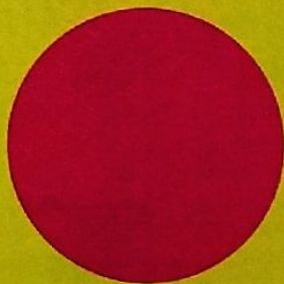


ATENDIMENTO,  
REPERTÓRIO,  
RELATOS DE  
SOLUÇÕES  
E DIREITOS  
AUTORAIS



fazpro

3  
2  
A  
N  
O  
S

ENVELOPE C • CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, REPERTÓRIO, RELATOS DE SOLUÇÕES  
DE PROBLEMAS E TRATAMENTO DOS DIREITOS AUTORAIS

Faz Propaganda Ltda.

Concorrência Pública Nº 24.001/2019  
A PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL

*[Handwritten signatures and initials]*



fazpro

ms  
ms  
ms  
ms  
ms  
ms



## 9.9.2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO

### 9.9.2.1 - Indicação das instalações disponíveis e do aparelhamento técnico considerado essencial à boa execução dos serviços:

A Faz Propaganda possui todas as instalações necessárias à boa execução dos serviços de publicidade e propaganda a Prefeitura de Natal. Sua sede localiza-se em Natal/RN, no bairro de Petrópolis, em prédio próprio com mais de 450 metros quadrados de área construída e projetado especialmente para abrigar a agência. Nele, a agência oferece a clientes e funcionários um espaço de trabalho agradável e confortável para a execução dos serviços.



Foto 01: vista externa da sede da Faz Propaganda

Dentro desse objetivo, a Faz Propaganda é distribuída em departamentos/setores, que funcionam em ambientes especialmente formatados para o pleno desempenho das atividades. A estrutura física da agência divide-se em dois pisos: no primeiro, ficam a recepção/lobby; sala de Atendimento, para pequenas reuniões privadas; sala do Administrativo/Financeiro; espaço de convivência, copa e cozinha integrados.

Neste piso também se encontra um estúdio de TV com tratamento acústico e iluminação apropriados, disponível para gravação, captação e geração de imagens e transmissão de conteúdo digital.

*Handwritten signatures and initials in blue ink, including the name 'sebaez'.*





Foto 02: Recepção



Foto 03: Sala de Atendimento



Foto 04: Administrativo/Financeiro

Handwritten notes in blue ink, including the word "recepção" and several scribbles.





Foto 05: Copa e convivência



Foto 06: Estúdio

No segundo piso do prédio está localizada a Criação, que funciona em uma ampla sala em ... Nela, atuam os profissionais de Criação, Atendimento e Mídia/Produção, que trabalham de forma integrada, minimizando o tráfego entre setores e otimizando a comunicação.

*[Handwritten signatures and initials in blue ink]*





Foto 07: Criação/Atendimento/Mídia

O segundo piso da agência também abriga uma confortável Sala de Reuniões, para encontros de Atendimento e Planejamento; e a sala da Diretoria, também utilizada para atendimentos reservados e reuniões com clientes. Na antessala que dá acesso aos dois espaços, podemos encontrar uma valiosa coleção de mais de 3 mil livros das mais diversas áreas, com destaque para inúmeros títulos em Comunicação, Design, Publicidade e Política, além de Literatura Potiguar e História do Rio Grande do Norte.



Foto 08: Antessala e biblioteca

Handwritten notes in blue ink, including a signature and initials, located to the right of the photograph.





Foto 09: Sala de Reuniões



Foto 10: Sala da Diretoria

Sempre ligada em tecnologia, a Faz Propaganda foi uma das primeiras agências do estado a se informatizar. Desde então, realiza constantes upgrades em sua estrutura para acompanhar a evolução tecnológica em equipamentos e recursos.

O setor de Criação utiliza a plataforma iMac, da Apple, o que coloca a agência no mesmo nível tecnológico das melhores do mercado, sendo esta plataforma considerada o padrão de escolha para artes gráficas, para a qual é utilizada amplamente.

Dispomos dos seguintes equipamentos para editoração: 06 computadores Apple iMac com sistema operacional macOS, com tamanhos de tela 21,5 e 27 polegadas, 2.4GHz Intel Core 2 Duo, 4 GB 667 MHz DDR2 SDRAM, que receberam atualização na memória RAM e no armazenamento com a substituição de HDDs (hard disks drives) por SSDs (Solid State Drives) de 256gb, cerca de 10 vezes mais rápidos que um disco rígido comum. Isso permite

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature at the top and several smaller initials below it.



o acesso mais rápido a arquivos, latência (tempo até acessar um arquivo) menor e também tempo de carregamento reduzido, o que facilita e otimiza o dia a dia da agência, onde o manuseio de arquivos em alta qualidade gráfica é comum. A Criação ainda dispõe de: 01 Apple iMac 21,5 polegadas, display LED, 2.3 GHz dual core Intel i5 64MB eDRAM, 8GB DDR4 e HD 1TB; e 01 PC Windows 10 Pro, processador Intel Core i7-770 CPU 3.60GHZ, 16GB RAM, HD 500 GB, placa de vídeo Gigabyte AMD Radeon RX 550 2G, GDDR5 - GV-RX550D5-2GD e monitor widescreen 19 polegadas.

Além destes desktops, também fazem parte dos equipamentos de uso da agência 03 notebooks MacBook Apple com processador Intel i5, 8 GB de RAM e armazenamento de 500 gb; 01 MacBook Apple com processador Intel i7 3.1 GHz, 16 GB de RAM e SSD de 256 gb; e 01 notebook Windows Intel i7 4510-U 2.60GHZ, 12 GB de RAM e HD 1tb.

A rede interna de dados da agência é composta por um servidor host HP Proliant ML110 G9, com processador Intel Xeon CPU E5-1603 v3 2.80GHz, com memória de 8GB, disco 2x4TB (RAID 1 via controladora, sendo partição C: 60GB – Sistema e Partição E: 3.66TB – VMs) e um switch com velocidade de até 1Gbps, centralizando todo o sistema de arquivos e documentos, o que permite um maior controle do que é produzido, além de agilizar a busca e o backup de informações. O servidor roda Windows Server 2008R2 Enterprise e possui arquivamento espelhado, garantindo a segurança dos dados e diminuindo o risco de perda dos trabalhos. Toda a agência é interligada através de rede para editoração e salvamento dos trabalhos executados. As especificações técnicas dos ativos de rede da agência são as seguintes:

#### Servidores Físicos:

1. SERVIDOR HOST - Windows Server 2008R2 Enterprise

Modelo: HP Proliant ML110 G9

Processador: Intel Xeon CPU E5-1603 v3 2.80GHz

Memória: 8GB

Disco: 2x4TB (RAID 1 via controladora)

Disco virtual 0: 60GB

Disco virtual 1: 3.66TB

Partição C: 60GB – Sistema

Partição E: 3.66TB – VMs

Nome NETBIOS: SERVIDORHOST

IP: 192.168.0.3

Funções: Hyper-v

2. SERVIDOR DE INTERNET – PfSENSE 2.4.3 amd64

Modelo: Torre

Processador: Intel Core i3-3220 CPU 3.30GHz

Memória: 4GB

Disco: SSD 60GB

Host name: router

IP: 192.168.0.5

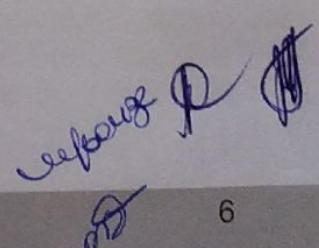
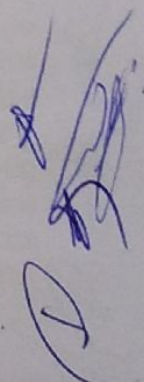
Função: Firewall

#### Servidores Virtuais:

ServidorAD - Windows Server 2008R2 Enterprise

Localização: SERVIDORHOST

Processador: Intel Xeon CPU E5-1603 v3 2.80GHz (3 vCPUs)





Memória: 4GB  
Disco 0: 60GB  
Partição C: 59,8GB – Sistema  
Partição D: 1,96TB – Dados  
Partição E: 29,3GB – Shadow Copies  
Funções: AD, DNS, VPN, DHCP, Remote Desktop Services, File Server e Publi  
IP: 192.168.0.1

Rede internet  
Link: 100Mbps (download) x 40Mbps (upload)  
Provedor do link: Cabo Telecom

Storages  
Nome: STR-P-FAZ  
Modelo: Dlink Sharecenter DNS-320L  
Discos: 2x4TB  
Capacidade: 3.8TB  
IP: 192.168.0.10

Para os trabalhos de editoração, a agência conta com os softwares do pacote gráfico da fabricante Adobe, os mais utilizados pelo mercado de publicidade: Photoshop CC, Illustrator CC, InDesign CC, Premiere Pro CC e After Effects CC entre outros, sendo estes os mais utilizados para a maioria das demandas do dia a dia da agência.

Para a operacionalização diária, a agência utiliza o software de gerenciamento de agências de propaganda PubliManager, da Progress Informática. O PubliManager é um dos mais conhecidos e confiáveis sistemas de gerenciamento de agências. Seu sistema integrado permite o acompanhamento desde a entrada do pedido de trabalho até a emissão dos pedidos de inserção e seu faturamento, ganhando com isso agilidade, segurança e produtividade.

O sistema de e-mails funciona na plataforma GSuite, da empresa Google, que garante grande capacidade de armazenamento de mensagens, redundância, acesso de qualquer lugar do mundo e mensagens com anexos de até 25MB (e em tamanhos maiores através de upload no Google Drive) uma necessidade quando a comunicação com clientes e fornecedores se dá sobretudo através da Internet. O sistema possibilita ainda comunicação instantânea entre membros da equipe através do Google Hangouts, ordenamento de compromissos com a Agenda e organização de informações de contatos no aplicativo Contatos. Além disso, por permitir conectividade móvel, esses aplicativos são acessíveis aos colaboradores autorizados em dispositivos como tablets e smartphones, proporcionando agilidade e prontidão na obtenção de respostas aos clientes e minimizando riscos. Além desses recursos, o aplicativo de mensagens Whastapp, presente nos smartphones de praticamente todos os brasileiros, é um meio complementar da comunicação entre os membros da agência, como também entre atendimento e cliente, caso seja necessário.

Em relação à internet, primordial para a execução dos trabalhos em publicidade e para uma eficiente comunicação empresarial nos dias atuais, a agência conta com servidor dedicado especialmente para a função, Intel Xeon CPU E5-1603 v3 2.80GHz (3 vCPUs), memória de 4GB e acesso à rede mundial de computadores através do serviço de fibra óptica da



empresa CaboTelecom, que permite altas taxas de transferência de arquivos (100Mbps para download e 40Mbps para upload) e redução nas ocorrências de lentidão na rede.

*upload*  
*R*  
*8*





9.9.2.2 - Quantificação e qualificação dos profissionais que serão postos à disposição para a execução dos serviços, de maneira discriminada, por setor da licitante com função e currículo resumido de cada membro da equipe, sem inclusão de nomes:

- Estudo e Planejamento: 02 (dois) profissionais.

1) Jornalista com mais de 44 anos de experiência, com passagem por jornais, emissoras de rádio e de televisão, em Natal e em São Paulo; coordenador de campanhas eleitorais para o Governo do Rio Grande do Norte, Prefeitura do Natal e prefeituras do interior do estado e com vasta experiência em assessoria de imprensa e marketing político; atua no mercado publicitário há 31 anos. Tem vários trabalhos científicos publicados, sobre os temas meios de informação e ideologia, imprensa alternativa e mais. Foi professor de nível superior na área de Comunicação Social por 31 anos, ministrando disciplinas nas áreas de Linguagem e de Opinião pública. Especialista em Ciências da Comunicação pela USP. Redator publicitário premiado diversas vezes. Experiência em atendimento de contas públicas junto ao Governo do Estado, prefeituras municipais e clientes privados. Seu amplo conhecimento dos mais diversos ramos de negócios, tanto na iniciativa privada quanto no setor público, são fundamentais para o diagnóstico correto das necessidades de comunicação do cliente e a escolha das soluções mais adequadas.

2) Administradora, graduada em Administração de Empresas pela UFRN e pós-graduada em Marketing Certificate na University of California, Los Angeles – UCLA, no Estados Unidos. Atualmente é bacharelanda em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Anteriormente, trabalhou no Sebrae/RN como assistente no Departamento de Comunicação. Desenvolve funções de planejamento na FazPro há 6 anos, tempo no qual também atua na área digital. Possui fluência na língua inglesa, com curso concluído na escola Kaplan de Los Angeles.

- Criação Publicitária: 05 (cinco) profissionais.

1) Publicitário, formado em Comunicação Social pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, com especialização em criação publicitária e novas mídias no Zink Project/D&AD (Madri/Espanha) e 21 anos de experiência em agências de publicidade. Trabalhou como Redator e Diretor de Criação em diversas agências em Natal/RN, como Art&C e Bora Comunicação. Em Recife, ocupou cargos de chefia em grandes agências como Blackninja, Agência Um e Ampla. Foi premiado na etapa nacional do Prêmio ANJ, além de receber diversos prêmios Colunistas Norte/Nordeste ao longo da sua carreira. Em 2013, pela Bora Comunicação, foi o redator mais premiado do RN.

2) Publicitário, graduado em Comunicação Social/Jornalismo pela UFRN, em Marketing pela Universidade Estácio de Sá e com especialização em Comunicação e Marketing em Mídias Digitais, também pela Estácio. Possui mais de 20 anos de experiência em comunicação, tendo trabalhado nos maiores veículos de imprensa do estado, como Tribuna do Norte e TV Cabugi (hoje InterTV). Na Tribuna do Norte, atuou na equipe da versão online do jornal, como colunista e repórter especial de informática e tecnologia. Atua há 10 anos do mercado publicitário como Redator, com experiência na concepção e criação de campanhas para o setor público, instituições privadas e varejo. Experiência em planejamento, produção e gerenciamento de conteúdo direcionado para a internet, mídias sociais e novas tecnologias.



3) Publicitário, com formação em Publicidade e Propaganda, pela Universidade Potiguar. Apresenta 20 anos de experiência no setor, passando por diversas agências de propaganda de Natal, como Armação. Responsável por desenvolver campanhas publicitárias relacionadas aos mais variados segmentos. Desenvolvida também na concepção de logotipos e na construção de identidade visual. Músico experiente, atua também no segmento cultural, o que proporciona também habilidade na criação de peças publicitárias características (jingles).

4) Diretor de arte, designer e jornalista com 13 anos no mercado publicitário local, com experiência em diversas agências do mercado publicitário natalense, como: Bora Comunicação, Família Comunicação, Art&C, Comitê Criativo, entre outras. Criou e desenvolveu campanhas para clientes como UNI-RN, A Construtora/ SACI, CABO Telecom, Supermercados Menor Preço (João Pessoa), Favorito Supermercados e Prefeitura de Mossoró. Faz a editoria de artes da Revista Préa (vinculada ao Governo do Estado) desde 2011 e da Revista Rio Center.

5) Publicitário, com graduação em Publicidade e Propaganda pela PUC/Campinas e especialização em Direção de Criação Digital na Escola Britânica de Artes Criativas – SP (EBAC). Atua no mercado publicitário desde 2015, com experiência em direção de arte, marketing e design. Já trabalhou também como consultor de marca, identificando necessidades e objetivos do cliente para definição das melhores estratégias de design e realizando também atividades em design thinking, coordenação de ações digitais, branding e identidade visual.

- Mídia e Produção (Rádio, TV, Cinema, Internet e Produção Gráfica): 01 (um) profissional.

1) Publicitária, graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte e em Publicidade e Propaganda pela Universidade Potiguar, com um ano de residência em North Andover, MA (EUA), com experiência em Applied Strategic Marketing Management. Mais de 12 anos de experiência em Atendimento, Planejamento de Mídia e Produção Publicitária em meios físicos e também para meios eletrônicos, com largo conhecimento de técnicas e de mercado. Atualmente é também estudante de Psicologia na UNI-RN.

- Mídias Digitais e Gestão de Novos Projetos: 03 (três) profissionais.

1) Social Media com formação em Direito pela UNI-RN e Pós-graduação MBA em Comunicação Digital e Redes Sociais na UnP. Trabalha em agências digitais desde 2005 e já coordenou diversas equipes de Social Media, produzindo conteúdo, monitorando e fazendo relatórios. Atuou como assessora de conteúdo da blogueira Ju Flor e com produção de conteúdo para diversas empresas.

2) Publicitário, especialista em Comunicação e Marketing em Mídias Digitais pela Universidade Estácio de Sá. Experiência em planejamento, produção e gerenciamento de conteúdo direcionado para a internet, mídias sociais e novas tecnologias, temas aos quais se dedicou por toda a carreira de 20 anos na comunicação. Responsável por planejar estratégias de publicidade que contemplem a participação nas novas mídias, redes sociais e formatos inovadores que abrem possibilidades e novas formas de disponibilizar conteúdo e transmitir a mensagem do cliente.



3) Administradora, graduada em Administração de Empresas pela UFRN e pós-graduada em Marketing Certificate na University of California, Los Angeles – UCLA, no Estados Unidos; atualmente é bacharelada em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, com experiência em atuação na publicidade, tendo desenvolvido na agência projetos na área digital. Também atua no planejamento de estratégias de publicidade que contemplem a participação nas novas mídias, redes sociais e novos meios surgidos com as inovações tecnológicas.

- Atendimento: 02 (dois) profissionais.

1) Jornalista com 44 anos de experiência, com passagem por jornais, emissoras de rádio e de televisão, em Natal e em São Paulo; coordenador de campanhas eleitorais para o Governo do Rio Grande do Norte, Prefeitura do Natal e prefeituras do interior do estado e com vasta experiência em assessoria de imprensa e marketing político; atua no mercado publicitário há 35 anos. Tem vários trabalhos científicos publicados, sobre os temas meios de informação e ideologia, imprensa alternativa e mais. Foi professor de nível superior na área de Comunicação Social por 31 anos, ministrando disciplinas nas áreas de Linguagem e de Opinião Pública. Especialista em Ciências da Comunicação pela USP. Redator publicitário premiado diversas vezes. Experiência em atendimento de contas públicas junto ao Governo do Estado, prefeituras municipais e clientes privados. Seu amplo conhecimento dos mais diversos ramos de negócios, tanto na iniciativa privada quanto no setor público, são fundamentais para o diagnóstico correto das necessidades de comunicação do cliente e a escolha das soluções mais adequadas.

2) Comunicóloga, graduada em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas pela Universidade Federal da Paraíba. Possui larga experiência em publicidade e marketing, tendo atuado por 4 anos no mercado de João Pessoa, exercendo atividades nos setores de mídia, produção gráfica e atendimento; e por mais de 10 anos atuando no mercado natalense, tendo passagem por algumas agências da capital. Na Faz Propaganda, desempenha a função por mais de 9 anos, tendo profundo conhecimento dos os hábitos do mercado local e experiência no diálogo e compreensão das solicitações de importantes instituições e clientes privados da agência.

*separe*  
*MD*  
*[Handwritten signatures and initials]*



**9.9.2.3 - Sistemática de atendimento, com clara indicação das obrigações a serem cumpridas pelo setor de atendimento, incluindo prazos a serem observados desde o momento da solicitação dos serviços até sua criação, produção e veiculação:**

A Faz Propaganda privilegia o aperfeiçoamento das práticas e técnicas de atendimento publicitário através do constante aprendizado, participação em eventos do setor e na capacitação dos seus profissionais. As visitas programadas, apresentações de campanhas, sugestões estratégicas, aprovação de peças, autorizações e orçamentos de produção e mídia objetivam sempre o profissionalismo do processo.

Para a Faz Propaganda, o rigor técnico com o cliente público é idêntico ao que é praticado no setor privado. A seleção de fornecedores, a agilidade na criação e produção, assim como soluções eficientes para os problemas do cliente são tradicionais para a agência. Desde 1989, quando conquistou pela primeira vez uma conta publicitária de ente público, a Faz Propaganda vem se especializando nesse segmento, posicionando-se sempre entre as melhores colocadas nos processos licitatórios e com atuação exemplar na execução dos contratos. Acumulamos uma vasta experiência no atendimento a este tipo de cliente no Rio Grande do Norte, possibilitando a realização de um trabalho de qualidade, com a comprovação de ótimos resultados.

O núcleo de Atendimento que faz o contato direto com o cliente é composto por duas profissionais com larga experiência, que estarão à disposição da Prefeitura de Natal sempre que necessário. Com grande vivência na prestação de serviços a clientes públicos e privados, governos estaduais e prefeituras, com conhecimento em marketing institucional, publicidade e jornalismo, são capazes de detectar demandas e viabilizar a apresentação de soluções em comunicação, marketing e propaganda com total transparência, objetividade e eficácia.

Para a captação de briefings, execução e acompanhamento dos serviços objeto desta licitação, a agência se compromete com a realização de reuniões periódicas com o cliente, de acordo com a disponibilidade e interesse; visitas constantes e contatos com os diversos setores envolvidos; além de avaliação e acompanhamento permanentes, junto ao cliente, dos trabalhos executados pela agência.

A busca do menor preço, do melhor prazo e a presença constante, vivenciando os problemas dos clientes, completam a forma de trabalhar da agência. É evidente que cada situação requer um tipo de planejamento e a experiência diz que peças isoladas, de oportunidade ou de urgência, justificam alterações em prazos de criação, produção e veiculação. No entanto, a postura profissional indica que esses prazos tenham etapas de planejamento tanto por parte do cliente quanto pela agência. Deste modo, a Faz Propaganda procura atuar sempre dentro dos prazos.

A recomendação do Sindicato das Agências de Propaganda do Rio Grande do Norte – SINAPRO, do qual a Faz Propaganda é associada, é de que os prazos necessários para a execução dos trabalhos, a partir da entrega do briefing à agência, deverão ser organizados caso a caso com o cliente, de acordo com as características de cada campanha, orientando-se, porém, pela média a seguir:

Criação:  
Campanhas: 10 a 15 dias; Peças avulsas: 3 a 5 dias; Peças de oportunidade: 1 dia.

*[Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature and several initials.]*



Planos de mídia:

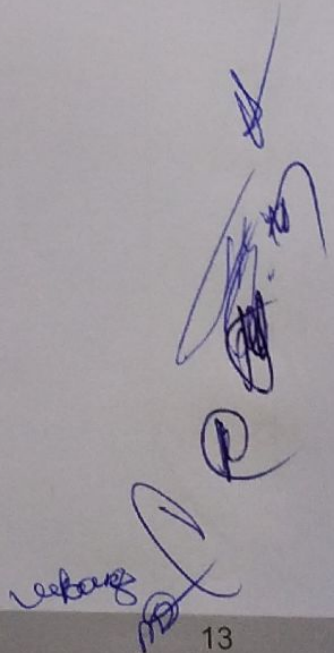
Campanha: 8 dias; Peças avulsas: 3 dias; Peças de oportunidade: 1 dia.

Produção:

Prazo necessário para a produção de campanhas, a partir da aprovação de layouts, roteiros e orçamentos pelo cliente: 10 a 20 dias

Procuraremos sempre observar a melhor relação entre a solicitação recebida do cliente com os prazos dados pelos fornecedores cotados que estejam aptos para a prestação dos serviços, sendo este um dos critérios determinantes para a escolha deste.

O documento Normas-Padrão da Atividade Publicitária (que rege o relacionamento comercial entre anunciantes, agências de publicidade e veículos de comunicação, frente à lei nº 4.680/65 e aos decretos nº 57.690/66 e 4.563/02), de responsabilidade do CENP - Agências, Anunciantes e Veículos são, a um só tempo, de natureza profissional, comercial e têm como pressuposto a necessidade de alcance da excelência técnica por meio da qualificação profissional e da diminuição dos custos de transação entre si, observados os princípios deste instrumento, a ética e as boas práticas de mercado, incentivando a plena concorrência em cada um desses segmentos". A Faz Propaganda ratifica a importância dessa relação que busca a excelência técnica, menores custos, ética e boas práticas, atuando de forma clara e de acordo com esses princípios.



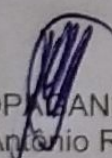


9.9.2.4 - Declaração de possibilidade operacional na cidade de Natal – RN:

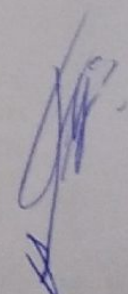
DECLARAÇÃO DE POSSIBILIDADE OPERACIONAL

Declaramos que a licitante FAZ PROPAGANDA LTDA. possui escritório na cidade do Natal/RN, localizado à Rua Desembargador Benício Filho, 465, bairro Petrópolis, disponível para a desempenhar o atendimento das solicitações da contratante PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL.

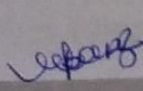
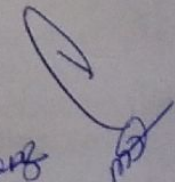
Natal/RN, 01 de agosto de 2019.



FAZ PROPAGANDA LTDA.  
Ricardo Antonio Rosado de Holanda  
Sócio-Diretor



*Luanda Pereira de Holanda*  
FAZ PROPAGANDA LTDA.  
Luanda Pereira de Holanda  
Sócia-Diretora





**9.9.2.5 - Texto que trate das informações de marketing e comunicação a serem colocadas regularmente à disposição da PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL, sem ônus adicional, durante a vigência do contato:**

Analisar potencialidades, diferenças e oportunidades é primordial para o desenvolvimento de uma comunicação que atinja o cidadão natalense, aproximando-o das decisões que o impactam no dia a dia. Para atender às necessidades de comunicação da Prefeitura de Natal, dentro das exigências de uma mídia eficiente e racional, como também para justificar e ratificar a distribuição de verbas e escolha de veículos ou meios de divulgação utilizados, a Faz Propaganda colocará regularmente à disposição do cliente, quando disponível e sem ônus adicional, os mais diversos relatórios de audiência de circulação e verificação de audiência. Como, a título de exemplo e aplicado sobretudo para a mídia eletrônica em TV aberta, as pesquisas Ibope, um dos mais conceituados institutos de pesquisas do país, a respeito da audiência de televisão na Grande Natal, para fins de aferimento de alcance da mensagem e planejamento. Também poderemos oferecer a auditagem da circulação de jornais impressos fornecida pelo IVC – Instituto Verificador de Circulação, que atualmente faz a verificação dos principais jornais do país (em Natal, a Tribuna do Norte e o Agora RN são filiados ao IVC).

Além destas fontes de informação, a Faz Propaganda poderá conduzir pesquisas de opinião pública para suprir a necessidade de informações de audiência e abrangência a respeito de veículos de mídia digital, rádios AM e FM, jornais e revistas não auditados pelo IVC, emissoras de TV nas praças do interior do Estado ou quaisquer outros dos institutos supracitados como fontes confiáveis de informação de mídia. Esse expediente também será utilizado quando da necessidade da elaboração de campanhas específicas de grande alcance ou objetivos específicos os quais se faça necessária a apuração de dados complementares a respeito da opinião pública para a sua elaboração e/ou avaliação, a fim de se conhecer cenários ou avaliar desempenho de ações e campanhas.

No caso da mídia programática, sobretudo no campo digital e inclusive nas mídias sociais patrocinadas, serão oferecidos relatórios e planilhas de desempenho de acordo com as possibilidades oferecidas em cada ferramenta, mediante a disponibilidade de dados coletáveis e de itens mensurados, como cliques, público alcançado, impressões e interações, entre outros.

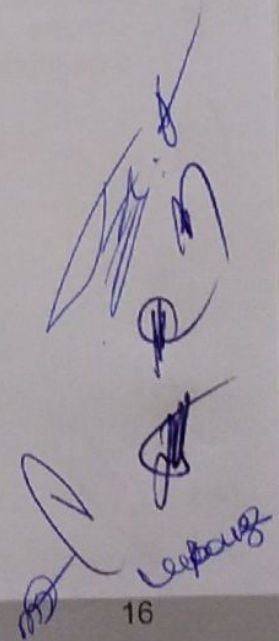
A comprovação de veiculação por parte dos veículos de mídia será complementada com o envio de mapas ou comprovantes de veiculação, fornecidos pelos veículos ou empresas de mídia, com a discriminação dos horários e programas em que as inserções, VTs ou anúncios foram ao ar e, eventualmente, prova física em meio digital ou impressa da realização, aplicação ou execução do formato contratado.

A Faz Propaganda também toma como base para análise de mercado e de informações de mídia a publicação Mídia Dados Brasil, o mais completo anuário de mídia do país, editado pelo Grupo de Mídia de São Paulo e que abrange dados estatísticos de mídia e não-mídia dos maiores mercados do país.

Citamos novamente aqui o documento Normas Padrão do CENP que, em seu capítulo 3 (das relações entre anunciantes e agências de publicidade), diz que "a Agência deve dedicar seu melhor esforço e trabalhar em estreita colaboração com seu Cliente, de modo a assegurar que o plano publicitário alcance os objetivos pretendidos e que o Anunciante obtenha o melhor retorno do seu investimento em publicidade, seja sob a forma de



resultados imediatamente quantificáveis, seja pela agregação contínua de valor à sua marca, conceito ou ideia". Para a Faz Propaganda, a comprovação e a mensuração de resultados é imprescindível para uma eficiente relação de parceria entre agência e o cliente Prefeitura de Natal, como forma de comprovar o cumprimento do contrato e a assertividade das ações realizadas.





### 9.9.3 - REPERTÓRIO

Trabalhos produzidos e veiculados pela licitante, a partir de 01/01/2014, com memória técnica e exposição sucinta do problema que a peça se propôs resolver.

#### 9.9.3.1 - um DVD contendo 02 (dois) filmes de TV:

VT 01

Agência: Faz Propaganda

Cliente: Governo do Estado do Rio Grande do Norte

Tipo: Mídia eletrônica - institucional / homenagem - VT

Título: Dia do Professor

Duração: 60 segundos

Data de produção: Outubro/2015

Período de veiculação, exposição e ou distribuição: Outubro/2015

Veículo que a divulgou: InterTV Cabugi

Exposição sucinta do problema que a peça se propôs resolver: O ano de 2015 despontou como um tempo de significativas mudanças na Educação do Rio Grande do Norte. Com vontade política e iniciativas, a gestão estadual vinha atuando de forma a manter sempre o diálogo aberto com a categoria. Esse relacionamento acabou se concretizando em importantes conquistas na valorização dos profissionais da área, culminando com uma exitosa normalidade em toda a rede estadual de ensino. Por ocasião do dia 15 de outubro, data em que é comemorado o Dia do Professor, o Governo do Estado solicitou à agência uma campanha institucional para homenagear a todos os professores, de forma fraterna e carinhosa, enfatizando também como prestação de contas recentes benefícios concedidos à categoria, além de um novo anúncio recém realizado pelo Governo: a realização de um novo concurso público para a categoria.

Criada pela Faz Propaganda com produção da Ginga Filmes, a campanha conta com VT de 60 segundos gravado no tradicional Colégio Atheneu Norte-Riograndense, em Natal, em cenas que mostram o dia a dia de professores e seus alunos, com uma mensagem emocionante de agradecimento e reconhecimento. Juntamente com a comemoração por ocasião do Dia dos Professores, foram anunciadas, entre outros benefícios oferecidos à categoria, a progressão horizontal para milhares de servidores da Educação e a publicação de edital para realização de concurso público para 1.400 vagas. Além da peça para a mídia eletrônica, a campanha contou também com spot de rádio de 60 segundos, anúncio impresso nos principais jornais do estado e mídia digital - banners para sites e cards para publicações em redes sociais.

*[Handwritten signatures and initials in blue ink]*



VT 02

Agência: Faz Propaganda

Cliente: Governo do Estado do Rio Grande do Norte

Tipo: Mídia eletrônica - educativo - VT

Título: Bullying

Duração: 30 segundos

Data de produção: Maio/2017

Período de veiculação, exposição e ou distribuição: Junho/2017

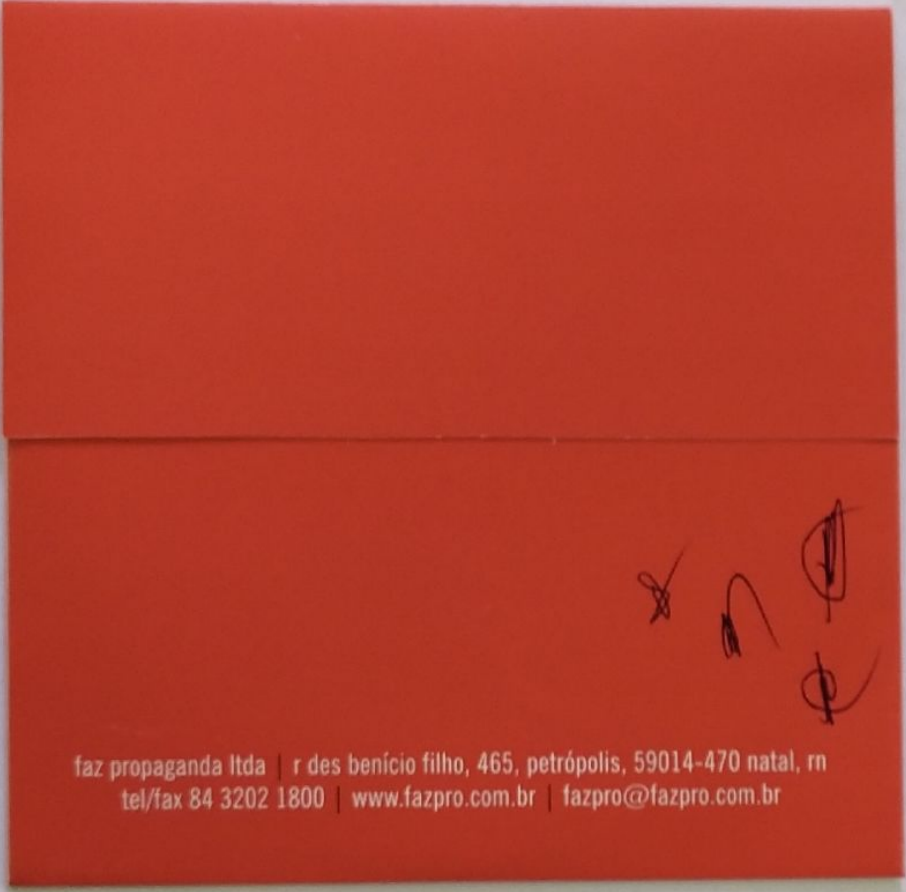
Veículo que a divulgou: InterTV Cabugi - Rede Globo

Exposição sucinta do problema que a peça se propôs resolver: A Secretaria de Educação do Governo do Estado do Rio Grande do Norte solicitou à agência campanha publicitária de cunho educativo e de conscientização, direcionada aos alunos da rede pública estadual de ensino, como também a todos os demais estudantes na idade correspondente à adolescência. Entre os temas abordados, um deles seria combater a prática, no ambiente escolar, do bullying, termo do inglês usado para se referir a todas as formas de atitudes agressivas, verbais ou físicas, intencionais e repetitivas, que podem causar danos físicos ou psicológicos.

A intenção, com as peças criadas sobre o tema proposto para a campanha - denominada Questão de Educação - foi mostrar aos estudantes que a prática de bullying - comum nas escolas, sobretudo entre alunos dessa faixa etária - destrói relações entre eles e pode prejudicar o crescimento dos colegas. A agência então propôs abordar o tema de forma que a mensagem apresentasse o comportamento jovem da "zoeira" como comum, mas possivelmente danoso, encorajando os estudantes a tratarem da situação através da mudança de atitude. Foram utilizados atores da idade semelhante à faixa etária que se pretendia atingir (sem o reforço de estereótipos comuns a esse grupo), com linguagem descontraída e a utilização de elementos que fazem parte do universo jovem e também por onde passa o bullying - conversas em aplicativos de mensagens, risadas exageradas e "emoticons". Outro recurso semiótico utilizado foi comparar o exagero na "zoeira" - quando esta passa a ser prejudicial - a uma falha no funcionamento de um computador, que causa o seu travamento e gera um alerta com mensagem e som característicos de erro no sistema operacional, indicando que essa seria a hora de parar com o comportamento, substituindo-o por boas ações.







Handwritten marks in black ink, including a checkmark, a stylized 'L' or 'U' shape, and a circled 'P'.

faz propaganda ltda | r des benício filho, 465, petrópolis, 59014-470 natal, rn  
tel/fax 84 3202 1800 | www.fazpro.com.br | fazpro@fazpro.com.br

Handwritten notes in blue ink, including a large 'R', a stylized 'S', and a signature that appears to read 'Vespasius'.



9.9.3.2 - um CD contendo 02 (dois) spots ou jingles para rádio:

SPOT 01

Agência: Faz Propaganda

Cliente: Motoeste Automóveis

Tipo: Áudio - varejo - spot

Título: Seminovos

Duração: 30 segundos

Data de produção: Março/2019

Período de veiculação, exposição e ou distribuição: Março/2019

Veículo que a divulgou: Rádio Mix Natal 103,9 FM

Exposição sucinta do problema que a peça se propôs resolver: O cliente Motoeste Automóveis, em sua atividade como concessionária dos automóveis Honda em Mossoró e Natal, ocasionalmente registra um estoque considerado de veículos usados de outras marcas e também da Honda, devido ao recebimento desses como entrada na venda de veículos novos 0km da marca. Tais veículos seminovos têm como características a boa conservação e o fato de estarem totalmente regularizados, graças à exigente política de qualidade da empresa para aceitá-los como parte do pagamento. Como forma de dar vazão a esse estoque, o cliente solicitou à agência a criação de campanha publicitária que valorizasse esses atributos, visando aumentar o fluxo no setor de revenda de automóveis usados.

Com essa demanda, a agência então propôs uma campanha que divulga a disponibilidade da venda de veículos usados multimarcas na Motoeste Automóveis, visto que a empresa tem boa reputação no mercado, atributo conquistado graças a quase 20 anos de serviço de excelência como concessionária Honda no estado. Ao mesmo tempo, enfatiza, para o consumidor disposto a adquirir um veículo usado, a certeza em contar com a qualidade e procedência dos veículos oferecidos pela Motoeste, quando convida o cliente a "não trocar o certo pelo duvidoso". Essa ênfase na confiança faz referência ainda a uma recente operação policial realizada na capital em lojas do setor, que adulteravam painéis dos veículos postos à venda para que eles parecessem mais novos. A ação contou com peças para publicações orgânicas e mídia digital nas redes sociais, VT de 15 segundos, spot de rádio e divulgação no PDV (placas para fachada interna, placa externa de rua e banners de lona). O comercial para rádio, no formato de 30 segundos e veiculado nas emissoras FM da capital, chamava a atenção daqueles que estavam propensos a comparem um carro usado para o fato de que seria mais confiável contar com a certeza da confiança na procedência e qualidade do seminovo vendido pela Motoeste, ao invés da dúvida.



JINGLE 01

Agência: Faz Propaganda

Cliente: Águia Piscinas

Tipo: áudio - varejo - jingle

Título: Xote das Piscinas

Duração: 45 segundos

Data de produção: Novembro/2015

Período de veiculação, exposição e ou distribuição: Dezembro/2015

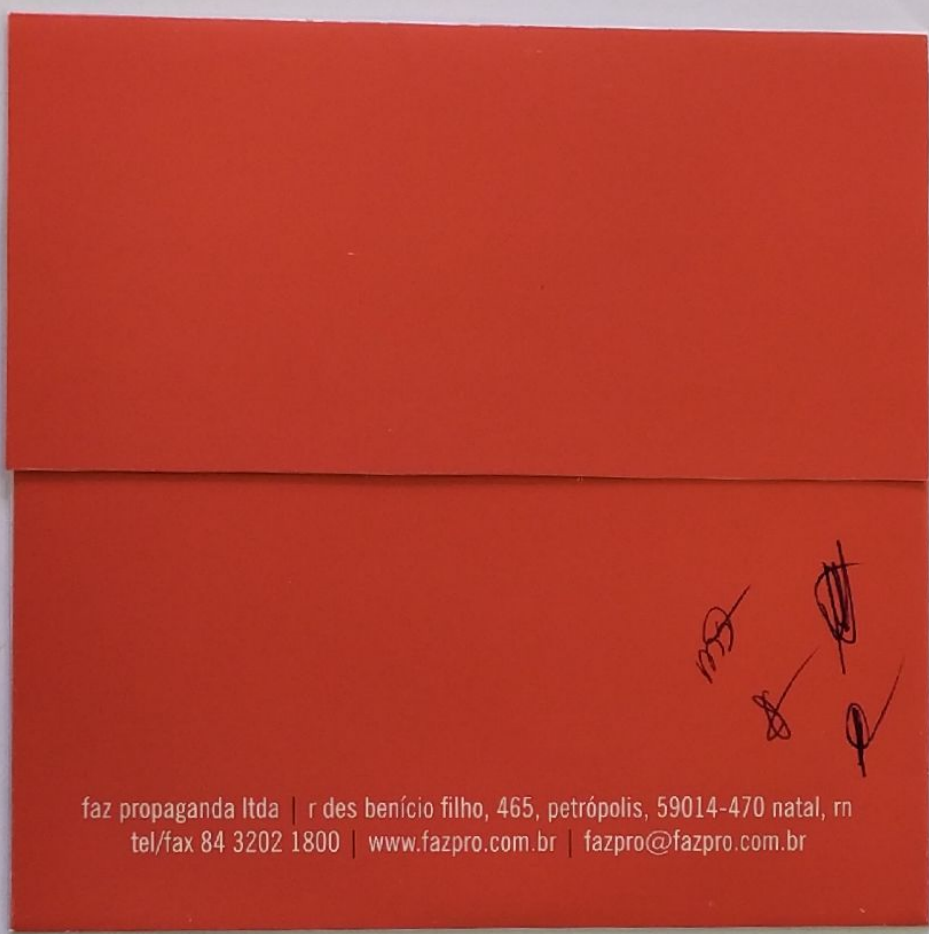
Veículo que a divulgou: Rádio Globo Caruaru

Exposição sucinta do problema que a peça se propôs resolver: A Águia Piscinas, fabricante potiguar de piscinas, reservatórios e acessórios em fibra de vidro, solicitou à agência a produção de uma peça específica para rádio a ser veiculada no mercado de Caruaru, em Pernambuco. A cidade, a mais populosa do interior pernambucano, contava com dois revendedores de piscinas da marca, e o fabricante tinha planos de melhorar a sua participação de mercado (market share) na região.

Observando a informação dos revendedores, que identificaram um grande recall de clientes advindos do meio rádio, a agência optou pelo formato de jingle, de grande apelo popular e eficiente instrumento de venda com a capacidade de se fixar na mente do consumidor, usando os artifícios da repetição para a possível persuasão e da escolha de um ritmo musical de grande afinidade do público-alvo (target). Como a cidade é popularmente conhecida como a "capital do forró", com seu tradicional festejo junino, a opção rítmica foi por um xote, ritmo musical eternizado por artistas como o cantor e compositor Luiz Gonzaga. Além da melodia dançante e versos repetitivos, ao final a canção trazia janela de locução para a citação das lojas revendedoras da marca.

*Handwritten signatures and initials in blue ink, including "Faz Prop", "P. Filho", and "M. S. S.".*





Handwritten initials in black ink, including 'MS' and several illegible scribbles.

faz propaganda ltda | r des benício filho, 465, petrópolis, 59014-470 natal, rn  
tel/fax 84 3202 1800 | www.fazpro.com.br | fazpro@fazpro.com.br

Handwritten notes and signatures in blue ink, including a large signature and several illegible scribbles.



| SHOW ROOM | Express Service |

## TEM MOTOESTE NA PRUDENTE

Uma loja moderna e aconchegante, onde você encontra os modelos mais conceituados do mercado e serviços rápidos com a mesma qualidade e confiança internacionais da Honda. A Motoeste é logo ali.



Av. Prudente de Moraes 4074  
Lagoa Nova - Natal



**Motoeste**

BR 101 (84) 3235 1700  
PRUDENTE (84) 3026 0202  
MOSSORÓ (84) 3323 1101





9.9.3.3 - 02 (dois) anúncios destinados à mídia impressa:

ANUNCIO 01

Agência: Faz Propaganda

Cliente: Motoeste Automóveis

Tipo: Anúncio impresso institucional - Revista

Título: Tem Motoeste na Prudente

Tamanho: 21 cm x 14 cm

Data de produção: Agosto/2018

Período de veiculação, exposição e ou distribuição: Setembro/2018

Veículo que a divulgou: Notícias em Revista OAB/RN

Exposição sucinta do problema que a peça se propôs resolver: A Motoeste Automóveis, concessionária Honda em Natal e Mossoró, possui duas lojas na capital, sendo uma delas na Avenida Prudente de Moraes, em Lagoa Nova. Essa loja, situada próxima a outras revendas de veículos de alto padrão naquela avenida, foi inaugurada em 2017 para ampliar o acesso dos clientes aos veículos da marca, com uma unidade mais central (a loja mais antiga localiza-se na BR-101). A localização nessa zona mais densa da cidade e a proximidade com as demais concorrentes são vistas como potencial de negócios para a empresa, e a marca sempre busca trabalhar esses pontos em ações de promoção e venda. O público-alvo da Honda (classe média alta e classe A, profissionais liberais, empresários e outros) permite a atuação em nichos específicos, buscando esse possível cliente nesses grupos.

Sabendo disso, a agência propôs à concessionária a veiculação de anúncio impresso na Revista da OAB, publicação anual distribuída aos advogados e em todos os escritórios de advocacia, repartições jurídicas e tribunais em Natal e em outras cidades do Rio Grande do Norte. A peça, direcionada a esse público específico graças ao veículo escolhido, divulga a presença da loja Motoeste na "Prudente", como é tradicionalmente chamada a Avenida Prudente de Moraes, trazendo uma foto em perspectiva da fachada da loja. O texto de apoio ainda menciona características do ponto, como conforto e disponibilidade de serviços (atingindo inclusive quem já é cliente da concessionária), destaca outros atributos de marca e situa o leitor com a proximidade dessa opção de loja ("A Motoeste é logo ali").



**Aminha**  
Cabeleireiros

*Clia da Moura*

Casat é um acontecimento único. Você merece uma preparação especial e inesquecível. No Aminha Cabeleireiros Casat, esse grande dia é repleto de luxo, cuidados e sonhos realizados. Conheça os combos especiais para esta data e conte com a qualidade Aminha Cabeleireiros.

**Maria** | R. João Lindolfo, 836 - Tiró | Natal/RN - 04 3216.1980/81

**Aminha**  
Cabeleireiros

@aminhacabeleireiros

**Filial** | R. Potengi, 638 - Petrópolis | Natal/RN - 04 3216.1990/91



ANÚNCIO 02

Agência: Faz Propaganda

Cliente: Anninha Cabeleireiros

Tipo: Anúncio impresso serviços - Revista

Título: Dia da Noiva

Tamanho: 23 cm x 29 cm

Data de produção: Julho/2018

Período de veiculação, exposição e ou distribuição: Agosto/2018

Veículo que a divulgou: Revista Versailles

Exposição sucinta do problema que a peça se propôs resolver: A cliente Anninha Cabeleireiros, tradicional salão de beleza de Natal, possui serviços complementares que agregam oportunidades de negócio para a empresa. Dois deles estão diretamente relacionados a casamentos: o Anninha Casar (locação de espaço para realização de cerimônias, localizado à beira-mar na Praia de Pirambúzios, litoral sul da capital) e o Dia de Noiva, que recebe noiva e convidadas na data do casamento para um dia repleto de cuidados especiais. Por ocasião de uma edição especial da Revista Versailles sobre o tema Casamento, a cliente solicitou à agência dois anúncios para divulgar as qualidades dos dois serviços.

Para o anúncio do Dia da Noiva, a agência fez a opção de enfatizar a imagem de uma mulher elegantemente arrumada para a cerimônia, usando vestido branco e recebendo retoque na maquiagem do rosto. Dessa forma, ficou exemplificado de maneira direta todo o cuidado e qualidade dos serviços oferecidos para a noiva no dia do casamento, com a referência a esses serviços no texto de apoio.

4 x 4



# SUN CARE

Proteção inspirada na sua pele.



Companhia da  
**FORMULA**

**SUN CARE**

MUITO ALTA PROTEÇÃO

**PROTETOR  
SOLAR**

FPS **60**



**FP-UVA 20**

Dermatologicamente  
Testado

Resistente à Água

**100g**



9.9.3.4 - 02 (duas) peças de outdoor ou materiais impressos (folder, panfleto, cartaz etc.)

MATERIAL IMPRESSO 01

Agência: Faz Propaganda

Cliente: Cia. da Fórmula

Tipo: Impresso promocional de varejo – Folder

Título: Protetor Sun Care

Tamanho/Especificações: 30 cm x 20 cm aberto, 1 dobra vertical, frente e verso, 4 x 4

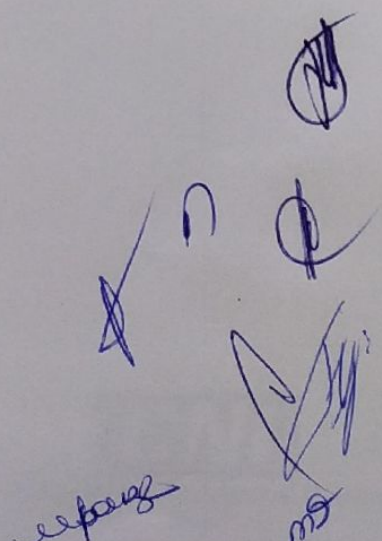
Data de produção: Julho/2016

Período de veiculação, exposição e ou distribuição: Agosto/2016

Exposição sucinta do problema que a peça se propôs resolver: O cliente Cia. da Fórmula iria aproveitar sua participação no evento 10ª DermaNatal, feira voltada para dermatologistas organizada pela Sociedade Brasileira de Dermatologia-RN, para promover um novo produto da sua linha de proteção para a pele: um protetor solar FPS 60. Então, foi solicitado à agência que desenvolvesse ações e material de apoio e sinalização, chamando o público a visitar o estande do cliente para assim conhecer o novo produto. Desenvolvido especialmente para a pele brasileira e da região Nordeste, esse filtro solar possui formulação que proporciona rápida secagem e toque não oleoso, trazendo conforto na utilização e efeito mate (sem brilho); essa espalhabilidade e o sensorial foram os pontos mais destacados na solicitação. Outros importantes diferenciais, segundo o cliente: o produto é livre de parabenos, PABA e não contém em sua formulação a benzofenona, aumentando a segurança para o uso em adultos e crianças a partir de 6 meses.

A agência então desenvolveu e produziu convite teaser distribuído pelos propagandistas no período que antecedia o evento; material de PDV para o estande (incluindo adesivação) e para as lojas da rede; sinalização interna, material de apoio (uniformes e adereços); e um folder para o público-final e que também seria distribuído aos dermatologistas presentes ao evento. Na peça impressa produzida com direcionamento para o público feminino (público com maior poder de decisão na compra) e inserida no ambiente de praia, o produto é o protagonista, com a proteção proporcionada pelo novo protetor solar como destaque principal e os demais atributos do produto sendo explorados no texto informativo que esclarece seus benefícios.

x 4

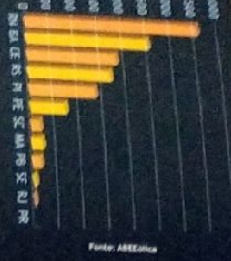




### RENEWABLE ENERGY

Brazil's largest wind power producer today, Brazil's largest installed capacity (28.5% with 3,222.45 MW) distributed in 117 wind farms. Rio Grande do Norte is already wind farm as a state where renewable energy plays a major role in economic and social development. Estimates for 2020 are of 4,758 MW total capacity in RN. Great potential for solar energy generation. Many industrial and commercial companies are already investing in photovoltaic structures to save on electricity bills.

### CAPACITY OF WIND FARMS IN BRAZIL (REGISTERED FEB/2018 (MW))



### OTHER IMPORTANT ECONOMIC/INDUSTRIAL SECTORS OF RIO GRANDE DO NORTE

- **TEXTILE & APPAREL**  
A traditional sector that integrates small, medium and large industries. German technology is present in many industries.
- **OIL & GAS**  
Brazil's largest onshore oil producer, recent discoveries puts the state on the path to become also a strong offshore producer.
- **MINERAL RESOURCES**  
Granite, Limestone, Tungsten and Tantalum ores, Gold, Feldspar, Precious stones (Emerald, Aquamarine, Tourmaline), Sea salt.
- **OCEAN FISHING AND AQUACULTURE**  
Brazil's largest tuna producer and exporter and second farmed shrimp producer.



### TROPICAL FRUIT PRODUCTION

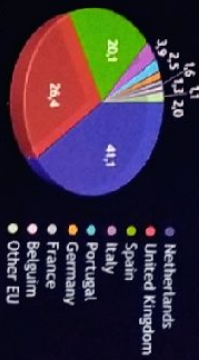
Brazil's largest melon producer and exporter, it also produces and exports watermelons, mangoes, papayas, pineapples, bananas and cashew nuts.

### FOREIGN TRADE

#### RN Main Export Markets 2017

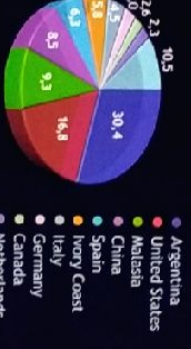


#### RN Exports to EU Countries 2017 (%)



• **Main export products**  
Melons, cotton fabrics, watermelons, cashew nuts, sea salt, fish, papayas, granite, plastic sheets, candles, tungsten ore.

#### RN Imports by Country or Origin



• **RN main import products**  
Wheat, photovoltaic panels, polymers, textile equipment and parts.



**INSTITUTIONAL SUPPORT FOR INDUSTRY GROWTH AND INVESTMENT**  
A good number partnerships between German and local institutions provide a very favorable environment for new German businesses to install in Rio Grande do Norte.

**FIERN - FEDERATION OF INDUSTRIES OF THE STATE OF RIO GRANDE DO NORTE**  
The Federation of Industries of the State of Rio Grande do Norte is the representative entity of the Industrial Sector of this state, comprising 27 sectoral associations. It is associated to CNI - National Confederation of Industries.

Through its three systemic branches, also known as FIERN SYSTEM, it promotes industry competitiveness with social corporate responsibility for the state's sustainable economic growth, as follows:

- **SENAI-RN** - National Service for Industrial Learning  
SENAI-RN provides technological and professional education and promotes industrial technology transfer. Construction, food and beverage, metal mechanics, textile and apparel are some of SENAI-RN main areas of work.
- **CTGAS-ER** - Centre for Gas and Renewable Energy Technology  
An important unit of SENAI-RN provides services and prepares people to work in the natural gas and renewable energy fields.
- **SENAI/CTGAS-ER and Germany**  
CTGAS-ER has partnered with various German institutions such as RLP Aerospace Institute, IGZ, IHK Trier-HWK Trier - EIC Trier and the University of Stuttgart.
- **SESI-RN** - Social Services for the Industry  
SESI-RN promotes quality of life of the industrial labor force and their families, focusing on basic and continued

education, health, sports and leisure, as well as providing services to the industries in the areas of workplace health and safety.

**IEL-RN** - Evandro Lodi Institute  
IEL-RN promotes the interaction between knowledge based institutions and the industrial sector, offering management level education and development programs and runs the most effective intern student's placement program in companies in the state.

**AHK** Project Office at FIERN  
Incorporated to the International Business Center of FIERN, this office is a partnership with the German-Brazilian Chamber of Industry and Commerce of Rio de Janeiro and offers strategic support to German companies interested in doing business in Rio Grande do Norte and the Northeast of Brazil.

**DIGITAL METROPOLIS INSTITUTE (IMD)**  
A specialized academic unit of the Federal University of Rio Grande do Norte, the IMD provides high quality technical, undergraduate and graduate levels programs aimed at developing an innovation cluster on IT in Rio Grande do Norte. It also holds an incubator for innovative companies willing to partner with the private and public sectors on a national and international levels.

**INTERNATIONAL AIRPORT (SGA)**  
Direct flights to and from Lisbon (7 hours flight) connects all EU countries to Natal. One weekly Lufthansa direct cargo plane to Frankfurt enables excellent logistics for export/import businesses.

**PORT OF NATAL**  
A small but very efficient port from where weekly lines take cargoes, specially fresh fruit, from Rio Grande do Norte and neighboring states to major European Ports, with 8 days transit time to first call.



**MATERIAL IMPRESSO 02**

Agência: Faz Propaganda

Cliente: FIERN

Tipo: Impresso promocional de evento – Folder

Título: See you in Natal 2019

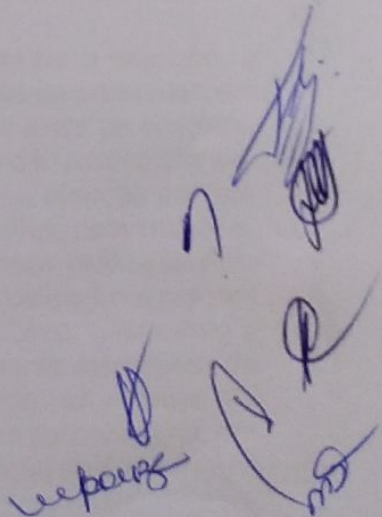
Tamanho/Especificações: 62 cm x 31 cm aberto, 2 dobras verticais, frente e verso, 4 x 4

Data de produção: Junho/2018

Período de veiculação, exposição e ou distribuição: Julho/2018

Exposição sucinta do problema que a peça se propôs resolver: O cliente Sistema FIERN participou como convidado do 36º Encontro Econômico Brasil-Alemanha (EEBA), organizado pela Confederação Nacional da Indústria (CNI) e pela Federação das Indústrias Alemãs (BDI), com o apoio da Câmara de Comércio e Indústria Brasil-Alemanha (AHK). O evento, cuja edição aconteceu de 24 a 26 de junho de 2018, na cidade de Colônia, Alemanha, é anual e realizado alternadamente no Brasil e naquele país, com o objetivo de fortalecer as relações bilaterais e aprofundar a parceria estratégica entre as nações. A ocasião era especial para o Rio Grande do Norte, visto que Natal já estava escolhida como a cidade que sediaria a próxima edição do evento, em 2019. Para ajudar na divulgação da capital potiguar como próximo destino dos empresários e autoridades alemãs participantes do encontro, o cliente solicitou à agência a produção de um filme de apresentação e de material impresso de apoio.

No formato folder, o impresso apresentou informações sobre a economia e as potencialidades do Rio Grande do Norte, além de relacionar instituições e órgãos ligados a negócios, pesquisa e desenvolvimento, apoio técnico e intercâmbio intelectual para futuros investimentos e relações comerciais com o estado. Com tiragem de 5 mil exemplares, o impresso fez parte do material distribuído aos participantes alemães do evento.





## 9.9.4 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

Case 01: Saneamento  
Cliente: Governo do Estado do Rio Grande do Norte  
Realização/início: Setembro/2016 a Janeiro/2017

Problema de comunicação, soluções e resultados: O Governo do Estado do Rio Grande do Norte iniciou em 2014 uma importante obra que irá trazer inúmeros benefícios à população de Natal: o saneamento de 100% da capital potiguar. Uma obra de mais de R\$ 800 milhões de reais (valores de 2016) e que vai transformar as condições de saúde dos natalenses, mas que não causa o mesmo impacto como realização de governo justamente por sua implantação se dar sob o solo da capital. Em 2017, havia a percepção pela equipe da Companhia de Águas e Esgotos do RN (Caern), através de levantamentos informais, de que apenas entre 10 a 15% da população sabia que o programa de saneamento era uma realização de Caern e Governo; grande parte dos moradores da capital acreditava ser esta uma obra da Prefeitura. O Governo do Estado então solicitou à agência, em agosto de 2016, que encontrasse uma solução para esse problema de comunicação, que envolvesse prestação de contas e publicidade governamental, esclarecendo a toda a população os inúmeros benefícios advindos dessa grande obra pública nas áreas da saúde e da qualidade de vida e, de quebra, prestando contas e esclarecendo que a realização dos investimentos em saneamento básico na capital eram um projeto tocado pelo Governo do Estado.

Planejamento, mídia e criação da agência elaboraram então uma estratégia envolvendo uma campanha publicitária capaz de efetuar o completo esclarecimento da população a respeito das obras de saneamento realizadas na capital do estado. Os objetivos eram: 1) prestar contas à população de que o Governo do Estado estava realizando a obra de saneamento em Natal; 2) esclarecer a importância dessa obra e os benefícios diretos e indiretos que ela trará em um futuro próximo para a população atingida; 3) fazer a ligação entre esses benefícios e a população que será beneficiada, composta por pessoas de todos os bairros e zonas geográficas da capital; 4) abordar de forma clara, em linguagem simples e de fácil entendimento, o que é a obra de saneamento e o que ela representa para a cidade; 5) enfatizar o fato de que, após a conclusão das obras, 100% da cidade estará saneada; 6) dar o devido crédito ao trabalho do Governo do Estado em prol da população da maior cidade do estado; 7) Fazer com que a mensagem central da campanha chegasse ao maior número de pessoas na capital, em todas as classes sociais e extratos da população, com eficiência, economicidade e correta aplicação dos recursos públicos.

Após intensas pesquisas sobre referências e debates sobre como abordar a situação, a agência fez a opção de comunicar utilizando-se de personagens populares presentes em nossa vida cotidiana, como o vendedor de picolé (que tradicionalmente anda de bicicleta, equipado com microfone e som anunciando o seu produto) e o vendedor de "cavaco chinês" (que circula pela cidade com seu recipiente característico e chamando a atenção ao som do instrumento musical triângulo), entre outros. Eles são grandes andarilhos pela cidade e, por onde passam, poderiam atestar que estão vendo essa grande obra realizada pelo Governo do Estado. Trazer a mensagem principal da campanha através de um personagem do povo causaria de imediato uma aproximação entre mensagem e público, quebrando a barreira da séria comunicação institucional governamental, evidentemente sem deixar de lado a seriedade e responsabilidade necessárias para o atingimento do objetivo da campanha. Dividida inicialmente em três fases, a campanha traria esses personagens, um por vez, de acordo com cronograma proposto pela agência à comunicação do Governo.

*[Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large signature at the top and several initials below it.]*





O conceito escolhido para sintetizar todos esses objetivos resultou no slogan tema da campanha: "Saneamento: o Governo do Estado trabalha pra você". Aproveitando-se da enorme capilaridade da obra, com inúmeras frentes de trabalho abrindo ruas por toda a cidade, uma mídia de custo reduzido e de impacto direto a quem vê esses canteiros seriam as placas de sinalização utilizadas para interdição viária, que passaram logo de imediato a estampar a identidade visual desenvolvida para a campanha (com cores fortes, layout limpo e fácil leitura), e a frase adotada como tema. As placas, além de causarem identificação daquela obra com a campanha que ganhava as ruas, tinha a importante característica de serem volantes, acompanhando o trabalho dos operários por diferentes ruas dia após dia. Além dessa peça, a estratégia de mídia contemplou: placas de rua fixas; informe publicitário no formato "merchandising" testemunhal, em programas jornalísticos locais de comunicadores líderes de audiência e identificação popular (como Cyro Robson, o "Papinha"), com roteiro de texto determinado pela agência que fazia menção aos bairros por onde a obra estava passando naqueles dias; VT de 30 segundos veiculados conforme plano de mídia de alcance abrangente a todos os públicos, nos principais canais de TV aberta locais; spot de rádio de 30 segundos veiculados nas principais emissoras FM da capital; anúncio impresso nos principais jornais da capital e em alguns títulos de revista considerados relevantes e de interesse por alcançar públicos considerados prioritários; banners publicitários em sites de grande audiência e/ou relevância na capital; e cards para distribuição orgânica no comunicador Whatsapp.

Lançada no mês de setembro de 2016, a campanha teve seu resultado mensurado através de pesquisa de opinião realizada em outubro de 2016 em Natal, com o objetivo de estimar o impacto da campanha publicitária sobre a Caern e a obra de saneamento. O levantamento constatou que, naquela data, 43,4% dos entrevistados consideravam "Saneamento" como a "principal obra do Governo do Estado". A título de comparação, em segundo lugar figuravam "Viadutos", com 6%, e "Duplicação da BR", com 4,2%. A respeito do "conhecimento do saneamento básico em Natal", 87,5% dos entrevistados declararam ter "conhecimento que Natal está sendo totalmente saneada". Na pergunta espontânea sobre quem é o "responsável pela obra de saneamento em Natal", 40,7% responderam que era o "Governo do Estado", contra 19,7% que afirmaram ser a "Prefeitura". Na pergunta estimulada, 46,2% responderam "Governo do Estado", em contraponto de 29,2% que responderam "Prefeitura". Ainda sobre a pesquisa, 81,5% dos entrevistados no universo pesquisado responderam "Sim" sobre ter "conhecimento sobre as propagandas das obras de saneamento", ao ponto que 16,9% responderam "Não" e 1,6% "Não sabe/não responderam". Os resultados foram considerados positivos pelo Governo do Estado, que ficou extremamente satisfeito com os números do levantamento e com a eficácia da estratégia de comunicação elaborada pela agência.

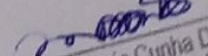
Endosso do anunciante:

Nome empresarial: Governo do Estado do Rio Grande do Norte (Assecom)

Representante: Maria da Guia Cunha Dantas Freire - Assessora de Comunicação Social

Av. Sen. Salgado Filho - BR 101, S/N - Governadoria - Centro Administrativo - Natal/RN

Fone: (84) 3232-5141 - E-mail: [guiadantas@gmail.com](mailto:guiadantas@gmail.com)

  
Maria da Guia Cunha Dantas  
Assessora de Comunicação



# "EITA QUE O GOVERNO DO ESTADO TÁ SANEANDO NATAL TODINHA, VISSEI?"



O Governo do Estado realiza em Natal a maior obra de saneamento da história do RN. Com o esgotamento e as novas estações de tratamento, Natal terá orgulho em ser a primeira capital 100% saneada do Brasil. Trabalho da Caern e Governo do Rio Grande do Norte para garantir saúde e qualidade de vida para toda a população nos quatro cantos da cidade.



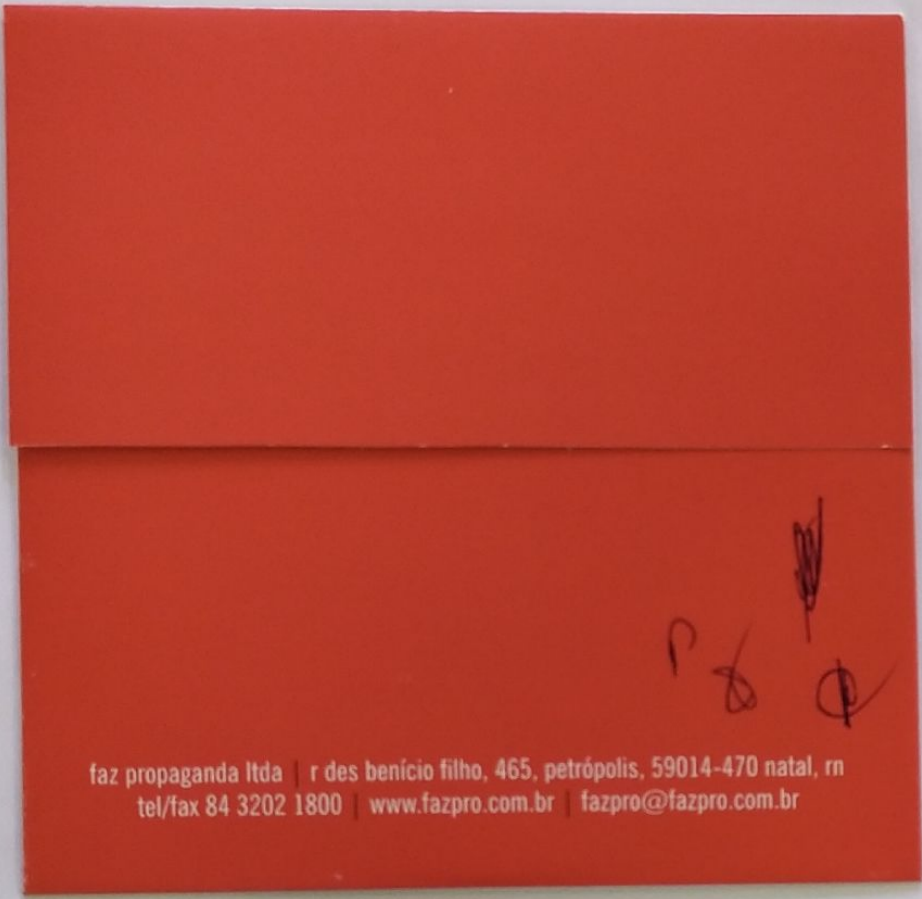
MAIS DE 55% DAS OBRAS CONCLUÍDAS  
PREVISÃO DE  
TÉRMINO: 2018

**NATAL  
100%  
SANEADA**



Estado do Rio Grande do Norte  
Secretaria de Infraestrutura - SINFRA





Handwritten initials and a signature in black ink, including a circled 'P' and a circled 'D'.

faz propaganda ltda | r des benício filho, 465, petrópolis, 59014-470 natal, rn  
tel/fax 84 3202 1800 | www.fazpro.com.br | fazpro@fazpro.com.br

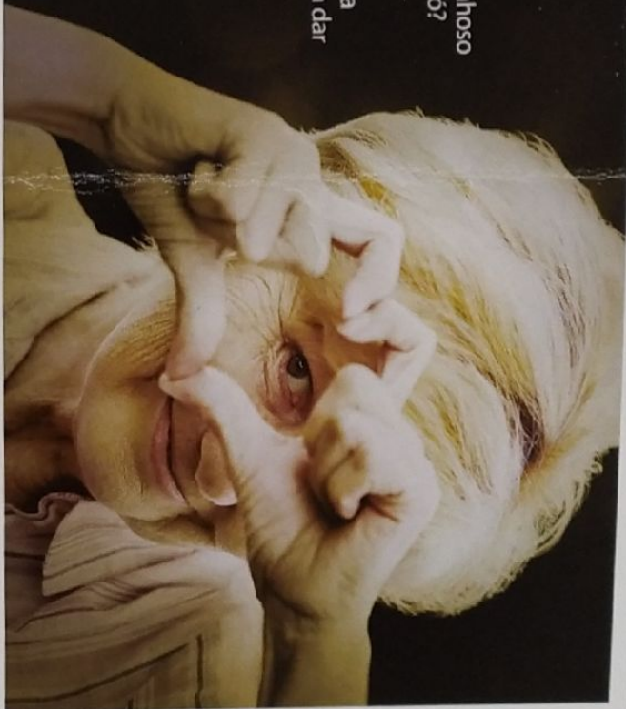
Handwritten notes and signatures in blue ink, including the word 'reparar' and several initials and signatures.



Lembra daquele abraço carinhoso  
que você ganhava da vovó?



Aqui no Lar da Vovozinha  
estamos cheias de amor pra dar  
e ninguém pra abraçar.



#abraçeevovozinha  
[bit.ly/abraçeevovó](http://bit.ly/abraçeevovó)



Sozinhas ou esquecidas, as idosas do Lar da Vovozinha veem no mais simples gesto de amor um grande presente. Cada dia é um recomeço, com desejos e conquistas. Seja você essa esperança. Contribua e ajude a alimentar os sonhos de quem inicia uma nova vida.

apolo  
**faz pro AGORA**



Lembra do respeito que você tinha  
pelos conselhos da sua avó?



Aqui no Lar da Vovozinha  
eles continuam bons e de graça.



Contribua e ajude  
o Lar da Vovozinha  
#abraceavovozinha  
[lardavovozinha.org.br](http://lardavovozinha.org.br)





Sabe aquele desejo de criança  
que só a sua avó podia realizar?



Aqui no Lar da Vozozinha  
nosso maior desejo é ver você.

#abraçavozozinha  
[bit.ly/abraçavovs](http://bit.ly/abraçavovs)



Sezinhos ou esquecidos, as Idosas do Lar da Vozozinha veem no mais simples gesto de amor um grande presente. Cada dia é um recomeço, com desejos e conquistas. Seja você essa esperança. Contribua e ajude a alimentar os sonhos de quem inicia uma nova vida.

apelo

**fazpro**  
**AGORA**



Caso 02: Campanha de Arrecadação  
Cliente: Lar da Vovozinha  
Realização/início: Dezembro/2017

Problema de comunicação, soluções e resultados: Sediada em Natal/RN, a casa de apoio à terceira idade Lar da Vovozinha, em 2017 completava 36 anos de atendimento contínuo a idosos carentes através de um ambiente acolhedor, de respeito e de promoção dos seus direitos. O lar funciona com a modalidade de Instituição de Acolhimento de Longa Permanência para Idosos – ILPI, onde as idosas acolhidas passam a residir de forma permanente no local e lá vivem por longo período das suas vidas, dependendo do trabalho de voluntários que doam seu tempo e conhecimento para colaborar com o funcionamento da instituição. Por causa da sazonalidade das doações, com as quais conta para suprir todas as necessidades das moradoras da casa, a entidade precisava urgentemente aumentar a arrecadação de donativos para os últimos meses do ano, tempo em que as pessoas, mesmo aquelas comprometidas com a solidariedade, dão prioridade a outros compromissos e acabam esquecendo da importância de colaborar com a casa financeiramente e fisicamente.

A par desse problema, a Faz Propaganda propôs ao Lar da Vovozinha a realização de uma campanha publicitária para sensibilizar a população em oferecer apoio, através de trabalho voluntário e também de donativos. O intuito seria mobilizar a população natalense para se voltar em atenção à casa, tanto no fornecimento de donativos e contribuições financeiras para o seu funcionamento, quanto para ir além da entrega de doações. A intenção era fazer com que as pessoas se aproximassem do Lar da Vovozinha como se estivessem realmente visitando um ente querido seu que vive no local. Esse incentivo para que compareçam à instituição para criação e manutenção de laços afetivos estende-se a além dos familiares das moradoras, visto que muitas delas não podem contar com a presença de membros de suas famílias. Em eventos como aniversários e em outras datas comemorativas, como Natal, Semana Santa, São João e Dia das Mães, essa ausência é ainda mais sentida, e é utilizando esse argumento que a agência pretendia sensibilizar.

A campanha elaborada procurou relacionar as lembranças que as pessoas geralmente têm da criação e convívio com suas avós ao fato que de as avós do Lar da Vovozinha muitas vezes se sentem sozinhas. Na maior parte das vezes, as senhoras do abrigo necessitam, além dos donativos, principalmente do apoio e de alguns minutos de atenção para uma conversa, para ouvir uma história, para instantes de carinho que as façam se sentir amadas e pertencentes a laços fraternos que remetem ao convívio da família. Junto às imagens de simpáticas senhoras que representam as idosas que moram no local, mensagens em texto faziam o contraponto entre situações positivas nas quais as pessoas viviam com suas avós e a situação desfavorável de solidão e abandono que essas senhoras agora podem enfrentar caso não contem com o contato e convívio de outras pessoas que, mesmo desconhecidas, podem ter uma enorme representação sentimental para elas nesta fase da vida.

De acordo com o caráter beneficente da campanha, ela não gerou custos para o cliente, sendo oferecida gratuitamente pela agência e viabilizada através de negociações com parceiros de mídia e outros veículos. A mídia contou com anúncios para veículos impressos (jornais e revistas), banners em diversos formatos para sites da internet e publicações para as redes sociais, contando com a colaboração de veículos de imprensa para a cessão dos espaços, além do engajamento de pessoas físicas e de outras empresas. Os resultados foram sentidos de imediato pelo cliente, através da reação na quantidade de doações financeiras e de donativos recebidos, que reverteram a tendência de queda e voltaram a

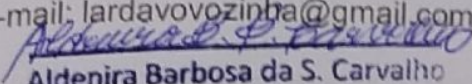


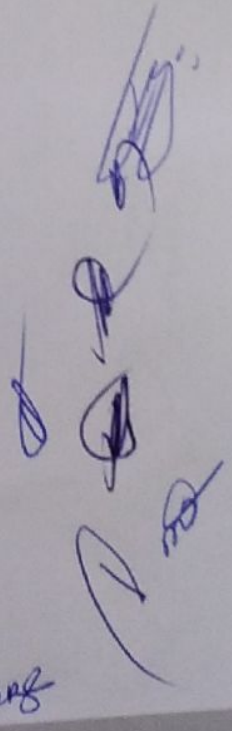


aumentar substancialmente. Diversas pessoas também procuraram o abrigo para participar das atividades normais do dia a dia, como também para as celebrações de fim de ano. Os administradores da entidade agradeceram formalmente a colaboração da agência através da campanha, que possibilitou-lhes oferecerem às idosas um período de fim de ano mais acolhedor, com o carinho especial e extra que a época pede e sem tantas preocupações com a questão da arrecadação e manutenção do lar.

Endosso do anunciante:

Nome empresarial: Associação Espirita Enviados de Jesus - Lar da Vovozinha  
Representante: Aldenira Barbosa da Silva Carvalho – Coordenadora Administrativa  
Av. Antônio Basilio, 1264 - Dix-Sept Rosado – Natal/RN  
Fone: (84) 3223-1907 - E-mail: lardavovozinha@gmail.com

  
Aldenira Barbosa da S. Carvalho  
Coordenadora Administrativa





## DECLARAÇÃO

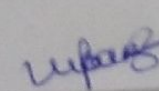
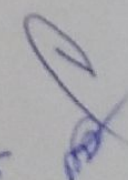
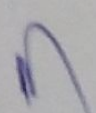
Declaramos que, a respeito dos direitos autorais dos produtos de comunicação e peças publicitárias que a licitante vier a produzir, ficam estabelecidos:

- 1 - Para os direitos de autoria intelectual (criação, textos, produção, direção, trilha sonora original, arte-finalização e assemelhados), cessão definitiva à PREFEITURA MUNICIPAL DE NATAL dos direitos patrimoniais de uso;
- 2 - Para os direitos de imagem (atores e modelos) e para os direitos de uso de obras artísticas pré-existentes (ou de sua reprodução), o licenciamento de uso durante o prazo de duração do contrato, sendo definido o percentual de 100% do cachê original ou da licença original de uso, conforme o caso;
- 3 - O compromisso de fazer constar, em destaque, em todos os orçamentos de produção de peças, os valores dos cachês e os licenciamentos de uso de obras artísticas pré-existentes neles incluídos.

Natal/RN, 01 de agosto de 2019.



FAZ PROPAGANDA LTDA.  
Ricardo Antônio Rosado de Holanda  
Sócio-Diretor



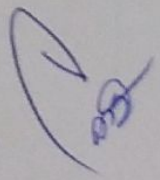
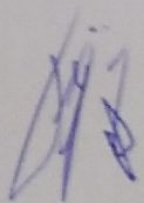
*Luanda Pereira de Holanda*  
FAZ PROPAGANDA LTDA.  
Luanda Pereira de Holanda  
Sócia-Diretora



Natal/RN, 01 de agosto de 2019.



FAZ PROPAGANDA LTDA.  
Ricardo Antônio Rosado de Holanda  
Sócio-Diretor



*Leopoldo*

*Luanda Pereira de Holanda*  
FAZ PROPAGANDA LTDA.  
Luanda Pereira de Holanda  
Sócia-Diretora

