

Raciocínio Básico

Atuando com visão de futuro para fazer de Natal uma cidade cosmopolita que não esquece suas tradições, a Prefeitura Municipal mais uma vez encabeça o movimento de transformar dezembro num mês de celebração para a capital do Rio Grande do Norte. Desde 2004, o Natal em Natal veste a cidade para seu aniversário, com decoração especial, atrações por todos os cantos e um bem-vindo aquecimento da economia local. O Natal em Natal se consolida como a coroação da Cidade do Sol por abrigar tão gentilmente seus filhos.

Com aproximadamente 167km², Natal é a segunda menor capital do Brasil - se levarmos em conta apenas a extensão territorial. Fundada em 1599 por exploradores portugueses, o então refúgio dos índios potiguaras viu-se como ponto estratégico de um competitivo mercado colonial. Forjou-se cidade em meio à competição entre portugueses, franceses e holandeses, ao tráfico cada vez mais lucrativo de escravos e com uma complexa junção de etnias, culturas e costumes. Já foi Nova Amsterdã na ocupação holandesa, Capital Espacial do Brasil para os cientistas e Noiva do Sol para os poetas. Hoje, sua população gira em torno de 877.640 habitantes, com PIB per capita de R\$ 24.890,54 numa curva ascendente desde 2010, segundo dados do IBGE (2016). O Índice de Desenvolvimento Humano de 0.763 é considerado alto, posicionando a cidade em 17º lugar entre as capitais do Brasil e em 6º entre todas as cidades da região Nordeste.

Administrar uma cidade no limiar entre cosmopolita e tradicional é um grande desafio. Com população prioritariamente jovem, concentrada principalmente na faixa entre 15 e 39 anos, a Prefeitura se vê diante do dilema de continuar sendo relevante num país em que as pessoas já não acreditam nas instituições. Nesse sentido, ações claras e pertinentes, que não deem margem a debates inócuos, norteiam a atuação da atual administração. Um sopro de modernidade e dinamismo para a cidade.

Mesmo com a crise econômica corroendo as finanças de estados e municípios por todo o Brasil, a Prefeitura se esforçou para manter os salários em dia (após atrasos pontuais entre 2017 e 2018) e os serviços funcionando. Uma exceção entre as capitais do Brasil. Os ajustes nas contas possibilitaram o início de bem-vindas obras, como a drenagem e pavimentação de mais de 330 ruas na Zona Norte da cidade.

O escopo de realizações nos últimos meses não é pequeno. Quatro etapas do condomínio Village da Prata foram entregues, obra que beneficia famílias que viviam em áreas de risco. A revitalização do Centro Histórico é outro destaque, com o pontapé inicial acontecendo num lugar icônico: o Beco da Lama.

O apoio à cultura se mistura com o fomento ao turismo, e esse ciclo virtuoso move a economia com a atração de turistas ao mesmo tempo em que fortalece a classe artística. O Carnaval Multicultural e o São João são bons exemplos dessa sinergia, mas nenhum grande evento é mais amado pelos natalenses que o Natal Em Natal. Pesquisa Fecomércio de 2018 demonstrou que o evento foi aprovado por 93% dos entrevistados, ao mesmo tempo em que movimentava mais de R\$ 28 milhões na cidade.

As medidas de austeridade seguem a tendência do que grandes metrópoles vêm fazendo para seguirem equilibradas, e os ajustes das contas públicas possibilitam a continuação dos investimentos. Composta por 25 secretarias, a Prefeitura já iniciou seu plano de reestruturação. A meta é diminuir em cerca de 50% o número de pastas. Os cargos comissionados devem cair de cerca de 30% dos 800 mantidos atualmente. E os investimentos na cidade, segundo informou o prefeito Álvaro Dias, serão ampliados: "É

importante salientar que essa economia não vai impactar na redução dos serviços prestados pela Prefeitura, pelo contrário, estamos atuando para ampliar os investimentos nas áreas de saúde, educação, esporte, drenagem e outras áreas", conforme declarou em entrevista após o anúncio do plano, no fim de abril deste ano.

A postura moderna e dinâmica que a Prefeitura assumiu se traduz em índices quase inéditos de aprovação. Pesquisa TN/Consult de março de 2019, publicada largamente na imprensa local, afirmava que 67,13% dos natalenses aprovam a gestão atual.

Um novo mundo

Os turbulentos anos que enfrentamos na política hão de ser adicionados a essa equação, trazendo para a mesa um ingrediente indigesto: a polarização política. O fenômeno de apartação da sociedade em duas linhas antagônicas de pensamento não corrói apenas as relações interpessoais e familiares. Com uma prolongada crise econômica e grande parte da população sofrendo os efeitos da infoxication (termo em inglês que significa consumir tanta informação a ponto de se sentir intoxicado), os efeitos colaterais são grandes e profundos. Somos uma sociedade dividida.

Segundo o Instituto Ipsos, num levantamento feito em 27 países no início de 2019, o nível de intolerância na sociedade brasileira está acima da média mundial: 32% dos brasileiros acreditam que não vale a pena tentar conversar com pessoas que tenham visões políticas diferentes das suas. O índice nacional nesta questão é maior do que quase todos os países pesquisados (que ficou, na média, em 24%), atrás apenas da Índia (35%) e da África do Sul (33%).

Tal golpe da tessitura social do país resvalou negativamente nas instituições, e a classe política é uma das mais atingidas. O cidadão anda extremamente desconfiado de tudo o que se refere a governo, sentimento alimentado pelo ambiente hostil das redes sociais. Dados do Edelman Trust Barometer 2017 apontam que 62% dos brasileiros não acreditam nas instituições do país (o pior nível desde 2001). Já o Barômetro das Américas (Lapop) traz um número ainda mais alarmante: 1 em cada 4 brasileiros acredita que não existe um só político honesto.

O princípio constitucional de dar publicidade às ações de governo rege a necessidade de prestar contas à população. Mais do que uma obrigação do governante, é uma forma de respeitar o contribuinte e a coletividade que, por meio de impostos e taxaões obrigatórias, sustentam direta e/ou indiretamente a máquina pública. Neste sentido, anunciar o Natal em Natal passa necessariamente por encontrar o tom certo, evitando os autoelogios tão comuns em campanhas governamentais.

Em tempos em que todas as verdades podem ser contestadas com opiniões, e as redes sociais dão vez e voz a informações nem sempre verídicas, é recomendável trabalhar a propaganda governamental com base em argumentos incontestáveis que tragam, ainda que indiretamente, ganho de imagem à instituição.

Nossa Verdade

Uma das principais atividades econômicas de Natal é a turística. Dados do Ministério do Turismo divulgados em julho/2019 apontam a cidade como o terceiro destino mais procurado pelos brasileiros. Com uma rede hoteleira bem estruturada (decisiva para a

escolha da cidade como subsele da Copa 2014) e muitas opções de restaurantes, belezas naturais e atrações culturais. Natal recebe, segundo a Secretaria de Turismo do Governo do RN, cerca de 2 milhões de visitantes por ano, com reflexos positivos na arrecadação de todas as categorias do setor de comércio e serviços. Junto com a exploração de petróleo e sal, o turismo é um importante alicerce da economia do Rio Grande do Norte. Ao todo, o Setor Serviços representou 77,5% do valor adicionado no PIB em 2016, segundo dados do Idema - Instituto de Desenvolvimento Sustentável e Meio Ambiente do Rio Grande do Norte, em parte graças à valiosa contribuição das diversas atividades ligadas ao turismo.

Epicentro de uma grande região metropolitana, com mais 10 municípios e uma população estimada de 1.351.004 pessoas (Censo/2010). Natal está em vias de se tornar uma metrópole. Sua população é predominantemente feminina (52,98%), com forte presença de pardos e pretos (54,42%) e uma pirâmide etária jovem (71,06% tem entre 15 e 64 anos).

Como principal órgão na administração da cidade, a Prefeitura de Natal tem uma grande responsabilidade nas mãos. Grandes centros do Nordeste concorrem diretamente com a cidade na atração de turistas, notadamente Recife/PE e Fortaleza/CE. São cidades com uma economia mais dinâmica e diversificada, capitais de Estados que têm grande peso político em escala federal. Daí a necessidade de não sustentar o turismo apenas nas belezas naturais, tornando primordial que o nome da cidade circule pelo país como sinônimo de um lugar onde coisas incríveis acontecem.

É claro que um caldeirão de culturas tão divergentes, encerrando em um pequeno território as mais diversas origens, renderia uma sopa cheia de criatividade. Mas tudo começou com o povo, nas manifestações folclóricas e culturais que atravessaram os séculos e hoje são patrimônios imateriais da cidade. A tradição dos Congos de Calçola segue viva na Vila de Ponta Negra, bem como o Boi de Reis que continua a espalhar seus gingados no bairro de Felipe Camarão, sob as bênçãos do Mestre Manoel Marinheiro. No bairro das Rocas, a Sociedade Araruna de Danças Antigas e Semidesaparecidas, fundada por Cornélio Campina, mantém vivos na memória danças como o Araruna, o Camaleão, a Jararaca, e tantas outras.

Natal é cidade de cultura. E um dos mais respeitados pesquisadores do folclore e da etnografia no Brasil não nos deixa mentir. O natalense Luís da Câmara Cascudo viveu toda a sua vida no Rio Grande do Norte, acumulando uma obra extensa da qual "Dicionário do Folclore Brasileiro" é talvez a mais importante.

Com esses alicerces para a economia criativa, Natal não parou de prosperar nas artes. De Elino Julião e seu forró inesquecível a Roberta Sá e toda a sua projeção nacional; do pioneirismo de Jesiel Figueiredo às disrupções e prêmios nacionais dos grupos Carmim e Clowns de Shakespeare; do sucesso editorial de Ney Leandro de Castro, com livro adaptado pro cinema, ao novo fôlego na literatura representado pelos autores do selo Jovens Escribas; do modernismo nas pinceladas de Newton Navarro ao pós-modernismo quase apocalíptico das esculturas da Guaraci Gabriel; da poesia que canta Natal de Pedrinho Mendes a bandas com destaque internacional como Far From Alaska e Plutão Já foi Planeta, ambas forjadas na cena underground liderada pela produtora DoSol, Natal sempre foi um manifesto ao que de mais bonito o espírito humano consegue produzir.

Nesse sentido, a subsequente Estratégia de Comunicação apresenta uma campanha focada em mostrar ao cidadão natalense que o Natal em Natal é uma festa feita para ele, pensada para ele, possível apenas com ele. Pretendemos mexer com códigos e insinuações nem sempre trabalhadas pela propaganda governamental, como o colorido dos

grafites, a estética da cultura popular, o movimento das criações do povo. Com isso, posicionaremos a Prefeitura como um órgão caloroso e acolhedor, mais próximo da população, bem longe da sisudez tão comum em peças oficiais. Ao mesmo tempo, o convite feito em outros mercados e cidades geradoras de fluxo turístico para Natal objetiva trazer esse potencial visitante para a festa, promovendo mais um argumento e motivação para a atividade turística na capital.

Essa comunicação mais jovial vai ajudar a distribuir a mensagem nos mais diversos meios, desde a já muito digerida linguagem televisiva até o território cheio de surpresas das redes sociais. A ideia é que a Prefeitura transmita a alegria contagiante que 93% dos natalenses já sentiram com o Natal Em Natal, como se o natalense fosse o cicerone de uma grande festa que ocorre em sua casa. Porque é exatamente assim. Segundo dados contidos no briefing deste edital, levantamento do Instituto de Pesquisa e Desenvolvimento do Comércio aponta que 78,1% do público do Natal em Natal é de nativos. É uma verdade incontestável. A casa é do natalense. E ela está em festa.

Estratégia de Comunicação Publicitária

A campanha que criamos responde ao desafio proposto no briefing de atrair público interno e externo para o Natal Em Natal, desenvolvendo o parque turístico da cidade ao mesmo tempo em que aquece a economia local, ativando todos os serviços correlatos ao ramo de turismo. Para tal, aglutinamos nas peças uma gama imensurável de referências à diversidade das expressões culturais de Natal, objetivando também o estímulo à produção artística local e o subsequente consumo por parte da população da cidade.

Conforme evidencia o edital deste certame, o escopo temático da campanha deve girar em torno da programação, fortemente focada em música, literatura, teatro, dança, artes plásticas, gastronomia e religiosidade. Em todas essas expressões artísticas, temos grandes nomes locais com projeção nacional – fato que, por si só, já nos gabarita a focar a estratégia em nossa forte cultura. Foi dessas áreas de conhecimento que extraímos todas as referências que ajudaram a compor as peças, bebendo diretamente na fonte do cordel – um ícone da cultura popular nordestina e um símbolo do poder transformador da arte.

Para traçar a presente estratégia, destacamos as seguintes necessidades apontadas no briefing: a promoção de Natal como destino turístico, sobretudo na alta estação; a divulgação do acervo artístico-cultural da cidade, que vem ganhando cada vez mais visibilidade com a assonância de nomes locais ao cenário nacional; a necessidade de fomentar, estimular e apoiar a economia do município, para que o período festivo se reverta também em ganhos duradouros para a população natalense; e o encorajamento a um sentimento cidadão em torno do nome da cidade, aglutinando os natalenses em torno de uma identidade que os faça corresponsáveis pela construção de uma cidade melhor.

A partir dessas demandas, buscamos um conceito que expressasse claramente o clima que toma conta da cidade no período do Natal Em Natal. A confluência das festas de fim de ano com o verão (hábito em desuso em quase todas as metrópoles do Brasil, mais ainda muito forte na sociedade natalense) faz com que dezembro mude a cara da cidade. Iluminação natalina, festas nas praias, hotéis lotados, grandes eventos ao ar livre – tudo isso contribui para que Natal se vista de festa no final do ano. Não por acaso, o mês do seu aniversário. Nesta conjuntura, a programação do Natal Em Natal antecipa a alta estação turística em um mês, incentivando o incremento do turismo na capital já a partir de novembro, quando se inicia a extensa e diversificada programação de eventos.

Conforme aponta o briefing, pretende-se uma campanha com força para alavancar o turismo interno com uso racional da verba, ao mesmo tempo em que seja capaz de elevar a autoestima do natalense. Aproveitar-se do clima festivo que o fim de ano já traz naturalmente à cidade fará com que a estratégia seja melhor recebida pelos natalenses, sobretudo se todos se reconhecerem na campanha.

Tudo isso foi resumido num conceito simpático, informal e com força para mexer com os brios dos natalenses: "Nossa casa lá em festa". É sabido que natalenses têm orgulho de ser um dos destinos turísticos mais procurados do país. Por exemplo, basta uma rápida pesquisa na internet para encontrar centenas de menções à expressão "Eu moro onde você passa férias". É um orgulho pouco explorado na comunicação local, mas que pode dar muito "pano pra manga" quando amparado por um grande evento como o Natal Em Natal.

O conceito coloca o cidadão natalense na condição de festivo anfitrião, unindo numa só frase o orgulho pela cidade e o tom convidativo de um povo hospitaleiro e experimentado em receber, dada a já consolidada vocação turística da cidade. É uma frase de palavras

curtas, na ordem direta, que não necessita de raciocínios complexos para ser compreendida. Tem um tom informal e jovial, exatamente como prefeituras de cidades maiores como São Paulo e Recife vêm adotando, na tentativa de construir uma comunicação mais próxima do dia a dia das pessoas.

É necessário destacar o cuidado em compor um conceito que pode ser compreendido por todas as esferas de público que participam da festa. Ter uma mensagem simples e cristalina tornará o evento incluyente, fazendo com que sua comunicação não se restrinja a parcelas privilegiadas da sociedade. É um parâmetro muitas vezes negligenciado na comunicação pública, que faz com que a mensagem acabe soando elitista e excludente. Aqui, porém, esse parâmetro foi enxergado como lei: o conceito tinha que conter palavras que fossem de fácil assimilação por qualquer camada da sociedade; e, principalmente, o conceito deveria formar uma frase simples, mas com potencial para diversos desdobramentos positivos.

"Nossa casa tá em festa" é frase corrente, geralmente dita em momentos de euforia. Remete a bons momentos, principalmente se imaginarmos que a campanha estará no ar num período em que muitas pessoas organizam confraternizações em casa. Bebe no clima festivo que toma conta de Natal durante as festas de fim de ano, mas exacerba esse clima para que todos se sintam donos do evento.

Graficamente, nos inspiramos na revitalização do Beco da Lama para compor um conjunto multicolorido, divertido e dinâmico. Se o conceito tem um tom jovial, a programação visual vai se inspirar exatamente nas mesmas fontes para ganhar uma aparência leve, despojada e agradável ao olhar.

Os grafismos mesclam duas influências que vêm conversando há muitos anos: o grafite e a cultura popular. São ao mesmo tempo urbanos, ao trazerem referência à arte de rua típica de metrópoles cosmopolitas - incluindo a textura das tintas spray típicas dessa arte; e tradicionais, ao retratar ícones da cultura popular como o Boi Bumbá. A textura de parede pintada, com ranhuras e irregularidades típicas desse acabamento, traz ao conjunto um tom de acolhimento e hospitalidade. Afinal, estamos falando de uma casa em festa.

Os modelos escolhidos levaram em consideração a composição étnica da cidade, formada notadamente por pardos e brancos. Pesquisas recentes apontam para a necessidade de a propaganda criar real identificação no público, e trabalhar essa diversidade étnica é não só uma estratégia de marketing, mas também um valor constitucional de responsabilidade de todos os entes da federação.

Peças Eletrônicas

A peça conceitual da campanha, um filme de 30 segundos que marcará a fase de lançamento, mostra como todas essas influências se misturam numa verdadeira homenagem à cultura da cidade. Em tom empolgado, transbordando paixão pela cidade e excitação pelo evento, o locutor nos traz versos inspirados na literatura de cordel para transmitir de maneira eficiente as principais informações acerca do Natal Em Natal. Os versos foram compostos seguindo a métrica mais corrente da literatura de cordel, formando dois sextetos e um quarteto que cabem perfeitamente nos 30 segundos disponíveis para a peça. A saber: "A cidade tá preparada / É alegria sem igual / Dança, canta, gira / É coração, é cultural / É festa na nossa casa / É o Natal em Natal // A cidade toda brilha / Pra ninguém ficar parado / Religião, literatura / Gastronomia, artesanato / Show por todo canto / Dança,

música, teatro // Chegou a nossa data / Vem que a hora é essa / É Natal em Natal / Nossa casa tá em festa”.

Cada estrofe da locução-cordel será ilustrada por imagens de natalenses preparando uma ciranda gigante ao redor da cidade, passando por pontos como a Praia de Ponta Negra, a Via Costeira, a Ponte Newton Navarro e os bairros residenciais. A ideia aqui é contagiar as pessoas com o clima do Natal Em Natal, um evento que mistura música, religiosidade, dança e criatividade - exatamente como uma ciranda. A ideia é que o filme inicie mais lento, e vá crescendo seu tom conforme a locução se empolga e adquire entonação de recital de cordel – grandiloquente, empolgante, emocionada.

No nosso planejamento, filmes de 15 segundos vão divulgar eventos específicos do Natal Em Natal. Para que o uso da verba cumpra a missão do briefing de anunciar “da melhor e mais econômica forma”, eventos com maior potencial de atração de público foram selecionados para ganharem filmes exclusivos. Ainda com o intuito de usar os recursos racionalmente, alguns eventos foram agrupados no mesmo filme. Além de possibilitar uma mídia mais adequada, evitando uma super-exposição desnecessária da mensagem, a decisão de aglutinar eventos também vai reduzir o custo de produção.

Dessa forma, os filmes de 15 segundos divulgarão de maneira criativa e inusual os seguintes eventos: 1) Festival Literário de Natal e Festival de Violões; 2) Shows musicais na Zona Norte e Festa da Padroeira; 3) Shows musicais na Arena das Dunas; 4) Natal em Cena; 5) Mostra de Audiovisual e Encontro de Corais; 6) Festival Gastronômico e Réveillon; e 7) Festa de Reis. Serão filmes cartelados, seguindo a mesma programação visual das peças gráficas, mas enriquecidos com imagens de arquivo dos eventos passados ou imagens de divulgação das atrações.

Ao invés de ter uma locução padrão, daquelas típicas de anúncios de festa em FMs, recorreremos mais uma vez à locução-cordel. Isso trará uma identidade à campanha, além de propor um jogo interessante para a audiência: cada filme de 15” vai apresentar um sexteto diferente e exclusivo, mantendo a estrutura rítmica do filme conceitual e usando dados do evento divulgado para compor rimas, como no exemplo a seguir: “A cidade tá preparada / É alegria sem igual / A entrada é gratuita / A festa é geral / Vem pra Arena das Dunas / Vem pro Natal em Natal!”.

O sexteto será lido com empolgação pelo locutor enquanto o dinamismo das imagens vai completar a mensagem com dados como local, data e atração de cada evento. Todos os filmes de 15” serão assinados de maneira padrão, com referência ao evento e conceito: “Natal Em Natal. Nossa casa tá em festa”. A ideia é que cada evento divulgado na TV surpreenda o público com uma nova composição, levando simpatia e entretenimento também na campanha.

Essa mesma composição de versos será utilizada para divulgar os eventos nas rádios. Veículo mais econômico, tanto na mídia quanto na produção, o rádio será utilizado para divulgar todos os eventos da programação.

Para economizar recursos, usamos o esquema de janelas cambiáveis. O spot começa e termina sempre da mesma forma, mas seu miolo será alterado conforme a programação. Esse formato comum na publicidade também casa bem com o cordel da locução, pois usando o mesmo esquema de rimas é possível incluir qualquer sexteto no miolo do spot sem que a mensagem se perca. Assim, temos uma variedade grande de peças, cobrindo toda a programação do Natal Em Natal sem desperdício de verba.

Peças Gráficas

Como grande parte da estratégia é ocupada por peças de mídia exterior (out of home), houve grande preocupação por parte da direção de arte em estabelecer um conjunto que pudesse ir além de comunicar, tomando para si a responsabilidade também de embelezar ainda mais as ruas.

É notório que o Natal Em Natal acontece numa época de grande estímulo visual na cidade, com piscas-piscas, cordões de luz, adornos natalinos e decorações de empresas disputando as atenções antes monopolizadas por outdoors e busdoors. E ainda tem a decoração instalada na sede da Prefeitura, uma verdadeira vedete de todos os natalenses. Com esse argumento, a decisão de criar peças que possam dialogar com a beleza das ruas deixa de ser um insight criativo para ser mandatária.

A mídia exterior só vai ser eficiente se trazer uma estética que converse com um período cheio de alegria nas ruas. Essa é nossa intenção ao propor peças que usam e abusam de cores, texturas e apliques. Vedete da mídia exterior, um impactante outdoor duplo puxa a estratégia para a rua. Com cores fortes e contrastantes, apresenta a mensagem da campanha de maneira divertida: um aplique torna a modelo gigantesca, expandido seu sorriso para mais longe, enquanto fitas multicoloridas de verdade pendem de seus braços para além dos limites da placa. O efeito hipnótico dessas fitas será amplificado por dois componentes tipicamente natalenses: a brisa constante e o sol. Imagine o efeito das fitas tremulando ao vento enquanto a luz solar reflete dezenas de matizes das diferentes cores do material acetinado. Impossível não olhar, impossível não ser impactado.

Para que a mensagem nas ruas tenha impacto e alcance, uma placa apenas não resolveria. Por isso a campanha prevê placas mais simples, sem apliques, que poderão ser veiculadas de maneira mais ostensiva na estratégia de mídia. Sempre coloridas, sempre alegres, emulando todos os elementos da placa especial para que a lembrança seja ativada.

O backbus da campanha tem dados variáveis, mudando de modelo conforme o itinerário do ônibus, para divulgar eventos das proximidades. Dessa forma, a mesma arte vai ser adaptada para divulgar eventos diferentes, sempre levando em consideração a rota do ônibus. Ao longo da campanha, mesma peça poderá servir a propósitos totalmente diferentes, desde divulgar shows na Arena das Dunas até os shows da Zona Norte, sem correr o risco de a mensagem ficar monótona.

Para cercar o natalense que está na rua, paradas de ônibus também servirão de suporte para a campanha. Com uma mensagem de alegria e despojamento que vai aliviar o momento de esperar o ônibus, essas peças também cumprem o objetivo de vestir a cidade de festa.

Para oficializar o início da campanha, sobretudo aos formadores de opinião, é necessário que recorramos aos meios gráficos. Será veiculado anúncio marcando o lançamento do Natal em Natal, elaborado em formato adequado para ser facilmente adaptado para jornal ou revista, de acordo com o que rege a estratégia de mídia.

Completando o ciclo de peças gráficas, teremos um folder com função muito especial. Contendo dados primordiais do evento, como datas, horários e programação, este material é uma espécie de guia geral para quem quer acompanhar todas as atrações do Natal Em Natal. Mas é mais que isso: é também um convite.

Dentro da nossa estratégia, os folders com programação serão alocados primordialmente em agências de turismo, receptivos, hotéis e pousadas, além de restaurantes de grande apelo turístico. A ideia é estimular a participação de turistas que já estão na cidade por outros motivos.

Peças Digitais

Todos os conteúdos da campanha serão aglutinados num hot site, que também contará com a programação completa do Natal Em Natal e uma busca inteligente por eventos. O endereço eletrônico estará presente em todas as peças da campanha.

As ações focadas nas redes sociais de maior alcance - Facebook, Instagram e Twitter - visam não só levar a campanha a um público predominantemente jovem, como aumentar a audiência das páginas da Prefeitura. Ser relevante para a população é um intuito que deve ser procurado em todo esforço de mídia dos órgãos públicos, e o Natal Em Natal é um grande ponto de contato com a população que pode deixar frutos para o futuro da estratégia digital da entidade.

A campanha na internet estará presente durante 90 dias corridos, dividida em conteúdos pagos, anúncios impulsionados e publicações nos perfis da Prefeitura de Natal, além de um enxoval completo para ser usado por todos os órgãos da administração municipal que mantenham perfis ativos também nestas redes sociais. O enxoval da campanha contará com avatar personalizado com referência ao Natal Em Natal, foto de capa e orientação de conteúdo para que as secretarias e autarquias possam inserir o Natal Em Natal em suas postagens.

Esse último item é essencial por duas razões: primeiro, manter a unidade do discurso fortalece sua eficiência, tendo em vista que a população enxerga a Prefeitura e todos os seus órgãos como um só ente público; segundo, o engajamento de todas as unidades da Prefeitura no mesmo evento garante a sensação de clima de festa, uma vez que o internauta verá a programação visual da campanha espalhada por diversas páginas na web. Isso reforçará o sentimento que queremos transmitir com nosso conceito.

Conteúdo é primordial para uma campanha digital bem sucedida. E eis onde reside uma das mais particulares qualidades da nossa campanha: todas as peças foram criadas prevendo a sua veiculação também na internet, incluindo grupos de Whatsapp. Isso alterou nossos critérios, sempre levando em conta se a linguagem, a arte, o formato e outras características eram condizentes com a velocidade da mídia digital.

Sabemos que na internet as coisas acontecem em outro tempo. Por isso, a arte da campanha propõe vários elementos diferentes, que podem ser recombinações a fim de criar publicações dos mais diversos formatos.

Outro conteúdo importante, que também foi pensado para redes sociais e Whatsapp, é o filme conceitual. As cenas foram escolhidas para apresentar ângulos diferentes de lugares bem conhecidos dos natalenses e dos turistas que pesquisam sobre a cidade de Natal, propondo uma experiência de apreciação que estimula a viralização.

O desafio de ter um sexteto diferente para cada programação divulgada também é ingrediente para ações de engajamento nas páginas da Prefeitura, propondo desafios de rimas aos internautas e outras formas de interação. Descritivos de posts rimados também

podem ser criados, a fim de aumentar esse diálogo da mídia digital com as outras peças da campanha.

Formatos pensados para estimular a criação de earned media (exposição da marca gerada de maneira orgânica nas mídias sociais) são sempre desafiantes, e foi com esse intuito também que criamos um outdoor impactante, com aplice inusual, conforme citado anteriormente nesta estratégia. Que cliquem, que compartilhem. Que mostrem sua empolgação com a festa também através das peças da campanha. É esse tipo de sentimento de autoestima que queremos criar, e é assim que publicidade tem ultrapassado as barreiras entre o real e o digital ao redor do mundo.

Anúncios impulsionados estarão presentes por todo o transcorrer da campanha, investindo em formatos como o carrossel para divulgar diversos eventos ao mesmo tempo. Essa peça vai transmitir ao público a sensação de que muitas coisas estão acontecendo, aumentando o clima de euforia. Publicações no formato Stories em vídeo no Instagram também transmitirão mensagens mais instantâneas, além de todos os filmes de 15" com programação específica terão seu formato adaptado para essa mídia.

Mas nossa estratégia na web não se restringe às redes sociais. Portais de grande audiência, frequentados pelos que buscam notícias e entretenimento, vão exibir mensagens da campanha durante dois meses, em diversos formatos. Esse esforço de ocupação da web se completa com a utilização da rede Google Display. Através dela, é possível segmentar a estratégia e chegar diretamente a quem já tem propensão em aceitar nossa mensagem, seja o morador local ou o possível visitante em busca de informações sobre a cidade - através de recursos como remarketing e palavras-chave de interesse.

O problema de comunicação apontado no briefing representou sempre o balizador nas decisões que tomamos. Mas criar não é apenas uma atividade técnica, e sabíamos desde o início que essa campanha precisava ter sentimento. Ao unir diversos elementos da nossa cultura, da tradicional e da contemporânea, nosso foco foi sempre criar um sentimento natalense. De pertencimento, de identificação, de protagonismo. Em tempos das notícias falsas - fake news, os sentimentos são incontestáveis. Dessa forma, criamos uma campanha que é também uma homenagem à cultura potiguar, criando ao primeiro plano da comunicação municipal os códigos e as linguagens com os quais nosso povo faz arte.

A relação completa de peças vem logo a seguir, quando nos debruçaremos na Ideia Criativa.

Ideia Criativa

Em conjunto com a estratégia de mídia, definimos a lista de peças que farão com que a estratégia logre seus êxitos de maneira eficiente. A lista abaixo foi dividida entre peças corporificadas e peças não-corporificadas.

Peças corporificadas:

- Filme 30" - "Lançamento": Filme que marca o início da campanha e tem veiculação mais intensa nas primeiras semanas. Servirá para massificar o conceito do Natal Em Natal, ao mesmo tempo em que introduz a audiência no clima da festa. Uma semana antes de os eventos começarem, sua frequência cai, e passa a ser veiculado em rodízio com os filmes de 15" que divulgam eventos específicos da programação.
- Filme 15" - "Shows na Arena": Exemplo de filme de 15" que vai divulgar eventos específicos. Neste caso, tratamos dos shows na Arena das Dunas. A ideia é que esse filme divulgue os shows na Arena poucos dias antes, aumentando a euforia em torno do acontecimento.
- Filme 15" - "Festa de Reis": Mais um exemplo de filme de 15" que serve ao propósito de divulgar eventos específicos. Neste caso, exemplificamos a divulgação da Festa de Reis, último evento previsto na programação do Natal Em Natal.
- Spot 30" - "Lançamento": Adaptação do filme principal da campanha para a linguagem do rádio, essa peça seguirá a mesma lógica dos VTs. No início da campanha, conta com frequência para massificar o conceito; na sequência, será veiculado em rodízio com os demais spots da campanha.
- Spot 30" - "Shows na Zona Norte": Exemplo de spot para divulgar evento específico da programação, esse spot trata dos shows na Zona Norte. A janela cambiável tornará possível divulgar todos os eventos do Natal Em Natal, sempre seguindo a estrutura dessa peça.
- Outdoor duplo com aplique especial: Peça de grande impacto, com aplique especial que aumenta sua visualização, bem como sua capacidade de gerar buzz na cidade.
- Outdoor simples: Para reforçar a mensagem na rua e dar volume para a mídia, o outdoor simples vai explicitar de maneira muito direta o conceito da campanha.
- Backbus: Peça de apoio aos outdoors, conterá a mensagem sintetizada da campanha.
- Anúncio de Revista Página Dupla: Concentrando as principais informações da campanha, o anúncio de revista vai ser direcionado a formadores de opinião para dar mais credibilidade e status à mensagem.
- Anúncio de Jornal Meia Página: Para oficializar o lançamento da campanha para a imprensa local, esta peça resume detalhes do evento.
- Folder: Aglutinando as principais informações sobre a programação do evento, este folder será distribuído para hotéis, agências de turismo e receptivos, a fim de atrair para o evento turistas que já estejam na cidade e queiram aproveitar um outro lado de Natal.
- Instagram: Exemplo de como a arte será adaptada para as redes sociais, essa peça tem a flexibilidade necessária para servir de modelo para os cards sobre o evento. Além do impulsionamento nas redes sociais, será enviada por Whatsapp através dos diversos grupos de colaboradores da PMN.
- Stories para Instagram: Exemplo de como a mensagem pode ser trabalhada no Stories, essa peça demonstra a capacidade que a campanha tem de se moldar aos mais diversos meios sem perder a identidade e o impacto.
- Banner horizontal para Tribuna do Norte - 970x150: O banner resume bem o argumento da campanha e terá hyperlink diretamente para o hotsite da campanha.

Peças não-corporificadas:

- Filmes 15" - Além dos filmes já corporificados, a campanha terá mais 05 filmes de 15", divulgando eventos específicos da programação. São eles: 1) Festival Literário de Natal e

Festival de Violeiros; 2) Shows musicais na Zona Norte e Festa da Padroeira; 3) Natal em Cena; 4) Mostra de Audiovisual e Encontro de Corais; 5) Festival Gastronômico e Réveillon.

- Spots 30" com janelas cambiáveis: serão 13 spots, além do que já foi corporificado. Os spots começam e terminam da mesma forma, mas seu miolo sofre alteração para que eventos específicos sejam divulgados. Todos os eventos citados no briefing terão um spot específico no nosso planejamento.

- Anúncio de Revista Página Inteira: Adaptação da página dupla, o anúncio será veiculado fora de Natal para atrair turistas de cidades próximas para o evento.

- Hotsite: Com a programação completa do evento, e mecanismo de busca inteligente, o endereço do hotsite estará presente em todas as peças da campanha.

- Instagram: Dentro do Instagram, todos os conteúdos da campanha serão adaptados para serem postados na rede. Esses posts contarão com mídia para impulsionamento, a fim de aumentar o alcance da mensagem. Além de posts patrocinados, Stories com impulsionamento também vão divulgar os eventos específicos, sempre próximo de suas datas.

- Facebook: A maior rede social terá seus mais variados formatos de anúncio explorados com conteúdo da campanha. Além de posts impulsionados (cujo exemplo de arte foi corporificado), divulgando eventos específicos, o formato carrossel servirá para divulgar diversos eventos num só anúncio. Também terá vídeos impulsionados, notadamente todos os vídeos produzidos para a campanha - desde o filme institucional até os vídeos de 15".

- Twitter: Rede social que aglutina centenas de formadores de opinião e profissionais da imprensa, o Twitter será utilizado para gerar conversação acerca dos eventos do Natal Em Natal. Essa rede social constantemente pauta a imprensa, com potencial para gerar mídia espontânea em blog, portais e perfis de influenciadores.

- Banners digitais: Utilizando a plataforma do Google, que permite centenas de combinações de estratificação de público, vários banners serão veiculados em portais e sites diversos. Estes banners também serão veiculados diretamente em sites locais estratégicos para a divulgação da campanha: Portal No AR - 970x150; Agora RN - 1145x170 (desktop) e 750x400 (mobile); De Fato - 728x90; e G1 - Maxiboard 1 (desktop) - 970x150, Retângulo Mobile 1 (mobile) - 300x250, Retângulo Médio 1 (Desktop e mobile) - 300x250.

Estratégia de Mídia e Não-Mídia

Seguindo os objetivos propostos para esta campanha, a Estratégia de Mídia e Não-Mídia baseia-se, primordialmente, no recorte de público ABCDE 18+, ou seja, pessoas com mais de 18 anos e de todas as classes sociais, e no acompanhamento deste target durante o período proposto de 90 dias ininterruptos, de outubro/2019 a janeiro/2020.

Entre os meios de comunicação de massa, a televisão é o mais importante no país. Formador de opinião e com alta capacidade de envolvimento, consegue alcançar um grande número de pessoas em um curto espaço de tempo, com altos índices de penetração em todos os sexos, faixas etárias e classes sociais (ver anexos Gráfico 01). Até mesmo entre a população mais jovem, geralmente associada ao uso de meios digitais e redes sociais: 93% dos adolescentes assistem à programação televisiva. É um meio que sempre busca absorver as inovações tecnológicas sem perder a relevância de conteúdo e adaptando-se a novos hábitos de consumo.

A interação entre TV e digital é um fator bastante favorável, permitindo estender conteúdo e distribuí-lo melhor, potencializando a audiência. Os jovens, por exemplo, têm o hábito de circular entre elas, utilizando as redes sociais para comentar a programação. Esse consumo simultâneo mostra a necessidade de pensar em estratégias que contemplem essa interação, como por exemplo aumentando a presença nos meios digitais em horários de picos de consumo da TV (ver anexos Gráfico 02). Por fim, segue sendo o meio que mais recebe investimentos publicitários: de acordo com a pesquisa CENP Meios (publicada em abril de 2019 referente a 2018), a TV tem 58,3% dos investimentos e 61,8% de share.

No Rio Grande do Norte, a projeção de domicílios com TV, em 2018, era de 97,2%. As emissoras de TV aberta existentes no estado conseguem cobrir mais de 90% do território, sendo a InterTV (afiliada Rede Globo) a mais abrangente (99% das cidades do RN), somando-se a cobertura de suas duas emissoras (InterTV Cabugi e Costa Branca). Para o meio TV, optamos pela veiculação de filme institucional do evento como um todo, com duração de 30", a ser utilizado como lançamento do evento, e versões de manutenção, de 15", com destaques da programação e convidando o público para o Natal Em Natal. A distribuição da verba no meio foi feita considerando dados de audiência, penetração, cobertura e share de cada uma das redes de TV aberta disponíveis para Natal, Grande Natal e RN, auditadas periodicamente pelo Kantar Ibope.

O rádio é um meio de comunicação companheiro do ouvinte nas mais diversas situações e, com as inovações tecnológicas surgidas, reinventou-se, sem perder sua essência, e adaptou-se também em diferentes devices. Esse meio, que já se viu diversas vezes em meio a comentários de que seria "extinto", segue firme, lutando em busca de modernização. De acordo com o Ibope, o rádio faz parte da rotina de 89% da população brasileira. Ainda de acordo com levantamento da Kantar Ibope Media, 52 milhões de indivíduos estão ligados diariamente, por cerca de 4h36. Para continuar cativando a audiência e seguir como sinônimo de entretenimento e diversão, vem despontando para um novo cenário tecnológico, com mais qualidade de transmissão e com um novo direcionamento no que diz respeito ao conteúdo transmitido. Investimentos em programas jornalísticos passaram a ter a atenção das emissoras em todo o país e também no RN, como forma de manter a credibilidade e a relevância, valorizando o fato de que os ouvintes gostam de ouvir música e também de consumir informação (ver anexos Gráfico 03).

Para a campanha, utilizaremos uma versão de spot de 30" como institucional do evento, começando sua veiculação duas semanas após o início da mídia em TV, já próximo de

iniciar o material específico para cada evento do Natal Em Natal. Em seguida, entraremos com as versões de manutenção, com janelas específicas para destaques da programação, conforme os eventos. Selecionamos as principais rádios da capital, devido à diversidade de públicos a serem atingidos, e pelo alcance que elas proporcionam em Natal e na Grande Natal, algumas até abrangendo cidades mais distantes. Para o restante do estado, optamos por trabalhar algumas emissoras em cidades estratégicas do RN, como forma de difundir o conteúdo.

A mídia exterior, de acordo com pesquisa publicada em 2019 pelo CENP Meios, foi o terceiro meio em termos de investimento vindos através de agências (8,4% de share), ficando atrás apenas da TV aberta e da internet. O meio destaca-se por poder apresentar um grande impacto visual e por ser visto por pessoas das mais diversas camadas sociais (ver anexos Gráficos 04 e 05).

Um exemplo bastante conhecido de mídia exterior é o outdoor. Com placas estrategicamente localizadas, pode-se usar a peça como reforço de marca, com mensagens curtas e de simples visualização, já que, em grande parte do tempo, a audiência estará em movimento. É assim também com o busdoor, a adesivação de traseiras de ônibus. O sistema de transporte público de Natal conta com mais de 600 veículos, que transportam cerca de 530 mil passageiros/dia (mais de 10 milhões por mês), nas 86 linhas disponíveis. A exemplo de outras capitais, Natal costuma apresentar pontos de retenção em horários de pico. Assim, a exposição à mensagem em um backbus tende a ser ampliada. Além disso, por ser um meio que está em constante circulação, consegue atingir variados públicos em diferentes pontos da cidade.

Para a campanha Natal Em Natal selecionamos um outdoor duplo, institucional, a ser utilizado em pontos estratégicos da capital, além de placas de outdoor simples, com destaques da programação, que serão utilizadas em Natal, em cidades estratégicas do estado e em capitais de estados vizinhos, como João Pessoa/PB, Fortaleza/CE e Recife/PE. Os pontos serão selecionados levando em consideração público-alvo, fluxo e objetivos da campanha. Para busdoor, iremos utilizar 20 placas, pelo período de 30 dias, expondo artes distintas com destaques da programação. As linhas serão selecionadas de acordo com os percursos de cada uma, sempre considerando o público que queremos atingir.

Diante de tantas transformações tecnológicas ao longo dos anos, o meio jornal vem executando um processo de reorganização, concentrado na produção de conteúdo multimídia. Sites e portais atrelados aos veículos impressos passaram a receber mais investimentos, de forma a reproduzir no online a credibilidade e confiança que o leitor sempre encontrou nas versões impressas. E esse movimento também pode ser observado no mercado local. Os principais jornais impressos do RN já há algum tempo vêm apostando em suas versões online, tirando proveito dos recursos tecnológicos para incrementar a forma de apresentar a notícia ao seu público (ver anexos Gráfico 06). Mesmo diante deste cenário de transformação da audiência, não podemos ignorar o fato de que o público-alvo do meio jornal impresso é formador de opinião, de classes com maior poder aquisitivo, para quem o jornal segue sendo sinônimo de credibilidade e, por isso, não deve ser ignorado em uma estratégia de mídia (ver anexos Gráfico 07). Na campanha em questão, vamos utilizar anúncios em formato meia página em veículos selecionados em Natal e Mossoró.

Seguindo o mesmo movimento visto no jornal impresso, as revistas também vêm buscando maneiras de integrar seus conteúdos impresso e online, de forma a oferecer ao leitor novas formas de consumir informação (ver anexos Gráfico 08). No Brasil, o consumidor do meio

revista, seja na versão impressa ou digital, é predominantemente feminino. A revista apresenta bons percentuais de penetração em todas as classes econômicas e faixas etárias. O RN possui apenas 1% da distribuição de revistas no Nordeste, em termos geográficos. Porém, apresenta títulos com relevância e nas mais variadas segmentações, que são úteis como parte da estratégia de mídia, para alcançar públicos estratégicos. Por isso, contaremos com um anúncio no formato página dupla, em alguns títulos selecionados, como forma de realizar a divulgação setorizada de eventos do Natal em Natal. Além disso, um anúncio de página simples em revista com circulação regional, no Rio Grande do Norte, Pernambuco, Paraíba e Alagoas comunicará a possíveis visitantes de estados vizinhos sobre o Natal Em Natal.

Como material de apoio para a campanha, propomos a produção de folder contendo a programação do Natal Em Natal e informações relevantes sobre o evento e a cidade. O material será distribuído em hotéis, pousadas, receptivos, restaurantes, centros turísticos, shoppings centers e em outros locais de concentração, para que o turista que está na cidade conheça o evento, veja as atrações e participe da festa. Os próprios natalenses também irão tirar proveito da peça, utilizando-a para checar horários e locais de atrações de sua preferência.

A internet influencia e impacta praticamente todos os meios já citados anteriormente. Sua força se comprova também analisando os dados de investimento publicitário em 2018, no qual o meio ficou atrás somente da TV aberta, apresentado um crescimento de 19,9% com relação ao ano de 2017. De acordo com o IBGE (2017), o Brasil contava com 126,4 milhões de usuários de internet - 69,8% da população com 10 anos ou mais (ver anexos Gráfico 09). Atualmente, a principal finalidade de acesso é o uso das redes sociais, como Instagram, Facebook e Twitter, com cerca de 98% desses acessos acontecendo através dos smartphones. Segundo o Datafolha, em abril/2019, 71% dos internautas brasileiros estão ao menos em uma rede social, com a seguinte penetração: Whatsapp, 69%; Facebook, 56%; Instagram, 35%; e Twitter com 14%. Além disso, cresceu o consumo de vídeos em plataformas como YouTube e Netflix, o que reforça a mudança de comportamento irreversível para o digital em seus mais diferentes formatos.

Diante da enorme influência exercida pelo meio digital no público consumidor, a estratégia de comunicação proposta contempla uma forte presença no meio durante toda a campanha. Elaboramos ações através de: hotsite para a divulgação do Natal Em Natal nos canais digitais, com programação, localização dos eventos, plataforma multimídia com fotos e vídeos de edições anteriores e da presente edição, notícias, guia para o visitante e interação com as redes sociais; banners web veiculados em sites de notícias locais relevantes em audiência; anúncios patrocinados na rede de display Google Ads, direcionados a sites de interesse (turismo, notícias, blogs); anúncios em vídeo formato pre-roll na plataforma de vídeos YouTube, de grande alcance entre o público jovem; publicações orgânicas nos canais oficiais da Prefeitura de Natal nas redes sociais Facebook, Instagram e Twitter durante toda a campanha; enxoval de apoio para todas as autarquias municipais que possuem canais próprios nas redes sociais personalizarem tais canais em alusão ao Natal Em Natal; anúncios patrocinados em vídeo e arte da campanha na rede social Twitter; e anúncios patrocinados nas redes sociais Facebook e Instagram, nos formatos disponíveis para o feed e Stories, com o objetivo de reforçar o alcance das publicações orgânicas para o público-alvo e também buscando atingir potenciais visitantes de outros estados.

Téc.: Trilha suave que vai virando uma ciranda. Locutor fala com ritmo cadenciado de cordel, subindo a empolgação conforme o andamento do filme.

Logo Natal em Natal em marca d'água no canto superior direito da tela. Inicia com imagem aérea do nascer do sol em Ponta Negra. Em seguida, pés de várias pessoas ensaiam passos na areia.

Loc.:

"A cidade tá preparada
É alegria sem igual"

Fitas vermelhas e azuis dançam na tela, até revelar meninas com roupas de pastoril se dando as mãos no cais do porto das Rocas.

Loc.:

"Dança, canta, gira
É coração, é cultural"

Num movimento de pan, câmera mostra várias pessoas dando as mãos na Ladeira do Sol.

Loc.:

"É festa na nossa casa
É o Natal em Natal"

Bairro classe média. Várias casas iluminadas. Moradores de mãos dadas nos primeiros passos de uma ciranda. Lettering: Festival de Dança / Mostra Audiovisual / Festa de Reis.

Loc.:

"A cidade toda brilha
Pra ninguém ficar parado"

Em frente à Catedral Nova, chefs de cozinha, escritores, religiosos, todos dando as mãos sorridentes no ritmo da ciranda. Lettering: Festival Literário / Festa da Padroeira / Natal Fest Gourmet.

Loc.:

"Religião, literatura
Gastronomia, artesanato"

Dezenas de pessoas se dão as mãos na Ponte de Todos, de uma margem à outra. Todas dançam numa imagem impactante. Lettering: Shows na Zona Norte e na Arena das Dunas.

Loc.:

"Show por todo canto
Dança, música, teatro"

Vamos para closes nos rostos de várias pessoas, nos vários cenários já mostrados, todas muito sorridentes. Diversidade, felicidade, orgulho. Lettering: De 4 de novembro a 6 de janeiro.

Loc.:

"Chegou a nossa data
Vem que a hora é essa"

Imagem final é uma pan aérea na Via Costeira. Centenas de pessoas de mãos dadas na praia. Sol nascendo. Assina: Natal em Natal / Prefeitura de Natal / Consulte programação no natalemnatal.com.br

Loc.:

"É Natal em Natal

Nossa casa tá em festa!"

Assina: Natal em Natal / Prefeitura de Natal / Consulte programação no
natalemnatal.com.br

"Natal em Natal. Nossa casa tá em festa."

Téc.: Trilha suave que vai virando uma ciranda. Cartelas mostram cantores e respectivas datas de seus shows no Arena das Dunas: Margareth Menezes: 25/11 / Paralamas do Sucesso: 26/11 / Fafá de Belém: 27/11 / Fagner: 28/11 / Entrada gratuita / Arena das Dunas.

Loc.:

"A cidade tá preparada
É alegria sem igual
A entrada é gratuita
A festa é geral
Vem pra Arena das Dunas
Vem pro Natal em Natal!"

Assina: Natal em Natal / Prefeitura de Natal / Consulte programação no natalemnatal.com.br.

Loc.:

"Natal em Natal. Nossa casa tá em festa."

Téc.: Trilha suave que vai virando uma ciranda. Cartelas mostram fotos da Festa de Reis, focando em imagens abertas que mostrem a população. Enquanto isso, letterings destacam trechos da programação: Missa dos peregrinos / Procissão dos Reis Magos / E muito mais / Bairro de Santos Reis.

Loc.:

"A festa foi um sucesso
Mas tá chegando o final
É a Festa de Reis
Nossa mais tradicional
Dia 6 de janeiro
Vem pro Natal em Natal!"

Assina: Natal em Natal / Prefeitura de Natal / Consulte programação no natalemnatal.com.br.

Loc.:

"Natal em Natal. Nossa casa tá em festa."

Téc.: Trilha suave que vai virando uma ciranda. Locutor fala com ritmo cadenciado de cordel, subindo a empolgação conforme o andamento do spot.

Loc.:

"A cidade tá preparada
É alegria sem igual
Dança, canta, gira
É coração, é cultural
É festa na nossa casa
É o Natal em Natal"

Téc.: Trilha sobe, empolga, dá uma virada. Entra locução normal.

Loc.:

De quatro de novembro a seis de janeiro, tem festa por toda a cidade. Venha viver o Natal em Natal. Música, dança, teatro, literatura, gastronomia e grandes shows. Consulte a programação no natal em natal ponto com ponto bê erre e viva a festa na nossa casa!

Téc.: Mais uma virada na trilha. Volta locução-cordel.

Loc.:

"Chegou a nossa data
Vem que a hora é essa
É Natal em Natal
Nossa casa tá em festa!"

Téc.: Trilha suave que vai virando uma ciranda. Locutor fala com ritmo cadenciado de cordel, subindo a empolgação conforme o andamento do spot.

Loc.:

"A cidade tá preparada
É alegria sem igual
Dança, canta, gira
É coração, é cultural
É festa na nossa casa
É o Natal em Natal"

Téc.: Trilha sobe, empolga, dá uma virada. Entra locução normal.

Loc.:

"E essa semana tem shows imperdíveis no Ginásio Nélio Dias. Segunda com Solteirões do Forró, terça com Dorgival Dantas, e quarta com o imperdível show de Leonardo. Entrada gratuita. Consulte programação completa no natal em natal ponto com ponto bê erre e viva a festa na nossa casa!"

Téc.: Mais uma virada na trilha. Volta locução-cordel.

Loc.:

"Chegou a nossa data
Vem que a hora é essa
É Natal em Natal
Nossa casa tá em festa!"

De 4 de nov
a 6 de jan

Natal em NATAL

A cidade
tá preparada
E alegria sem igual
Dança, canta, gira
E coregado, é cultural
É festa na nossa casa
É o Natal em Natal

Chegou a
nossa data
Vem que a hora é essa
É Natal em Natal
Nossa casa
tá em festa

A cidade
toda brilha
Pra iluminar fest família
Religião, literatura
espetáculos, artesanato
Show por todo canto
Dança, música, teatro

Consulte programação:
natal2019.com.br



PREFEITURA DO
NATAL



Beco

Beco

Natal em NATAAL



De 4 de nov a 6 de jan



NATAL FEST GOURMET
22 A 24 DE NOVENBR

FESTIVAL DO CAMARÃO FESTIVAL GASTRONÔMICO
28 E 29 DE NOV/EMBRO

ENTRADA GRATUITA

MOSTRA AUDIOVISUAL MERCADO DE PETROPOLIS E CINE CAFE
07 A 12 DE DEZEMBRO

RÉVEILLON
31 DE DEZEMBRO

ENTRADA GRATUITA

Consulte programação em natallemnatal2019.com.br



PREFEITURA DO NATAAL

Natal em **NATAL**

De 4 de nov a 6 de jan

Consulta programação: natalemnatal2019.com.br

PREFEITURA DO **NATAL**

Nossa casa tá em Festa

natal em natal 2019
 Natal em Natal
 Die é de novo o dia festivo!
 Nossa casa tá em Jereba
 Natal
 Apoio do governo estadual e municipal







De 4 de novembro a 6 de janeiro

Natal em NATAL

Consulte
Programação:

**natal
em
natal
2019**
com.br



PREFEITURA DO
NATAL



Natal em NATAL

De 4 de nov
a 6 de jan

ZONA NORTE

SOLTEIRÕES DO FORRÓ
18 DE NOVEMBRO

DORGIVAL DANTAS
19 DE NOVEMBRO

LEONARDO
20 DE NOVEMBRO

ENTRADA GRATUITA

Consulte programação:
natalemnatal2019.com.br

PREFEITURA DO
NATAL

Nossa casa tá em Festa



Consulte programação:
natalemnatal2019.com.br

Nossa casa tá em festa

De 4 de novembro a 6 de janeiro, Natal virá a capital oficial da diversão. O **Natal Em Natal** espalha alegria pelos quatro cantos da cidade, com eventos para todos os gostos. Tem música, dança, teatro, literatura, gastronomia, religiosidade. E tem você, pra fazer esse festa acontecer. Se joga no Natal Em Natal.



MÚSICA

Festivas de Violão e Regeneração
Praça Augusto Leles, 04/11

Shows no Zéco Norte
Cineclube Mário Dias
Schubert, 01/11
Domingo, 18/11
Liberdade, 20/11

Shows no Espaço Ural: Cinema
Murgelens, 19/11
Novecentos em São João, 26/11
Festa do Bêbado, 27/11
Fogões, 28/11

Escola Municipal de Canto
Teatro Bortolotti, 20 e 30/11

LITERATURA

FLA - Festival Literário de Foz de Iguaçu
Praça Augusto Leles, 04/11

DANÇA

Festival de Dança de Natal
Teatro Romano, 2/11

RELIGIOSIDADE

Festa do Espirito
Catedral Neogotânica, 2/11
Festa de Santos: São
Bento de São José, 15/11

GASTRONOMIA

Natal Free Dinner
Pizzaria Itália, 22 e 26/11
Festival do Cerveja e do
Gastronomia
Praça Pedro Leles, 28 e 30/11

TEATRO E CINEMA

Teatro Jurema e Cine Club
Miguel de Siqueira, 20 e 18/11
Teatro em Casa: 110 espetáculos,
Teatro do Centro Histórico, 1 e 20/11

AO AR LIVRE

Palácio São Pedro Negro e no Pátio de São
José, 11/11
Vale Escalão de Foz
D'Almeida, 18/11
Praça Pedro Leles, 28 e 30/11



Consulte programação:
natalemnatal2019.com.br





Penetração

Penetration

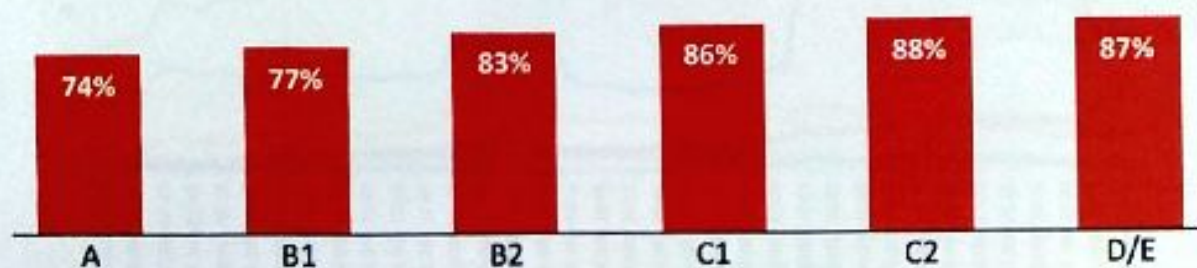
Sexo

Sex



Classe econômica

Economic class



Faixa etária

Age group

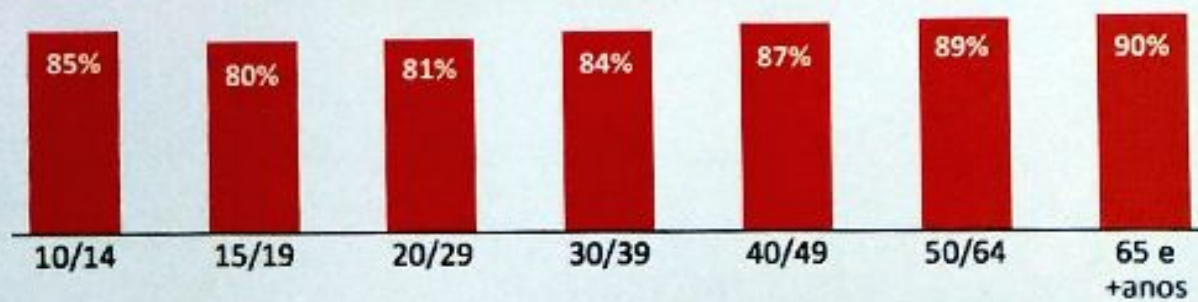


Gráfico 02 – Cobertura do meio TV no Rio Grande do Norte

Cobertura - TV - Rio Grande do Norte
segunda a sexta-feira

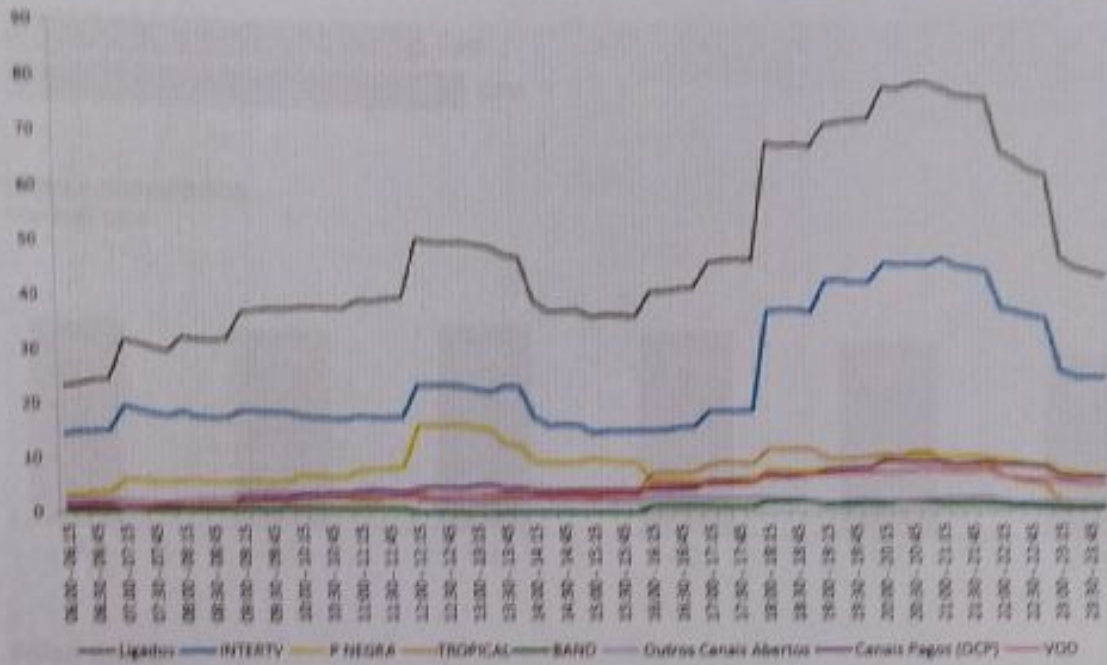


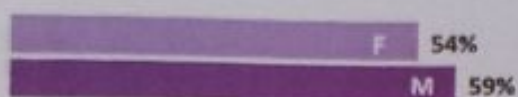
Gráfico 03 – Rádio Penetração

Penetração

Penetration

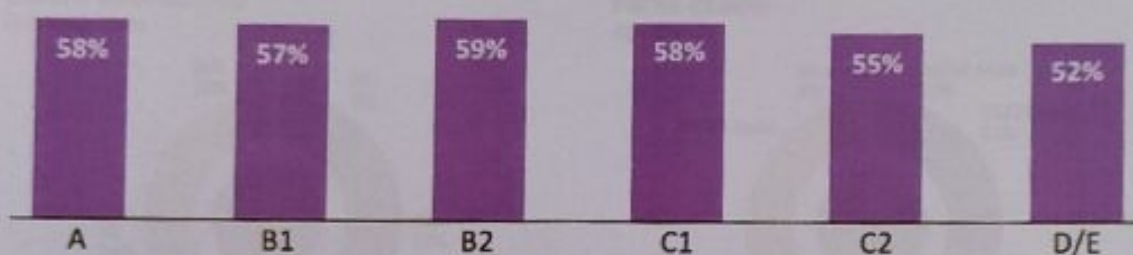
Sexo

Sex



Classe econômica

Economic class



Faixa etária

Age group

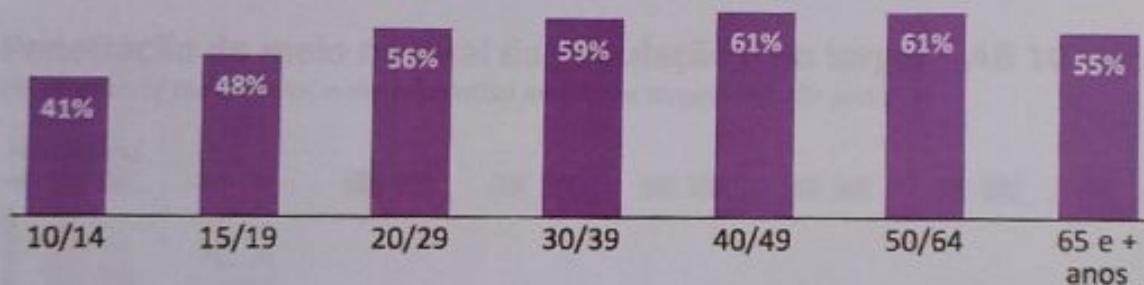


Gráfico 04 – Mídia exterior/out of home - Perfil

Perfil dos consumidores – Viram nos últimos 30 dias

Viewers Profile – watched the last 30 days

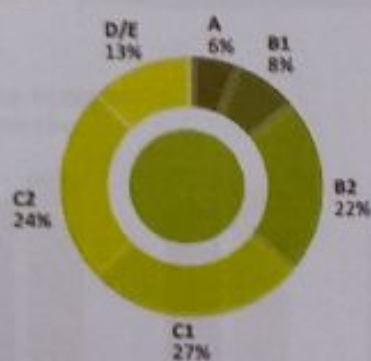
Sexo

Sex



Classe econômica

Economic class



Faixa etária

Age group



Penetração do meio no total da população e no target – AB 10+ anos

Penetration of the medium in the population and in the target – AB 10+ years



Gráfico 05 – Mídia exterior/out of home - Penetração

Penetração

Penetration

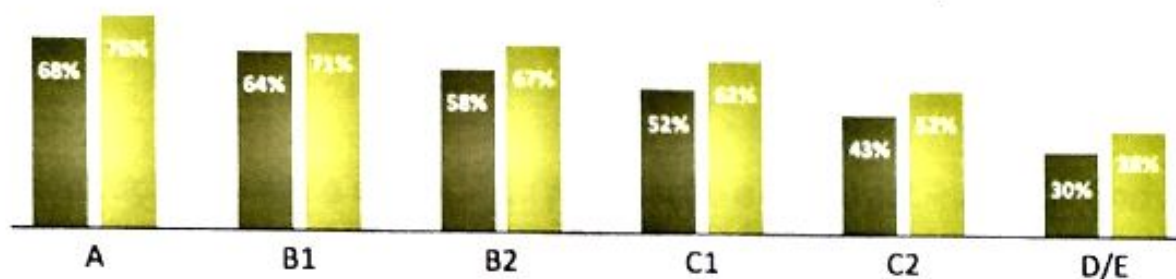
Sexo

Sex



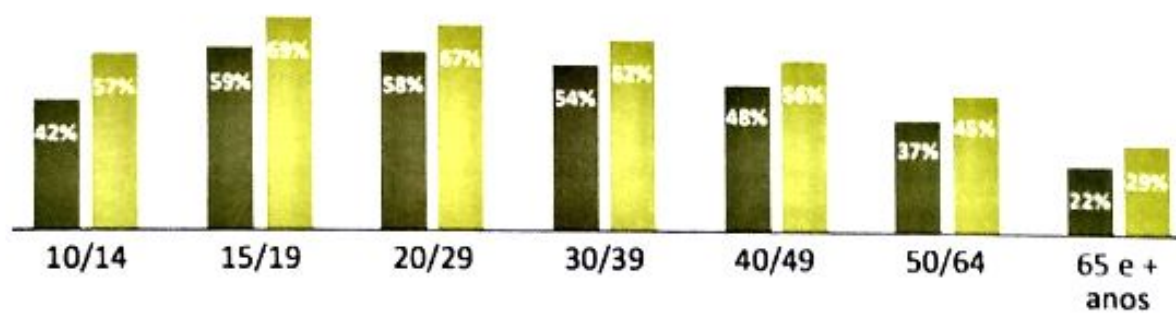
Classe econômica

Economic class



Faixa etária

Age group



Total OOH - Simples 7 dias
 Total OOH - Duplo 30 dias

Perfil dos consumidores (Jornal Impresso + digital)

Viewers profile (Print + digital newspaper)

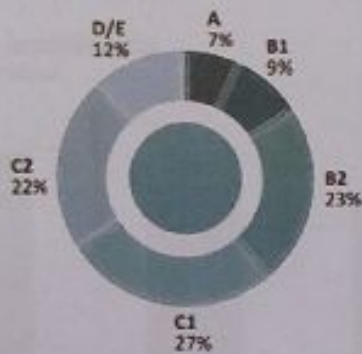
Sexo

Sex



Classe econômica

Economic class



Faixa etária

Age group



Penetração do meio no total da população e no target – AB 10+ anos

Penetration of the medium in the population and in the target – AB 10+ years

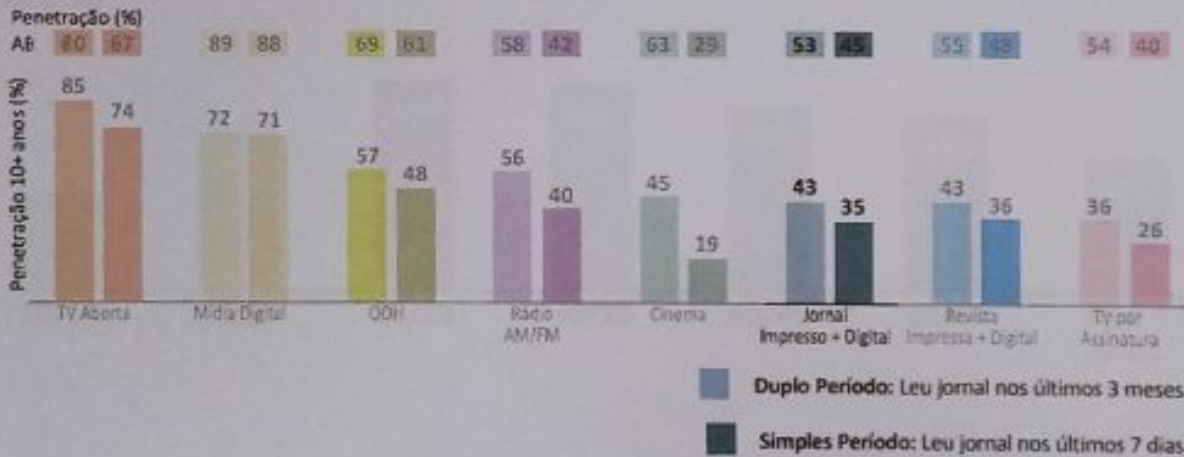


Gráfico 07 – Jornal Penetração

Penetração (Jornal Impresso + digital)

Viewers profile (Print + digital newspaper)

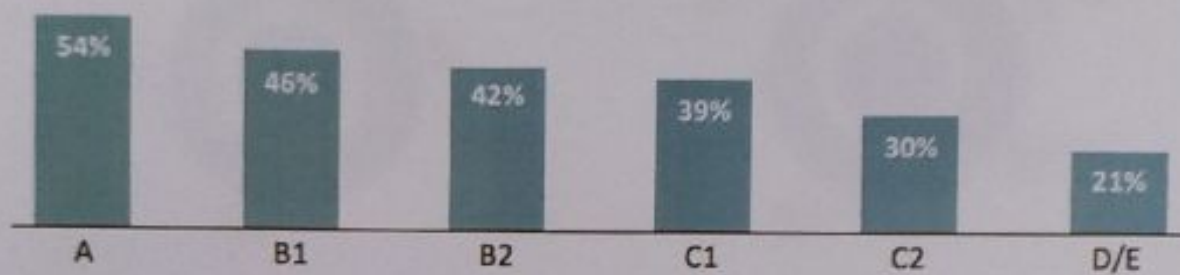
Sexo

Sex



Classe econômica

Economic class



Faixa etária

Age group

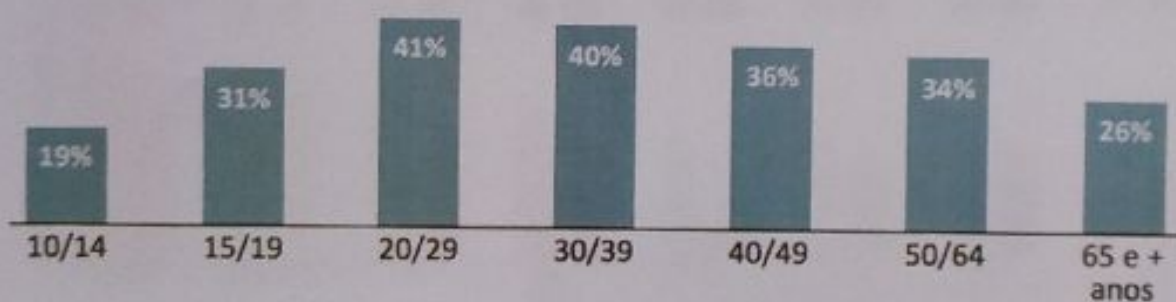


Gráfico 08 – Revista Perfil dos Consumidores

Perfil dos consumidores (Revista Impressa + Digital)

Profile of consumers (Print + Digital Magazine)

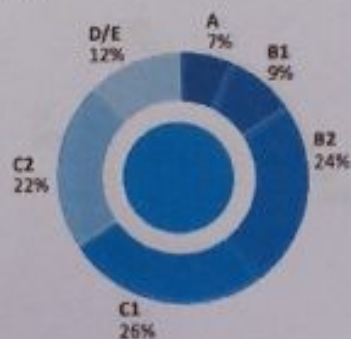
Sexo

Sex



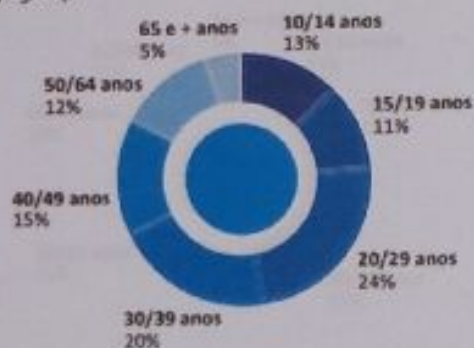
Classe econômica

Economic class



Faixa etária

Age group



Penetração do meio no total da população e no target – AB 10+ anos

Penetration of the medium in the population and in the target – AB 10+ years

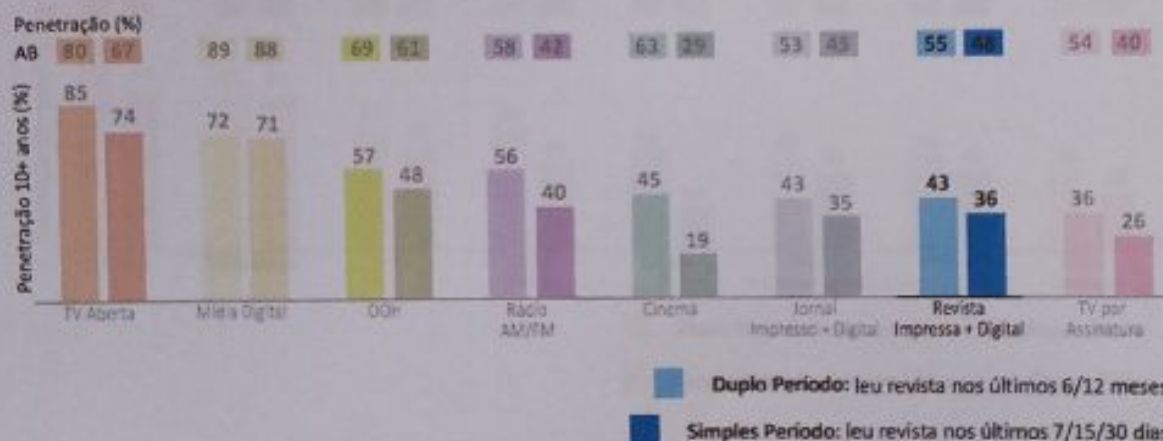


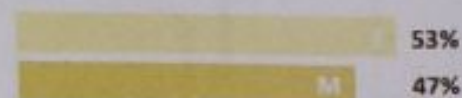
Gráfico 09 – Mídia Digital Perfil e Penetração

Perfil do internauta brasileiro – Acessou à internet nos últimos 30 dias

Profile of Brazilian Internet users – Accessed the internet in the last 30 days

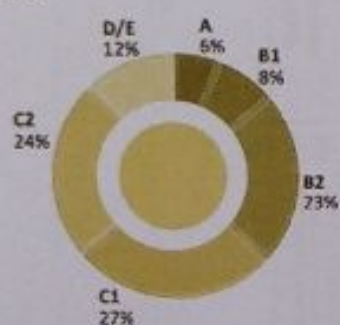
Sexo

Sex



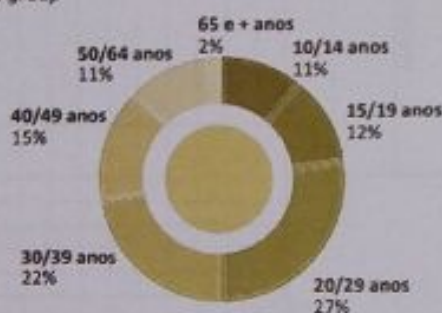
Classe econômica

Economic class



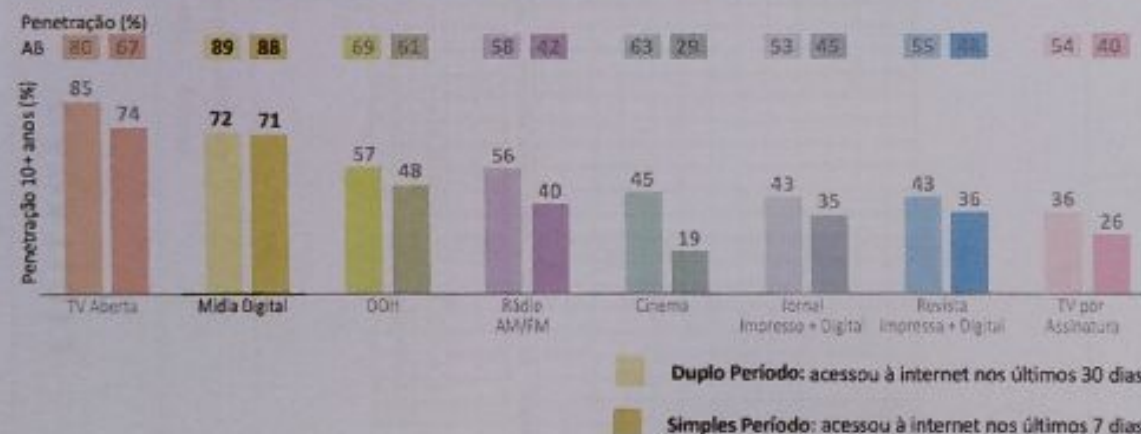
Faixa etária

Age group



Penetração do meio no total da população e no target – AB 10+ anos

Penetration of the medium in the population and in the target – AB 10+ years



LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEREIRA DO NATAL PRODUTO: INSTITUCIONAL	VEÍCULO: TRIBUNA DO NORTE CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019	MEIO: JORNAL PERÍODO: DEZEMBRO/2019	
FORMATO		FORMATO	
PEÇA		PEÇA	
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 C O S T O C I S D S T Q O S D S T Q Q S D S T Q Q S D S T Q Q S D S T A	TOT INS	CUSTO UNITÁRIO
NATAL / RN TRIBUNA DO NORTE			
REFERENTES A VEICULACAO DE SUPERBANNER, NA GAIPA DO PORTAL, PELO PERÍODO DE 06/12 DE 2019 A 06/01 DE 2020.			
** SUB-TOTAL			
OBSERVAÇÃO			
		1	TOTAL R\$
			15.000,00
			MEIA
			15.000,00
APPROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA			

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL	VEÍCULO: INTERTV CABUGI	MEIO: TELEVISÃO	
PRODUTO: INSTITUCIONAL	CAMPANHA: LICITACAO 2019	PERÍODO: NOVENBRO/2019	
FEÇA	FORMATO	FEÇA	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	TCT INS	CURTO UNITARIO
NATAL / RN	C A S I D S T I Q S S D S T Q S S D S T Q S S D S T Q S S	%	DESCONTO
INTERTV CABUGI		CUSTO TOTAL R\$	
REFERENTES A COTA DE PATROCÍNIO DO GI RN, PELO PERÍODO DE 09/11 A 09/12 DE 2019.			
- MÔDULO 1 NA HOME (DESKTOP)			
- ESTABELECIMENTO 1 NA HOME (MOBILE)			
- BEM-BEQUILHO MÓDULO EM TIUA A EDITORIA (DESKTOP E MOBILE)			
** SUB TOTAL	1		7.390,00
PRAZO PAGTO: 15 DEF-7.390,00	1		7.390,00
OBSERVAÇÃO		TOTAL R\$	7.390,00
		MEDIA	
		APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA	

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL
 PRODUTO: INSTITUCIONAL
 VEICULO: RADIO RR 8FM
 CAMPANHA: LICITACAO 2019

MEIO: RADIO FM
 PERIODO: JANEIRO/2020

PEÇA:
 FORMATO: 30" x 30"
 FORMATO: 30" x 30"

COLOCAÇÃO JANEIRO/2020	P E V 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 INS	CUSTO UNITARIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$	
																	Q
NATAL 1 RN																	862,82
RADIO RR 8FM													10				862,82
ROTATIVO													10				862,82
ROTATIVO													20				1.129,00
== SUB. TOTAL																	
													20			TOTAL R\$	1.129,00

OBSERVAÇÃO

MEDIA

APPROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL
 PRODUTO: INSTITUCIONAL
 VEICULO: RADIO MIX NATAL
 CAMPANHA: LICITACAO 2019
 MEIO: RÁDIO FM
 PERÍODO: JANEIRO/2020

PEÇA:
 FORMATO: 30" x 30"
 OBSERVAÇÃO:
 APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA:

PEÇA	FORMATO	VEICULO	RADIO MIX NATAL	CAMPANHA	LICITACAO 2019	MEIO	RÁDIO FM	PERÍODO	JANEIRO/2020	FORMATO	CUSTO UNITARIO	N° DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$
NATAL / RN													
RADIO MIX NATAL													583,00
ROTATIVO													583,00
ROTATIVO													1.166,00
** SUB. TOTAL													
OBSERVAÇÃO												TOTAL R\$	1.166,00
OBSERVAÇÃO												MEDIA	

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEREIRA DO NATAL VEÍCULO: RADIO 98 MÊS: JANEIRO/2028
 PRODUTO: INSTITUCIONAL CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019 PERÍODO: JANEIRO/2028

FORMATO

PEÇA

FORMATO
30"
30"

COLOCÇÃO JANEIRO/2028	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 MIS	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$	
NATAL / RN																																					
RADIO 28																																					
ROTATIVO	W	S	S																																	505,00	
ROTATIVO	X			S	S																														505,00		
-- SUB. TOTAL																																			1.215,00		

OBSERVAÇÃO

TOTAL R\$

1.215,00

MÉDIA

APPROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEREIRA DO NATAL
 PRODUTO: INSTITUCIONAL
 VEICULO: RADIO 96
 CAMPANHA: LICITACAO 2019
 MEIO: RADIO FM
 PERÍODO: JANEIRO/2020

PLÇA
 W - SPOT 13
 X - SPOT 14

FORMATO
 30"
 30"

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO JANEIRO/2020	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	D I S C O N T O	S E C T O R	T I P O	D I A	H O R A	D U R A C A O	T O T A L	I N S	C U R T O U N I T Á R I O	%	D E S C O N T O	C U S T O T O T A L R\$	
																FORMATO
NATAL / RN																
RADIO 96																
ROTATIVO	W	5														500,00
ROTATIVO	X															500,00
** SUB. TOTAL																1.100,00
TOTAL R\$															1.100,00	

OBSERVAÇÃO

MEDIA

APPROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

LICITAÇÃO																																																																							
CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL PRODUTO: INSTITUCIONAL					VEICULO: RADIO JOVEM PAN NATAL CAMPANHA: LICITACAO 2019					MEIO: RÁDIO FM PERÍODO: JANEIRO/2020																																																													
PEÇA W - SPOT 13 X - SPOT 14				FORMATO 30" 30"											FORMATO																																																								
COLOCAÇÃO JANEIRO/2020				OBSERVAÇÃO																																																																			
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	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$																																				
C	Q	Q	S	S	D	S	T	J	U	S	S	D	S	T	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	S	T	Q	Q	S	S	INS																																						
A																																																																							
NATAL / RN																																																																							
RADIO JOVEM PAN NATAL																																					555,00																																		
ROTATIVO				W	S	S																														555,00																																			
ROTATIVO				X			S	S																											1.110,00																																				
-- SUB. TOTAL																																																																							
TOTAL R\$																																			20																																	TOTAL R\$			1.110,00
MÍDIA																																																																				MÍDIA			
APPROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA																																																																				APPROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA			

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL PRODUTO: INSTITUCIONAL	VEICULO: RADIO 81 FM CAMPANHA: LICITACAO 2019	RADIO FM PERÍODO: DEZEMBRO/2019	FORMATO PEÇA
PEÇA I - SPOT	FORMATO 30"	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 A	OBSERVAÇÃO	CUSTO UNITARIO % DESCONTO CUSTO TOTAL R\$
NATAL / RN RADIO 81 FM ROTATIVO ** SUB. TOTAL	5 5 5 15 15	TOT BUS	810,00 810,00
TOTAL R\$		15	810,00
MIDIA			
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA			

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL
 PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEICULO: RADIO 104
 CAMPANHA: LICITACAO 2019

MEIO: RADIO FM
 PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA:
 Q - SPOT 08
 R - SPOT 05
 U - SPOT 10
 V - SPOT 11

FORMATO
 30"
 30"
 30"
 30"

PEÇA

FORMATO

COL. OC. / DATA	CLASS	SEG	TER	QUA	QUI	SEX	SAB	SUN	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	CUSTA UNITARIO	% DESCONTO	CUSTA TOTAL R\$	
COL. OC. / DATA																																					
NATAL 7 RN																																					
RADIO 104																																					
ROTATIVO	Q									5	5	5	5																							880,00	
ROTATIVO	R									5	5	5	5	5																						1.320,00	
ROTATIVO	T									5	5	5	5	5	5																					3.520,00	
ROTATIVO	U																																			748,00	
ROTATIVO	V																																			748,00	
-- SUB. TOTAL																																				7.216,00	

OBSERVAÇÃO

104	TOTAL R\$	7.216,00
	MEIA	
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA		

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL
 PRODUTO: INSTITUCIONAL
 VEICULO: RADIO MIX NATAL
 CAMPANHA: LICITACAO 2019
 MEIO: RADIO FM
 PERIODO: DEZEMBRO/2019

FORMATO

PEÇA

FORMATO

Q - SPOT 08
 R - SPOT 09
 T - SPOT 10
 U - SPOT 11
 V - SPOT 12

30"
 30"
 30"
 30"

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	CUSTO	%	CUSTO
		INS	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	D	S	D	S	D	S	D	S	D	S	D	S	D	S	D	S	D	S	D	S	INS	UNITARIO	DESCONTO	TOTAL R\$		
NATAL / RN																																					
RADIO MIX NATAL																																					
ROTATIVO		Q																																		1.186,00	
ROTATIVO		R																																		1.749,00	
ROTATIVO		T																																		4.654,00	
ROTATIVO		U																																		991,10	
ROTATIVO		V																																	991,10		
** SUB. TOTAL																																				9.561,20	

OBSERVAÇÃO

TOTAL R\$ 9.561,20

MEDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL
 PRODUTO: INSTITUCIONAL
 VEÍCULO: RADIO CBN
 CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019
 MEIO: RADIO FM
 PERÍODO: DEZEMBRO/2019

FORMATO

PEÇA

FORMATO

30"
30"
30"
30"

PEÇA
 Q - SPOT 05
 R - SPOT 09
 T - SPOT 18
 U - SPOT 11
 V - SPOT 12

COLOCAÇÃO DEZEMBRO/2019	P L C A	D I S P O S I T O	0 3 0 4 0 5 0 6 0 7 0 8 1 0 1 1	1 2 1 3 1 4 1 5	1 6 1 7 1 8 1 9	2 0 2 1 2 2 2 3 2 4	2 5 2 6 2 7 2 8 2 9 3 0	3 1 3 2 3 0 3 1	T O T A L	CUSTO UNITÁRIO	N. DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$
NATAL J RN												
RADIO CBN												
ROTATIVO	Q			5	5	5	5		20			2.046,00
ROTATIVO	R			5	5	5	5		30			3.099,00
ROTATIVO	T			5	5	5	5		75			7.672,50
ROTATIVO	U							5	19			1.534,50
ROTATIVO	V							5	17			1.795,10
** SUB. TOTAL									137			16.061,10

RESERVAÇÃO

RESERVAÇÃO												TOTAL R\$	16.061,10
												MÉDIA	

APPROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL
 PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEÍCULO: RADIO 88
 CAMPANHA: LICITACAO 2019

MEIO: RÁDIO FM
 PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA
 Q - SPOT 08
 M - SPOT 06
 T - SPOT 15
 U - SPOT 11
 V - SPOT 12

FORMATO
 30"
 30"
 30"
 30"
 30"

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO
 DEZEMBRO/2019

TOT
 INS

CUSTO
 TOTAL R\$

NATAL RN
 RADIO 88
 ROTATIVO
 ROTATIVO
 ROTATIVO
 ROTATIVO
 ROTATIVO
 → SUB-TOTAL

1.210,00
 1.815,00
 4.840,00
 1.028,50
 1.028,50
 9.322,00

20
 30
 80
 17
 17
 164

CUSTO
 UNITARIO

%
 DESCONTO

CUSTO
 TOTAL R\$

OBSERVAÇÃO

164

TOTAL R\$

9.322,00

MEDIA

APPROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL
 PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEICULO: RADIO CIDADE
 CAMPANHA: LICITACAO 2319

MEIO: RADIO FM
 PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA
 Q - SPOT 06
 R - SPOT 08
 T - SPOT 10
 U - SPOT 11
 V - SPOT 12

FORMATO
 30"
 30"
 30"
 30"

PEÇA

FORMATO

P 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	T O T A L	C U S T O U N I T Á R I O	%	D E S C O N T O	C U S T O T O T A L R\$
Q												20				1.080,00
R												30				1.820,00
T												92				4.380,00
U												15				810,00
V												22				1.188,00
** SUB. TOTAL												177				9.588,00

RESERVAÇÃO

177

TOTAL R\$

9.588,00

MÍDIA

APPROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL PRODUTO: INSTITUCIONAL	VEICULO: RADIO JOVEM PAN NATAL CAMPANHA: LICITACAO 2018	MÊS: ABRIL/18 PERÍODO: 06/12/2018-05/01/19	FORMATO: PEÇA:	
PEÇA: Q - SPOT 08 R - SPOT 06 T - SPOT 10 U - SPOT 11 V - SPOT 12	FORMATO: 30" 30" 30" 30"			
COLOCAÇÃO: DEZEMBRO/2018	P E C A	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 MES	
NATAL / RN RADIO JOVEM PAN NATAL				
ROTATIVO	5 5 5 5		20	
ROTATIVO	5 5 5 5 5		30	
ROTATIVO	5 5 5 5 5 5 5 5 5		90	
ROTATIVO	5 5 5		15	
ROTATIVO	5 5 7 5		22	
** SUB. TOTAL			177	
				5.110,00 5.095,00 4.500,00 825,00 9.230,00 9.100,00
			CUSTO (MÉDIA)	% DESCONTO
			177	TOTAL R\$
			MÉDIA	
			APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA	

OBSERVAÇÃO

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL PRODUTO: INSTITUCIONAL		VEÍCULO: RADIO 88,9FM CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019		MEIO: RADIO FM PERÍODO: NOVEMBRO/2019				
COLOCAÇÃO NOVEMBRO/2019	P E C A	DIA 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	FORMATO 30" 30" 30" 30" 30"	PEÇA D - SPOT 06 P - SPOT 07	CUSTO UNITÁRIO	DISCONTO %	CUSTO TOTAL R\$	
								TOT PIS
NATAL / FM								
RADIO 88,9FM								
ROTATIVO	J	5	5	5			1.125,00	
ROTATIVO	K	5	7	7			1.482,00	
ROTATIVO	L	5	7	7			1.266,75	
ROTATIVO	M			5	5	5	1.125,00	
ROTATIVO	N			5	5		562,50	
ROTATIVO	O			5	5	5	1.125,00	
ROTATIVOC	P			5	5	5	1.498,25	
-- SUB. TOTAL				140			7.875,00	
							TOTAL R\$	7.875,00
							MEDIA	
							APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA	

OBSERVAÇÃO

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL		VEÍCULO: RADIO 104		MEIO: RADIO FM																																																																						
PRODUTO: INSTITUCIONAL		CAMPANHA: LICITACAO 2019		PERÍODO: NOVENBR02019																																																																						
PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO																																																																							
J - SPOT 01	30"	O - SPOT 06	30"																																																																							
K - SPOT 02	30"	P - SPOT 07	30"																																																																							
L - SPOT 03	30"																																																																									
M - SPOT 04	30"																																																																									
N - SPOT 05	30"																																																																									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>CDL</th> <th>OCACAO</th> <th>NOVEMBRO/2019</th> <th>01</th> <th>02</th> <th>03</th> <th>04</th> <th>05</th> <th>06</th> <th>07</th> <th>08</th> <th>09</th> <th>10</th> <th>11</th> <th>12</th> <th>13</th> <th>14</th> <th>15</th> <th>16</th> <th>17</th> <th>18</th> <th>19</th> <th>20</th> <th>21</th> <th>22</th> <th>23</th> <th>24</th> <th>25</th> <th>26</th> <th>27</th> <th>28</th> <th>29</th> <th>30</th> <th>TOT</th> <th>CURTO</th> </tr> <tr> <th></th> <th></th> <th></th> <th>P</th> <th>E</th> <th>C</th> <th>A</th> <th>S</th> <th>D</th> <th>S</th> <th>T</th> <th>Q</th> <th>D</th> <th>S</th> <th>D</th> <th>S</th> <th>T</th> <th>Q</th> <th>D</th> <th>S</th> <th>D</th> <th>S</th> <th>T</th> <th>Q</th> <th>D</th> <th>S</th> <th>D</th> <th>S</th> <th>T</th> <th>Q</th> <th>D</th> <th>S</th> <th>INS</th> <th>TOTAL R\$</th> </tr> </thead> </table>						CDL	OCACAO	NOVEMBRO/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	TOT	CURTO				P	E	C	A	S	D	S	T	Q	D	S	D	S	T	Q	D	S	D	S	T	Q	D	S	D	S	T	Q	D	S	INS	TOTAL R\$
CDL	OCACAO	NOVEMBRO/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	TOT	CURTO																																								
			P	E	C	A	S	D	S	T	Q	D	S	D	S	T	Q	D	S	D	S	T	Q	D	S	D	S	T	Q	D	S	INS	TOTAL R\$																																									
NATAL / RN																																																																										
RADIO 104																																																																										
ROTATIVO			J	5	7	7																																																																				
ROTATIVO			K				5	7	7																																																																	
ROTATIVO			L							5	7	7																																																														
ROTATIVO			M									4	4	4	4																																																											
ROTATIVO			N																																																																							
ROTATIVO			O																																																																							
ROTATIVO			P																																																																							
-- SUB. TOTAL																																																																										
			OBSERVAÇÃO																																		TOTAL R\$		6.688,00																																			
																																					MÉDIA																																					
																																					APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA																																					

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL		VEÍCULO: RADIO 98		MEIO: RÁDIO FM																	
PRÓDUTO: INSTITUCIONAL		CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019		PERÍODO: NOVEMBRO/2019																	
PEÇA J - SPOT 01 K - SPOT 02 L - SPOT 03 M - SPOT 04 N - SPOT 05	FORMATO										FORMATO		CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$						
	30" 30" 30" 30"										30" 30"										
COLOCAÇÃO NOVEMBRO/2019	P	E	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	TOT INS	
NATAL / RN																					
RADIO 98																					
ROTATIVO	J	5	5	5																20	1.219,00
ROTATIVO	K		5	7	7															20	1.273,00
ROTATIVO	L				5	5	5													15	907,50
ROTATIVO	M						7	7	7											20	1.694,00
ROTATIVO	N							5	5											10	695,00
ROTATIVO	O								5	5	5									20	1.210,00
ROTATIVO	P									7	7	7								28	1.894,00
** SUB. TOTAL																				147	
TOTAL R\$																	8.881,50				
MÉDIA																					
OBSERVAÇÃO																					
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA																					

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEREÇA DO NATAL PRODUTO: INSTITUCIONAL		VEÍCULO: RADIO 95 CAMPAÑA: LICITACAO 2019		MENS: RADIO 95 PERÍODO: NOVEMBRO2019				
PEÇA J - SPOT 01 K - SPOT 02 L - SPOT 03 M - SPOT 04 N - SPOT 05	FORMATO 30" 30" 30" 30" 30"	PEÇA O - SPOT 06 P - SPOT 07	FORMATO 30" 30" 30"					
COLOCAÇÃO NOVEMBRO2019	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 D S T O D S T O D S T O D S	T O D S T O D S T O D S	TOT INS	CUSTO UNITARIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$	
NATAL I RN								
RADIO 95								
ROTATIVO	J 5 5 6 5			20			5.171,20	
ROTATIVO	K 5 5 5 5			20			5.171,20	
ROTATIVO	L 5 5			10			585,00	
ROTATIVO	M 7 7 7 7			28			1.878,00	
ROTATIVO	N 5 5			10			585,00	
ROTATIVO	O 5 5 5 5			20			5.171,20	
ROTATIVO	P 5 7 7 7 7			30			1.932,00	
== SUB. TOTAL				141			8.298,40	
				141			TOTAL R\$	8.298,40
							MEDIA	
				APROVAÇÃO DO CLIENTE: DATA				

OBSERVAÇÃO

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL		VEICULO: RADIO CRIANCA		MEIO: RADIO FM																																		
PRODUTO: INSTITUCIONAL		CAMPAHNA: LICITACAO 2018		PERÍODO: NOVEMBRO/2018																																		
PEÇA: J - SPOT 60" K - SPOT 90" L - SPOT 120" M - SPOT 150" N - SPOT 300" O - SPOT 600"		FORMATO: 30" 30" 30" 30" 30" 30"		FORMATO: 30" 30" 30"																																		
COLOCAÇÃO: NOVEMBRO 2018		PEÇA: O - SPOT 90" P - SPOT 07"		VALOR / UNIDADE																																		
NATAL / RN	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 MIS	CANTO MENSUAL	% PRELIMINAR	CANTO TOTAL			
RADIO CIDADE	C																																					
ROTATIVO	A	S	S	D	S	T	O	S	S	O	S	T	O	S	S	O	S	T	O	S	S	O	S	S	O	S	S	O	S	S	O	S	S					
	J	S	S	S																																		1.000,00
	K	S	S	S	S																																1.000,00	
	L	S	S	S		S	S	S																												800,00		
	M																4	4	4																	500,00		
	N																																				800,00	
	O																																				1.000,00	
	P																																				1.000,00	
- SUB TOTAL																																					6.000,00	
OBSERVAÇÃO																																						
TOTAL R\$ VALOR																																						
127 6.000,00																																						
APROVAÇÃO DO CLIENTE: _____																																						

LICITAÇÃO

CLIENTE	PREFEITURA DO NATAL	VEÍCULO	RÁDIO R1 FM	MÉDIO	RÁDIO FM																																		
PRODUTO	INSTITUCIONAL	CAMPAINHA	LICITACAO 2019	PERÍODO	OUTUBRO/2019																																		
PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO	FORMATO																																			
COLOCAÇÃO	PEÇA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOT PES	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL			
NATAL / RN																																							
RADIO R1 FM																																							
ROTATIVO	I																																						
RELIATIVO	J																																						
- SUB TOTAL																																							
OBSERVAÇÃO																	55			TOTAL R\$	3.879,00																		
																				MEDIA																			
																				APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA																			

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL VEICULO: RADIO 104
 PRODUTO: INSTITUCIONAL CAMPANHA: LICITACAO 2019

MEIO: RADIO FM

PERÍODO: OUTUBRO/2019

FORMATO

PEÇA

FORMATO
30"
30"

PIEÇA
I - SPOT
J - SPOT 01

CATEGORIA	DATA												CUSTO UNITARIO	nº DESCONTO	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	31
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	C O L O C A Ç Ã O																																	
C	A T O Q S S D B T Q Q S B D S T C Q S S D S T Q Q S S D S T Q Q																																	
A	NATAL / RN																																	
NATAL / RN																																		
RADIO 104																																		
ROTATIVO I																																		
ROTATIVO J																																		
-- SUB. TOTAL																																		
OBSERVAÇÃO																																		
																55		2.428,00																
																		TOTAL R\$																
																		MEDIA																
																																	APPROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA	

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO MATRAL PRODUTO: INSTITUCIONAL	VEÍCULO: SAOJO COB CAMPAÑA: LICITACAO 2018	MÊS: SAOJO FM PERÍODO: Outubro/2018	
FORMATO: 30" x 30"		PEÇA:	
PEÇA: 0 - SPOT 1 - SPOT 30"			
COLUCCAO OUTUBRO/2018	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31	707 100	CUSTO UNITARIO
SAOJO COB		% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$
SAOJO COB			4.000,00
REDUCCAO	5 5 5 5 5 5 5 5		1.000,00
REDUCCAO	5 5		5.000,00
- SUB. TOTAL	55		5.000,00
OBSERVAÇÃO			TOTAL R\$
			MEDIA
OBSERVAÇÃO			OBSERVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

MEIO: RADIO FM
PERÍODO: OUTUBRO/2019

VEÍCULO: RADIO 96
CAMPAINHA: LICITAÇÃO 2019

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL
PRODUTO: INSTITUCIONAL

FORMATO

PEÇA

FORMATO
30"
30"

PEÇA
I - SPOT
J - SPOT 60"

COLOCAÇÃO OUTUBRO/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	T O T A L	D I S T R I B U I D O	S E G U N D A	T E R Ç A	Q U A R T A	Q U I N T A	S E X T A	S Á B A D O	D O M I N G O	T O T A L	CUSTO UNITÁRIO	CUSTO TOTAL R\$	%	DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$	
																				INS
NATAL / RN																				
RADIO 96																				
ROTATIVO	I														45					2.655,00
ROTATIVO	J														10					590,00
** SUB. TOTAL															55					3.245,00
OBSERVAÇÃO															55	TOTAL R\$			3.245,00	
OBSERVAÇÃO																MEDIA				
OBSERVAÇÃO																APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA				

LICITAÇÃO

MEIO: TELEVISÃO
PERÍODO: JANEIRO/2020

VEÍCULO: TV BAND NATAL
CAMPANHA: LICITACAO 2019

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL
PRODUTO: INSTITUCIONAL

FORMATO

PEÇA

FORMATO
15"

COLOCAÇÃO	PEÇA	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	CUSTO TOTAL R\$
JANEIRO/2020		P	Q	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						
NATAL / RN																																				
TV BAND NATAL																																				
BRASIL URGENTE	H																																			1.035,00
BRASIL URGENTE SAB	H																																		1.035,00	
RN ACONTECE	H																																		1.011,00	
- SUB. TOTAL																																			3.081,00	

OBSERVAÇÃO

TOTAL R\$ 3.081,00

MIDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL
 PRODUTO: INSTITUCIONAL
 VEÍCULO: TV TROPICAL
 CAMPANHA: LICITACAO 2019
 MEIO: TELEVISÃO
 PERÍODO: JANEIRO/2020

FORMATO

FEÇA

FORMATO
15"

COLOCAÇÃO	FORMATO	FEÇA	TOT	CUSTO	%	CUSTO
JANEIRO/2020	15"	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	UNITÁRIO	DESCONTO	TOTAL R\$
NATAL / RN						
TV TROPICAL						
A HORA DO FARO	H		1			1.990,00
BALANÇO GERAL RN	H		1			1.800,00
CIDADE ALERTA ESPECIAL	H		1			1.200,00
CIDADE ALERTA RN	H H		2			3.360,00
** SUB. TOTAL			5			8.350,00

OBSERVAÇÃO

TOTAL R\$ 8.350,00
 MÉDIA
 APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL
 PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEÍCULO: TV PONTA NEGRA
 CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

MEIO: TELEVISÃO
 PERÍODO: JANEIRO/2020

PEÇA: **FORMATO 15"** / **FORMATO 18"**

COLOCAÇÃO JANEIRO/2020	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 INS	CUSTO UNITARIO	DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$
NATAL J RN																																							
TV PONTA NEGRA																																							
PATRUILHA DA CIDADE			H																																				4.243,50
PROGRAMA SILVIO SANTOS				H																																		5.199,90	
→ SUB. TOTAL																																						10.443,40	
																																		3		TOTAL R\$	10.413,00		
																																		MÉDIA					
																																		APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA					

RESERVAÇÃO

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL
 PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEICULO: TV BAND NATAL
 CAMPANHA: LICITACAO 2019

MEIO: TELEVISÃO
 PERÍODO: DEZEMBRO/2019

PEÇA
 E - VT 04
 F - VT 05
 G - VT 06

FORMATO
 15"
 15"
 15"

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO	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	%	CURTO
DEZEMBRO/2019	P	E	C	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	INS	UNITARIO	DESCONTO	TOTAL R\$
NATAL / RN																																			
TV BAND NATAL																																			
CAFE COM JORNAL						E	F				E	F	E				F														7			2.189,25	
JORNAL DA BAND						E											F														2			8.924,00	
OS DONOS DA BOLA										E							F														2			2.022,00	
JOGO ABERTO																															3			3.179,25	
RN ACONTECE						E											F														3			3.033,00	
** SUB. TOTAL																															17			17.338,50	

OBSERVAÇÃO

TOTAL R\$ 17.338,50

MEDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL
 PRODUTO: INSTITUCIONAL
 VEICULO: TV BANDA NATAL
 CAMPANHA: LICITAÇÃO 2018

MEIO: TELEVISÃO
 PERÍODO: NOVEMBRO/2018
 FORMATO: 50"
 18"
 18"

COLOCÇÃO	NOVEMBRO/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	TOT 946	CURTO IMPULSO	DESCONTO	CURTO TOTAL R\$																															
																																					A	B	C	D	Q	S	B																								
NATAL / RN																																																																			
TV BANDA NATAL																																																																			
CAFE COM JORNAL																																																																			
RN ACONTECE																																																																			
NOROESTE URGENTE																																																																			
NOROESTE URGENTE																																																																			
BRASIL URGENTE																																																																			
JORNAL DA BANDA																																																																			
JORNAL DA BANDA																																																																			
" SUB. TOTAL																																																																			
OBSERVAÇÃO																																																																			
																													20	TOTAL R\$																																					
																														MEDIA																																					
																															APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA																																				

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEREIRA DO NATAL PRODUTO: INSTITUCIONAL	VEICULO: TV TROPICAL CAMPANHA: LICITACAO 2019	MEIO: TELEVISÃO PERÍODO: NOVEMBRO/2019	FORMATO
PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
A - VT B - VI 01 C - VI 02 D - VI 03	30" 15" 15" 15"		
OBSERVAÇÃO			
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		
NATAL / RN			
TV TROPICAL			
JORNAL DA TROPICAL			
ENCONTO COM A NOTICIA			
DOMINGO ESPETACULAR			
CIDADE ALERTA RN			
CIDADE ALERTA ESPECIAL			
CIDADE ALERTA ESPECIAL			
CIDADE ALERTA			
BALANÇO GERAL RN			
A HORA DO FARO			
A HORA DO FARO			
-- SUB. TOTAL			
TOTAL R\$	34.185,75	TOTAL R\$	34.185,75
		MEDIA	
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA:			

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL
 PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEICULO: TV PONTA NEGRA
 CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019

MEIO: TELEVISÃO
 PERÍODO: NOVEMBRO/2019

PEÇA
 A - VT 01
 B - VT 02
 C - VT 03
 D - VT 03

FORMATO
 30"
 15"
 15"
 16"

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	CUSTO	%	CURTO	
NOVEMBRO/2019	C	S	D	S	T	D	S	T	D	S	T	D	S	T	D	S	T	D	S	T	D	S	T	D	S	T	D	S	D	IMS	UNITÁRIO	DESCONTO	TOTAL R\$			
NATAL / RN																																				
TV PONTA NEGRA																																				
NOTÍCIAS DA MANHÃ						B										C												D							2.119,50	
TUDO DE BOM					B							C																							3.889,00	
ARENA																				C															1.435,50	
PATRULHA DA CIDADE					B											C				C							D	D						10.858,75		
JORNAL DO DIA					B																														4.993,09	
PROGRAMA MAIS										A																									1.340,00	
PROGRAMA MAIS																	C									D									2.310,00	
JORNAL DO ESTADO					B														C																5.595,75	
PROGRAMA SILVIO SANTOS																																			8.199,50	
** SUB. TOTAL																														20					27.531,00	

OBSERVAÇÃO

TOTAL R\$
 27.531,00

MEIA

APPROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL		MÊS: DEZEMBRO		MÊS: DEZEMBRO							
PRODUTO: INSTITUCIONAL		CAMPAINHA: LICITAÇÃO 2019		PERÍODO: 01/12/2019							
PEÇA		FORMATO		PEÇA							
A - VT		30"		15"							
B - VT 60"											
COLOCAÇÃO	PERÍODO	DIAS	SEG	TER	QUA	QUI	SAB	SUN	TOT	VALOR	CUSTO
NATAL / RN											
TV BANDA NATAL											
CAFE COM JORNAL	A								1		417,00
BRASIL URGENTE LOCAL	A								2		2.090,00
BRASIL URGENTE	A								1		1.200,00
JOGO ABERTO	A								1		1.400,00
JORNAL DA BANDA	A								1		4.616,00
JORNAL DA BANDA	B								2		6.956,00
= SUB. TOTAL									9		17.685,00
OBSERVAÇÃO										TOTAL R\$	17.685,00
MEDIA											
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA											

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL
 PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEICULO: TV TROPICAL
 CAMPANHA: LICITACAO 2019

MEIO: TELEVISÃO
 PERÍODO: 01/10/2019

PEÇA
 A - VI
 B - VT 01

FORMATO
 30"
 16"

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	CUSTO	%	CUSTO	
OUTUBRO/2019	A	T	D	Q	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	INS	UNITÁRIO	DESCONTO	TOTAL R\$			
NATAL / RN																																					
TV TROPICAL																																					
FALA BRASIL	A																																				1.400,00
BALANÇO GERAL RN	A																																				2.400,00
CIDADE ALERTA	A																																				1.607,00
JORNAL DA TROPICAL	A																																				3.570,00
JORNAL DA TROPICAL	B																																				2.877,50
JORNAL DA RECORD	B																																				4.575,00
CIDADE ALERTA RN	A																																				4.400,00
CIDADE ALERTA RN	B																																				1.850,00
** SUB. TOTAL																																					22.279,50

OBSERVAÇÃO

TOTAL R\$ 22.279,50

MÍDIA

APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL
 PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEICULO: INTERTV CABUGI
 CAMPANHA: LICITACAO 2019

MED: TELEVISÃO
 PERÍODO: Outubro/2019

PEÇA
 A - VT
 B - VT 01

FORMATO
 30"
 15"

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO OUTUBRO/2019	P E C A	D 1 0 2	0 3	0 4	0 5	0 6	0 7	0 8	0 9	1 0	1 1	1 2	1 3	1 4	1 5	1 6	1 7	1 8	1 9	2 0	2 1	2 2	2 3	2 4	2 5	2 6	2 7	2 8	2 9	3 0	3 1	TOT INS	CUSTO UNITARIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$		
																																				T	Q
NATAL / RN																																					
INTERTV CABUGI																																					
BOM DIA RN	A																																				1.272,00
BOM DIA RN	B																																				636,00
BOM DIA BRASIL	A																																				1.475,00
JORNAL NACIONAL	A																																				7.575,00
MAIS VOCE	A																																				1.188,00
RN TV 1ª EDICAO	A																																				2.481,00
RN TV 2ª EDICAO	A																																				5.328,00
NOVELA III	A																																				5.432,50
JORNAL HOJE	A																																				2.783,00
JORNAL HOJE	B																																				2.887,25
CALDEIRAO DO HUCK	A																																				1.956,90
** SUB. TOTAL																																					31.881,75

OBSERVAÇÃO

TOTAL R\$

MÉDIA

APPROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA

LICITAÇÃO

CLIENTE	VEICULO	RADIO	RADIO FM																																																																																																								
PREFEITURA DO NATAL	VIOLÃO	TCM BFM																																																																																																									
PRODUTO	CAMPANHA	PERÍODO	VALOR																																																																																																								
INSTITUCIONAL	LICITAÇÃO 2018		10/10/2018 - 10/10/2018																																																																																																								
PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO																																																																																																								
M - SPOT 60 P - SPOT 30	30" 30"																																																																																																										
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th>COLUNAÇÃO</th> <th>10/10</th> <th>11/10</th> <th>12/10</th> <th>13/10</th> <th>14/10</th> <th>15/10</th> <th>16/10</th> <th>17/10</th> <th>18/10</th> <th>19/10</th> <th>20/10</th> <th>21/10</th> <th>22/10</th> <th>23/10</th> <th>24/10</th> <th>25/10</th> <th>26/10</th> <th>27/10</th> <th>28/10</th> <th>29/10</th> <th>30/10</th> <th>TOT PMS</th> <th>custo UNITARIO</th> <th>N DE DEPOSITOS</th> <th>custo TOTAL PMS</th> </tr> </thead> <tr> <td>M</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>P</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> <tr> <td>- SUB. TOTAL</td> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>				COLUNAÇÃO	10/10	11/10	12/10	13/10	14/10	15/10	16/10	17/10	18/10	19/10	20/10	21/10	22/10	23/10	24/10	25/10	26/10	27/10	28/10	29/10	30/10	TOT PMS	custo UNITARIO	N DE DEPOSITOS	custo TOTAL PMS	M																										P																										- SUB. TOTAL																									
COLUNAÇÃO	10/10	11/10	12/10	13/10	14/10	15/10	16/10	17/10	18/10	19/10	20/10	21/10	22/10	23/10	24/10	25/10	26/10	27/10	28/10	29/10	30/10	TOT PMS	custo UNITARIO	N DE DEPOSITOS	custo TOTAL PMS																																																																																		
M																																																																																																											
P																																																																																																											
- SUB. TOTAL																																																																																																											
OBSERVAÇÃO																																																																																																											
																							TOTAL PMS	R\$																																																																																			
																							TOTAL R\$	R\$																																																																																			
																							MÉDIA	R\$																																																																																			
																							APROVAÇÃO DO CLIENTE - DATA																																																																																				

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL PRODUTO: INSTITUCIONAL		VEICULO: REVISTA DE GUSTE CAMPAÑA: LICITACAO 2019		MÊS: NOVEMBRO PERÍODO: NOVEMBRO/2019	
PEÇA Z - ANUNCIO REVISTA		FORMATO: PAGINA DUPLA		FORMATO: FOLHETO	
COLOCAÇÃO: NOVEMBRO/2019		REVISTA DE GUSTE		CURTO PERÍODO	
REVISTA DE GUSTE		REFERENCIE A VEICULACAO DE ANUNCIO DE PAGINA DUPLA, NA EDICAO DE NOVEMBRO DE 2019		N. ANUNCIO	
-- SUB. TOTAL				TOTAL R\$	
				MÉDIA	
				APROVAÇÃO DO CLIENTE: DATA	

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL PRODUTO: INSTITUCIONAL		VEÍCULO: JORNAL DE FATO CAMPANHA LICITAÇÃO 2019		MEIO: JORNAL PERÍODO: NOVE MESES/2019																																			
PEÇA		PEÇA		FORMATO																																			
FORMATO		FORMATO		FORMATO																																			
COLOCAÇÃO NOVEMBRO/2019	P	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	TOT INS	CUSTO IMPLANTAC	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$				
	E	C	A	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	O	S	D	S	1	15.000,00	
JORNAL DE FATO IMPRIMITE A VEICULACAO DE BARRINH, NA ROME DO POSTAL, PELO PERIODO DE 09/11 A 09/12 DE 2019. ** SUB. TOTAL																																							
TOTAL R\$																																1	15.000,00						
OBSERVAÇÃO																																MÉDIA							
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA																																							

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL PRODUTO: INSTITUCIONAL		VEICULO: AGORA RN CAMPANHA: LICITACAO 2019										MODO: MIMA ALTERNATIVA PERIODO: OUTUBRO/2019																								
PEÇA	FORMATO										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	TOT INS	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$
AGORA RN	C	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	D	S	T	Q	1		8.879,08
REFERENTE A VETULICACAO DE HIGIENISER, FIXO NO TOPO DA NOBE, FELO TERMINO DE 09/10 A 09/11 DE 2019.																																				
-- SUBI TOTAL																																				
OBSERVAÇÃO																																				
																														TOTAL R\$		8.879,08				
																														MÉDIA						
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA																																				

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL PRODUTO: INSTITUCIONAL	VEÍCULO: PORTAL NCMR CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019	MEIO: MÍDIA ALTERNATIVA PERÍODO: NOVEMBRO/2019	FORMATO
FORMATO		PEÇA	
COLUNAÇÃO NOVEMBRO/2019 PORTAL NCMR	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	TIT INS
** SUB-TOTAL			
OBSERVAÇÃO			
OBSERVAÇÃO			
			TOTAL R\$
			6.000,00
			MÉDIA
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA			

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL
 PRODUTO: INSTITUCIONAL
 VEICULO: INTERTV COSTA BRANCA
 CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019
 MEIO: TELEVISÃO
 PERÍODO: NOVEMBRO/2019

FEÇA		PEÇA																FORMATO																	
P	C	A	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	TOT	FORMATO	
OBSERVAÇÃO																																			
COLocação																		TOT	FORMATO		VALOR														
NOVEMBRO/2019																		MS	CURTO	DESCONTO	SUBT	TOTAL	RS												
OBSERVAÇÃO																																			
INTERTV COSTA BRANCA																																			
BOM DIA RN																		3			189,00														
BOM DIA BRASIL																		2			477,00														
RN TV 1ª EDICAO																		6			2.348,00														
RN TV 2ª EDICAO																		4			5.148,00														
DOMINGAO DO FAUSTAO																		2			1.275,00														
MALHACAO - TODA FORMA DE AMAF																		2			6.858,00														
= SUB TOTAL																		17			17.195,00														
																										17			TOTAL R\$		17.195,00				
																													MEIA						
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA																																			

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL										VEÍCULO: INTERTV COSTA BRANCA										MEDI: TELEVISÃO															
PRODUTO: INSTITUCIONAL										CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019										PERÍODO: OUTUBRO/2019															
PEÇA: A - VT B - VT B1										FORMATO: 30" 18"										FORMATO:															
PEÇA	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	%	CUSTO	
A	T	Q	D	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	INS	UNITÁRIO	DESCONTO	TOTAL R\$		
COL. COCAÇÃO OUTUBRO/2019																																			598,00
INTERTV COSTA BRANCA																	A																	477,00	
BOM DIA RN																																		2.944,00	
BOM DIA BRASIL																																		872,00	
JORNAL NACIONAL																																		782,00	
ENCONTRO COM FATIMA BERNARDE																																		1.287,00	
RN TV 1s EDICAO												A																					1.446,00		
RN TV 1s EDICAO																																		1.772,00	
RN TV 24 EDICAO																																		532,00	
NOVELA B																																		10.893,00	
NOVELA B																																			
CALDEIRAO DO HUCK																																			
- SUB. TOTAL																																			
OBSERVAÇÃO																																			
TOTAL R\$																																			
MEDIA																																			
APPROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA																																			

LICITAÇÃO

LICITAÇÃO																																				
CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL PRODUTO: INSTITUCIONAL				VEICULO: GOOGLE ADS CAMPANHA: LICITACAO 2019				MEIO: MIDIA ALTERNATIVA PERÍODO: OUTUBRO/2019																												
PEÇA															FORMATO																					
FORMATO															PEÇA																					
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	TOT INS	CUSTO UNITARIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$
	A	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	D	S	T	Q			
GOOGLE ADS REPRESENTES A. ANUNCIOS DA REDE DS DISPLAY, NO PERÍODO DE 09 DE OUTUBRO DE 2019 A 06 DE JANEIRO DE 2020.															OBSERVAÇÃO				TOTAL R\$ 10.000,00																	
** SUB. TOTAL																			MÍDIA APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA																	

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL
 PRODUTO: INSTITUCIONAL

VEÍCULO: TWITTER
 CAMPANHA: LICITACAO 21*9

MEIO: OUTROS
 PERÍODO: OUTUBRO/2019

PEÇA

FORMATO

PEÇA

FORMATO

COLOCAÇÃO OUTUBRO/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 INS	CUSTO UNITARIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$	
																										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 T W I T T E E R C S T Q Q S S D S T D D S R S R S T O O S S D S T Q Q
TWITTER REFERENTE A ANUNCIOS PATROCINADOS NA REDE TWITTER.COM. NO PERÍODO DE 05 DE OUTUBRO DE 2019 A 05 DE JANEIRO DE 2020																								1		10.000,00
** SUB. TOTAL																								1		10.000,00
RESERVAÇÃO																								1		10.000,00
																								TOTAL R\$		10.000,00
																								MÉDIA		
																								APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA		

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL		VEÍCULO: YOUTUBE.COM		MEIO: OUTROS	
PRODUTO: INSTITUCIONAL		CAMPANHA: LICITAÇÃO 2019		PERÍODO: OUTUBRO/2019	
PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO	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 C A T O D O S D I A S D E S E T E M B R O E O T O B R O	TOT RHS	CUSTO UNITÁRIO	% DESCONTO	CUSTO TOTAL R\$
YOUTUBE.COM					
REFERENTE A MENSAGEM PATROCINADAS NO YOUTUBE.COM, NO PERÍODO DE 01 DE OUTUBRO DE 2019 A 06 DE JANEIRO DE 2020.					
= SUB. TOTAL					
TOTAL R\$ 20.000,00					
MÉDIA					
APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA					

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL PRODUTO: INSTITUCIONAL	VEICULO: FACEBOOK ADS CAMPANHA: LICITACAO 2019	MEIO: OUTROS PERÍODO: OUTUBRO/2019	
PEÇA	FORMATO	PEÇA	FORMATO
COLOCAÇÃO OUTUBRO/2019	P E C A	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 RNS
FACEBOOK ADS	Q U I S I D O S I S T I D O S I S T I D O S I S T I D O	S I S T E M A	
REFERENTE A MERCADOS PATROCÍNIOOS NAS REDES FACEBOOK E INSTAGRAM, NO PERÍODO DE 09 DE OUTUBRO DE 2019 A 08 DE JANEIRO DE 2020			
-- SUB TOTAL			
			46.000,00
			46.000,00
			TOTAL R\$
			46.000,00
			MÉDIA
APPROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA:			

LICITAÇÃO

CLIENTE: PREFEITURA DO NATAL PRODUTO: INSTITUCIONAL		VEÍCULO: VEJA REGIONAL PERIPARNAL CAMPANHA: LICITAÇÃO 2/13		MEO: REVISTA PERÍODO: OUTUBRO/2013		FORMATO	
PEÇA A - ANUNCIO REVISTA		FORMATO PAGINA SIMPLES		PEÇA		FORMATO	
COL.OCACAO OUTUBRO/2013		P 01020004050507080910111213141516171819202122232425262728293031 C T Q D S D S T T Q Q S S D S T Q Q S S D S T Q Q S D S T Q Q		TOT MES		CUSTO UNITARIO	
VEJA REGIONAL PERIPARNAL		REFERENTE A VEICULACAO DE ANUNCIO DE PAGINA SIMPLES, NA EDICAO DA VEJA REGIONAL PE/AL/SE/PA, COM DATA DE		CUSTO TOTAL R\$		DESCONTO	
VEICULACAO PARA O DIA 27 DE OUTUBRO DE 2013.		** SUB. TOTAL		1		26.700,00	
** SUB. TOTAL		OBSERVAÇÃO		1		26.700,00	
				TOTAL R\$		MEDIA	
				APROVAÇÃO DO CLIENTE / DATA			

	LICITAÇÃO	
--	------------------	--

Cliente: PREFEITURA DO NATAL Campanha: LICITACAO 2019 Produto: INSTITUCIONAL Espécie: BUSDOOR Título: NATAL EM NATAL Acabamento: Pz. Entrega:	CNPJ: 08.241.747/0016-20 PIT: Meio: OUTROS Formato: BACKBUS Cores: Validade:
---	---

ESPECIFICAÇÕES

REFERENTE A PRODUCAO DE 20 PLACAS DE BUSDOOR, DO TIPO BACKBUS.

	DESCRIÇÃO	VALOR	TOTAL GERAL
	OPÇÃO FORNECEDOR		
1	PRODUCAO BACKUS (Qty 20) AFFICHE MIDIA E COMUNICACAO	8.000,00	8.000,00

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

	LICITAÇÃO	
--	------------------	--

Cliente: PREFEITURA DO NATAL Campanha: LICITAÇÃO 2019 Produto: INSTITUCIONAL Espécie: FOLDER Título: NATAL EM NATAL Acabamento: LAMINAÇÃO FOSCA Pz. Entrega:	CNPJ: 08.241.747/0016-20 PIT: Melo: GRAFICA OFF-SET Formato: 64,5x15 Cores: 4x4 cores Validade:
---	--

ESPECIFICAÇÕES

REFERENTE A PRODUÇÃO

PEÇA: FOLDER

FORMATO: 64,5x15cm (Aberto). 21,5x15cm (Fechado) | 4x4 cores | 02 dobras

PAPEL: Couche Fosca 210g

ACABAMENTO: LAMINAÇÃO FOSCA

QUANTIDADES: 20.000 UNIDADES

	DESCRIÇÃO OPÇÃO FORNECEDOR	VALOR	TOTAL GERAL
1	PRODUCAO FOLDER (Qtd 20000) UNIGRÁFICA	14.220,00	14.220,00

--	--	--	--

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

	LICITAÇÃO	
--	------------------	--

Cliente: PREFEITURA DO NATAL
 Campanha: LICITACAO 2019
 Produto: INSTITUCIONAL
 Espécie: HOTSITE
 Título: NATAL EM NATAL
 Acabamento:
 Pz.Entrega:

CNPJ: 08.241.747/0016-20
 PIT:
 Meio:
 Formato:
 Cores:
 Validade:

ESPECIFICAÇÕES

REFERENTE A PRODUÇÃO DE HOTSITE ESPECÍFICO PARA O NATAL EM NATAL, CONTENDO: INFORMAÇÕES SOBRE O EVENTO, PROGRAMAÇÃO GALERIA DE FOTOS, INTERAÇÃO COM REDES SOCIAIS, LOCALIZAÇÃO DOS EVENTOS.

OPÇÃO	DESCRIÇÃO	VALOR	TOTAL GERAL
1	HOTSITE (Qtd 1) SELECT 4	9.000,00	9.000,00

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

	LICITAÇÃO	
--	------------------	--

Cliente: PREFEITURA DO NATAL Campanha: LICITAÇÃO 2019 Produto: INSTITUCIONAL Espécie: OUTDOOR Título: NATAL EM NATAL Acabamento: Pz. Entrega:	CNPJ: 08.241.747/0016-20 PIT: Meio: OUTROS Formato: Cores: Validade:
---	---

ESPECIFICAÇÕES

REFERENTE A PRODUÇÃO DE PLACAS DE OUTDOOR, CONFORME ESPECIFICADO ABAIXO:

- 02 PLACAS DUPLAS EM NATAL, EM LONA
- 10 PLACAS SIMPLES EM NATAL, EM PAPEL
- 05 PLACAS SIMPLES EM MOSSORO, EM PAPEL
- 05 PLACAS SIMPLES EM PARNAMIRIM, EM PAPEL
- 05 PLACAS SIMPLES EM SAC GONCALO DO AMARANTE
- 10 PLACAS SIMPLES EM RECIFE, EM PAPEL
- 10 PLACAS SIMPLES EM JOAO PESSOA, EM PAPEL
- 10 PLACAS SIMPLES EM FORTALEZA, EM PAPEL

	DESCRIÇÃO OPÇÃO FORNECEDOR	VALOR	TOTAL GERAL
1	PRODUÇÃO OUTDOOR (Qtid 52) BANDEIRANTES POTIGUAR	29.000,00	29.000,00

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

LICITAÇÃO	
------------------	--

Cliente: PREFEITURA DO NATAL Campanha: LICITAÇÃO 2018 Produto: INSTITUCIONAL Espécie: VT + SPOT Título: NATAL EM NATAL Acabamento: Pz.Entrega:	CNPJ: 08.241.747/0015-20 PIT: Meio: Formato: Cores: Validade:
--	--

ESPECIFICAÇÕES

REFERENTE A PRODUÇÃO DE 01 VT INSTITUCIONAL DE 30", 07 VT'S DE MANUTENÇÃO (DE 15"), 01 SPOT INSTITUCIONAL DE 30", 14 SPOTS DE 30" COM EVENTOS DA PROGRAMAÇÃO, FOTOS EM ESTUDIO, ADAPTAÇÃO DOS VIDEOS PARA UTILIZAÇÃO EM REDES SOCIAIS.

OPÇÃO FORNECEDOR	VALOR	TOTAL GERAL
1 PECAS ELETRONICAS (Qty 1) DUETO PRODUÇÕES	144.379,10	144.379,10

	Cópia	Aprovação pelo Cliente	Data
--	-------	------------------------	------

NATAL EM NATAL - MAPA DE MÍDIA OUTUBRO/2019		CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO / VEICULAÇÃO																																						
VEICULO	PEÇA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31								
INTER V CABUGI	A - 30"									1										1																				
INTER TV CABUGI	B - 15"																																							
TV PONTA NEGRA	A - 30"								1																															
TV PONTA NEGRA	B - 15"																																							
TV TROPICAL	A - 30"								1																															
TV TROPICAL	B - 15"																																							
INTERTV COSTA BRANCA	A - 30"								1																															
INTERTV COSTA BRANCA	B - 15"																																							
RADIO JOWEM PAN	I - 30"																																							
RADIO JOWEM PAN	J - 30"																																							
RADIO CIDADE	I - 30"																																							
RADIO CIDADE	J - 30"																																							
RADIO 95 FM	I - 30"																																							
RADIO 95 FM	J - 30"																																							
RADIO 98 FM	I - 30"																																							
RADIO 98 FM	J - 30"																																							
RADIO 98 FM	I - 30"																																							
RADIO 98 FM	J - 30"																																							
RADIO CBN	I - 30"																																							
RADIO CBN	J - 30"																																							
RADIO MIX	I - 30"																																							
RADIO MIX	J - 30"																																							
RADIO 104 FM	I - 30"																																							
RADIO 104 FM	J - 30"																																							
RADIO 88,9 FM UNIVERSITARIA	I - 30"																																							
RADIO 88,9 FM UNIVERSITARIA	J - 30"																																							
RADIO 91 FM	I - 30"																																							
RADIO 91 FM	J - 30"																																							
PORTAL AGORA RN	BANNER WEB																																							
RADIO TCM MOSSORO	I - 30"																																							
RADIO RURAL CAICÓ FM	I - 30"																																							
OUTDOOR NATAL	DUPL0																																							
FACEBOOK ADS	DIVERSOS																																							
YOUTUBE ADS	DIVERSOS																																							
TWITTER ADS	DIVERSOS																																							
GOOGLE ADS	DIVERSOS																																							

CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO/VEICULAÇÃO

NATAL EM NATAL - MAPA DE MÍDIA OUTUBRO/2019																																							
VEÍCULO	PEÇA		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31						
REVISTA VEJA PE/AI/P3/RN	ANUNCIO PAGINA SIMPLES																																						
AFRICHE MÍDIA	BACKBUS DIVERSOS																																		20	20	20	20	
BANDEIRANTES OUTDOOR	PLACA DUPLA																																			2	2	2	2

NATAL EM NATAL - MAPA DE MÍDIA NOVEMBRO/2019

CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO / VEICULAÇÃO

VEÍCULO	PEÇA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30					
RADIO 95 FM	M - 30"																					7	7	7	7											
RADIO 95 FM	N - 30"																								5											
RADIO 95 FM	O - 30"																									5	5	5	5							
RADIO 95 FM	P - 30"																										5	7	7	7	7					
96 FM	J - 30"	5	5	5	5																															
96 FM	K - 30"					5	5	5	5																											
96 FM	L - 30"														5	5																				
96 FM	M - 30"																				7	7	7	7												
96 FM	N - 30"																																			
96 FM	O - 30"																																			
96 FM	P - 30"																																			
98 FM	J - 30"	5	5	5	5																															
98 FM	K - 30"																																			
98 FM	L - 30"														5	5	5																			
98 FM	M - 30"																																			
98 FM	N - 30"																																			
98 FM	O - 30"																																			
98 FM	P - 30"																																			
RADIO CBN	J - 30"	5	7	7	7																															
RADIO CBN	K - 30"																																			
RADIO CBN	L - 30"																																			
RADIO CBN	M - 30"																																			
RADIO CBN	N - 30"																																			
RADIO CBN	O - 30"																																			
RADIO CBN	P - 30"																																			
RADIO MIX	J - 30"	5	5	5	5																															
RADIO MIX	K - 30"																																			
RADIO MIX	L - 30"																																			
RADIO MIX	M - 30"																																			
RADIO MIX	N - 30"																																			
RADIO MIX	O - 30"																																			
RADIO MIX	P - 30"																																			
RADIO 104 FM	J - 30"	5	7	7	7																															
RADIO 104 FM	K - 30"																																			
RADIO 104 FM	L - 30"																																			
RADIO 104 FM	M - 30"																																			

NATAL EM NATAL - MAPA DE MÍDIA DEZEMBRO/2019		CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO / VEICULAÇÃO																																				
VEÍCULO	PEÇA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31						
INTERTV CABUGI	E- 15"						1	1	1	2	1	1	1	1																								
INTERTV CABUGI	F- 15"				1					1								1	1																			
INTERTV CABUGI	G- 15"																														1	1	1	1				
TV PONTA NEGRA	E- 15"				1																																	
TV PONTA NEGRA	F- 15"				1														1	1	1	1	1															
TV PONTA NEGRA	G- 15"																															1	1	1	1			
TV TROPICAL	E- 15"	1																																				
TV TROPICAL	F- 15"				1																												1	1	2	1		
TV TROPICAL	G- 15"																																					
BAND NATAL	E- 15"				1	1	1																															
BAND NATAL	F- 15"				1																																	
BAND NATAL	G- 15"																																					
INTERTV COSTA BRANCA	E- 15"				1																																	
INTERTV COSTA BRANCA	F- 15"				1														1	1	1	1	1	1														
INTERTV COSTA BRANCA	G- 15"																																					
RÁDIO JOVEM PAN	Q- 30"																																					
RÁDIO JOVEM PAN	R- 30"																																					
RÁDIO JOVEM PAN	T- 30"																																					
RÁDIO JOVEM PAN	U- 30"																																					
RÁDIO JOVEM PAN	V- 30"																																					
RÁDIO CIDADE	Q- 30"																																					
RÁDIO CIDADE	R- 30"																																					
RÁDIO CIDADE	T- 30"																																					
RÁDIO CIDADE	U- 30"																																					
RÁDIO CIDADE	V- 30"																																					
RÁDIO 95 FM	Q- 30"																																					
RÁDIO 95 FM	R- 30"																																					
RÁDIO 95 FM	T- 30"																																					
RÁDIO 95 FM	U- 30"																																					
RÁDIO 95 FM	V- 30"																																					
RÁDIO 96 FM	Q- 30"																																					
RÁDIO 96 FM	R- 30"																																					
RÁDIO 96 FM	T- 30"																																					
RÁDIO 96 FM	U- 30"																																					
RÁDIO 96 FM	V- 30"																																					
RÁDIO 98 FM	Q- 30"																																					

NATAL EM NATAL - MAPA DE MÍDIA DE JANEIRO 2020		CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO / VEÍCULO																																	
VEÍCULO	PEÇA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31			
INTERTV CABUGI		1	1	1	1	1	2																												
TV PONTA NEGRA		1				1	1																												
TV TROPICAL		1	1	1	1	1																													
BAND NATAL		1	1	1	1	1																													
RADIO JOVEM PAN		5	5																																
RADIO CIDADE		5	5																																
RADIO 95 FM		5	5																																
RADIO 95 FM		5	5																																
RADIO 96 FM		5	5																																
RADIO 96 FM		5	5																																
RADIO 96 FM		5	5																																
RADIO 96 FM		5	5																																
RADIO CBN		5	5																																
RADIO MIX		5	5																																
RADIO MIX		5	5																																
RADIO 104 FM		5	5																																
RADIO 104 FM		5	5																																
RADIO 88.9 FM UNIVERSITARIA		5	5																																
RADIO 88.9 FM UNIVERSITARIA		5	5																																
91 FM		5	5																																
91 FM								7	7																										
TV ONLINE		*	*	*	*	*	*	*	*																										
FACEBOOK ADS		*	*	*	*	*	*	*	*																										
YOUTUBE ADS		*	*	*	*	*	*	*	*																										
TWITTER ADS		*	*	*	*	*	*	*	*																										
GOOGLE ADS		*	*	*	*	*	*	*	*																										

Distribuição da verba da campanha

Produção	Valor em R\$	Percentual
Produção Gráfica	R\$ 51.220,00	4,28%
Folder	R\$14.220,00	1,19%
Outdoor	R\$ 29.000,00	2,42%
Backbus	R\$ 8.000,00	0,67%
Produção Eletrônica	R\$ 153.379,10	12,80%
VT e Foto	R\$ 129.027,64	10,77%
Spot	R\$ 15.351,46	1,28%
Hotsite	R\$ 9.000,00	0,75%

Mídia	Valor em R\$	Percentual
TV	R\$ 487.301,75	40,66%
Rádio	R\$ 220.674,45	18,41%
Mídia Impressa	R\$ 48.438,04	4,04%
Jornal	R\$ 11.738,04	0,98%
Revista	R\$ 36.700,00	3,06%
Mídia Digital	R\$ 140.270,00	11,70%
Banner web	R\$ 52.270,00	4,37%
Google Ads	R\$ 10.000,00	0,83%
Facebook Ads (FB e IG)	R\$ 48.000,00	4,00%
Twitter Ads	R\$ 10.000,00	0,83%
YouTube	R\$ 20.000,00	1,67%
Mídia Exterior	R\$ 97.200,00	8,11%
Outdoor	R\$ 67.200,00	5,61%
Backbus	R\$ 30.000,00	2,50%
Total	R\$ 1.198.483,34	100%