O MUNDO CHEGA A ITAJAÍ

VILA DA REGATA

CENTREVENTOS · ITAJAÍ/SC

31 MAR — 18 ABR 2027



FOTO: THE OCEAN RACE

PLANO DE MARKETING E MÍDIA

The Ocean Race Itajaí 2027 · versão 1 · 07/11/2026

Itajaí | THE OCEAN RACE

HOST CITY

PROPOSTA
pendente de aprovação
Diego + The Ocean Race + Itajaí

02 O PLANO EM UMA PÁGINA

MOTIVO E DATA, DO CARTAZ AO ÚLTIMO DIA

A comunicação começa em **30/11, com o cartaz oficial lançado ao lado da The Ocean Race em Itajaí**, e roda em ondas até 18/04.

1 O PROBLEMA

ITAJAÍ NÃO TEM PROBLEMA DE CONHECIMENTO

Tem problema de **motivo e de data**. Em 2023 o evento encheu o total e esvaziou o dia: foi a menor média diária das quatro edições, e menos de um em cada dez visitantes dormiu na cidade.

2 A TAREFA

DA AGENDA À ESTADIA

Transformar um evento que a região **conhece** em um evento que a região **marca na agenda**, e um dia de visita em uma estadia, deixando uma base de público que chegue a 2031.

3 O CAMINHO

CINCO ONDAS, UMA VIRADA

Lançamento em 30/11 · **construção** de dezembro a fevereiro, com a largada de Alicante · **promoção** na janela do turista de RS e SP · **programação e serviço** de março a 18/04 · **pós**, rumo a 2031.

4 O QUE DECIDIR AGORA

TRÊS DECISÕES ATÉ 14/11

Aprovação do cartaz e do kit de dezembro pela TOR fora do prazo padrão de 1 mês · **quem opera** a comunicação antes da agência · **as metas** de O1 a O6.

Fonte: Estudo de Impacto Econômico The Ocean Race Itajaí 2023 (Eficaz), pp. 28–32; datas em theoceanrace.com/en/round-the-world/2027; prazo de aprovação conforme o HVA 14.2/14.3.

PROPOSTA — pendente de aprovação (Diego + The Ocean Race + Itajaí)

Itajaí | THE OCEAN RACE HOST CITY

CONHECER NÃO BASTA. FALTA MOTIVO.

VILA DA REGATA · CENTREVENTOS · ITAJAÍ/SC

31 MAR — 18 ABR 2027



FOTO · THE OCEAN RACE

01 · O PONTO DE PARTIDA

Diagnóstico, objetivos e metas

Itajaí | THE OCEAN RACE

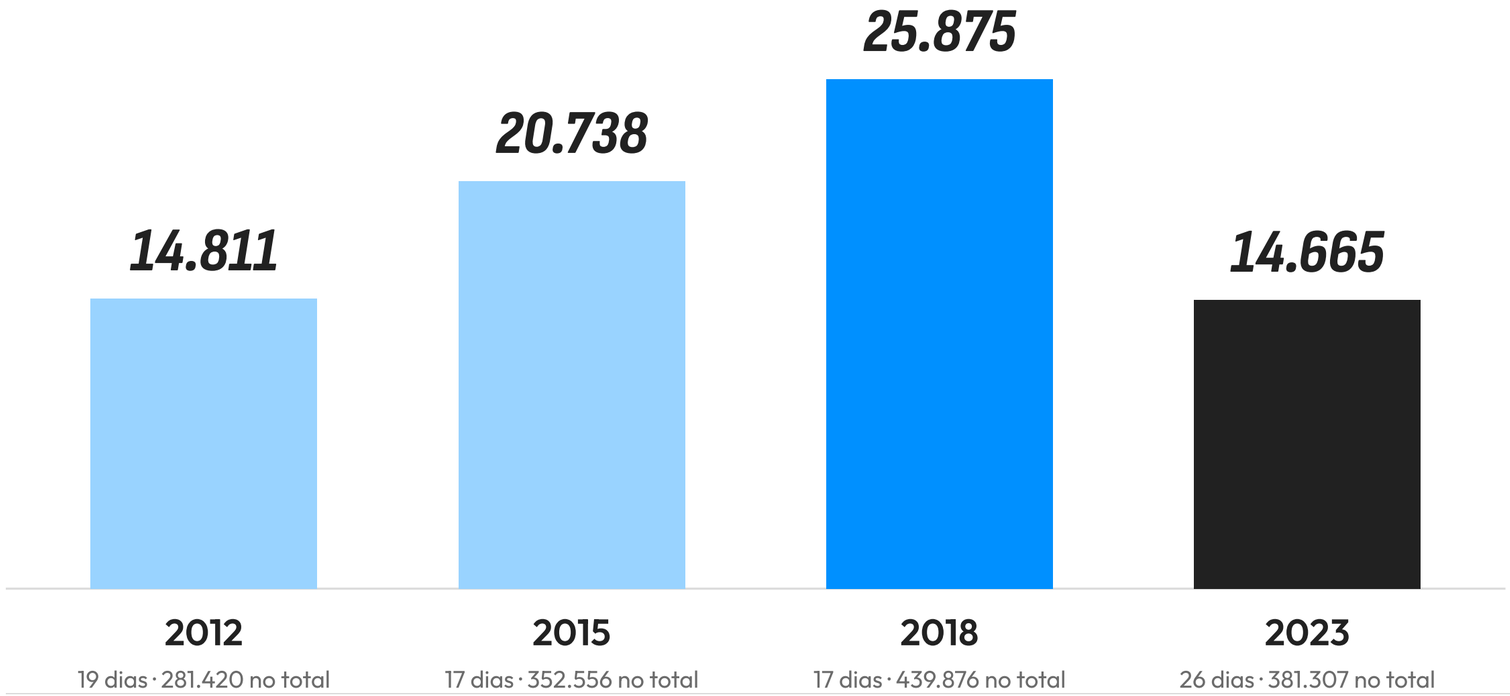
HOST CITY

PROPOSTA
pendente de aprovação
Diego + The Ocean Race + Itajaí

2023 ENCHEU O TOTAL E ESVAZIOU O DIA

Lido pelo total, 2023 foi a segunda melhor edição. **Lido pela média diária, foi a pior das quatro**: o evento durou nove dias a mais que 2018.

MÉDIA DIÁRIA DE PÚBLICO NA VILA · FONTE: EIE 2023, P. 28



−43%

de média diária em 2023 contra 2018 [DERIVADO]

+9 dias

de duração em 2023 contra 2018: o evento cresceu, o motivo diário não acompanhou [DERIVADO]

2027 tem 19 dias, de 31/03 a 18/04. Um stopover sem motivo diário vira paisagem: as pessoas sabem que está lá e vão "qualquer dia".

Fonte: Estudo de Impacto Econômico The Ocean Race Itajaí 2023, Eficaz Pesquisa e Tecnologia, p. 28 (dias, público total e média diária por edição). Variações calculadas a partir da tabela.

PROPOSTA — pendente de aprovação (Diego + The Ocean Race + Itajaí)

Itajaí | THE OCEAN RACE HOST CITY

SABEM QUE EXISTE. FALTA MOTIVO E DATA.

Na quinta edição consecutiva, a região já sabe que a The Ocean Race para em Itajaí. **Falta razão para ir num dia específico e para dormir na cidade.**

9,1%

QUASE NINGUÉM DORME NA CIDADE

dos visitantes ficaram em hotel, pousada, hostel ou Airbnb [DERIVADO]. O evento move gente e não move estadia.

0,6%

O TRADE NÃO PARTICIPA

chegaram por agência de viagem, segundo o estudo de 2023; quase metade organizou a viagem por conta própria. A distribuição turística não vende o evento.

50,9%

METADE DO PÚBLICO MORA AO LADO

do público é de Itajaí, segundo o estudo de 2023. É quem leva a família e volta se cada visita for diferente: precisa da programação do dia.

E há uma camada que não é sintoma, é oportunidade: Itajaí é sede em 2027 e de novo em 2031. Comunicação que evapora em 19 de abril desperdiça o ativo mais caro que o evento produz, a relação com quem veio.

Fonte: Estudo de Impacto Econômico The Ocean Race Itajaí 2023 (Eficaz), p. 30: hospedagem (hotel, pousada, hostel e Airbnb, somados), organização da viagem e origem. Sedes 2027 e 2031: theoceanrace.com, jun/2025.

PROPOSTA — pendente de aprovação (Diego + The Ocean Race + Itajaí)

Itajaí | THE OCEAN RACE HOST CITY

SEIS OBJETIVOS, TODOS COM RÉGUA

Cada objetivo tem indicador e linha de base. **A meta é decisão da SETUR e da CLO**: o plano propõe o patamar, não fixa o número.

	OBJETIVO	INDICADOR	LINHA DE BASE · 2023	META 2027
01	RECUPERAR A DENSIDADE DIÁRIA	média diária de público na Vila da Regata	**14.665** por dia; foi a pior média das quatro edições. Em 2018 foram 25.875	A DEFINIR proposta: patamar de 2018
02	CONVERTER VISITA EM ESTADIA	% dos visitantes de fora que dormem em hospedagem formal	**9,1%** hotel, pousada, hostel e Airbnb somados [DERIVADO]	A DEFINIR SETUR + CLO
03	TRAZER GENTE DE FORA DE SC	% do público vindo de RS, SP e demais estados	— o estudo de 2023 nomeia RS e SP como praças, mas não mede a fatia	A DEFINIR SETUR + CLO
04	BASE PRÓPRIA QUE FICA PARA 2031	seguidores e contatos dos canais do evento ao fim de abril	— a linha de base é entrega da Onda 0, antes do lançamento	A DEFINIR SETUR + CLO
05	GERAR REPERCUSSÃO ESPONTÂNEA	inserções e alcance por praça e por período	— ninguém mede: o monitoramento do Município venceu em 05/11/2025	A DEFINIR SETUR + CLO
06	PÔR O TRADE TURÍSTICO PARA VENDER	operadores, hotéis e agências com material e oferta ativa	**0,6%** dos visitantes chegaram por agência de viagem (2023)	A DEFINIR SETUR + CLO

Fonte: Estudo de Impacto Econômico The Ocean Race Itajaí 2023, Eficaz Pesquisa e Tecnologia, pp. 28–32. Monitoramento: PNCP, contratos do Município de Itajaí, consulta de 17/08/2026.

PROPOSTA — pendente de aprovação (Diego + The Ocean Race + Itajaí)

Itajaí | THE OCEAN RACE HOST CITY

CADA PÚBLICO DECIDE NA SUA HORA

VILA DA REGATA · CENTREVENTOS · ITAJAÍ/SC

31 MAR — 18 ABR 2027



FOTO · THE OCEAN RACE

02 · A ESTRATÉGIA

Públicos, territórios e mensagens

Itajaí | THE OCEAN RACE

HOST CITY

PROPOSTA
pendente de aprovação
Diego + The Ocean Race + Itajaí

08 PÚBLICOS

CINCO PÚBLICOS, CINCO RELÓGIOS

Cada público decide numa hora diferente. **A mensagem certa no momento errado é verba perdida.**

P1

O VIZINHO DE BATE-VOLTA

BC, Itapema, Navegantes, Brusque, Blumenau, Florianópolis e Vale

Decide: na semana, para um fim de semana

Produz ou destrói a média diária. **Precisa ouvir:** o que tem, em que dia, e por que aquele dia.

Onda: 3

P2

O ITAJAIENSE

metade do público de 2023

Decide: no dia, e volta se cada visita for diferente

Leva a família e o visitante; forma a atmosfera. **Precisa ouvir:** orgulho de sediar e a programação de cada dia.

Ondas: 1 e 3

P3

O TURISTA DE RS E SP

Porto Alegre, Serra gaúcha, São Paulo e interior

Decide: semanas antes: compra viagem e hospedagem

Gera hotelaria e permanência. **Precisa ouvir:** um motivo de viagem, com a cidade junto.

Onda: 2, e o veranista na 1

P4

A COMUNIDADE ESCOLAR

rede municipal e escolas particulares da região

Decide: pela escola, com agendamento

Sustenta a média de segunda a sexta. **Chega pelo professor**, não por mídia paga.

Onda: 1, institucional

P5

O PÚBLICO NÁUTICO

SC, RS, SP, RJ e polos de vela

Decide: acompanhando a corrida

Volume baixo, afinidade altíssima, alimenta a cobertura. **Precisa ouvir:** a corrida: equipes, barcos, a perna, o tempo.

Ondas: 1 e 2

Fonte: perfil, origem e praças emissoras: Estudo de Impacto Econômico TOR Itajaí 2023 (Eficaz), pp. 28–32. Os tempos de decisão são inferência a partir desses dados, não medição [PREMISSA].

PROPOSTA — pendente de aprovação (Diego + The Ocean Race + Itajaí)

Itajaí | THE OCEAN RACE HOST CITY

09 TERRITÓRIOS

PERTO PARA ENCHER, LONGE PARA DORMIR

O núcleo produz frequência; o nacional produz pernoite. **A comunicação internacional é da The Ocean Race** e fica fora deste plano.

NÍVEL	PRAÇAS	PAPEL	PÚBLICOS
NÚCLEO	Itajaí, Navegantes, Balneário Camboriú, Itapema	**comparecimento, frequência e serviço**	P1 · P2 · P4
REGIONAL	Blumenau, Brusque, Florianópolis, Vale do Itajaí, Norte catarinense	**bate-volta e fim de semana**	P1
ESTADUAL	demais regiões de Santa Catarina	alcance e pertencimento	P1 · P5
NACIONAL PRIORITÁRIO	Rio Grande do Sul (Porto Alegre e Serra) e São Paulo (capital e interior)	**deslocamento com pernoite**	P3
NACIONAL DE NICHO	Rio de Janeiro e polos náuticos	afinidade e cobertura especializada	P5
INTERNACIONAL	—	da The Ocean Race, pelos canais globais; o plano entrega conteúdo de Itajaí para eles	—

Fonte: praças emissoras do Estudo de Impacto Econômico TOR Itajaí 2023 (Eficaz), p. 30; briefing publicitário v1, §5, 17/08/2026.

PROPOSTA — pendente de aprovação (Diego + The Ocean Race + Itajaí)

Itajaí | THE OCEAN RACE HOST CITY

UMA HEADLINE PARA CADA ONDA

O esqueleto do cartaz é fixo; a foto e a frase mudam com a onda. **Itajaí é destino da frota, nunca cenário.**



LANÇAMENTO · ONDA 1

Paradoxo. A prova que não para, para em Itajaí. Todos os públicos.



LARGADA DE ALICANTE · ONDA 1

Autoridade. A grandeza da prova com endereço da cidade. P5 e P2.



PROMOÇÃO · ONDA 2

Posse de território. Motivo de viagem para RS e SP. P3.



A FROTA A CAMINHO · ONDA 3

Contraste e prova. A frota dobra o Cabo Horn rumo a Itajaí. P1, P2 e P5.



O DIA · ONDA 3

Paralelismo. Chegada e acolhimento, com chamada de serviço. P1 e P2.

Fonte: headlines e técnicas do modelo manual TOR (campanha-v2/modelo-manual-tor), no padrão decidido em 07/11/2026; rota Auckland → Cabo Horn → Itajaí conforme a The Ocean Race. Fotos: acervo oficial The Ocean Race, Itajaí 2023.

PROPOSTA — pendente de aprovação (Diego + The Ocean Race + Itajaí)

MUDA A NATUREZA, NÃO O VOLUME

Entre a Onda 2 e a Onda 3 a pergunta do público muda. **A Onda 3 produz motivo por dia**, não uma campanha esticada com a data trocada.

	ONDA 2 · PROMOÇÃO · 03/02 A 14/03	ONDA 3 · PROGRAMAÇÃO E SERVIÇO · 15/03 A 18/04
PERGUNTA	**"Por que eu iria?"**	**"Quando eu vou, e como chego?"**
REGISTRO	desejo, narrativa, experiência	serviço, agenda, utilidade pública
UNIDADE	o evento e a cidade	**o dia**: chegada da frota, In-Port, fins de semana, largada
CHAMADA	planeje a viagem, reserve a estadia	venha domingo: tem isso e aquilo
PÚBLICO	turista de RS e SP (P3) · náutico (P5)	vizinho de bate-volta (P1) · itajaiense (P2)
CANAL QUE LIDERA	vídeo digital, busca, social segmentado por praça, trade	rádio, LED, cidade, canais próprios, imprensa pela SECOM
APROVAÇÃO	CLASSE 1 usa marca e imagem da TOR	CLASSE 2 a maior parte: programação e serviço, para na CLO

Fonte: briefing publicitário v1 (Anexo II), §7 e §11, 17/08/2026. A grade de âncoras ainda não fechou: é o insumo mais arriscado da Onda 3.

PROPOSTA — pendente de aprovação (Diego + The Ocean Race + Itajaí)

Itajaí | THE OCEAN RACE HOST CITY

DO CARTAZ AO ÚLTIMO DIA

VILA DA REGATA · CENTREVENTOS · ITAJAÍ/SC

31 MAR — 18 ABR 2027



FOTO · THE OCEAN RACE

03 · A EXECUÇÃO

Calendário, mix de canais e peças

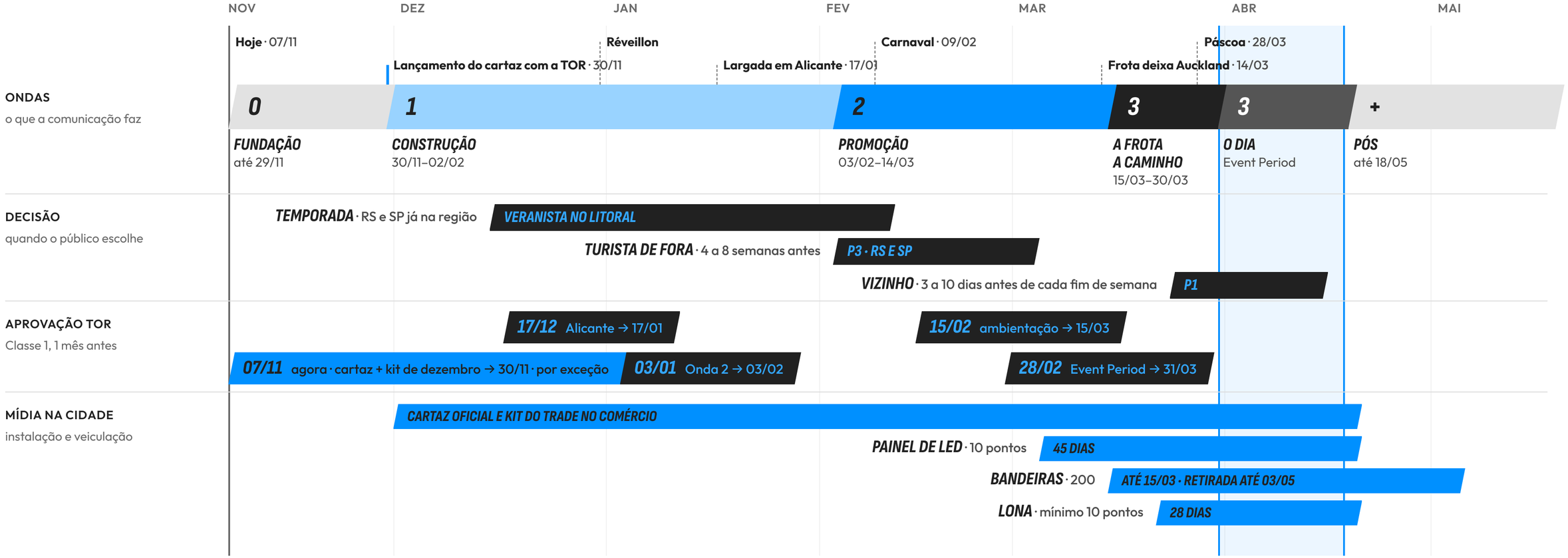
Itajaí | THE OCEAN RACE

HOST CITY

PROPOSTA
pendente de aprovação
Diego + The Ocean Race + Itajaí

DO CARTAZ EM 30/11 AO ÚLTIMO DIA

O lançamento com a TOR antecipa a comunicação: **a Onda 1 começa em 01/12**, não em janeiro. A aprovação da TOR anda 1 mês à frente da mídia, conforme o HVA 14.2/14.3.



Fontes: theoceanrace.com/en/round-the-world/2027 (Alicante, Auckland e Itajaí); HVA 14.2/14.3 (1 mês de antecedência); Escopo de serviços v1, 17/08/2026, itens 6.1, 6.3, 6.5 e 9.1. Janelas de decisão e temporada: inferência [PREMISSA].

PROPOSTA — pendente de aprovação (Diego + The Ocean Race + Itajaí)

Itajaí | THE OCEAN RACE HOST CITY

14 AS PRÓXIMAS TRÊS SEMANAS

ATÉ 30/11, O CARTAZ OFICIAL

O prazo padrão de 1 mês, conforme o HVA 14.2/14.3, já venceu para 30/11. **O caminho é submeter esta semana e pedir à TOR aprovação por exceção**, aproveitando a visita.

10/11	**Fechar o pacote do lançamento** no padrão preto e azul: cartaz oficial, peça 16:9 para LED e telão, kit digital de dezembro.	**Diego** + CLO
14/11	**Submeter à The Ocean Race** em lote único, com pedido de exceção ao prazo e pedido do Combined Mark e das fontes oficiais.	**CLO** → TOR
21/11	**Ajustes da TOR e arte-final**; linha de base dos canais medida; canais próprios prontos para 01/12.	**Diego** + SETUR
26/11	**Aprovação final e produção**: tiragem do cartaz [DADO A CONFIRMAR] e roteiro do lançamento com a TOR.	**CLO** + SETUR
30/11	**Lançamento do cartaz oficial** ao lado da The Ocean Race, em Itajaí. Imprensa pela SECOM.	**Itajaí** + TOR
01/12	**Onda 1 no ar**: canais próprios, cartaz no trade e no comércio, LED do Município se houver inventário.	**a definir**, antes da agência



O CARTAZ OFICIAL · A3
O esqueleto do KV no padrão preto e azul, com a assinatura de duas marcas.

Fonte: prazo de aprovação conforme o HVA 14.2/14.3; visita da TOR em 30/11 informada pelo Diego em 07/11/2026. As datas internas são proposta deste plano.

PROPOSTA — pendente de aprovação (Diego + The Ocean Race + Itajaí)

CADA CANAL NO SEU MOMENTO

Intensidade relativa por onda, de zero a três. **Não é distribuição de verba**: a verba é fixada pela Administração e o plano de mídia detalhado é da agência.



Fonte: meios obrigatórios conforme o briefing publicitário v1, §8 (audiovisual, digital, OOH, rádio e mídia em deslocamento); as intensidades são proposta deste plano [PREMISSA]. Imprensa e relações públicas são da SECOM.

PROPOSTA — pendente de aprovação (Diego + The Ocean Race + Itajaí)

Itajaí | THE OCEAN RACE HOST CITY

A VERBA SE FIXA, NÃO SE COTA

Nenhum valor vai ao mercado. **O serviço de mídia é cotado por faixa de volume de veiculação**; o plano define meio, praça, momento e entrega mínima.

O QUE ESTE PLANO FIXA	
MEIOS	audiovisual, digital (vídeo, social, busca), OOH e cidade, rádio, mídia em deslocamento
PRAÇAS	núcleo e regional obrigatórios; RS e SP obrigatórios
MOMENTO	intensidade por onda, no slide 15
ENTREGA	mínimos por meio: pontos, dias e inserções, nos slides 17 a 19
PROVA	toda veiculação com comprovação e relatório por onda

PARÂMETROS DE PROTEÇÃO · PROPOSTOS	
Peso da Onda 1 no total veiculado	**até 25%** [DADO A CONFIRMAR]
Peso da Onda 2	**40% a 50%** [DADO A CONFIRMAR]
Peso da Onda 3	**30% a 40%** [DADO A CONFIRMAR]
Concentração máxima por veículo · por meio	**20% · 35%** [DADO A CONFIRMAR]
Reserva de oportunidade, sem alocação prévia	**5% a 10%** [DADO A CONFIRMAR]

Com a antecipação, a Onda 1 fica mais longa. **O teto vale para ela inteira**: dezembro roda em canais próprios, trade e cidade, não em compra pesada.

Fonte: parâmetros conforme a consulta de mercado (minuta, 17/08/2026), bloco B4, e o briefing publicitário v1, §8, ambos marcados para validação da SETUR e da CLO. As faixas de cotação do serviço de mídia estão na consulta de mercado.

PROPOSTA — pendente de aprovação (Diego + The Ocean Race + Itajaí)

Itajaí | THE OCEAN RACE HOST CITY

A CIDADE INTEIRA AVISA QUE A FROTA CHEGA

Instalação até 15/03 e retirada até 15 dias depois do evento, conforme o escopo (item 6.1). **A autorização de poste e mobiliário é da Administração.**

PEÇA	QUANTIDADE	QUANDO	CLASSE
Bandeiras de rua, dupla face, com manutenção e reposição de até 15%	200	15/03 a 03/05	C1
Painel de LED, adaptação por formato e comprovação	10 pontos · 45 dias	05/03 a 18/04	C1
Mídia em lona, mínimo 6 pontos em Itajaí	10+ pontos · 28 dias	22/03 a 18/04	C1
Faixas e testeiras	20 [DADO A CONFIRMAR]	março	C2
Pórtico de boas-vindas, sem estrutura portante	2 [DADO A CONFIRMAR]	março	C1
Placas de orientação com a identidade da campanha	40 [DADO A CONFIRMAR]	março e abril	C2



PAINEL DE LED E TELÃO · 16:9
Leitura em dois segundos: headline, local, datas e assinatura.

Fonte: Escopo de serviços v1, 17/08/2026, itens 6.1 a 6.9. As 200 bandeiras, os 10 pontos de lona e os 10 de LED vieram do Diego; períodos e demais quantidades são proposta do escopo.

PROPOSTA — pendente de aprovação (Diego + The Ocean Race + Itajaí)

Itajaí | THE OCEAN RACE
HOST CITY

UM FILME PARA O DESEJO, UM POR DIA PARA A DATA

O filme e o manifesto carregam as Ondas 1 e 2; **o daily de cada dia do evento** e o rádio carregam a Onda 3.

AUDIOVISUAL E FOTO	QUANTIDADE	QUANDO
Vídeo manifesto de lançamento, 2 a 3 min	1	dezembro
Filme de campanha 30", reduções 15" e 6", versão 9:16	2 versões	jan e mar
Minidocumentários de 3 a 5 min, PT/EN	4 [DADO A CONFIRMAR]	fev e mar
Bastidores e perfis de 2 a 3 min	8 [DADO A CONFIRMAR]	fev a abr
Daily do Event Period, 60 a 90 s, no mesmo dia	19	31/03 a 18/04
Aftermovie, 60 s e 3 min	2	até 18/05
Banco de imagens tratado, com cadeia de direitos	3.000 fotos [DADO A CONFIRMAR]	até 18/05

RÁDIO E TV ABERTA	ENTREGA MÍNIMA
Spots de rádio 30": lançamento, promoção e serviço	3
Inserções em rádio, concentradas na Onda 3	1.500+ [DADO A CONFIRMAR]
Emissoras de rádio: Itajaí, eixo litorâneo e praças de SC	6+ [DADO A CONFIRMAR]
Inserções em TV aberta, 15" e 30"	250+ [DADO A CONFIRMAR]
Emissoras de TV de cobertura estadual	2+ [DADO A CONFIRMAR]
Comprovação: mapa, comprovante do veículo e checagem	100%

Fonte: Escopo de serviços v1, 17/08/2026, itens 3.1 a 3.12 e 7.1 a 7.5. Os mínimos de rádio e TV descrevem entrega, não preço, e são os números mais frágeis do escopo sem verba definida. O daily acompanha os 19 dias do Event Period.

PROPOSTA — pendente de aprovação (Diego + The Ocean Race + Itajaí)

Itajaí | THE OCEAN RACE HOST CITY

CANAIS PRÓPRIOS QUE SOBREVIVEM A ABRIL

Os canais do evento são o único ativo que atravessa até 2031.
Começam em 01/12 e não param no dia 18.

PEÇA	QUANTIDADE
Posts de feed, imagem ou carrossel	**140** [DADO A CONFIRMAR]
Stories · **reels** e vídeos curtos	**585 · 70** [DADO A CONFIRMAR]
Cobertura em tempo real, equipe em campo; moderação em até 1 h no evento	**19** dias do Event Period
Hotsite PT/EN com programação atualizável · **newsletter** quinzenal	**1 · 12** [DADO A CONFIRMAR]
Mídia digital paga: Meta, Google e YouTube, TikTok, programática; contas em leitura para a Administração	**4** plataformas
Influenciadores: nacionais, regionais e locais ou de nicho; parte presente no evento	**15** [DADO A CONFIRMAR]



FEED · 4:5



STORIES · 9:16

Fonte: Escopo de serviços v1, 17/08/2026, itens 4.1 a 4.8, 5.1 a 5.5 e 8.1 a 8.4. Entrada de LinkedIn e canal de WhatsApp ainda a decidir; cachê de influenciador como serviço ou repasse, a definir com a PGM.

PROPOSTA — pendente de aprovação (Diego + The Ocean Race + Itajaí)

Itajaí | THE OCEAN RACE
HOST CITY

QUEM VENDE A VIAGEM PRECISA TER O QUE VENDER

O pior desempenho histórico é o trade. **Com o lançamento em 30/11, o cartaz chega ao balcão em dezembro**, antes da janela do turista de fora.

TRADE · PEÇA	QUANTIDADE
Kit para o trade: cartaz, vitrine, display de balcão e peça digital, para hotéis, restaurantes, agências e comércio	**200** kits [DADO A CONFIRMAR]
Kit digital para parceiros: artes editáveis, textos prontos e área de download	**1** pacote
Ativações em ponto de contato, sem estrutura de grande porte	**6** [DADO A CONFIRMAR]
Oferta rastreável: código ou link por parceiro, para medir O6	**1** por parceiro

PARCERIA	O QUE ENTRA
HOTELARIA	pacote com estadia na Onda 2; dado de ocupação para O2
AGÊNCIAS DE RS E SP	kit, roteiro de dois ou três dias e oferta com data
COMÉRCIO E SERVIÇOS	vitrine, cardápio e horário do Event Period
ESCOLAS	agendamento e material educativo, com a Secretaria de Educação
THE OCEAN RACE	conteúdo de Itajaí para os canais globais
SECOM	imprensa, coletivas e porta-vozes, em calendário único com este plano

Fonte: Escopo de serviços v1, 17/08/2026, itens 9.1 a 9.3. Parcerias são proposta deste plano; captação de patrocínio fica fora do escopo.

PROPOSTA — pendente de aprovação (Diego + The Ocean Race + Itajaí)

Itajaí | THE OCEAN RACE HOST CITY

21 RÉGUA DE CONTATO

O QUE CADA UM OUVE, E QUANDO

A régua mínima do plano. **A agência pode refinar, nunca encurtar**: cada linha responde a um objetivo.

MOMENTO	PÚBLICO	CONTEÚDO	CANAL QUE LIDERA
LANÇAMENTO · 30/11	todos	o cartaz oficial, o conceito e a data	canais próprios, trade, cidade; imprensa pela SECOM
TEMPORADA · DEZ A FEV	veranista, P2, P5	"a volta ao mundo para aqui"; largada de Alicante em 17/01	cidade e LED no litoral, social, influenciadores
8 SEMANAS ANTES · 03/02 [PREMISSA]	P3	motivo de viagem, cidade e hospedagem	vídeo digital, busca, trade de RS e SP
4 SEMANAS ANTES · 03/03 [PREMISSA]	P3, P5	programação âncora, equipes, a frota a caminho	digital, TV regional
2 SEMANAS ANTES · 17/03 [PREMISSA]	P1, P2	a grade dia a dia	TV, rádio, LED, cidade, canais próprios
SEMANA DO EVENTO	P1, P2	acesso, horário, transporte, estacionamento, clima	rádio, cidade, utilidade pública
DURANTE · DIÁRIO	P1, P2	"hoje tem"	canais próprios, rádio, digital
PÓS · ATÉ 18/05	todos	agradecimento, retrospectiva, **2031**	canais próprios, base de contatos

Fonte: briefing publicitário v1, §7, 17/08/2026, ajustado ao lançamento de 30/11; Alicante conforme theoceanrace.com. "Veranista" é hipótese deste plano: turista de RS e SP já no litoral em dezembro e janeiro [PREMISSA].

PROPOSTA — pendente de aprovação (Diego + The Ocean Race + Itajaí)

Itajaí | THE OCEAN RACE HOST CITY

MEDIR HOJE PARA VOLTAR EM 2031

VILA DA REGATA · CENTREVENTOS · ITAJAÍ/SC

31 MAR — 18 ABR 2027



FOTO · THE OCEAN RACE

04 · MEDIÇÃO E GOVERNANÇA

KPIs, aprovação e o que falta decidir

Itajaí | THE OCEAN RACE

HOST CITY

PROPOSTA
pendente de aprovação
Diego + The Ocean Race + Itajaí

MEDIR IGUAL PARA COMPARAR COM 2023

Média diária e pernoite só comparam se a metodologia for a de 2023. **Trocar o método inverte o sinal sem ninguém perceber.**

	KPI	COMO SE MEDE	QUANDO	QUEM
01	**média diária na Vila**, por dia e por fim de semana	contagem de público com o método de 2023	diário	SETUR
02 · 03	**pernoite e origem** do visitante	pesquisa de campo no padrão do estudo de 2023; ocupação hoteleira	no evento e após	SETUR + hotelaria
04	**base própria**: seguidores e contatos	plataformas e cadastro do hotsite, contra a linha de base de novembro	quinzenal	agência
05	**repercussão espontânea** por praça	monitoramento de mídia, a recontratar	semanal	SECOM
06	**trade com oferta ativa** e vendas rastreadas	cadastro de parceiros e código por parceiro	mensal	CLO + agência
MÍDIA	**entrega**: alcance, frequência, inserções, pontos	mapa de veiculação, comprovação e extrato de plataforma	por onda	agência
SITE	**intenção**: visitas à programação, cliques em hospedagem e acesso	analytics com origem por praça	semanal	agência

Fonte: metodologia de referência do Estudo de Impacto Econômico TOR Itajaí 2023 (Eficaz); Escopo de serviços v1, itens 10.1 a 10.4 (linha de base, painel, relatório final aferido, acervo). Responsáveis são proposta deste plano.

Itajaí | THE OCEAN RACE HOST CITY

DUAS CLASSES, UM PONTO FOCAL

Peça com a marca da TOR espera a TOR; peça de horário de ônibus não pode esperar. **Por isso as classes.**

1 · PRODUZ
AGÊNCIA CONTRATADA
cria, adapta e submete em lote

→

2 · APROVA TUDO
COMISSÃO LOCAL ORGANIZADORA
ponto focal único, nomeado no contrato

→

3 · APROVA A CLASSE 1
THE OCEAN RACE
time global, com 1 mês de antecedência conforme o HVA 14.2/14.3

CLASSE	O QUE É	QUEM APROVA	PRAZO
CLASSE 1	usa marca, imagem de prova, barco, equipe ou elemento licenciado da TOR: **cartaz, KV, filme, LED, bandeiras**	CLO e The Ocean Race	**lote semanal, 1 mês antes** de veicular
CLASSE 2	cidade, destino, programação local, serviço e utilidade pública: **a Onda 3 de serviço**	CLO	2 a 3 dias úteis [DADO A CONFIRMAR]

Fonte: prazo da Classe 1 conforme o HVA 14.2/14.3; fluxo e classes do briefing publicitário v1, §11, 17/08/2026.

PROPOSTA — pendente de aprovação (Diego + The Ocean Race + Itajaí)

Itajaí | THE OCEAN RACE HOST CITY

O QUE ASSUMIMOS PARA SEGUIR

Lacunas preenchidas com palpite defensável. **Se uma estiver errada, derruba o que foi construído em cima**: por isso vão escritas.

1 A visita da TOR em 30/11 é o **lançamento do cartaz oficial**; a comunicação do evento roda a partir de 01/12.

2 A numeração de ondas do briefing é mantida; **a Onda 1 foi antecipada** de janeiro para dezembro.

3 Classe 1 é qualquer peça com marca ou imagem licenciada da TOR; **a Classe 2 para na CLO**.

4 Intensidade por onda substitui verba: **o plano não carrega valor** nem distribuição financeira.

5 O padrão é a **identidade nova da TOR, preto e azul**, com duas marcas; Sofia Sans Condensed (a reserva que o site da TOR declara) e Outfit substituem Antarctica e Cera Ocean.

6 Quantidades marcadas são proposta do escopo; **bandeiras, lonas e LED** vieram do Diego.

7 As janelas de decisão por público são **inferência do estudo de 2023**, não medição.

8 O turista de RS e SP **já está no litoral na temporada** e pode ser alcançado em dezembro e janeiro.

9 Imprensa, coletivas e porta-vozes são da **SECOM**; o plano só alinha o calendário.

10 A demanda de 2027 é comparável à de 2023, **ajustada para menos dias**.

Fonte: spec do plano (comunicacao/plano-marketing-midia/spec.md), 07/11/2026; briefing publicitário v1 e escopo de serviços v1, 17/08/2026.

PROPOSTA — pendente de aprovação (Diego + The Ocean Race + Itajaí)

Itajaí | THE OCEAN RACE HOST CITY

O QUE FALTA DECIDIR, E QUEM DECIDE

Aqui o plano para: a decisão não é dele. **Nada vai ao ar com uma destas aberta.**

1	**A TOR aprova o cartaz e o kit de dezembro antes de 30/11**, fora do prazo padrão de 1 mês conforme o HVA 14.2/14.3?	**TOR** + CLO · até 14/11
2	**Quem opera a comunicação de dezembro e janeiro**, antes da Ordem de Serviço da agência?	**SETUR** + CLO + Diego
3	**Em que pé está a Concorrência** e qual a data provável da OS?	**SETUR**
4	**Metas numéricas de O1 a O6.**	**SETUR** + CLO
5	**Âncoras da grade**: chegada da frota, In-Port, largada e fins de semana temáticos.	**CLO** + TOR
6	**Quem mede público e origem em 2027**, com a mesma metodologia de 2023?	**SETUR**
7	**Combined Mark de Itajaí, fontes oficiais e licença das fotos** para mídia paga.	**TOR**
8	**LED e lona**: inventário do Município ou locação de mercado?	**SETUR**
9	**O preto e azul vale também para as peças Classe 2** da cidade, ou essas seguem a identidade de Itajaí?	**Diego** + Itajaí

Fonte: spec do plano, 07/11/2026; pendências herdadas da referência de KV e do briefing publicitário v1. Edital, TR e minuta não se resolvem aqui: pasta da SETUR, /instrucao-processo.

PROPOSTA — pendente de aprovação (Diego + The Ocean Race + Itajaí)

Itajaí | THE OCEAN RACE HOST CITY

A FROTA CHEGA.
A CIDADE ABRAÇA.

VILA DA REGATA

CENTREVENTOS · ITAJAÍ/SC

31 MAR — 18 ABR 2027



MARQUE NA AGENDA →

FOTO · THE OCEAN RACE

PRÓXIMO PASSO: O CARTAZ OFICIAL

Submeter à The Ocean Race até 14/11 · lançamento em 30/11

Itajaí | THE OCEAN RACE

HOST CITY

PROPOSTA
pendente de aprovação
Diego + The Ocean Race + Itajaí