



PROPOSTA DE PATROCÍNIO-BNB

1. Dados do Proponente

Proponente Prefeitura Municipal de Quixadá		Tipo PF () PJ (x)		CPF/CNPJ 23.444.748/0001-89
Endereço (via, nome da via, número, complemento) Tabelião Eneias 649 – altos.			Bairro centro	Cep 63900-000
Cidade –UF Quixadá-CE	Telefone fixo (88) 3414 4073. (88) 3414 6874.	Celular (88)99145021 (88)88270340	Endereço eletrônico (site, e-mail) osmundocosta7@yahoo.com.br nascimentomarques@yahoo.com	

Relacionamento Negocial com o BNB – Posição: 06/09/2005.

Conta-corrente			Negócios em ser	
Número	Agência	Ano abertura	Tipo	Valor/Saldo
5.780-9	0135	2005	Conta corrente – Prefeitura Municipal de Quixadá. Pessoa Jurídica.	(zero)

Conta-corrente em outro banco

Banco	Agência	Conta-corrente	Banco	Agência	Conta-corrente
Do Brasil.	0241	8813-7			

2. Dados do Projeto

Nome do Projeto XIX Encontro dos Profetas da Chuva.	Área Ambiental (x) Cultural (x) Esportiva () Social (x) Diversas (x)				
Nome e endereço do local de realização do evento Clube dos agrônomos – Parque histórico do Açude Cedro.		Cidade e UF de realização Quixadá		Período de Realização 10/01/2010.	

Faixa Etária		Público Alvo		Gênero	Quantidade
		Classe Social			
Crianças (0 a 11 anos)	(x)	Alta renda (x)		Masculino (x)	800
Adolescentes (12 a 17 anos)	(x)		Baixa Renda (x)		
Jovens (18 a 24 anos)	(x)				
Adultos (25 a 60 anos)	(x)		Média Renda (x)		
Idosos (mais de 60 anos)	(x)				

3. Descrição do Projeto

Informações básicas quantitativas, qualitativas e conceituais do projeto

O Encontro dos Profetas da Chuva, evento que já se tornou uma tradição em nosso município, que em 2010 será sua XIX edição, sempre no início do ano, bem como nas vésperas da quadra chuvosa, evento onde se encontram profetas, agricultores, comerciantes, estudantes, servidores públicos, professores, produtores rurais, pesquisadores, para ouvirem e apreciarem as profecias relatadas pelos profetas populares, assim são chamados aqueles homens, que fazem uma leitura e decifram os fenômenos da natureza, prospectando o futuro e anunciando as chuvas.

O evento aglomera pessoas de todos os lugares do nordeste e Brasil, pesquisadores internacionais, mídias televisivas, escritas e radiofônicas, nacionais e regionais, assim como instituições ligadas a economia, pois é a partir deste momento, que muitos se preparam para ofertarem seus produtos, visto o aumento da demanda com o advento da quadra chuvosa.

4. Justificativas

A razões que levam o proponente a acreditar em uma possível concessão do patrocínio por parte do Banco do Nordeste, considerando sua missão

O evento tem repercussão nacional, muitos veículos de comunicação estarão presentes, visto a importância desta data para o sertão e o homem nordestino, que acredita nas previsões de seus pares, os profetas sertanejos, e a partir deste momento que se desenha a produção e o início dos preparos ao plantio de culturas com: milho, feijão, oleaginosas, algodão, entre outras.

Portanto, há um desencadear de demandas que aquecem a economia local, um despertar para busca de financiamento, neste caso o BNB estará próximo de sua clientela e até, se a gerencia local achar



conveniente, estabeleceremos em espaço de tempo para a apresentação institucional do BNB. Do ponto de vista publicitário, é um ambiente impar, pois naquele espaço, teremos várias empresas de comunicação que divulgará indiretamente a LOGOMARCA BNB, bem como em todos os convites, radiofônicos, televisivos e gráficos, enfocaremos o patrocínio concedido por esta importante instituição de fomento ao desenvolvimento.

5. Objetos do projeto

Aquisições/inversões a serem realizadas para realização do projeto, indicando a participação do patrocínio do BNB

Descrição da Inversão a ser realizada	Valor da inversão no Projeto (A)	Valor a ser patrocinado pelo BNB (B)	Origem dos recursos para fazer face a diferença (A) – (B)
1 ALUGUEL DE SOM	R\$ 500,00	R\$ 500,00	() Recursos próprios () Outros apoiadores
2 CERIMONIALISTA	R\$ 300,00		(x) Recursos próprios () Outros apoiadores
3 ALUGUEL DE 1000 CADEIRAS PLÁSTICAS	R\$ 500,00	R\$ 500,00	() Recursos próprios () Outros apoiadores
4 MERENDA NORDESTINA PARA OS PRESENTES (CAFÉ DA MANHÃ TRADICIONAL)	R\$ 1.525,00	R\$ 1525,00	() Recursos próprios () Outros apoiadores
5 TRANSPORTES DE ESTRUTURA	R\$ 300,00		(x) Recursos próprios () Outros apoiadores
6 ALUGUEL DE 4 TENDAS	R\$ 1000,00	R\$ 1000,00	() Recursos próprios () Outros apoiadores
7 SERVIÇO DE 5 APOIADORES	R\$ 200,00		(x) Recursos próprios () Outros apoiadores
8 SERVIÇO DE DIVULGAÇÃO (RÁDIOS E CARROS VOLANTES)	R\$ 2.025,00	R\$ 2.025,00	() Recursos próprios () Outros apoiadores
9 CONFECÇÃO DE 200 CARTAZES	R\$ 600,00	R\$ 600,00	() Recursos próprios () Outros apoiadores
10 CONFECÇÃO DE 1000 CONVITES	R\$ 500,00		(x) Recursos próprios () Outros apoiadores
11 CONFECÇÃO DE 500 PANFLETOS	R\$ 750,00		(x) Recursos próprios () Outros apoiadores
12 CONFECÇÃO DE 3 BANERES INSTITUCIONAL DO EVENTO.	R\$450,00	R\$ 450,00	() Recursos próprios

				() Outros apoiadores
13	COMPRA DE 15 GARRAFÕES DE AGUA (SERVIR AGUA POTAVEL AOS PRESENTES)	R\$ 60,00		(x) Recursos próprios () Outros apoiadores
14	ALUGUEL DE PROJETER (DATA SHOW)	R\$150,00		(x) Recursos próprios () Outros apoiadores
15	PAGAMENTO DE TRABALHADORES DA DIVULGAÇÃO DE MATERIAL IMPRESSO (CARTAZES, PANFLETOS E CONVITES)	R\$550,00		(x) Recursos próprios () Outros apoiadores
16	AQUISIÇÃO DE 30 CAMISETAS PARA EQUIPE DE REALIZADORA E DE APOIO DO EVENDO.	R\$450,00	R\$ 450,00	() Recursos próprios () Outros apoiadores
TOTAL		R\$ 9.860,00	R\$ 7.050,00	

6. Valores do Projeto (R\$ 1,00)

Valor total do projeto	Valor do Patrocínio solicitado	Possui incentivo fiscal?	
R\$ 9.860,00	R\$ 7.050,00	Sim ()	Não (x)

Incentivo Fiscal 1				
Âmbito	Aprovado ?	Lei de enquadramento	Nº do processo (acompanhamento)	Valor Autorizado
Federal ()	Sim ()			
Estadual ()				
Municipal ()	Não ()			

Incentivo Fiscal 2				
Âmbito	Aprovado ?	Lei de enquadramento	Nº do processo (acompanhamento)	Valor Autorizado
Federal ()	Sim ()			
Estadual ()	Não ()			

Outros valores captados			
Nome do patrocinador	Data concessão	Tipo	
1		Público ()	Patrocínio ()
		Privado ()	Parceria ()

Âmbito			Lei de incentivo	Valor concedido
Federal ()	Estadual ()	Municipal ()		

Nome do patrocinador	Data concessão	Tipo	
2		Público ()	Patrocínio ()
		Privado ()	Parceria ()

Âmbito			Lei de incentivo	Valor concedido
Federal ()	Estadual ()	Municipal ()		

Nome do patrocinador	Data concessão	Tipo	
3		Público ()	Patrocínio ()
		Privado ()	Parceria ()

Âmbito			Lei de incentivo	Valor concedido
Federal ()	Estadual ()	Municipal ()		

7. Contrapartidas da Presente Proposta (benefícios para o BNB relativo ao patrocínio concedido)

7.1 – **Negocial** (oportunidade que visem à aproximação direta do BNB com clientes atuais/potenciais). Ex.: disponibilização de mailing; sessões fechadas para clientes, ações de relacionamento, como: oficinas, workshops, stand, quiosque; exibição de vídeo promocional; ações de marketing (folheteria, brinde, banner, painés).

O ambiente, o evento, é por demais propício a divulgação da imagem e programas realizados pelo BNB, visto está presente grande parcela do seu público alvo (produtores, comerciantes, agricultores, agroindustriais, a presença de dirigentes da usina de biodiesel da Petrobrás – Quixadá, servidores públicos, Ong's, ambientalistas,



pessoas formadoras de opinião, entre outros).

No evento, que se faz campal, no clube dos agrônomos de Quixadá, haverá espaço para apresentações institucionais de entidades públicas (Prefeitura Municipal Quixadá, Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo, Secretaria da Agricultura Familiar, outros apoiadores), sendo o BNB um dos patrocinadores, disponibilizaremos, ser acharem conveniente, tempo suficiente para sua apresentação.

7.2 – Imagem (divulgação da logomarca do BNB). Ex.: inserção da marca do BNB e do Governo Federal em impressos, DVD's, CD's, livros mídias eletrônicas; citação do patrocínio em locuções, exibição de vídeo institucional, cessão de exemplares do produto patrocinado; apresentação especial e/ou convites para uso do patrocinador.

Todo o material confeccionado para divulgação do evento, banners, cartazes, folderes, spots, conterá a marca do BNB, e no local, o cerimonial, enfocará a parceria e patrocínio dos apoiadores, ressaltando o BNB como o Banco do Desenvolvimento, reproduzindo sua frase institucional, "nosso negócio é o desenvolvimento".

Nas entrevistas, realizadas pelos membros responsáveis pelo evento, também se ressaltará a importância do BNB na parceria e patrocínio do evento.

Todo tipo de divulgação será anteriormente escrita e listada, listaremos apenas as instituições que realmente contribuíram na realização do XIX Encontro dos Profetas da Chuva.

7.3 – Social (propiciar a participação dos que não teriam acesso a conhecimento e equipamento relacionado ao acesso livre e ou subsidiado). Ex.: show, espetáculo e concertos gratuitos ou abertos ao público, possibilitar emprego e ou renda, capacitações profissionais.

O evento terá, como sempre fora, **Entrada Gratuita**, todos que queiram ir para assistir as apresentações dos profetas serão convidados, lá também se faz apresentações artísticas, buscando sempre, a espontaneidade cultural de nosso povo, estarão presentes: violeiros, repentistas, poetas, cantadores, pessoas folclóricas, que se apresentam naturalmente, sem que seja necessário algum tipo de pagamento, apenas a satisfação de engrandecer culturalmente e alegrar mais o encontro.

Há também um elo de reencontros, pois pessoas que habitam regiões diferentes, distantes, se reconhecem e possibilitam uma conversa prazerosa, além de fomentar negócios, visto que há naturalmente, o encontro de promitentes consumidores e ativos fornecedores de serviços e produtos.

8. Patrocínios do BNB em edições anteriores

Ano/valor	Ano/valor	Ano/Valor	Ano/Valor
2008 / R\$ 2.000,00	2008/ R\$ 2.000,00	2008/ R\$ 2.000,00	2008/ R\$ 2.000,00

Resultados alcançados:

Imagem institucional do Banco alcançada, o eventos, a cada ano aumenta na projeção nacional e internacional, os meios de comunicação, veicularam a imagem social e institucional do BNB, entres outros benefícios alcançados diretos e indiretamente.

9. Outras cotas de patrocínio

Denominação	Valor	Contrapartidas oferecidas ao BNB

10. Ações de Comunicação, Marketing e Promoção do evento

Veículos de Comunicação	Descrição
Anúncio em Jornal	Visualização indireta, entrevistas e imagens fotográficas no dia do evento.
Anúncio em Revista	Visualização indireta, captação de imagens e entrevistas no dia do evento.
Anúncio em TV	Visualização indireta, captação de imagens no dia do Evento.
Anúncio em Rádio	15 inserções diárias de 01/01/2010 a 10/01/2010
Outros:	Convite em Carro Volante, 1 hora diária no centro da cidade e bairros populosos, de 01/01/2010 a 10/01/2010.
Peças Promocionais	Descrição
Folder	
Cartaz	200 unidades que serão afixados nos principais espaços públicos do município e região, se dará no período de 21/12/2009 a 30/12/2009.
Panfletos	500 unidades que serão distribuídos nas principais instituições publicas e



	privadas da região, se dará no período de 30/12/2009 a 05/01/2010.
Banners	3 unidades que serão instalados em espaços estratégicos de imagem, apresentar-se-ão no dia do evento.
e-mail	Será postado emails a todos os contistas do yahoo e Hotmail.
Outros	Será anunciado no período de 15/12/2009 a 11/01/2010 no sitio oficial da Prefeitura Municipal de Quixadá.

Outras ações de comunicação

O evento a muito tempo, desde suas primeiras edições, é estudado por pesquisadores de todo o Brasil e de alguns pesquisadores de fora, como no caso, a Universidade do Arizona-EUA que destacou uma pesquisadora com finalidade de estudos Pós Doutorado, assim se associam alguns livros já publicados, fotografias das mais diversas, vídeos, documentários, sitios da Internet, emails, jornais, revistas e porque não relatar, a conversa pessoal, que difunde o Encontro do Profetas da Chuva em todas as partes deste Brasil globalizado.

11. Responsável pelo projeto

Nome	José do Nascimento Marques.	Contato (fone fixo, celular, e-mail)	(88) 3414 6874 ou (88) 8827 0340. nascimentomarques@yahoo.com
<p>_____</p> <p>Assinatura</p>			