

PLANO DE COMUNICAÇÃO

PUBLICITÁRIA (VIA IDENTIFICADA)

DOIS PONTOS
soluções em marketing

Raciocínio Básico

Apiacás é um município de forte identidade histórica, territorial e comunitária. Sua formação está ligada à presença indígena, à economia da borracha, ao processo de colonização, à exploração mineral e madeireira, à agricultura, à pecuária e às dinâmicas sociais próprias de uma cidade situada no extremo norte de Mato Grosso. Essa trajetória ajuda a explicar uma população marcada pela resistência, pelo trabalho e pela relação direta com o território.

A Câmara Municipal de Apiacás está inserida nesse contexto como a Casa do Povo, espaço institucional onde os temas de interesse coletivo são debatidos, aperfeiçoados e transformados em decisões públicas. Nas sessões plenárias, os vereadores tratam de projetos, indicações, requerimentos, moções, fiscalizações, audiências públicas e assuntos que impactam direta ou indiretamente a vida dos moradores da área urbana e rural.

Um aspecto relevante da atual legislatura é a presença feminina de destaque na composição da Câmara. Das 9 cadeiras do Legislativo Municipal, 4 são ocupadas por mulheres, o que representa quase metade da Casa. Esse dado demonstra avanço na representatividade feminina em relação à legislatura anterior e fortalece a imagem de uma Câmara mais diversa, participativa e conectada às diferentes vozes da sociedade apiacaense.

A relevância dessa participação se amplia porque mulheres também integram a Mesa Diretora, ocupando funções diretamente ligadas à condução dos trabalhos legislativos. Sem personalizar a comunicação em nomes, mandatos ou trajetórias individuais, esse cenário permite valorizar institucionalmente a Câmara como espaço de participação democrática, escuta e representação.

Esse ponto é especialmente importante para a comunicação pública porque ajuda a aproximar a população do Legislativo. Quando o cidadão percebe que a Câmara reúne diferentes perfis, experiências e olhares sobre a cidade, aumenta-se a possibilidade de identificação com a instituição e com os debates que acontecem nas sessões plenárias.

O briefing aponta um problema de comunicação relevante: grande parte da população ainda é alheia aos fatos e acontecimentos importantes que ocorrem no Poder Legislativo. Há, também, uma percepção distorcida de que a Câmara seria apenas um poder complementar ao Executivo, quando, na realidade, exerce funções essenciais de representação, fiscalização, debate público e construção normativa.

Essa distância entre cidadão e Legislativo enfraquece a compreensão sobre o papel da Câmara e reduz a participação popular em decisões que influenciam a vida cotidiana do município. Quando o cidadão não acompanha as sessões, não entende o caminho dos projetos e não participa das audiências públicas, perde-se uma oportunidade de fortalecer a democracia local e de fazer com que as demandas reais da comunidade cheguem com mais força ao debate institucional.

O desafio de comunicação, portanto, não é apenas informar que as sessões existem. É necessário reposicionar a Câmara Municipal como um espaço aberto, acessível, transparente, representativo e necessário para a vida pública de Apiacás. A campanha precisa traduzir o funcionamento do Legislativo em linguagem simples, aproximar a instituição da população e mostrar que participar é uma atitude concreta de cidadania.

A chamada "Câmara de Apiacás convida: Vamos construir o futuro" responde diretamente a esse desafio porque transforma a comunicação institucional em convite. Em vez de falar de forma distante ou burocrática, a Câmara se apresenta como instituição que chama o cidadão para acompanhar, entender, perguntar,

sugerir, fiscalizar e participar. O verbo “construir” reforça que o município não é feito apenas por quem ocupa cargos públicos, mas por todos que acompanham e colaboram com as decisões coletivas.

O público da campanha é amplo e diverso. Inclui moradores da área urbana, comunidades rurais, jovens, adultos, idosos, trabalhadores, comerciantes, produtores, estudantes, lideranças comunitárias, formadores de opinião e cidadãos que ainda não se reconhecem como participantes ativos do processo legislativo. Por isso, a comunicação deve ser simples, direta, educativa e mobilizadora, evitando termos técnicos e priorizando uma mensagem de pertencimento.

Também é fundamental respeitar o caráter impessoal da publicidade institucional. A campanha não deve valorizar nomes, imagens ou símbolos pessoais de autoridades, servidores ou vereadores. O foco deve ser a Câmara como instituição pública, o direito à informação, o papel do cidadão, a representatividade democrática e a importância da participação popular no acompanhamento das sessões plenárias.

Dessa forma, o Raciocínio Básico da campanha é que a Câmara Municipal de Apiacás precisa ser comunicada como um espaço de participação, transparência, representatividade e construção coletiva. A presença feminina expressiva na atual legislatura reforça a percepção de uma Casa mais plural e próxima da população, enquanto o objetivo central da campanha permanece claro: reduzir a distância entre cidadão e Legislativo, esclarecer a função da Câmara e transformar o comparecimento às sessões em um gesto de interesse público, pertencimento e responsabilidade cidadã.

Estratégia de Comunicação Publicitária

A Estratégia de Comunicação Publicitária propõe transformar a percepção da Câmara Municipal de Apiacás a partir de uma narrativa simples: a Câmara é a Casa do Povo e só cumpre plenamente sua função quando a população acompanha, participa e contribui com o debate público.

Partido temático: Câmara de Apiacás convida: Vamos construir o futuro.

O partido temático coloca a Câmara em posição de abertura e aproximação. A palavra “convida” quebra a ideia de instituição distante, enquanto a expressão “vamos construir o futuro”, reforça colaboração, escuta, democracia e corresponsabilidade. A campanha assume que a participação cidadã não deve ser vista como obrigação difícil, mas como uma forma simples de acompanhar o futuro do município.

Conceito de apoio: Participar faz a diferença.

O conceito de apoio preserva o eixo previsto no briefing e fortalece a ideia de que acompanhar uma sessão, comparecer a uma audiência pública, entender um projeto ou levar uma demanda à Câmara são atitudes capazes de influenciar positivamente o município. A frase funciona como reforço educativo e pode ser utilizada em peças de maior conteúdo, como folheto, anúncio e materiais digitais.

O que dizer: A campanha deve comunicar que a Câmara Municipal de Apiacás é um espaço aberto à população, onde decisões importantes são debatidas e onde a presença do cidadão fortalece a transparência, a fiscalização, a representatividade e a construção de soluções para o município. A mensagem central é que participar das sessões plenárias é uma forma de conhecer melhor a Câmara, acompanhar o trabalho legislativo e contribuir com Apiacás.

A quem dizer: A comunicação será dirigida à população em geral de Apiacás, com atenção à área urbana e rural. Também dialogará com jovens, trabalhadores, produtores, comerciantes, servidores públicos, estudantes, idosos, lideranças comunitárias, profissionais de áreas essenciais, entidades locais e formadores de opinião.

Como dizer: A linguagem será institucional, educativa, acolhedora e convocatória. A campanha evitará jargões legislativos e utilizará frases curtas, diretas e de fácil assimilação. O tom deve ser respeitoso, transparente e próximo, valorizando a ideia de que a Câmara pertence à população. Visualmente, recomenda-se trabalhar com imagens de cidadãos, espaços públicos, plenário, elementos de diálogo, mãos levantadas, escuta, comunidade e cidade, sem personalização de agentes públicos.

Quando dizer: A campanha será executada em até 30 dias, com maior concentração nos dias que antecedem as sessões plenárias e audiências públicas. A estratégia temporal será dividida em três momentos: apresentação do convite institucional; explicação do papel da Câmara e da importância da participação; reforço de chamada para presença nas sessões.

O edital prevê a utilização de mídia estática do tipo outdoor. Ocorre que, em consulta minuciosa e diligência realizada junto ao mercado publicitário local deste Município, constatou-se a absoluta inexistência de empresas fornecedoras que disponham de placas de outdoor para locação e/ou exposição.

Visando garantir o estrito cumprimento da finalidade pública de divulgação e a eficácia da campanha, promoveu a substituição da mídia por soluções de maior impacto visual, modernidade e alcance equivalente.

- Painel de LED de Alta Definição: mídia dinâmica com superior apelo visual, maior taxa de retenção de público e visibilidade diurna e noturna;

- Totem de 40 polegadas: equipamento interativo e de alta tecnologia, ideal para posicionamento estratégico e engajamento direto com o público-alvo.

Ressalta-se que a presente adequação assegura uma entrega de qualidade superior à originalmente estimada, sanando a impossibilidade física local sem prejuízos ao certame.

Meios e ferramentas: Assim, a campanha utilizará televisão, rádio, jornal impresso, internet, folheto, painel Led e Totem 40" conforme os formatos previstos no edital. Os canais próprios da Câmara, especialmente site oficial e redes sociais, serão utilizados como reforço orgânico para ampliar a transparência e disponibilizar informações sobre dias, horários, pautas e formas de acompanhamento das sessões.

A estratégia é exequível dentro da verba referencial de R\$ 30.000,00, pois prioriza meios de maior eficiência local, frequência sonora e digital, presença visual urbana e contato direto com a população. O plano evita dispersão de recursos e concentra a mensagem na mobilização para participação nas sessões plenárias.

Ideia Criativa

A ideia criativa da campanha parte de um convite institucional simples e direto: "Câmara de Apiacás convida: Vamos construir o futuro." A proposta coloca a população no centro da mensagem e apresenta a participação como uma forma de construir o município no presente, acompanhando debates, entendendo decisões e contribuindo com sugestões e demandas.

A campanha deverá mostrar que a Câmara não é apenas um prédio público nem um espaço restrito aos vereadores. É o lugar onde a população pode se aproximar das decisões, conhecer os assuntos em discussão e participar do desenvolvimento de Apiacás. O conceito criativo trabalha a ideia de construção coletiva: uma cidade se constrói com leis, fiscalização, diálogo, presença, escuta e participação.

A assinatura principal será: Câmara de Apiacás convida: Vamos construir juntos.

A assinatura de apoio será: Participar faz a diferença.

A direção visual deve ser clara, institucional e humana, com predominância de leitura rápida, bom contraste e elementos que transmitam cidadania, diálogo e participação. A estética pode combinar imagens da Câmara, da cidade e da população, sempre evitando promoção pessoal de autoridades, servidores ou vereadores.

Relação das peças publicitárias

TV - 30 segundos

Finalidade: Gerar impacto institucional, explicar de forma emocional o papel da Câmara e convidar a população a acompanhar as sessões plenárias.

Roteiro: Apiacás é construída todos os dias por quem trabalha, participa e acredita no futuro da nossa cidade. Na Câmara Municipal, assuntos importantes são debatidos, projetos são analisados e decisões que fazem parte da vida da população ganham voz. E esse espaço também é seu. Acompanhe as sessões, participe das audiências públicas e conheça de perto o trabalho do Legislativo. Câmara de Apiacás convida: vamos construir o futuro. Participar faz a diferença. Observação de produção: utilizar imagens da cidade, do prédio da Câmara, do plenário sem foco em autoridades, de cidadãos acompanhando reunião e de elementos visuais ligados a diálogo e participação.

Rádio - Spot de 30 segundos

Finalidade: Garantir frequência, proximidade e repetição do convite, alcançando moradores da área urbana e rural.

Spot: A Câmara Municipal é a Casa do Povo. É lá que projetos são debatidos, demandas são apresentadas e decisões importantes para Apiacás passam pelo diálogo. E a sua presença faz diferença. Acompanhe as sessões plenárias, participe das audiências públicas e ajude a construir uma cidade mais transparente e participativa. Câmara de Apiacás convida: vamos construir o futuro. Participar faz a diferença.

Assinatura sonora: Câmara Municipal de Apiacás.

3. Jornal impresso - Anúncio 1/4 de página

Finalidade: Registrar institucionalmente a mensagem da campanha e dar credibilidade ao convite de participação.

Título: Câmara de Apiacás convida: vamos construir o futuro.

Texto: As decisões que passam pela Câmara fazem parte da vida de todos. Por isso, acompanhar as sessões plenárias, participar das audiências públicas e conhecer melhor o trabalho legislativo é uma atitude de cidadania. A Câmara é

a Casa do Povo. E a sua presença fortalece a transparência, o diálogo e o futuro de Apicás.

Assinatura: Participar faz a diferença. Câmara Municipal de Apicás.

Full Banner - 728x90, até 04 telas

Finalidade: Gerar lembrança rápida no ambiente digital e direcionar o cidadão para informações sobre sessões e canais oficiais.

Tela 1: Câmara de Apicás convida.

Tela 2: Vamos construir juntos.

Tela 3: Acompanhe as sessões plenárias.

Tela 4: Participar faz a diferença. Acesse os canais oficiais da Câmara.

Não mídia - Folheto 15x20 cm, colorido e somente frente

Finalidade: Distribuir informação objetiva em pontos estratégicos e explicar de forma simples por que a participação popular é importante.

Título: Câmara de Apicás convida: vamos construir o futuro.

Texto: A Câmara Municipal é o espaço onde os assuntos de interesse da população são discutidos. Projetos, requerimentos, indicações, audiências públicas e debates ajudam a construir decisões que impactam o dia a dia de Apicás. Quando você acompanha uma sessão, entende melhor o trabalho do Legislativo e participa mais da vida da cidade.

Destaques: Acompanhe as sessões. Participe das audiências públicas. Leve suas demandas. Conheça o papel da Câmara. Fortaleça a transparência.

Assinatura: Participar faz a diferença. Câmara Municipal de Apicás.

Mídia externa – Painel LED/Totem 40"

Finalidade: Criar impacto visual e fixar o convite principal da campanha em pontos de circulações estratégicas.

Título principal: Câmara de Apicás convida:

Título de impacto: Vamos construir o futuro.

Texto de apoio: Acompanhe as sessões plenárias. Participar faz a diferença.

Assinatura: Câmara Municipal de Apicás.

Estratégia de Mídia e Não Mídia

A Estratégia de Mídia e Não Mídia foi planejada para um período de até 30 dias, com verba referencial de R\$ 30.000,00, considerando o objetivo central de levar o maior número possível de pessoas a acompanhar as sessões plenárias e conhecer melhor o papel da Câmara Municipal de Apiacás.

A distribuição dos recursos busca equilíbrio entre alcance, frequência e presença local. O rádio terá papel prioritário para repetição da mensagem e alcance da área urbana e rural. A internet permitirá reforço diário, direcionamento aos canais oficiais e circulação rápida da chamada. O Painel Led e Totem 40" darão visibilidade urbana à campanha. O folheto funcionará como material de contato direto e educativo. A televisão e o jornal impresso complementarão a estratégia com impacto institucional e credibilidade.

A tática de mídia prevê maior concentração de inserções nos dias anteriores às sessões plenárias, com reforços em horários de maior circulação de informação, como manhã, intervalo de almoço e fim de tarde. A campanha também utilizará os canais próprios da Câmara, como site oficial, redes sociais e murais institucionais, para informar datas, horários, pautas e formas de participação.

Mídias

Televisão: utilizada como meio de impacto institucional, com capacidade de apresentar a Câmara como espaço público de diálogo e participação. A veiculação deve priorizar programação regional com cobertura em Apiacás e horários de maior atenção comunitária.

Rádio: meio de maior frequência e proximidade, especialmente relevante para alcançar moradores em deslocamento, no comércio, no trabalho e em comunidades rurais. O spot será veiculado ao longo dos 30 dias, com reforço antes das sessões plenárias.

Jornal impresso: atua como registro institucional da campanha, com anúncio em preto e branco de 1/4 de página, reforçando o caráter público, educativo e informativo da mensagem.

Internet: os banners digitais, impulsionamentos e publicações nos canais próprios da Câmara ampliam alcance, repetição e direcionamento para informações oficiais. O digital será essencial para informar datas, horários e pautas das sessões.

Painel LED e Tptem 40": garantem presenças visuais de grande impacto e fixa a chamada principal da campanha em pontos de circulações estratégicas, reforçando o convite para acompanhar as sessões.

Folheto: funciona como não mídia de contato direto, permitindo explicar em linguagem simples o papel da Câmara, a importância da participação popular e as formas de acompanhar os trabalhos legislativos.

Leitura técnica dos meios

A força da televisão e do vídeo justifica a utilização do VT 30 segundos como peça de condução emocional da campanha. O estudo Inside Video 2025, da Kantar IBOPE Media, aponta que o vídeo impactou 99,54% da população brasileira em 2024. Para Apiacás, esse dado reforça o papel do VT como formato capaz de sintetizar história, cidade, campo, pessoas e futuro em uma narrativa de alto poder de lembrança.

O rádio mantém relevância pela presença cotidiana e pela capacidade de acompanhar deslocamentos, trabalho, comércio, casa e rotina no campo. O Inside Audio 2025 indica alcance de 79% nos mercados monitorados e média diária de 3h47 de escuta entre ouvintes. Na campanha, esse comportamento

sustenta o uso do spot 30 segundos como peça de frequência, proximidade e oralidade, especialmente para públicos urbanos e rurais.

Força dos meios tradicionais no Brasil

Alcance, atenção e presença cotidiana aplicados à campanha



✓ Leitura estratégica

- VT 30" dá escala, emoção e síntese visual da cidade.
- Spot 30" amplia frequência e proximidade com área urbana e rural.
- Meios integrados aumentam lembrança sem dispersar a verba.

Fontes: Kantar IBOPE Media / Inside Video 2025 e Inside Audio 2025. Divulgação consultada: Tela Viva; entidades do rádio.

Fonte do quadro: Kantar IBOPE Media, Inside Video 2025 e Inside Audio 2025, com divulgação consultada em veículos especializados.

No ambiente digital, o DataReportal Digital 2025: Brazil aponta 183 milhões de usuários de internet no país no início de 2025, com penetração de 86,2%, além de 144 milhões de identidades de usuários em redes sociais. A TIC Domicílios 2024, do Cetic.br/NIC.br, mostra a força do celular como porta de acesso, com 60% dos usuários acessando a internet apenas por esse dispositivo. Esses dados justificam o banner digital 728x90 px e o uso de canais próprios como reforço de leitura rápida, presença e repetição.

A leitura estratégica desses estudos não é ampliar artificialmente a campanha para formatos não previstos, mas qualificar a escolha dos meios definidos. Assim, o digital entra de forma coerente com o banner 728x90 px e com reforços orgânicos da Prefeitura, enquanto TV, rádio, jornal, outdoor e folheto seguem vinculados às peças corporificadas na Ideia Criativa.

Panorama digital e leitura para o banner

Presença conectada, consumo móvel e reforço de leitura rápida

183 mi

usuários de internet no
Brasil em jan/2025

DataReportal 2025

86,2%

penetração de internet
no país

DataReportal 2025

144 mi

identidades em redes
sociais

DataReportal 2025

60%

usuários acessam
apenas pelo celular

TIC Domicílios 2024

Leitura aplicada à campanha

O banner digital 728x90px reforça a mensagem em ambiente de notícia e leitura rápida. Redes sociais e site da Prefeitura entram como canais próprios de apoio, sem substituir as peças previstas na ideia criativa.

Fontes: DataReportal Digital 2025: Brazil; Cetic.br / NIC.br / TIC Domicílios 2024.

Fonte do quadro: DataReportal Digital 2025: Brazil; Cetic.br/NIC.br, TIC Domicílios 2024.

Parâmetros de cobertura, frequência e avaliação

- Cobertura: busca-se alcançar a maior parte da população urbana de Apiacás, com reforço junto a proprietários de lotes, famílias, comerciantes e formadores de opinião.
- Frequência: a repetição será sustentada principalmente por rádio, internet, outdoor e canais próprios, garantindo que a mensagem seja lembrada durante os 30 dias.
- Comprovação: deverão ser acompanhados mapas de veiculação, comprovantes de inserção, relatórios de mídia digital, registros de outdoor, tiragem de folhetos e registros de distribuição.
- Indicadores: inserções veiculadas, alcance estimado, impressões digitais, cliques quando disponíveis, engajamento nas redes sociais, quantidade de folhetos distribuídos e registros de procura por informações nos canais oficiais.
- Eficiência: a distribuição da verba equilibra impacto, frequência, presença local e contato direto, evitando concentração excessiva em apenas um meio e preservando a efetividade da campanha.

Simulação de cobertura, frequência e aferição

A cobertura estimada será construída pela combinação de meios de massa e meios de proximidade. A rádio sustentará frequência e capilaridade, a internet ampliará repetição e direcionamento, o outdoor garantirá presença visual constante, a televisão oferecerá impacto institucional, o jornal reforçará credibilidade e o folheto permitirá contato direto com o cidadão.

Para fins de aferição, recomenda-se acompanhar: comprovantes de veiculação de rádio e TV; exemplares ou comprovantes de publicação do jornal; relatórios digitais de impressões, alcance, cliques e engajamento; registro fotográfico do outdoor; quantidade de folhetos produzidos e distribuídos; e evolução da presença do público nas sessões plenárias durante e após o período da campanha.

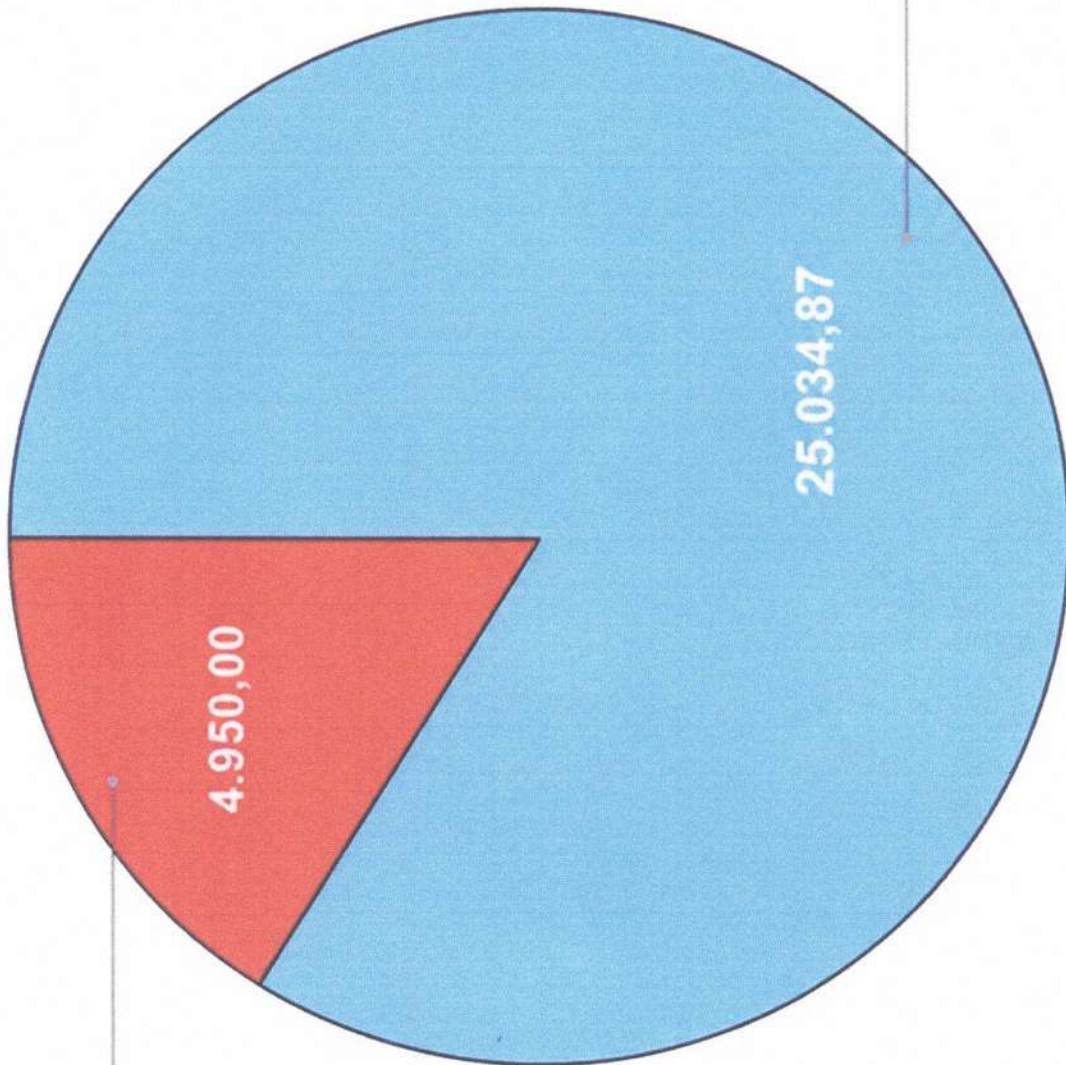
Todas as peças relacionadas na Ideia Criativa estão contempladas nesta Estratégia de Mídia e Não Mídia, respeitando o limite de verba referencial de R\$

30.000,00 e o período de veiculação de até 30 dias. A proposta mantém coerência com os objetivos do briefing ao aproximar o cidadão do Legislativo, incentivar a participação nas sessões e fortalecer a compreensão pública sobre o papel da Câmara Municipal de Apicás.

Investimento Mídia/Produção Total: R\$ 29.984,87

PRODUÇÃO

16,5%



MÍDIA

83,5%

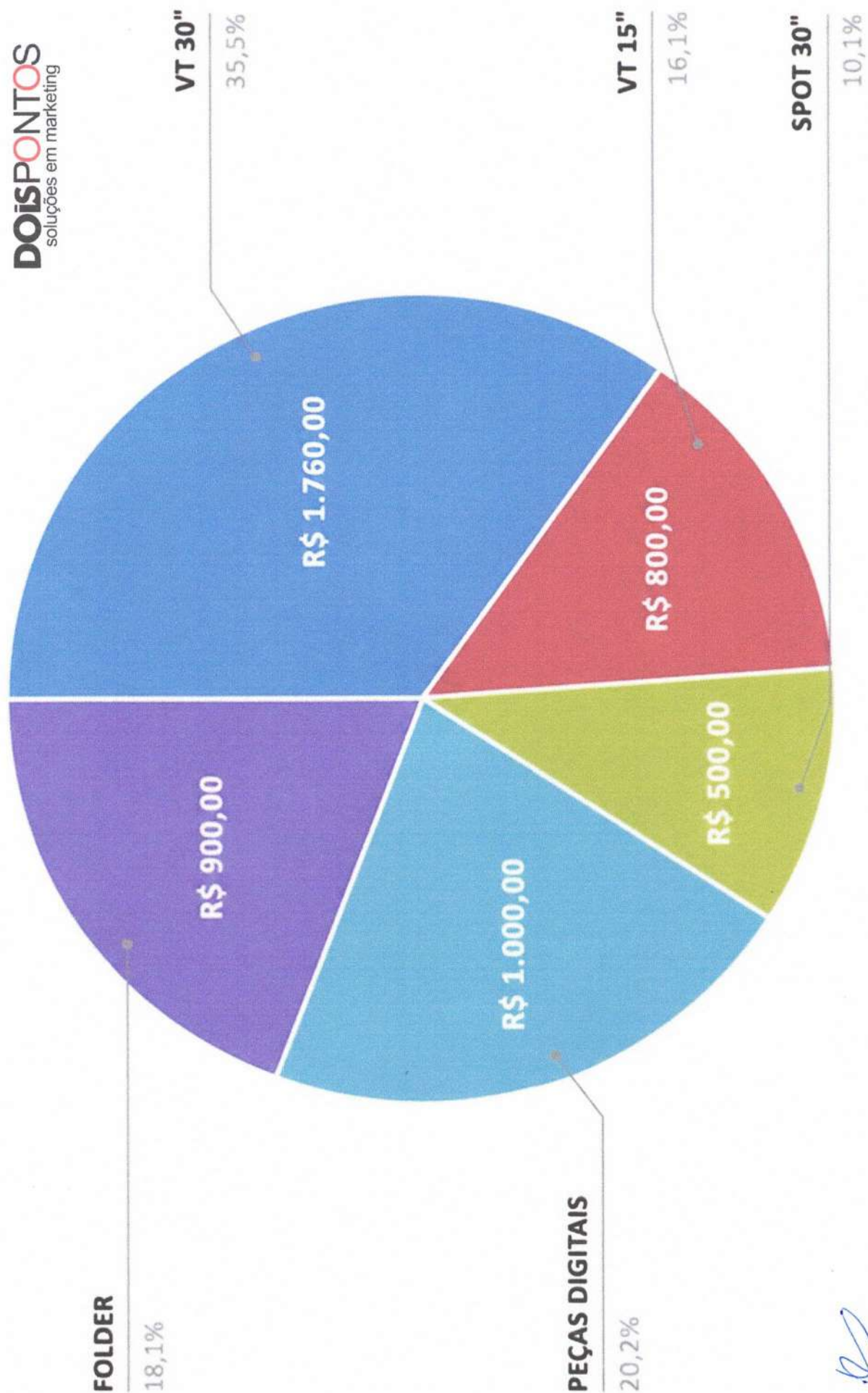
✓

✓

Ar
wal

Total Produção: R\$ 4.960,00

DOISPONTOS
soluções em marketing



INVESTIMENTO EM PRODUÇÃO

DOISPONTOS
soluções em marketing

CLIENTE: CÂMARA MUNICIPAL DE APIACÁS

END.: Av. Ludovico da Rina, 206

BAIRRO: Bom Jesus

CNPJ: 01327060/0001-70

I.E.:

DURAÇÃO: 30 dias

MÊS VEICULAÇÃO: Outubro 2026

TÍTULO: Câmara Convida: Vamos construir o futuro

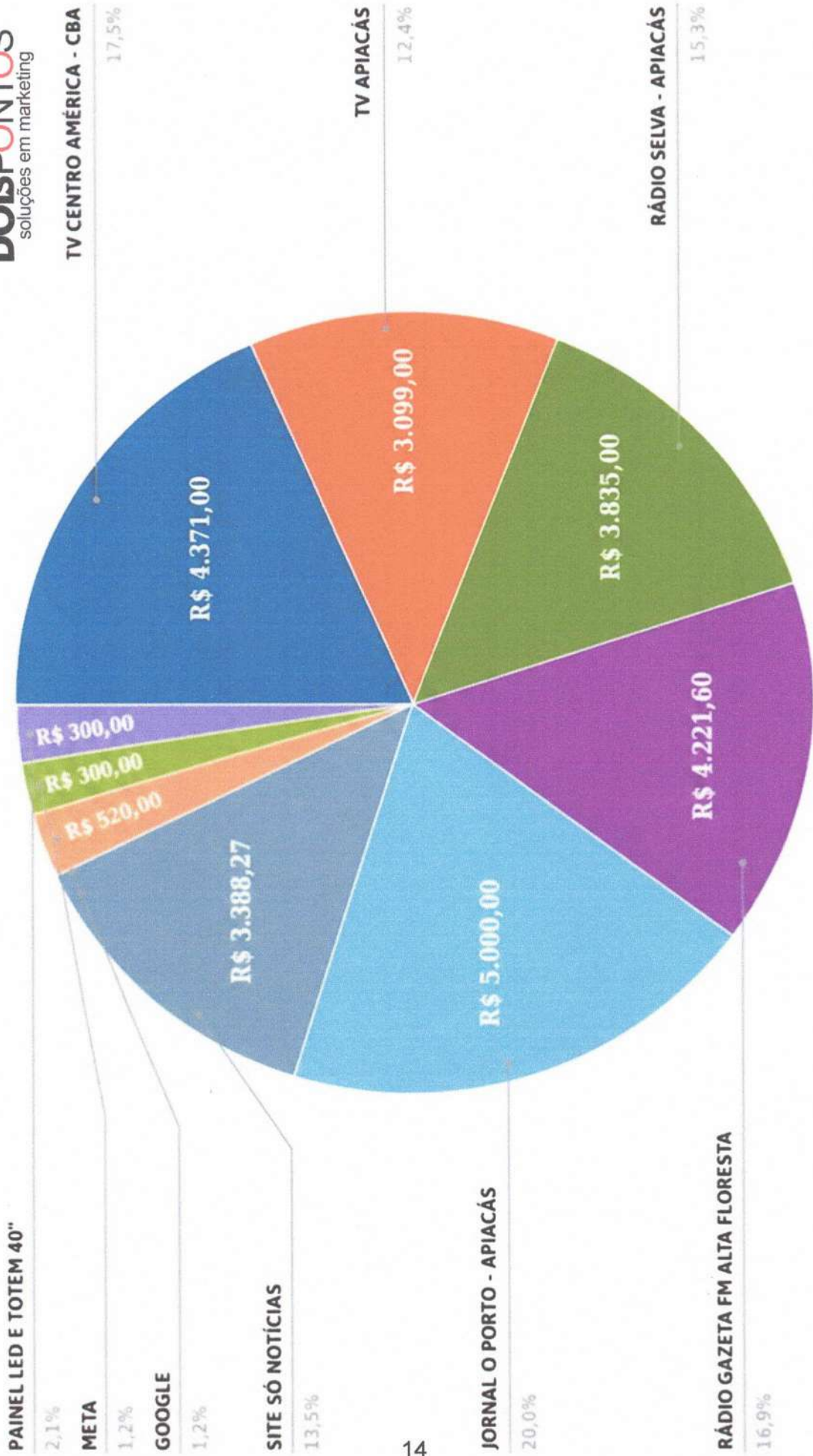
PEÇA	FORMATO	SERVIÇO	QTDE	VL. UNIT.	SUB. TOTAL	FORNECEDOR
VT 30"	30"	PRODUÇÃO DE VT 30" PARA TV HORIZONTAL - CAPTAÇÃO DE IMAGEM E BANCO DE IMAGENS, EDIÇÃO, COMPOSIÇÃO, COMPUTAÇÃO GRÁFICA, DESENHO, TRATAMENTO, LOCUÇÃO, TRILHA E FINALIZAÇÃO	1	R\$ 1.750,00	R\$ 1.750,00	TRY LIVES - Fernanda S.M. Campos CNPJ - 60.685.803/0001-97
VT 15"	15"	PRODUÇÃO DE VT 15" - CAPTAÇÃO DE IMAGEM E BANCO DE IMAGENS, EDIÇÃO, COMPOSIÇÃO, COMPUTAÇÃO GRÁFICA, DESENHO, TRATAMENTO, LOCUÇÃO, TRILHA E FINALIZAÇÃO	1	R\$ 800,00	R\$ 800,00	TRY LIVES - Fernanda S.M. Campos CNPJ - 60.685.803/0001-97
SPOT 30"	30"	LOCUÇÃO, TRILHA, MIXAGEM E FINALIZAÇÃO	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00	Rafael Leão Ito CNPJ - 63.368.499/0001-04
PEÇAS DIGITAIS	GIF	ANIMAÇÃO DE FULL BANNER, CARROSSEL E REELS	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	Rafael Leão Ito CNPJ - 63.368.499/0001-04
FOLDER	15x21 cm	IMPRESSÃO NO PAPEL RECICLATO 120 GR. - 4X0 CORES	5.000	R\$ 0,18	R\$ 900,00	GRÁFICA ENE13 - N.L. de Mattos CNPJ 05.683.539/0001-06

TOTAL DE PRODUÇÃO	R\$ 4.950,00
TOTAL	R\$ 4.950,00

OBSERVAÇÕES

Investimento Mídia Total: R\$ 25.034,87

DOISPONTOS
soluções em marketing



AUTORIZAÇÃO DE VEICULAÇÃO

DOIS PONTOS soluções em marketing

[illegible]

AUTORIZAÇÃO DE VEICULAÇÃO

DOISPONTOS soluções em marketing

[illegible]

✓

7



unal

DOIS PONTOS
soluções em marketing

[illegible]

AUTORIZAÇÃO DE VEICULAÇÃO

DOIS PONTOS
soluções em marketing

[illegible]

✓

of real

AUTORIZAÇÃO DE VEICULAÇÃO

DOIS PONTOS soluções em marketing

[illegible]

Am
y wal

AUTORIZAÇÃO DE VEICULAÇÃO

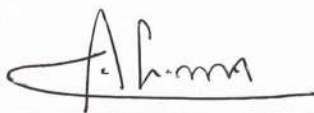
DOIS PONTOS
soluções em marketing

CLIENTE: CÂMARA MUNICIPAL DE APIACÁS										VEÍCULO: SÓ NOTÍCIAS - SN Produções Visuais Ltda																									
END.: Avenida Ludovico da Riva Neto, 206										CNPJ: 03.700.136/0001-00																									
CNPJ: 01.327.030/0001-70										CIDADE: Sinop - MT																									
DURAÇÃO: 30 dias																																			
MÊS VEICULAÇÃO: Outubro 2026																																			
TÍTULO: Câmara Convida: Vamos construir o futuro																																			
PROGRAMAÇÃO		01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	TOTAL INS.	VL. UNIT.	SUB. TOTAL
	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S	D	S	T	Q	Q	S	S				
Full Banner	1	1	1	1	1							1	1	1	1	1	1			1	1	1	1			1	1	1	1	1	1	19	R\$ 178,33	R\$ 3.388,27	
																												</							

✓

of real

Finalizamos a apresentação dos documentos e informações que constituem o
Invólucro nº 2 – Plano de Comunicação via identificada, elaborados em
conformidade com o Edital de Licitação – Concorrência nº 001/2026, da
Câmara Municipal de Apiacás.



Alexandre Cesário Lima
Sócio Administrador
Dois Pontos Soluções em Marketing Ltda
CNPJ: 10.757.389/0001-78