festa mais esperada do ano. **Viva o Natal em Natal.**

## Árvore de Mirassol

A beleza de uma das maiores árvores de Natal inspira uma noite mágica que ainda conta com a Casa do Papai Noel, food trucks e shows locais.



## Festival Literário

Nomes consagrados da literatura participam de envolventes debates, criando uma brilhante atmosfera cultural que ainda conta com a Feira do Livro.



05 A 07 NOV - Praça Augusto Severo

## Festival do Camarão e Festival Gastronômico

Natal em Natal também é sinônimo de sabores. Aproveite este fim de ano para celebrar e saborear a culinária potiguar natalina.



28 e 29 DEZ - Praça Pedro Velho

## Festival de Música

Viva a sua alegria ao som de artistas nacionais consagrados como Paralamas do Sucesso, Margareth Menezes, Fafá de Belém, Fagner, Solteirões do Forró, Dorgival Dantas e Leonardo.



25 a 28 NOV - Arena das Dunas

18 a 20 NOV - Zona Norte

## PROGRAMAÇÃO COMPLETA

- 04 NOV - Festival de Violeiros e Repentistas - Praça Augusto Leite
- 05 A 07 NOV - Festival Literário de Natal - Praça Augusto Severo
- 12 NOV - Festival de Dança de Natal - Teatro Riachuelo
- 18 a 20 NOV - Shows com Solteirões do Forró, Dorgival Dantas e Leonardo - Zona Norte
- 21 NOV - Festa da Padroeira
- 22 a 24 NOV - Natal Fest Gourmet - Porto de Natal
- 25 a 28 NOV - Margareth Menezes, Paralamas do Sucesso, Fafá de Belém e Fagner - Arena das Dunas
- 10 A 12 DEZ - Mostra Audiovisual - Mercado de Petrópolis e Cine Café
- 7 a 23 DEZ - Natal em Cena (10 espetáculos)
- 28 e 29 DEZ - Festival do Camarão e Festival Gastronômico - Praça Pedro Velho
- 31 DEZ - Réveillon - Queima de fogos nas praias da Redinha e Ponta Negra
- 03 JAN - Volta Ciclística de Natal - Arena das Dunas à Via Costeira
- 06 JAN - Festa de Santos Reis - Santos Reis





### Próximas atrações Confira as atrações das próximas dias mais perto de você.

#### Festival do Camarão e Festival Gastronômico

Natal em Natal também é sinônimo de sabores. Aproveite este fim de ano para celebrar a saborosa culinária potiguar.

28 e 29 DEZ - Praça Pedro Velho



#### Reveillon

Aqui, o início de um novo tempo é com estouro de alegria numa tradicional queima de fogos nas principais praças da cidade.

• Dredinho  
• Praia do Meio  
• Ponta Negra

#### Festival de Música Arena das Dunas

Viva a sua alegria ao som de artistas nacionais reconhecidos como Margareth Menezes, Paralamas do Sucesso, Fúlfu de Baldo e Fagner.

28 e 29 DEZ - Arena das Dunas



**Natal com Natal**  
SUA ALEGRIA BRILHA AQUI

**VENHA CURTIR TODA A MAGIA NA CIDADE DO NATAL.**

Confira a programação →

**Festival Literário**

Nomecs consagrados da literatura participam de encontros debates, criando uma brilhante e rica cultura que ainda conta com a Fera do Livro.

05 A 07 NOV - Praça Augusto Severo

**Festival de Música Zona Norte**

Solteiros do Forró  
Dorgival Santos  
Leonardo

18 a 20 NOV - Zona Norte

**Festival do Camarão e Festival Gastronômico**

Natal em Natal também é tradição de sabores. Aproveite este fim de ano para celebrar o saborosa culinária pernambucana.

28 e 29 DEZ - Praça Pedro Velho

**Festival de Música Arena das Dunas**

Margareth Menezes  
Forquê de Belém  
Foguete  
Paralamas do Sucesso

25 a 28 NOV - Arena das Dunas

**Saiba mais:**

[www.natalemnatal.com.br](http://www.natalemnatal.com.br)

**Natal em Natal**  
SUA ALEGRIA BRILHA AQUI

**VENHA CURTIR  
TODA A MAGIA  
NA CIDADE  
DO NATAL.**

 PREFEITURA DO  
**NATAL**

**CONFIRA PROGRAMAÇÃO COMPLETA**

  
Ver mais

*Natal em Natal*

**VENHA CURTIR TODA A MAGIA NA CIDADE DO NATAL.**

• Festivais de Música • Atrações Culturais • Espetáculos Natalinos

Confira programação completa:  
[www.natalemnatal.com.br](http://www.natalemnatal.com.br)

 **PREFEITURA DO NATAL**

The advertisement is a large outdoor banner. The top half features a dark blue background with a bright, multi-pointed starburst in the center, emitting yellow and white light rays. A white and yellow swoosh graphic curves across the top. Below the starburst, the text 'Natal em Natal' is written in a white, elegant script font. Underneath, the main headline 'VENHA CURTIR TODA A MAGIA NA CIDADE DO NATAL.' is in bold yellow capital letters. Below the headline, there are three bullet points in white: '• Festivais de Música • Atrações Culturais • Espetáculos Natalinos'. Further down, there is a line of white text: 'Confira programação completa:' followed by the website 'www.natalemnatal.com.br'. At the bottom of the text area is the logo of the Municipality of Natal, which consists of a blue shield with a white 'N' and a yellow star, with the words 'PREFEITURA DO NATAL' below it. The bottom half of the banner shows a photograph of a young man and woman smiling and taking a selfie with a smartphone. The man is wearing a light blue button-down shirt, and the woman is wearing a yellow top. In the background of the photo, a blue, illuminated Christmas tree is visible against a dark night sky.

OUTDOOR PARA O PÚBLICO DE NATAL:

**Natal em Natal**

**SUA ALEGRIA BRILHA AQUI**

- Festivais de Música • Atrações Culturais
- Espetáculos Natalinos

Confira programação completa:  
[www.natalemnatal.com.br](http://www.natalemnatal.com.br)

FEITEIRA DO  
**NATAL**



# *Natal em Natal*

**SUA ALEGRIA  
BRILHA AQUI.**

---

**PROGRAMAÇÃO  
COMPLETA**

---



Fim de ano em Natal é sinônimo de diversão e muita alegria. Aproveite uma programação eclética com mais de 40 eventos e viva toda a magia da festa mais esperada do ano.

Viva o Natal em Natal.



### Árvore de Mirassol

A beleza de uma das maiores árvores de Natal inspira uma noite mágica que ainda conta com a Casa do Papai Noel, food trucks e shows locais.



### Festival de Violeiros e Repentistas

No Natal em Natal, a viola e o repente também tem espaço garantido. Viva o brilho dessa alegria em duetos e apresentações individuais gratuitas.

04 NOV - Praça Augusto Leite



### Festival Literário

Nomes consagrados da literatura participam de envolventes debates, criando uma brilhante atmosfera cultural que ainda conta com a Feira do Livro.

05 A 07 NOV - Praça Augusto Severo



### Festival de Dança de Natal

Um festival de ritmos e movimentos para todas as estilos e gostos brilham nesse fim de ano, fazendo a alegria do natalense.

12 NOV - Teatro Riachuelo

### Festival de Música Zona Norte

Shows com Solteirões do Forró, Dorgival Dantas e Leonardo agitam o fim de ano na Zona Norte.

18 a 20 NOV - Zona Norte



### Festa da Padroeira

Viva momentos de paz, gratidão e renovação espiritual em várias atividades religiosas em devoção à Nossa Senhora da Apresentação.

21 NOV - Pedra do Rosário



### Natal Fest Gourmet

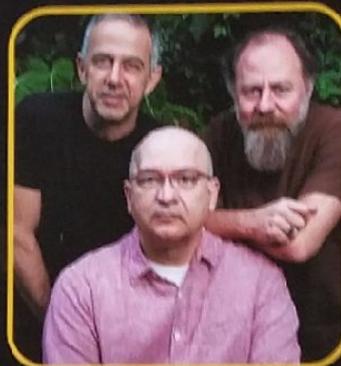
Deguste deliciosos momentos em um belo terminal marítimo com restaurantes, docerias, bares e uma bela vista para o Rio Potengi.

22 a 24 NOV - Porto de Natal

## Festival de Música Arena das Dunas

Viva a sua alegria ao som de artistas nacionais consagrados como Margareth Menezes, Paralamas do Sucesso, Fafá de Belém e Fagner.

25 a 28 NOV - Arena das Dunas



## Mostra Audiovisual

O Natal em Natal também abre espaço para o cinema. Na programação estão palestras, debates, oficinas e exibições das curtas metragens realizados no último ano.

10 a 12 DEZ - Mercado do Petrópolis e Cine Café



## Natal em Cena

10 espetáculos teatrais ganham as ruas da cidade, levando cultura e arte para o natalense.

7 a 23 DEZ

## Festival do Camarão e Festival Gastronômico

Natal em Natal também é sinônimo de sabores. Aproveite este fim de ano para celebrar a saborosa culinária potiguar natalina.

28 e 29 DEZ - Praça Pedro Velho



## Reveillon

Aqui, o início de um novo tempo é um estouro de alegria numa tradicional queima de fogos nas principais praias da cidade.

- Redinha
- Praia do Meio
- Ponta Negra



## Volta Ciclística de Natal

ComECE o ano celebrando a sua saúde em um agradável tour de bicicleta explorando a zona sul de Natal.

03 JAN - Do Arena das Dunas até a Via Costeira



## Festa de Santos Reis

A tradicional festa de Santos Reis encerra o Natal em Natal, com uma procissão que sai do bairro de Santos Reis e termina com uma missa campal.

06 JAN - Santos Reis

## Iluminação Natalina

A partir do mês de novembro, o espírito natalino brilha pela cidade com adornos iluminados em suas ruas e avenidas.



PREFEITURA DO

NATAL

[www.natalemnatal.com.br](http://www.natalemnatal.com.br)

#### 9.4: ANEXOS DA ESTRATÉGIA DE MÍDIA

<b>RESUMO DE INVESTIMENTO</b>		
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>R\$</b>	<b>%</b>
MÍDIA	R\$ 1.029.501,00	84,7%
PRODUÇÃO	R\$ 185.918,00	15,3%
<b>TOTAL:</b>	<b>R\$ 1.215.419,00</b>	<b>100%</b>

<b>RESUMO DE MÍDIA POR MEIO - 85,1% - 03/10 A 31/12</b>		
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>R\$</b>	<b>%</b>
TELEVISÃO	R\$ 511.678,00	49,7%
REVISTA	R\$ 143.150,00	13,9%
JORNAL	R\$ 67.960,00	6,6%
INTERNET	R\$ 161.000,00	15,6%
RÁDIO	R\$ 83.265,00	8,1%
MÍDIA EXTERIOR	R\$ 62.448,00	6,1%
<b>TOTAL:</b>	<b>R\$ 1.029.501,00</b>	<b>100,0%</b>

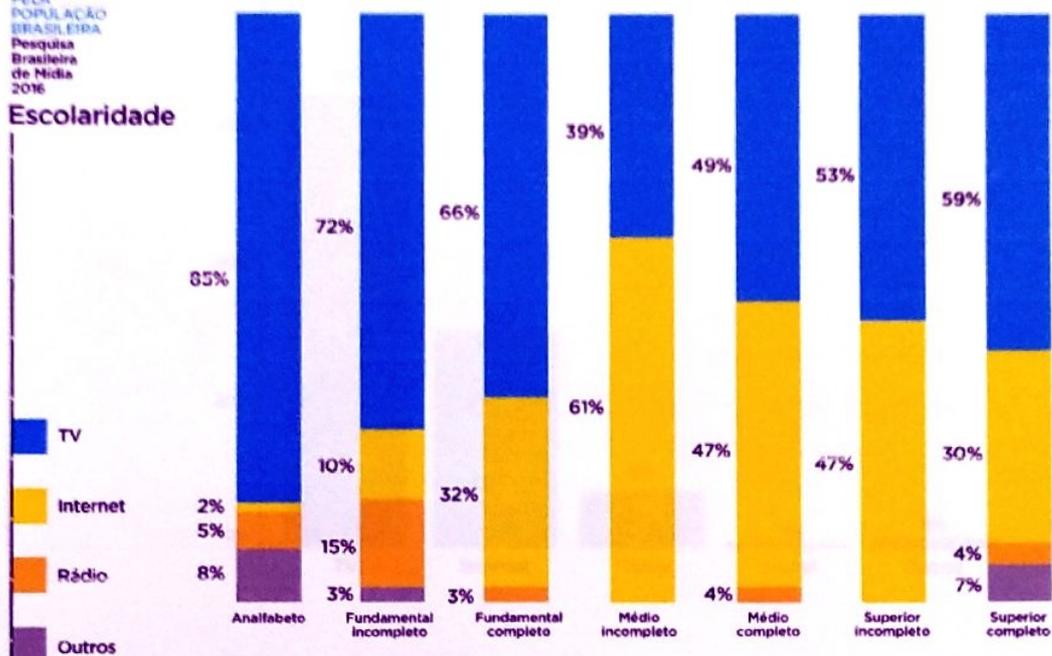
<b>RESUMO DE PRODUÇÃO - 15,3% - 03/10 A 31/12</b>			
<b>MATERIAL</b>	<b>FORNECEDOR</b>	<b>R\$</b>	<b>%</b>
VT DE 1" E 30"	DUETO PRODUÇÕES	R\$ 46.000,00	24,7%
JINGLE DE 30"	SUCESO JINGLES E TRILHAS EPP	R\$ 5.002,50	2,7%
OUTDOOR ESPECIAL - RN	BANDEIRANTES POTIGUAR	R\$ 28.000,00	15,1%
OUTDOOR LONADO - PE	BANDEIRANTES PROPAGANDA	R\$ 5.865,00	3,2%
FOTOS	GIOVANNI SÉRGIO	R\$ 5.002,50	2,7%
FOLHETOS	IMPRESSÃO GRÁFICA	R\$ 15.007,50	8,1%
WEBSÉRIE	DUETO PRODUÇÕES	R\$ 50.945,00	27,4%
HOTSITE	JVM COMUNICAÇÃO	R\$ 4.025,00	2,2%
AÇÃO TOTEM	MPR DISPLAY	R\$ 19.895,00	10,7%
OUTDOOR LONADO - RJ	OUT MÍDIA RJ	R\$ 2.794,50	1,5%
OUTDOOR LONADO - SP	SP OUTDOOR	R\$ 3.381,00	1,8%
<b>TOTAL:</b>		<b>R\$ 185.918,00</b>	<b>100,0%</b>

<b>RESUMO DE MÍDIA - 84,7% - 03/10 A 31/12</b>			
<b>MATERIAL</b>	<b>VEÍCULO</b>	<b>R\$</b>	<b>%</b>
VT DE 30"	INTER TV	R\$ 281.820,00	27,4%
VT DE 30"	TV PONTA NEGRA	R\$ 83.712,00	8,1%
ANÚNCIO	NSA SOLUÇÕES ALTERNATIVAS	R\$ 75.950,00	7,4%
VT DE 30"	TV TROPICAL	R\$ 75.555,00	7,3%
VT DE 30"	TV BAND	R\$ 70.591,00	6,9%
ANÚNCIO	TRIP EDITORA	R\$ 67.200,00	6,5%
POST PATROCINADO	FACEBOOK	R\$ 65.000,00	6,3%
POST + STORIES + IGTV	INSTAGRAM	R\$ 65.000,00	6,3%
OUTDOOR ESPECIAL - RN	BANDEIRANTES POTIGUAR	R\$ 48.000,00	4,7%
JINGLE DE 30"	FM 98	R\$ 18.452,50	1,8%
JINGLE DE 30"	FM 96	R\$ 17.995,00	1,7%
JINGLE DE 30" + BANNER	SPOTIFY	R\$ 25.000,00	2,4%
JINGLE DE 30"	JOVEM PAN NATAL	R\$ 16.927,50	1,6%
JINGLE DE 30"	FM CIDADE	R\$ 16.470,00	1,6%
JINGLE DE 30"	FM 104	R\$ 13.420,00	1,3%
BANNER + STORIES + ANÚNCIO	TRIBUNA DO NORTE	R\$ 40.000,00	3,9%
BANNER + ANÚNCIO	AGORA RN	R\$ 27.960,00	2,7%
OUTDOOR LONADO - RN	OUT MÍDIA RJ	R\$ 5.859,00	0,6%
OUTDOOR LONADO - PE	BANDEIRANTES PROPAGANDA	R\$ 5.100,00	0,5%
OUTDOOR LONADO - SP	SP OUTDOOR	R\$ 3.489,00	0,3%
VT DE 30" E VT DE 1'	YOUTUBE	R\$ 3.000,00	0,3%
PATROCINADO	TWITTER	R\$ 3.000,00	0,3%
<b>TOTAL:</b>		<b>R\$ 1.029.501,00</b>	<b>100%</b>

## GRÁFICOS DOS ESTUDOS E PLANEJAMENTO DE MÍDIA

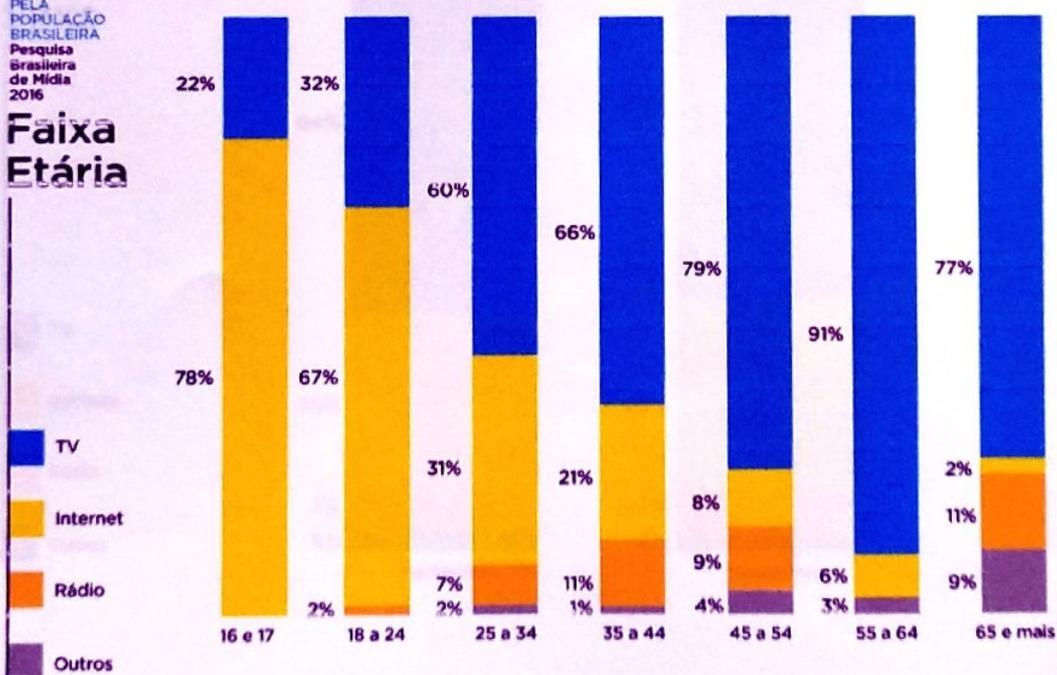
HÁBITOS DE CONSUMO DE MÍDIA PELA POPULAÇÃO BRASILEIRA  
Pesquisa Brasileira de Mídia 2016

### Escolaridade



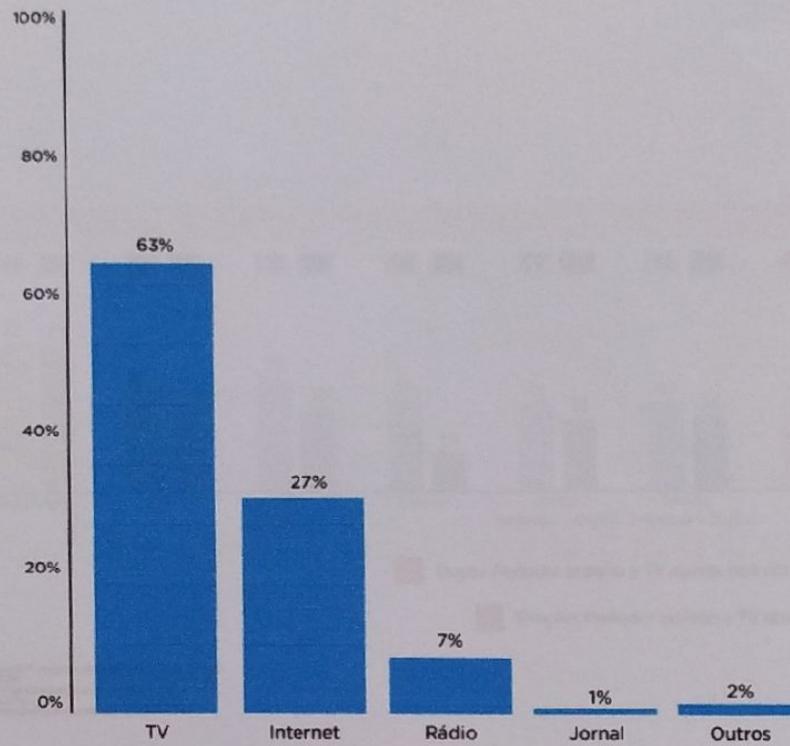
HÁBITOS DE CONSUMO DE MÍDIA PELA POPULAÇÃO BRASILEIRA  
Pesquisa Brasileira de Mídia 2016

### Faixa Etária



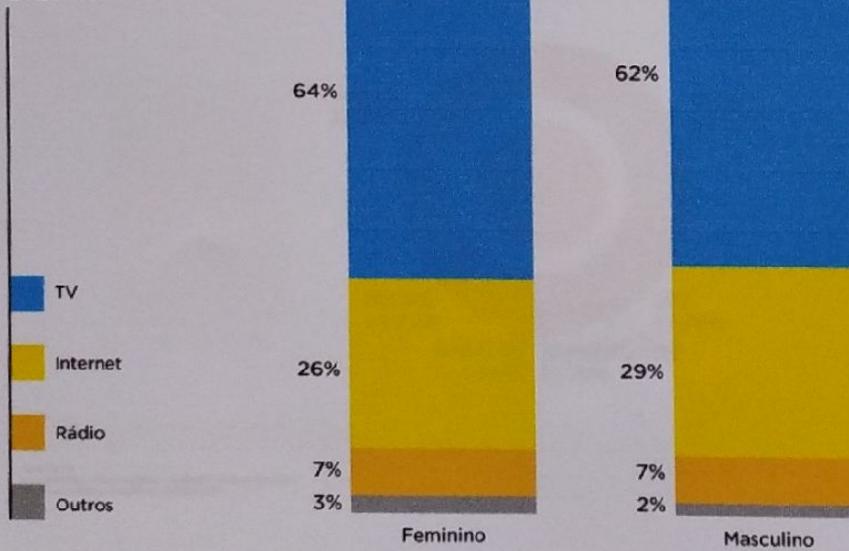
HÁBITOS DE CONSUMO DE MÍDIA PELA POPULAÇÃO BRASILEIRA  
Pesquisa Brasileira de Mídia 2016

Estado:  
RN

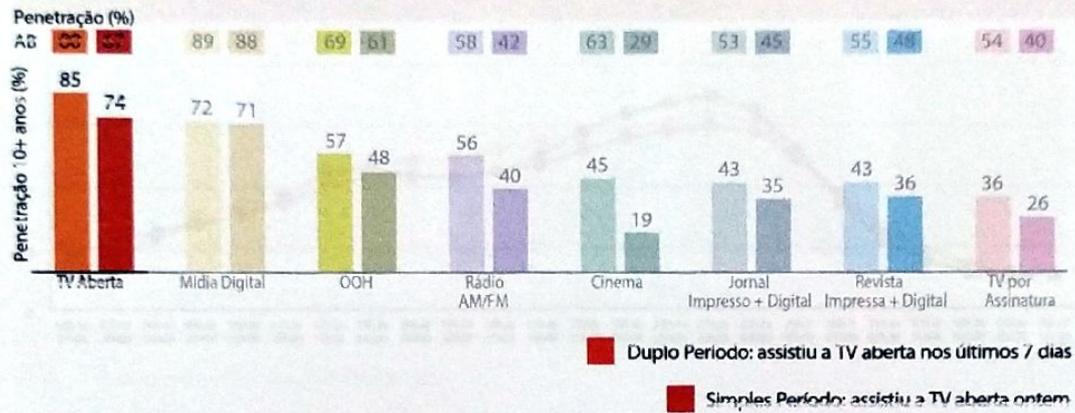


HÁBITOS DE CONSUMO DE MÍDIA PELA POPULAÇÃO BRASILEIRA  
Pesquisa Brasileira de Mídia 2016

Sexo



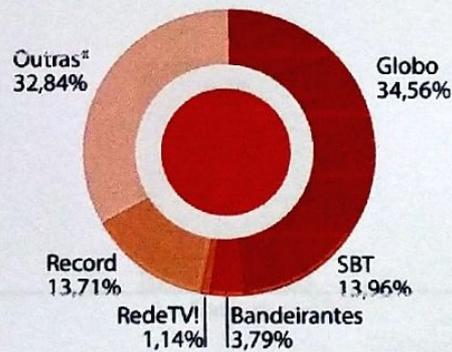
**PENETRAÇÃO DO MEIO NO TOTAL DA POPULAÇÃO E NO TARGET - AB 10+ ANOS**  
**Mídia**  
**Dados**  
**2016**



Fonte / Source  
 Ipsos Connect: EGM Multibrasil - junho 2016 a julho 2017 - 9 Mercados (SP, RJ, BH, CUR, PCA, DE, REC, SAL, FOM)  
 Filtro: 10+ anos, assistiu a TV Aberta nos últimos 7 dias 44.405.800 pessoas | Amostra do Bêta: 26.621  
 Filtro: AB 10+ anos, 15.783.600 pessoas | Amostra do Bêta: 11.412  
 Dados não comparativos aos anos anteriores devido a mudanças na metodologia nos estados da Ipsos

**EVOLUÇÃO DO SHARE NACIONAL NAS REDES**  
**Mídia**  
**Dados**  
**2016**

**Ligados regular - 2016**

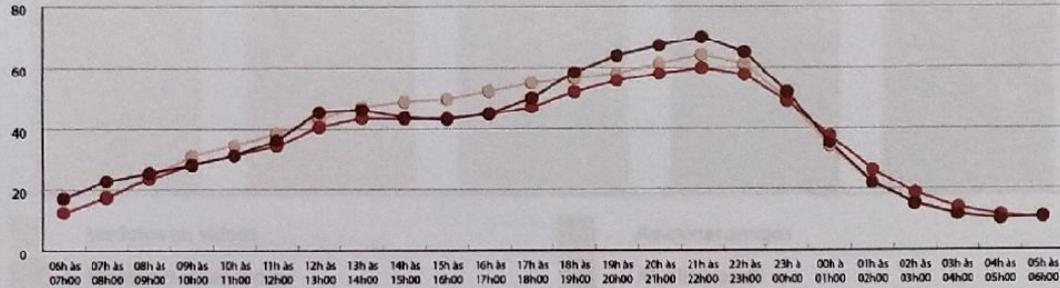


Fonte / Source  
 Kantar MEDIA - Média Workstation - Região Metropolitana IR Premium  
 Target: Universo Região Metropolitana 2017-65.821.100

TOTAL DE DOMICÍLIOS COM TELEVISORES LIGADOS (%)  
Mídia Dados 2018

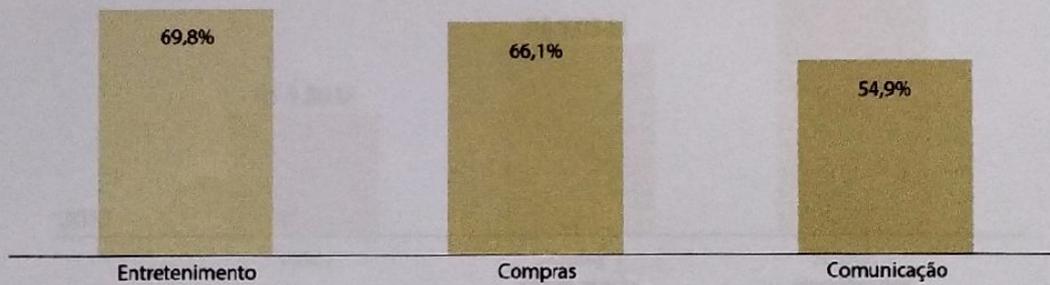
Painel Nacional de Televisão

Universo 24.570.200 domicílios com TV



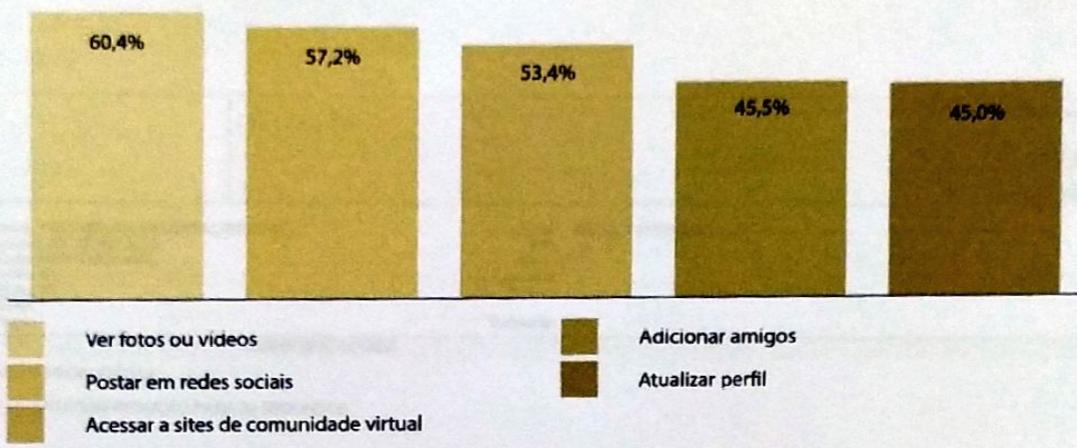
Fonte / Source  
Kantar IBOPE Media - Media Verification - 2017

PRINCIPAL FUNÇÃO DA INTERNET  
Mídia Dados 2018



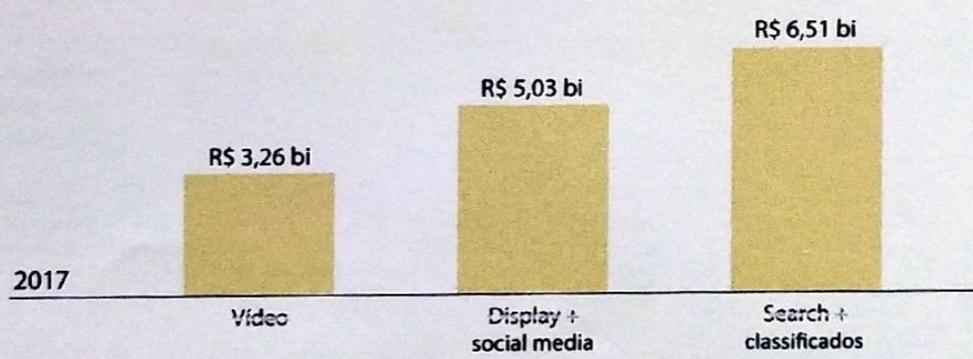
Fonte / Source  
TC.Met - O TC.Met é uma pesquisa em linha, realizada com cerca de 3.000 internautas de 15 a 75 anos no Brasil. Realizada com a base regular do Target Group Index, permite análises diferenciadas em um único banco.  
O levantamento foi realizado entre outubro e novembro de 2016, nos municípios de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Goiânia, Curitiba e Distrito Federal, Nordeste, São Paulo interior e interior do Sul e Sudeste.  
Periodicidade de entrega dos dados: 1 vez ao ano.  
Banco utilizado: TC.Met (v6) (publ17) (set17) / Target Group Index T17 w2 + T18 w1 (Rev14 - det16)  
Filos Internet - 7 dias - 99.914.000 pessoas ou 72,6% da população

**ATIVIDADES EM SITES DE REDES SOCIAIS - ÚLTIMOS 30 DIAS**  
**Mídia Dados 2018**



**Fonte / Source:**  
 TCNet - O TCNet é uma pesquisa on-line, realizada com cerca de 3.000 internautas de 15 a 75 anos no Brasil. Fundada com a base regular de Target Group Index, permite análises diferenciadas em um único banco de dados. Disponível em: [www.tcnet.com.br](http://www.tcnet.com.br)  
 O levantamento foi realizado entre outubro e novembro de 2016, nos municípios de São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Porto Alegre, Curitiba e Distrito Federal, Nordeste, Mato Grosso do Sul e Sudeste.  
 Periodicidade de entrega dos dados: 1 vez ao ano.  
 Banco utilizado: TCNet Ano 8 (jul17-est17) / Target Group Index Y17 M2 + Y18 M1 Rev16 - dez16  
 Filtragem Internet - 7 dias - 39.914.000 pessoas ou 72,8% da população

**INVESTIMENTOS EM MÍDIA DIGITAL - IAB**  
**Mídia Dados 2018**



**Fonte / Source:**  
 IAB Brasil

PLANILHAS COM AUTORIZAÇÕES E DETALHAMENTO DE PRODUÇÃO:

<b>LICITAÇÃO</b>		Orçamento <b>OC 25233</b> DATA: 28/06/2019
Cliente: PREFEITURA DO NATAL/SECOM Campanha: LICITAÇÃO 2019 Produto: INSTITUCIONAL Espécie: VT Título: VT Acabamento: Pz Entrega:	CNPJ: 08.241.747/0016-20 PIT: - / Meio: Formato: Cores: Validade:	
<b>ESPECIFICAÇÕES</b>		
REFERENTE A PRODUÇÃO DE:		
1 VT DE 1 MINUTO COM REDUÇÃO PARA 30 SEGUNDOS.		
<b>CUSTOS FIXOS</b>		
<b>SERVIÇOS DE TERCEIROS</b>		
VT	DUETO PRODUÇÕES	2 C/APRES. 40.000,00
	Subtotal Serviços Terceiros	40.000,00
	Honorários	6.000,00
	<b>Total Geral Custos Fixos</b>	<b>46.000,00</b>
<b>SERVIÇOS CONSULTADOS</b>		
VT	PRISMA PRODUÇÕES LTDA	2 C/APRES. 47.000,00
VT	MANUÉ PRODUÇÕES	2 C/APRES. 47.800,00
- O FATURAMENTO DEVERÁ SER PELO LÍQUIDO CONTRA O CLIENTE A/C DA AGÊNCIA, DESCRIMINANDO NO CORPO DA NOTA O SERVIÇO E O DESCONTO DA AGÊNCIA. BRUTO.....R\$ 46.000,00 SERVIÇOS INTERNOS..R\$ HONORÁRIOS.....R\$ 6.000,00 LÍQUIDO.....R\$ 40.000,00		
	Opção	Aprovação pelo Cliente
		Data

LICITAÇÃO		Orçamento <b>OC 25234</b> DATA: 28/06/2019																				
Cliente: PREFEITURA DO NATAL/SECOM Campanha: LICITAÇÃO 2019 Produto: INSTITUCIONAL Espécie: JINGLE Título: JINGLE Acabamento: Pz. Entrega:	CNPJ: 08.241.747/0016-20 PII: / Melo: Formato: Cores: Validade:																					
<b>ESPECIFICAÇÕES</b>																						
REFERENTE A PRODUÇÃO DE: DE JINGLE DE 30".																						
<b>CUSTOS FIXOS</b>																						
<table border="1"> <thead> <tr> <th>SERVIÇOS DE TERCEIROS</th> <th>QTD</th> <th>CONDIÇÕES</th> <th>VALOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>JINGLE SUCESSO JINGLES E TRILHAS FPP</td> <td>1</td> <td>C/APRES.</td> <td>4.350,00</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Subtotal Serviços Terceiros</td> <td>4.350,00</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Honorários</td> <td>652,50</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Total Geral Custos Fixos</td> <td>5.002,50</td> </tr> </tbody> </table>			SERVIÇOS DE TERCEIROS	QTD	CONDIÇÕES	VALOR	JINGLE SUCESSO JINGLES E TRILHAS FPP	1	C/APRES.	4.350,00	Subtotal Serviços Terceiros			4.350,00	Honorários			652,50	Total Geral Custos Fixos			5.002,50
SERVIÇOS DE TERCEIROS	QTD	CONDIÇÕES	VALOR																			
JINGLE SUCESSO JINGLES E TRILHAS FPP	1	C/APRES.	4.350,00																			
Subtotal Serviços Terceiros			4.350,00																			
Honorários			652,50																			
Total Geral Custos Fixos			5.002,50																			
<table border="1"> <thead> <tr> <th>SERVIÇOS CONSULTADOS</th> <th>QTD</th> <th>CONDIÇÕES</th> <th>VALOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>JINGLE BUZZINA</td> <td>1</td> <td>C/APRES.</td> <td>5.000,00</td> </tr> <tr> <td>JINGLE ÁUDIO RIFF</td> <td>1</td> <td>C/APRES.</td> <td>6.000,00</td> </tr> </tbody> </table>			SERVIÇOS CONSULTADOS	QTD	CONDIÇÕES	VALOR	JINGLE BUZZINA	1	C/APRES.	5.000,00	JINGLE ÁUDIO RIFF	1	C/APRES.	6.000,00								
SERVIÇOS CONSULTADOS	QTD	CONDIÇÕES	VALOR																			
JINGLE BUZZINA	1	C/APRES.	5.000,00																			
JINGLE ÁUDIO RIFF	1	C/APRES.	6.000,00																			
- O FATURAMENTO DEVERÁ SER PELO LÍQUIDO CONTRA O CLIENTE A/C DA AGÊNCIA, DESCRIMINANDO NO CORPO DA NOTA O SERVIÇO E O DESCONTO DA AGÊNCIA. .....R\$ 2.000,00 SERVIÇOS INTERIORS. R\$ ..... HONORÁRIOS.....R\$ 652,50 LÍQUIDO.....R\$ 4.350,00																						
	Opção	Aprovação pelo Cliente	Data																			

LICITAÇÃO		Orçamento <b>OC 25235</b> DATA: 28/06/2019																				
Cliente: PREFEITURA DO NATAL/SECOM Campanha: LICITAÇÃO 2019 Produto: INSTITUCIONAL Espécie: OUTDOOR ESPECIAL Título: OUTDOOR ESPECIAL Acabamento: Pz. Entrega:	CNPJ: 08.241.747/0016-20 PII: / Melo: Formato: Cores: Validade:																					
<b>ESPECIFICAÇÕES</b>																						
REFERENTE A PRODUÇÃO DE: OUTDOOR ESPECIAL PRAÇA NATAL QUANTIDADE: 2 UNIDADES																						
<b>CUSTOS FIXOS</b>																						
<table border="1"> <thead> <tr> <th>SERVIÇOS DE TERCEIROS</th> <th>QTD</th> <th>CONDIÇÕES</th> <th>VALOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>OUTDOOR ESPECIAL BANDEIRANTES POTIGUAR</td> <td>2</td> <td>C/APRES.</td> <td>28.000,00</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Subtotal Serviços Terceiros</td> <td>28.000,00</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Honorários</td> <td>4.200,00</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Total Geral Custos Fixos</td> <td>32.200,00</td> </tr> </tbody> </table>			SERVIÇOS DE TERCEIROS	QTD	CONDIÇÕES	VALOR	OUTDOOR ESPECIAL BANDEIRANTES POTIGUAR	2	C/APRES.	28.000,00	Subtotal Serviços Terceiros			28.000,00	Honorários			4.200,00	Total Geral Custos Fixos			32.200,00
SERVIÇOS DE TERCEIROS	QTD	CONDIÇÕES	VALOR																			
OUTDOOR ESPECIAL BANDEIRANTES POTIGUAR	2	C/APRES.	28.000,00																			
Subtotal Serviços Terceiros			28.000,00																			
Honorários			4.200,00																			
Total Geral Custos Fixos			32.200,00																			
- O FATURAMENTO DEVERÁ SER PELO LÍQUIDO CONTRA O CLIENTE A/C DA AGÊNCIA, DESCRIMINANDO NO CORPO DA NOTA O SERVIÇO E O DESCONTO DA AGÊNCIA. BRUTO.....R\$ 32.200,00 SERVIÇOS INTERIORS. R\$ ..... HONORÁRIOS.....R\$ 4.200,00 LÍQUIDO.....R\$ 28.000,00																						
	Opção	Aprovação pelo Cliente	Data																			

<b>LICITAÇÃO</b>		Orçamento <b>OC 25236</b> DATA: 28/06/2019
Cliente: PREFEITURA DO NATAL/SECOM Campanha: LICITAÇÃO 2019 Produto: INSTITUCIONAL Espécie: OUTDOOR LONA SIMPLES Título: OUTDOOR LONA SIMPLES Acabamento: Pz. Entrega:	CNPJ: 08.241.747/0016-20 PIT: - / Meio: Formato: Cores: Validade:	
<b>ESPECIFICAÇÕES</b>		
REFERENTE A PRODUÇÃO DE:		
OUTDOOR LONA SIMPLES PRAÇA: RECIFE QUANTIDADE: 3 UNIDADES		
<b>CUSTOS FIXOS</b>		
<b>SERVIÇOS DE TERCEIROS</b>	<b>QTD</b>	<b>CONDIÇÕES</b>
OUTDOOR LONA SIMPLES	3	C/APRES.
		<b>VALOR</b>
		5.100,00
		<b>Subtotal Serviços Terceiros</b>
		<b>Honorários</b>
		765,00
		<b>Total Geral Custos Fixos</b>
		5.865,00
- O FATURAMENTO DEVERÁ SER FEITO LIQUIDO CONTRA O CLIENTE A/C DA AGÊNCIA, DESCRIMINANDO NO CORPO DA NOTA O SERVIÇO E O DESCONTO DA AGÊNCIA. BRUTO.....R\$ 5.865,00 SERVIÇOS INTERNOS..R\$ HONORÁRIOS.....R\$ 765,00 LIQUIDO.....R\$ 5.100,00		
	Opção	Aprovação pelo Cliente
		Data

<b>LICITAÇÃO</b>		Orçamento <b>OC 25237</b> DATA: 28/06/2019
Cliente: PREFEITURA DO NATAL/SECOM Campanha: LICITAÇÃO 2019 Produto: INSTITUCIONAL Espécie: FOTOS Título: FOTOS Acabamento: Pz. Entrega:	CNPJ: 08.241.747/0016-20 PIT: - / Meio: Formato: Cores: Validade:	
<b>ESPECIFICAÇÕES</b>		
REFERENTE A PRODUÇÃO DE:		
UTILIZAÇÃO E PRODUÇÃO DE 10 FOTOS.		
<b>CUSTOS FIXOS</b>		
<b>SERVIÇOS DE TERCEIROS</b>	<b>QTD</b>	<b>CONDIÇÕES</b>
FOTOS	10	C/APRES.
		<b>VALOR</b>
		4.350,00
		<b>Subtotal Serviços Terceiros</b>
		<b>Honorários</b>
		652,50
		<b>Total Geral Custos Fixos</b>
		5.002,50
- O FATURAMENTO DEVERÁ SER FEITO LIQUIDO CONTRA O CLIENTE A/C DA AGÊNCIA, DESCRIMINANDO NO CORPO DA NOTA O SERVIÇO E O DESCONTO DA AGÊNCIA. BRUTO.....R\$ 5.002,50 SERVIÇOS INTERNOS..R\$ HONORÁRIOS.....R\$ 652,50 LIQUIDO.....R\$ 4.350,00		
	Opção	Aprovação pelo Cliente
		Data

<b>LICITAÇÃO</b>		Orçamento <b>OC 25238</b> <small>DATA: 28/06/2019</small>	
Cliente: PREFEITURA DO NATAL/SECOM Campanha: LICITAÇÃO 2019 Produto: INSTITUCIONAL Espécie: FOLHETO Título: FOLHETO Acabamento: Pz. Entrega:	CNPJ: 08.241.747/0016-20 PIT: - / Meio: Formato: Cores: Validade:		
<b>ESPECIFICAÇÕES</b>			
REFERENTE À PRODUÇÃO DE:			
FOLHETO FORMATO: A5. COR: 4X4. QUANTIDADE: 20.000.			
<b>CUSTOS FIXOS</b>			
<b>SERVIÇOS DE TERCEIROS</b>			
FOLHETO	IMPRESSÃO GRÁFICA	20000 C/APRES.	13.050,00
		Subtotal Serviços Terceiros	13.050,00
		Honorários	1.957,50
		<b>Total Geral Custos Fixos</b>	<b>15.007,50</b>
<b>SERVIÇOS CONSULTADOS</b>			
FOLHETO	GRAFICA JB	20000 C/APRES.	15.000,00
FOLHETO	GRAFICA MOURA RAMOS	20000 C/APRES.	16.000,00
- O FATURAMENTO DEVERÁ SER PELO LÍQUIDO CONTRA O CLIENTE A/C DA AGÊNCIA, DESCRIMINANDO NO CORPO DA NOTA O SERVIÇO E O DESCONTO DA AGÊNCIA. BRUTO.....R\$ 15.007,50 SERVIÇOS INTERNOS R\$ ..... HONORÁRIOS.....R\$ 1.957,50 LÍQUIDO.....R\$ 13.050,00			
	Projeto	Aprovação pelo Cliente	Lista

<b>LICITAÇÃO</b>		Orçamento <b>OC 25239</b> <small>DATA: 28/06/2019</small>	
Cliente: PREFEITURA DO NATAL/SECOM Campanha: LICITAÇÃO 2019 Produto: INSTITUCIONAL Espécie: WEBSÉRIE Título: WEBSÉRIE Acabamento: Pz. Entrega:	CNPJ: 08.241.747/0016-20 PIT: - / Meio: Formato: Cores: Validade:		
<b>ESPECIFICAÇÕES</b>			
REFERENTE À PRODUÇÃO DE:			
WEBSÉRIE QUANTIDADE DE VÍDEOS: 10 UNIDADES. FORMATO: 1 MINUTO.			
<b>CUSTOS FIXOS</b>			
<b>SERVIÇOS DE TERCEIROS</b>			
WEBSÉRIE	DIÁLOGO PRODUÇÕES	10 C/APRES.	44.300,00
		Subtotal Serviços Terceiros	44.300,00
		Honorários	6.645,00
		<b>Total Geral Custos Fixos</b>	<b>50.945,00</b>
<b>SERVIÇOS CONSULTADOS</b>			
WEBSÉRIE	PRISMA PRODUÇÕES LTDA	10 C/APRES.	50.000,00
WEBSÉRIE	MANUE PRODUÇÕES	10 C/APRES.	40.000,00
- O FATURAMENTO DEVERÁ SER PELO LÍQUIDO CONTRA O CLIENTE A/C DA AGÊNCIA, DESCRIMINANDO NO CORPO DA NOTA O SERVIÇO E O DESCONTO DA AGÊNCIA. BRUTO.....R\$ 50.945,00 SERVIÇOS INTERNOS R\$ ..... HONORÁRIOS.....R\$ 6.645,00 LÍQUIDO.....R\$ 44.300,00			
	Projeto	Aprovação pelo Cliente	Lista

LICITAÇÃO		Orçamento <b>OC 25240</b> DATA: 01/07/2019																				
Cliente: PREFEITURA DO NATAL/SECOM Campanha: LICITAÇÃO 2019 Produto: INSTITUCIONAL Espécie: HOTSITE Título: HOTSITE Acabamento: Pz.Entrega:	CNPJ: 08.241.747/0016-20 PIT: - / Meio: Formato: Cores: Validade:																					
<b>ESPECIFICAÇÕES</b>																						
REFERENTE A PRODUÇÃO DE: HOTSITE.																						
<b>CUSTOS FIXOS</b>																						
<table border="1"> <thead> <tr> <th>SERVIÇOS DE TERCEIROS</th> <th>QTD</th> <th>CONDIÇÕES</th> <th>VALOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>HOTSITE JVM COMUNICAÇÃO</td> <td>1</td> <td>C/APRES.</td> <td>3.500,00</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Subtotal Serviços Terceiros</td> <td>3.500,00</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Honorários</td> <td>525,00</td> </tr> <tr> <td colspan="3"><b>Total Geral Custos Fixos</b></td> <td><b>4.025,00</b></td> </tr> </tbody> </table>			SERVIÇOS DE TERCEIROS	QTD	CONDIÇÕES	VALOR	HOTSITE JVM COMUNICAÇÃO	1	C/APRES.	3.500,00	Subtotal Serviços Terceiros			3.500,00	Honorários			525,00	<b>Total Geral Custos Fixos</b>			<b>4.025,00</b>
SERVIÇOS DE TERCEIROS	QTD	CONDIÇÕES	VALOR																			
HOTSITE JVM COMUNICAÇÃO	1	C/APRES.	3.500,00																			
Subtotal Serviços Terceiros			3.500,00																			
Honorários			525,00																			
<b>Total Geral Custos Fixos</b>			<b>4.025,00</b>																			
<table border="1"> <thead> <tr> <th>SERVIÇOS CONSULTADOS</th> <th>QTD</th> <th>CONDIÇÕES</th> <th>VALOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>HOTSITE MOBISTER</td> <td>1</td> <td>C/APRES.</td> <td>10.000,00</td> </tr> <tr> <td>HOTSITE MIX MIDIA NORDESTE</td> <td>1</td> <td>C/APRES.</td> <td>15.000,00</td> </tr> </tbody> </table>			SERVIÇOS CONSULTADOS	QTD	CONDIÇÕES	VALOR	HOTSITE MOBISTER	1	C/APRES.	10.000,00	HOTSITE MIX MIDIA NORDESTE	1	C/APRES.	15.000,00								
SERVIÇOS CONSULTADOS	QTD	CONDIÇÕES	VALOR																			
HOTSITE MOBISTER	1	C/APRES.	10.000,00																			
HOTSITE MIX MIDIA NORDESTE	1	C/APRES.	15.000,00																			
- O FATURAMENTO DEVERÁ SER PELO LÍQUIDO CONTRA O CLIENTE A/C DA AGÊNCIA, DESCRIMINANDO NO CORPO DA NOTA O SERVIÇO E O DESCONTO DA AGÊNCIA. BRUTO.....R\$ 4.025,00 SERVIÇOS INTERNOS.R\$ HONORÁRIOS.....R\$ 525,00 LÍQUIDO.....R\$ 3.500,00																						
	Opção	Aprovação pelo Cliente	Data																			

LICITAÇÃO		Orçamento <b>OC 25261</b> DATA: 05/07/2019																				
Cliente: PREFEITURA DO NATAL/SECOM Campanha: LICITAÇÃO 2019 Produto: INSTITUCIONAL Espécie: AÇÃO TOTEM Título: AÇÃO TOTEM Acabamento: Pz.Entrega:	CNPJ: 08.241.747/0016-20 PIT: - / Meio: Formato: Cores: Validade:																					
<b>ESPECIFICAÇÕES</b>																						
REFERENTE A PRODUÇÃO DE: AÇÃO TOTEM QUANTIDADE: 05 UNIDADES.																						
<b>CUSTOS FIXOS</b>																						
<table border="1"> <thead> <tr> <th>SERVIÇOS DE TERCEIROS</th> <th>QTD</th> <th>CONDIÇÕES</th> <th>VALOR</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>TOTEM MPR DISPLAY</td> <td>5</td> <td>C/APRES.</td> <td>17.300,00</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Subtotal Serviços Terceiros</td> <td>17.300,00</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Honorários</td> <td>2.595,00</td> </tr> <tr> <td colspan="3"><b>Total Geral Custos Fixos</b></td> <td><b>19.895,00</b></td> </tr> </tbody> </table>			SERVIÇOS DE TERCEIROS	QTD	CONDIÇÕES	VALOR	TOTEM MPR DISPLAY	5	C/APRES.	17.300,00	Subtotal Serviços Terceiros			17.300,00	Honorários			2.595,00	<b>Total Geral Custos Fixos</b>			<b>19.895,00</b>
SERVIÇOS DE TERCEIROS	QTD	CONDIÇÕES	VALOR																			
TOTEM MPR DISPLAY	5	C/APRES.	17.300,00																			
Subtotal Serviços Terceiros			17.300,00																			
Honorários			2.595,00																			
<b>Total Geral Custos Fixos</b>			<b>19.895,00</b>																			
- O FATURAMENTO DEVERÁ SER PELO LÍQUIDO CONTRA O CLIENTE A/C DA AGÊNCIA, DESCRIMINANDO NO CORPO DA NOTA O SERVIÇO E O DESCONTO DA AGÊNCIA. BRUTO.....R\$ 19.895,00 SERVIÇOS INTERNOS.R\$ HONORÁRIOS.....R\$ 2.595,00 LÍQUIDO.....R\$ 17.300,00																						
	Opção	Aprovação pelo Cliente	Data																			

LICITAÇÃO		Orçamento <b>OC 25263</b> DATA: 05/07/2019
Cliente: PREFEITURA DO NATAL/SECOM Campanha: LICITAÇÃO 2018 Produto: INSTITUCIONAL Descrição: OUTDOOR LONA SIMPLES Título: OUTDOOR LONA SIMPLES Acabamento: Pz. Entrega:	CNPJ: 08.241.747/0016-20 PIT: - / Meio: Fornecido: Coroa: Validade:	
<b>ESPECIFICAÇÕES</b>		
REFERENTE A PRODUÇÃO DE:		
OUTDOOR LONA SIMPLES PRAÇA: SP (GUARULHOS) QUANTIDADE: 3 UNIDADES		
<b>CUSTOS FIXOS</b>		
<b>SERVIÇOS DE TERCEIROS</b>	<b>QTD</b>	<b>CONDIÇÕES</b>
OUTDOOR LONA SP OUTDOOR SIMPLES	3	CI/APRES.
		<b>VALOR</b>
		2.940,00
	<b>Subtotal Serviços Terceiros</b>	<b>2.940,00</b>
	<b>Honorários</b>	<b>441,00</b>
	<b>Total Geral Custos Fijos</b>	<b>3.381,00</b>
- O FATURAMENTO DEVERÁ SER FEITO LÍQUIDO CONTRA O CLIENTE A/C DA AGÊNCIA, DESCRIMINANDO NO CORPO DA NOTA O SERVIÇO E O DESCONTO DA AGÊNCIA. BRUTO.....RS 3.381,00 SERVIÇOS INTERMEDIÁRIOS.....RS HONORÁRIOS.....RS 441,00 LÍQUIDO.....RS 2.940,00		
	Ocorrência	Aprovação pelo Cliente
		Data

PLANILHAS COM AUTORIZAÇÕES E DETALHAMENTO DE MÍDIA:

Cliente:

PREFEITURA DO NATAL/SECOM

Produto:

INSTITUCIONAL

Campanha:

LICITAÇÃO 2019

Período:

03/10/2019 A 31/12/2019

Mêis:

Televisão/Rádio FM/Revista/Mídia Exterior/Internet/Jornal

Plano:

PN-0014/19

NATAL, 16 DE JULHO DE 2019



# LICITAÇÃO

## AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AP**  
**PN-0014/19**  
 Nº PLANILHA: 45320

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL/SECOM  
 PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEICULO: INTER TV  
 CAMPANHA: LICITAÇÃO 2018

MEIO: TELEVISÃO  
 PERÍODO: NOVENBR/2018

PEÇA A - VT  
 FORMATO 30"

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO	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	TOT	INS	CUSTO UNITARIO	% DESCONTO	% ACRESCIMO	CUSTO TOTAL R\$
NOVENBR/2018	E	S	S	D	S	T	Q	S	D	S	T	Q	S	D	S	T	Q	S	D	S	T	Q	S	D	S	T	Q	S	D	S	S	1	47	6.097,00			6.097,00
FANTASTICO	A										1																										132.623,00
** SUB. TOTAL																																					
VALOR LIQUIDO: R\$ 106.098,40																																					

SUJEITO A REALIZAR DE TABELA.

FATURAR PELO LIQUIDO

OBSERVAÇÃO

47	TOTAL R\$	132.623,00
----	-----------	------------

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

# LICITAÇÃO

## AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AF**  
**PN-0014/19**  
 Nº PLANILHA 45321

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL/SECOM  
 INSTITUCIONAL

VEICULO: INTER TV  
 CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

MEIO: TELEVISÃO  
 PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA A-VI

FORMATO 30"

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO	DEZEMBRO/2019	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	C/STO	%	%	CL. STO																																				
		P	E	C	D	S	T	Q	S	D	S	D	S	T	Q	S	D	S	T	Q	S	D	S	T	Q	S	D	S	T	Q	S	D	S	T	INS	UNITARIO	RESCONTO	ARRESCIBO	TOTAL R\$																																		
NATAL - RN / RN																																																																									
INTER TV																																																																									
BOM DIA RN																																																																									
BOM DIA BR/ SIL																																																																									
RN TV 1ª ED																																																																									
GLOBO ESPORTE																																																																									
JORNAL HOJE																																																																									
NOVEJA I																																																																									
RN TV 2ª ED																																																																									
NOVEJA II																																																																									
JORNAL NACIONAL																																																																									
NOVEJA III																																																																									
GLOBO REPI/INTER																																																																									
E DE CASA																																																																									
CALDEIRÃO DO HUCK																																																																									
DOMINGÃO E FAUSTÃO																																																																									
OBSERVAÇÃO																																																																									
OBSERVAÇÃO SEGUNTE																																																																									
MÉDIA																																																																									
AFROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA																																																																									

# LICITAÇÃO

## AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AP**  
**PN-0014/19**  
 Nº PLANILHA: 45321

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL/SECOM  
 PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEICULO: INTER TV  
 CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

MEIO: TELEVISÃO  
 PERIODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA A-VT

FORMATO 30"

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO	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	31	TOT	INS	GRP	CUSTO UNITARIO	% DESCONTO	% ACRESCIMO	CUSTO TOTAL RS		
DEZEMBRO/2019	A	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	2	49		6.097,00			12.194,00
FANTASTICO	A	1																																							149.197,00
** SUB. TOTAL																																									
VALOR LIQUIDO: R\$ 119.357,60																																									

SUBJEITO A REAJUSTE DE TABELA.  
 FATURAR PELO LIQUIDO

OBSERVAÇÃO

49	TOTAL R\$	149.197,00
----	-----------	------------

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA





# LICITAÇÃO

## AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AF**

**PN-0014/19**

Nº PLANILHA: 45326

CLIENTE: PREFEREIRA DO NATAL/SECOM

VEICULO: TV TROPICAL

MEIO: TELEVISÃO

PRODUTO: INSTITUCIONAL

CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

PERÍODO: NOVENBRO/2019

PEÇA A - VEICULO  
FORMATO 30"

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO	NOVENBRO/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	TOT	INS	CUSTO UNITARIO	% RESCOTO	% AT RESCOTO	CL. STO TOTAL R\$			
NATAL - RN / RN																																									
TV TROPICAL																																									
BALANÇO GERAL																																								6.540,00	
CIDADE ALEIATA RN																																								16.065,00	
JORNAL DA TROPICAL																																							14.280,00		
** SUB. TOTAL																																							36.885,00		
VALOR LÍQUIDO:	R\$ 29.508,00																																								

SUJEITO A REAJUSTE DE TABELA.

OBSERVAÇÃO

FAVORAR PELO LÍQUIDO

AFROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

21	MILIA	TOTAL R\$	36.885,00
----	-------	-----------	-----------

# LICITAÇÃO

## AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AP**  
**PN-0014/19**  
 Nº PLANILHA: 45372

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL/RSOM  
 PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEICULO: TV TROPICAL  
 CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

MEIO: TELEVISÃO  
 PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA A-VT  
 FORMATO 30"

PEÇA

FORMATO

COLOCACAO	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	CUSTO UNITARIO	% DESCONTO	% ACRESCIMO	CUSTO TOTAL R\$																											
DEZEMBRO/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	31	INS																														
NATAL - RN / RN																																																															
TV TROPICAL																																																															
BALANÇO GERAL	A	1								1																							4	1.500,00			6.540,00																										
CIDADE ALERTA RN	A	1								1																							9	1.780,00			16.065,00																										
JORNAL DA TROPICAL	A	1								1																							9	1.780,00			16.065,00																										
- SUB. TOTAL																																	22				38.670,00																										
VALOR LIQUIDO: R\$ 38.670,00																																																															
ESTRUTO A PRELUSTRE DE TABELA.																																																															
PARTICIPAR PELO LIQUIDO																																																															
OBSERVAÇÃO																																																															
TOTAL R\$																														22																																	38.670,00
MÉDIA																																																															
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA																																																															















# LICITAÇÃO

## AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AP**

**PN-0014/19**

Nº PLANILHA: 45339

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL/SECOM

VEICULO: FM 98

MEIO: RÁDIO FM

PRODUTO: INSTITUCIONAL

CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA  
B - SPOT

FORMATO  
30"

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO	DEZEMBRO/2019	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	31	TOT	CUSTO UNITARIO	% DESCONTO	% ACRESCIMO	CUSTO TOTAL R\$			
			D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S					T	INS	GRP
NATAL - RN / RN																																									
FM 98																																									
ROTATIVO		B	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	155	60,90			9.377,50		
** SUB. TOTAL																																			155				9.377,50		
VALOR LIQUIDO: R\$ 7.502,00																																									
OBSERVAÇÃO																																									
SUJEITO A REALISTE DE TABELA.																																									
FATORAR PELO LÍQUIDO																																									
		155	TOTAL R\$		9.377,50																																				
		MIDIA																																							
		APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA																																							



# LICITAÇÃO

## AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AP**  
**PN-0014/19**  
 Nº P. SANEAM. 60042

CLIENTE: PREFEITURA DE NATAL/RN  
 PROJETO: INTERCOMUNICACIONAIS

ABRIL/2019 PERÍODO: 01/04/2019  
 CATEGORIA: LICITAÇÃO RFB

MEIO: RÁDIO FM  
 PERÍODO: INTERCOMUNICACIONAIS

PREÇO: R\$ 1.999,00

FORMA DE PAGAMENTO: SP

PREÇO

FORMATO

DATA	PREÇO	QUANTO	%	%	QUANTO
DE	UNITÁRIO	DISCONTINUA	ACRÉSCIMO	TOTAL R\$	TOTAL R\$
01/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
02/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
03/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
04/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
05/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
06/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
07/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
08/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
09/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
10/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
11/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
12/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
13/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
14/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
15/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
16/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
17/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
18/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
19/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
20/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
21/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
22/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
23/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
24/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
25/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
26/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
27/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
28/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
29/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
30/04/2019	1.999,00	10			19.990,00
01/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
02/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
03/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
04/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
05/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
06/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
07/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
08/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
09/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
10/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
11/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
12/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
13/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
14/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
15/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
16/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
17/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
18/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
19/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
20/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
21/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
22/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
23/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
24/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
25/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
26/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
27/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
28/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
29/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
30/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
31/05/2019	1.999,00	10			19.990,00
TOTAL		156			3.118.440,00
QUANTO UNITÁRIO	44,90				\$ 6.976,40
TOTAL R\$		156			\$ 3.125.416,40

PROJETO A REALIZAR DE TABEIRA,  
 KATYBAR TRILLO LIGHTS

OBJETIVO

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA



# LICITAÇÃO

## AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AP**  
**PN-0014/19**  
 Nº PLANILHA: 45345

CLIENTE: PREFEREIRA DO NATAL/SECOM      VEICULO: JOVEM PAN NATAL  
 PRODUTO: INSTITUCIONAL      CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019      MEIO: RÁDIO FM  
 PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA B - SPOT      FORMATO 30"      PEÇA      FORMATO

COLOCAÇÃO	DEZEMBRO/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	31	TOT	INS	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	% ACRESCIMO	CUSTO TOTAL R\$								
NATAL - EM / RN																																															
JOVEM PAN NATAL																																															
ROTATIVO		B	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5						
== SUB. TOTAL																																								155		55,90			8.602,50		
VALOR LIQUIDO: R\$ 8.882,00																																											155				8.882,50
Sujeito a reajuste de tabela.		OBSERVAÇÃO																												155		TOTAL R\$		8.602,50													
FATORAR PELO LÍQUIDO																														MÍDIA		APPROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA															



# LICITAÇÃO

# AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AP**

**PN-0014/19**

Nº PLANILHA: 45348

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL/SECOM  
PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEICULO: BANDERANTES POTIGUAR  
CAMPAINHA: LICITAÇÃO 2019

MEIO: MÍDIA EXTERIOR  
PERÍODO: NOVEMBRO/2019

PEÇA D - OUTDOOR

FORMATO

PEÇA

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																														
C																														
A																														

TOT  
INS

CUSTO  
UNITÁRIO

%  
DESCONTO

%  
ACRESCIMO

CUSTO  
TOTAL R\$

NATAL - RN / RN  
BANDERANTES POTIGUAR  
OUTDOOR

PEÇA: NATAL

OUTDOOR LOMADO

QUANTIDADE: 02 UNIDADES

BI - SEMANA: 48 (11/11 A 24/11)

\*\* SUB. TOTAL

VALOR LÍQUIDO: R\$ 18.200,00

OBSERVAÇÃO

FATURAR PELO LÍQUIDO

2

12.000,00

24.000,00

24.000,00

MÍDIA

TOTAL R\$

24.000,00

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA





**LICITAÇÃO**

**AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO**

**AF**  
**PN-0014/19**  
 Nº PLANILHA: 45382

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL/SECOM  
 PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEICULO: FACEBOOK  
 CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

MEIO: INTERNET  
 PERIODO: OUTUBRO/2019

PEÇA

FORMATO

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO  
 OUTUBRO/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	31	
E																																
C																																
A																																

TOT  
 INS

FACEBOOK

MÉDIA DE ALÇANCE: 59 A 170 MIL PESSOAS.

CIDADES: NATAL, SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO E RECIFE.

\*\* SUB. TOTAL

VALOR LÍQUIDO: R\$ 12.000,00

1 15.000,00 15.000,00

1 15.000,00 15.000,00

1	TOTAL R\$	15.000,00
OBSERVAÇÃO		

FAZER PELO LÍQUIDO

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA



# LICITAÇÃO

## AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

AF

PN-0014/19

Nº PLANILHA: 45364

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL/SECOM

VEICULO: FACEBOOK

MEIO: INTERNET

PRODUTO: INSTITUCIONAL

CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

PERIODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA

FORMATO

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO  
DEZEMBRO/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	31
E																															
C																															
D																															
S																															
T																															
Q																															
S																															
D																															
S																															
T																															

TOT  
INS

CUSTO  
UNITARIO

%  
DESCONTO

%  
ACRESCIM.

CUSTO  
TOTAL R\$

FACEBOOK

MEDIA DE AJUSTE: 59 A 170 MIL PESSOAS.

CIDADES: NATAL, SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO E RECIFE.

\*\* SUB. TOTAL

VALOR LIQUIDO: R\$ 20.000,00

FAZER PELO LIQUIDO

OBSEÇÃO

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

1

TOTAL R\$

25.000,00

MILIA

# LICITAÇÃO

# AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AP**

**PN-0014/19**

Nº PLANILHA: 45365

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL/SECOM

VEICULO: INSTAGRAM

MEIO: INTERNET

PRODUTO: INSTITUCIONAL

CAMPANHA: LICITAÇÃO 2018

PERIODO: OUTUBRO/2018

PEÇA

FORMATO

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO  
OUTUBRO/2018

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	31
E	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
A																															

TOT	INS	CUSTO UNITÁRIO	% DECONTO	% ACRESCIMO	CUSTO TOTAL R\$

INSTAGRAM + STORIES + IGTV

CIDADES: NATAL, SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO E RECIFE.

\*\* SUB. TOTAL

VALOR LIQUIDO: R\$ 12.000,00

OBSERVAÇÃO

FATURAR PELO LÍQUIDO

1	15.000,00				15.000,00
TOTAL R\$					15.000,00
MIDIA					
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA					

# LICITAÇÃO

## AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AF**  
**PN-0014/19**  
 Nº PLANILHA: 45368

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL/SECOM  
 INSTITUCIONAL

VEICULO: INSTAGRAM  
 CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

MEIO: INTERNET  
 PERIODO: NOVEMBRO/2019

PEÇA

FORMATO

PEÇA

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
C	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	S	S

TOT INS	CUSTO UNITARIO	% RESCORTO	% A RESCISO	Q. STO TOTAL R\$
1	25.000,00			25.000,00

INSTAGRAM + STORIES + 1TV

CIDADES: NATAL, SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO E RECIFE.

VALOR LÍQUIDO: R\$ 20.000,00

1	20.000,00			20.000,00
TOTAL R\$ 20.000,00				

FATURAR PELO LÍQUIDO

OBSERVAÇÃO

AFROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

# LICITAÇÃO

## AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AP**  
**PN-0014/19**  
Nº PLANILHA: 45387

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL/RS/COM  
PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEICULO: INSTAGRAM  
CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

MEIO: INTERNET  
PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA

FORMATO

PEÇA

FORMATO

COL. OC. AÇÃO	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	INS	CURTO UNITARIO	% DESCONTO	% ACRESCIMO	CUSTO TOTAL R\$			
DEZEMBROS/2019	A	D	S	T	O	S	D	S	T	O	S	D	S	T	O	S	D	S	T	O	S	D	S	T	O	S	D	S	T	O	S	D	S	T						

INSTRUMENTOS: INSTAGRAM + EIGRAMES + IGTV

CIÊNCIAS: NATAL, SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO E RECIFE.

— SUB. TOTAL

VALOR LIQUIDO: R\$ 25.000,00

1																																		1		25.000,00			25.000,00
1																																	1		25.000,00			25.000,00	

OBSERVAÇÃO

FATURAÇÃO PELO LIQUIDO

TOTAL R\$		25.000,00
MIDIA		
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA		



# LICITAÇÃO

## AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AP**  
**PN-0014/19**  
 Nº PLANILHA: 45369

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL/SECOM  
 PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEÍCULO: TWITTER  
 CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

MÉDIO: INTERNET  
 PERÍODO: NOVEMBRO/2019

PEÇA

FORMATO

PEÇA

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																																
C	S	D	S	T	Q	S	D	S	T	Q	S	D	S	T	Q	S	D	S	T	Q	S	D	S	T	Q	S	D	S	T	Q	S	S
A																																

TOT	INS	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	% ACRESCIMO	CUSTO TOTAL R\$
1		1.000,00			1.000,00

TWITTER

CIDADES: RECIFE, SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO E RECIFE.

== SUB. TOTAL

VALOR LIQUIDO: R\$ 800,00

EXATISSIMO PELA LICITAÇÃO

OBSERVAÇÃO

TOTAL R\$		1.000,00
MÍDIA		
APROVAÇÃO DO CLIENTE/DATA		

# LICITAÇÃO

## AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AF**  
**PN-0014/19**  
 Nº PLANILHA: 45370

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL/SECOM  
 PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEICULO: TWITTER  
 CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

MEIO: INTERNET  
 PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA

FORMATO

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO	DEZEMBRO/2019	TOT	CUSTO UNITARIO	% RESCONTO	% ARRESCISO	Q. STD TOTAL R\$																											
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	31	TOT	
E																																INS	
C																																	
D																																	
S																																	
T																																	
Q																																	
S																																	
S																																	
D																																	
S																																	
T																																	

CIDADES: NATAL, SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO E RECIFE.

\*\* SUB. TOTAL

VALOR LÍQUIDO: R\$ 800,00

FATURAR PELO LÍQUIDO

OBSERVAÇÃO

TOTAL R\$	1.000,00
MEDIA	
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA	





**LICITAÇÃO**

**AUTORIZAÇÃO DE  
PUBLICAÇÃO**

**AP**  
**PN-0014/19**  
Nº PLANILHA: 45373

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL/SECOM  
PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEICULO: YOUTUBE  
CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

MEIO: INTERNET  
PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA

FORMATO

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO  
DEZEMBRO/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	31	TOT
C																																INS
A																																

YOUTUBE

YOUTUBE

CIDADES: NATAL, SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO E RECIFE.

MÉDIA DE ALCANCE: 72.960 A 121.620 PESSOAS;

MÉDIA DE NÚMERO DE CLIQUES: 6.020 A 10.050 CLIQUES POR MÊS.

\*\* SUB. TOTAL

VALOR LÍQUIDO: R\$ 800,00

FATURAR PELO LÍQUIDO

OBSERVAÇÃO

1

MÍDIA

TOTAL R\$

1.000,00

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

# LICITAÇÃO

## AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AF**  
**PN-0014/19**  
 Nº PLANILHA: 45374

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL/SECOM  
 PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEICULO: SPOTIFY  
 CAMPANHA: LICITAÇÃO 2018

MEIO: INTERNET  
 PERÍODO: OUTUBRO/2018

PEÇA

FORMATO

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO  
 OUTUBRO/2018

B	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
E	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

TOT	INS	C LISTO UNITARIO	% DESCONTO	% ACRESCIMO	C LISTO TOTAL R\$
1	1	5.000,00			5.000,00

SPOTIFY

ÁUDIO DE 30" + BANNER.

CIDADES: NATAL, SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO E RECIFE.

\*\* SUB. TOTAL

VALOR LÍQUIDO: R\$ 4.000,00	1	5.000,00			5.000,00
-----------------------------	---	----------	--	--	----------

OBSERVAÇÃO

MÉDIA

TOTAL R\$	5.000,00
-----------	----------

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

FAZERAR PELO LÍQUIDO

# LICITAÇÃO

## AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AP**  
**PN-0014/19**  
 Nº PLANILHA: 45375

CLIENTE: **PREFEITURA DO NATAL/SECOM**      VEICULO: **SPOTIFY**      MEIO: **INTERNET**  
 PRODUTO: **INSTITUCIONAL**      CAMPANHA: **LICITAÇÃO 2019**      PERÍODO: **NOVEMBRO/2019**

PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO	DIA																														TOT	CUSTO UNITÁRIO	DESCONTO	ACRESCIMO	CUSTO TOTAL R\$																														
				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																																			
COLOCAÇÃO NOVEMBRO/2019	SPOTIFY	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	INS																																		
				C	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	S	S	1	10.000,00			10.000,00																											
SPOTIFY	SPOTIFY																																																																			
ADDDO DE 30" + BANNER.																																																																				
CIDADES: NATAL, SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO E RECIFE.																																																																				
** SUB. TOTAL																																																																				
VALOR LÍQUIDO: R\$ 8.000,00																																																																				
OBSERVAÇÃO																																																																				
FATURAR PELO LÍQUIDO																																																																				
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA																																	MIDIA		TOTAL R\$		10.000,00																															

# LICITAÇÃO

# AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AF**

**PN-0014/19**

Nº PLANILHA: 45376

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL/SECOM

VEÍCULO: SPOTIFY

MEIO: INTERNET

PROCU TO: INSTITUCIONAL

CAMPA NHA: LICITAÇÃO 2019

PERÍODO: DEZEMBRO/2019

FORMA TO

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO	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	31	TOT	INS	CUSTO UNITARIO	% RESCOTO	% A RESCINDO	Q. STO TOTAL R\$
DEZEMBRO/2019	E	C	A	D	S	T	Q	S	D	S	T	Q	S	D	S	T	Q	S	D	S	T	Q	S	D	S	T	Q	S	D	S	T							
SPOTIFY																																						
ADDDIO DE 30" + BANNER.																																						
CIDADES: NATAL, SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO E RECIFE.																																						
** SUB. TOTAL																																1		10.000,00			10.000,00	
VALOR LÍQUIDO: R\$ 8.000,00																																						

OBSERVAÇÃO																																TOTAL R\$	
FATURAR PELO LÍQUIDO																																1	10.000,00
AFROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA																																	

# LICITAÇÃO

## AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AP**

**PN-0014/19**

Nº PLANILHA: 45419

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL/SECOM  
 PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEICULO: OUT MIDIA RJ  
 CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

MEIO: MIDIA EXTERIOR  
 PERIODO: OUTUBRO/2019

PEÇA  
 D - OUTDOOR

FORMATO

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO	OUTUBRO/2019	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	INS	CUSTO UNITARIO	% DESCONTO	% ACRESCIMO	CUSTO TOTAL R\$					
OUTMIDIA RJ		P	E	C	A	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							
OUTDOOR																																											

PRACA: RJ  
 OUTDOOR LOMADO  
 QUANTIDADE: 03 UNIDADES  
 21-SEMANA: 46 (28/10 A 10/11).  
 \*\* SUB. TOTAL  
 VALOR LIQUIDO: R\$ 4.887,20

QUANTIDADE	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
3	1.629,00	4.887,00
3	1.629,00	4.887,00
3	1.629,00	4.887,00

ESTERNA FEITO LIQUIDO

OBSERVAÇÃO		TOTAL R\$
3		5.859,00
MÉDIA		5.859,00
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA		





# LICITAÇÃO

# AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AF**  
**PN-0014/19**  
 Nº PLANILHA: 45423

CLIENTE: PRESENTURA DO NATAL/SECOM  
 PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEICULO: TRIBUNA DO NORTE  
 CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

MEIO: JORNAL  
 PERIODO: NOVEMBRO/2019

PEÇA F - 6 JANVER

FORMATO

PEÇA

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																														
C																														
A	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	S	S

TOT	INS	CUSTO UNITARIO	% DESCONTO	% ATRESCHIMO	CUSTO TOTAL R\$

REPERENTE A:

BANNER: LATERAL

POSSUO: 1610060072

LOCALIZAÇÃO: HOME PAGE

25% DO INVESTIMENTO

400 MIL VISUALIZAÇÕES

4 STORIES PRODUZIDOS PELO CLIENTE PARA O INSTAGRAM NA TRIBUNA DO NORTE.

PERIODO: MENSAL

SUB TOTAL

VALOR LIQUIDO: R\$ 8.000,00

OBSERVAÇÃO

FATURAR PELO LIQUIDO

1	TOTAL R\$	8.000,00
---	-----------	----------

MICIA

AFROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

# LICITAÇÃO

## AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AP**  
**PN-0014/19**  
 Nº PLANILHA: 45424

CLIENTE: PREFEREIRA DO NATAL/SECOM      VEÍCULO: TRIBUNA DO NORTE      MEIO: JORNAL  
 PRODUTO: INSTITUCIONAL      CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019      PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA F - BANNER      FORMATO      PEÇA      FORMATO

COLOCACAO	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	31	TOT	INS	CUSTO UNITARIO	% DESCONTO	% ACRESCIMO	CUSTO TOTAL R\$
-----------	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----	-----	----------------	------------	-------------	-----------------

NATAL - RN / RN      TRIBUNA DO NORTE

REFERENTE A:      BANNER LATERAL      LOCALIZAÇÃO: HOME PAGE

400 MIL VISUALIZAÇÕES.      25% DO INVESTIMENTO.

4 STORES PRODUZIDOS PELO CLIENTE PARA O INSTAGRAM NA TRIBUNA DO NORTE.

PERÍODO: MENSAL.

\*\* SUB. TOTAL      VALOR LÍQUIDO: R\$ 6.400,00

OBSERVAÇÃO

FATURAR PELO LÍQUIDO

MIDIA		TOTAL R\$
1		8.000,00
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA		



# LICITAÇÃO

## AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AP**  
**PN-0014/19**  
 Nº PLANILHA: 45426

CLIENTE: PREFEREIRA DO NATAL/SECOM  
 PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEICULO: AGORA RN  
 CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

MEIO: JORNAL  
 PERIODO: NOVENBRO/2019

PEÇA

FORMATO

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO  
 NOVENBRO/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																														
C																														
A																														

TOT

INS

GRP

CUSTO

UNITARIO

%

DESCONTO

%

ACRESCIMO

CUSTO

TOTAL R\$

AGORA RN

REFERENTE A VEICULAÇÃO DE BANNER:

PC: 1145 X 170 PX

MOBILE: 750 X 400 PX

PERIODO: MENSAL.

\*\* SUB. TOTAL

VALOR LIQUIDO: R\$ 4.784,00

5.980,00

5.980,00

OBSERVAÇÃO

FATORAR PELO LÍQUIDO

MIDIA

TOTAL R\$

5.980,00

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

# LICITAÇÃO

## AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AF**  
**PN-0014/19**  
Nº PLANILHA: 45427

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL/SECOM  
PRODOTO: INSTITUCIONAL

VEICULO: AGORA RN  
CAMPAHNA: LICITAÇÃO 2019

MEIO: JORNAL  
PERIODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA

FORMATO

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO	DEZEMBRO/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	31	TOT	INS	CUSTO UNITARIO	% DESCONTO	% AT. RESCISO	CUSTO TOTAL R\$	
NATAL - RN / RN																																								
AGORA RN																																								
AGORA RN																																								

REFERENTE A VEICULAÇÃO DE BANNERS:

PC: 1x45 X 170 BT

MONTES: 750 X 400 BT

PERIODO: MENSAL.

TOTAL SUB. TOTAL

VALOR LIQUIDO: R\$ 4.794,00

FAZER PELA LIQUIDADO

OBSERVAÇÃO

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

TOTAL R\$

5.980,00

MICIA

# LICITAÇÃO

## AUTORIZAÇÃO DE PUBLICAÇÃO

**AP**  
**PN-0014/19**  
 Nº PLANILHA: 45428

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL/SECOM  
 PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEICULO: AGORA RN  
 CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

MEIO: JORNAL  
 PERIODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA  
 E - ANUNCIO  
 F - BANNER

FORMATO

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO	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	31	TOT	gpp	CUSTO	%	%	CUSTO
DEZEMBRO/2019	A	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	INS		UNITARIO	DESCONTO	ACRESCIMO	TOTAL R\$	

NATAL - RN / RN																																							
-----------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

AGORA RN																																						
----------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

ARONCIO																																						
---------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

DESCRICO: POLIGRAMIA/INDETERMINADO.																																						
-------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

ARGUNCIO: 1/2 PAGINA.																																						
-----------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

** SUB. TOTAL																																						
---------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

VALOR LIQUIDO: R\$ 12.800,00																																						
------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

FATURAR PELO LIQUIDO																																						
----------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

OBSERVAÇÃO

MIDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

TOTAL R\$ 18.000,00

TOTAL R\$ 18.000,00

18.000,00

Cliente: P REPER URA I O NAT ALUSE COM  
 Contrato: LICIT AÇÃO 2019  
 Pcia no: PIA-00147/9

RESUMO DE INVESTIMENTO - POR VEICULO

VEICULO	Outubro/19	Novembro/19	Dezembro/19	TOTAL
INTER TV		32.620,00 32,4%	149.197,00 35,6%	281.820,00 27,4%
TV PONTA NEGRA		40.482,00 9,9%	43.220,00 10,1%	83.712,00 8,1%
NSA SOLUÇÕES ALTERNATIVAS	75.950,00 39,0%			75.950,00 7,4%
TV TROPICAL		36.886,00 9,0%	38.070,00 9,1%	75.556,00 7,3%
TV BAND NATAL		33.920,00 8,3%	36.071,00 8,6%	70.591,00 6,9%
TRIP EDITORA	67.200,00 34,5%			67.200,00 6,5%
INSTRAGRAM	15.000,00 7,7%	25.000,00 6,1%	25.000,00 5,8%	65.000,00 6,3%
FACEBOOK	15.000,00 7,7%	25.000,00 6,1%	25.000,00 5,8%	65.000,00 6,3%
BANDEIRANTES POTIGUAR		48.000,00 11,7%		48.000,00 4,7%
TRIBUNA DO NORTE		8.000,00 2,0%	32.000,00 7,5%	40.000,00 3,9%
AGORA RN		5.990,00 1,5%	21.190,00 5,2%	27.980,00 2,7%

Cliente: PREFEITURA DO NATAL/SECOM  
 Campanha: LICITAÇÃO 2019  
 Plano: PN-0014/19

RESUMO DE INVESTIMENTO - POR VEÍCULO

VEÍCULO	Outubro/19	Novembro/19	Dezembro/19	TOTAL
SPOTIFY	5.000,00 2,6%	10.000,00 2,4%	10.000,00 2,3%	25.000,00 2,4%
FM 96		9.075,00 2,2%	9.377,50 2,2%	18.452,50 1,8%
FM 96		8.850,00 2,2%	9.145,00 2,1%	17.995,00 1,7%
JOVEM PAN NATAL		8.325,00 2,0%	8.602,50 2,0%	16.927,50 1,6%
FM CIDADE		8.100,00 2,0%	8.370,00 2,0%	16.470,00 1,6%
FM 104		6.600,00 1,6%	6.820,00 1,6%	13.420,00 1,3%
OUT MIDIA RJ	5.859,00 3,0%			5.859,00 0,6%
BANDERANTES PROPAGANDA	5.100,00 2,6%			5.100,00 0,5%
SP OUTDOOR	3.489,00 1,8%			3.489,00 0,3%
YOUTUBE	1.000,00 0,5%	1.000,00 0,2%	1.000,00 0,2%	3.000,00 0,3%
TWITTER	1.000,00 0,5%	1.000,00 0,2%	1.000,00 0,2%	3.000,00 0,3%
TOTALS	194.598,00	408.850,00	426.053,00	1.029.501,00