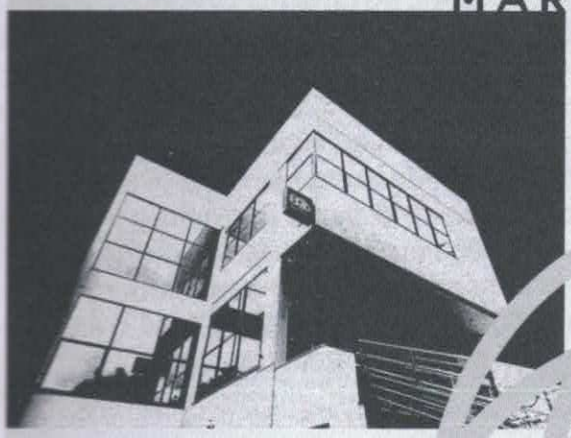
8020
MARKETING



RELATOS DE SOLUÇÕES

Campo Grande
R. Manoel Inácio de Souza,
2108 - Campo Grande/MS
CEP: 79021-190

São Paulo
R. Cláudio Soares, 72
Pinheiros (Sala 316)
São Paulo/SP
CEP 05422-030

Cuiabá
Av. Dr. Hélio Ribeiro,
525 (Sala 314)
Cuiabá/MT
CEP 78048-848

Relato de Solução 1

Cliente: Governo do Estado do Mato Grosso do Sul
Campanha: Campanha de Conscientização para Combate a Dengue
Veiculação: TV Morena, SBT MS, Record MS, Band MS, rádios Capital FM, Blink 102, Difusora Pantanal, FM Cidade e Mega 94, Jornal Correio do Estado, Site Midiamax e Site Campo Grande News. Veiculação de 20 de janeiro a 30 de janeiro de 2024.

Problema enfrentado:

Nos últimos anos, o Brasil tem registrado um aumento significativo nos casos de dengue e o estado de Mato Grosso do Sul também enfrentou este desafio em 2024.

Nos períodos de chuva e calor, entre os meses de dezembro a abril, os casos de dengue, zika e chikungunya aumentam significativamente.

Diante dessa situação, é de extrema importância alertar a população sobre os cuidados básicos necessários para combater o mosquito Aedes Aegypti e prevenir a proliferação dessa doença. O engajamento da população, aliado ao suporte das autoridades de saúde pública, é crucial para conter essa crescente ameaça à saúde coletiva.

Diferentes campanhas publicitárias já foram desenvolvidas nos últimos anos, sempre com o direcionamento de práticas e ações responsáveis para que o mosquito da dengue não se propague. Porém, em 2024 o pedido do Governo do Estado de Mato Grosso do Sul foi diferente, pois além de direcionar as atitudes necessárias para combater o mosquito, o alerta deveria ser mais intenso, a mensagem mais forte, pois a quantidade de óbitos havia aumentado consideravelmente nos últimos anos.

O desafio de uma campanha de conscientização não está só na forma como a mensagem e narrativa são transmitidas, mas também como e onde as mensagens da campanha irão alcançar a população.

Portanto, tornou-se necessária uma abordagem de comunicação diferenciada dos últimos e uma estratégia de ampliação para que os 79 municípios do estado de Mato Grosso do Sul recebam a mesma informação, dentro do período estipulado da campanha.

Soluções Encontradas:

Por meio de uma comunicação efetiva, direta e forte, construímos a narrativa da campanha dando "voz" ao mosquito da dengue. Diferente dos anos anteriores, onde um ator ou locutor conversava e alertava a população, nesta campanha mudamos a perspectiva, sendo o texto narrado pelo mosquito da dengue nas principais peças da campanha.

Buscamos essa solução com o objetivo de reter a atenção do público, de forma séria, alertando sobre o aumento de casos de dengue e óbitos. Com isso, desenvolvemos um roteiro onde o mosquito Aedes Aegypti confronta o espectador, dizendo que está ganhando a guerra.

Campo Grande
R. Manoel Inácio de Souza,
2108 - Campo Grande/MS
CEP: 79021-190

São Paulo
R. Cláudio Soares, 72
Pinheiros (Sala 316)
São Paulo/SP
CEP 05422-030

Cuiabá
Av. Dr. Hélio Ribeiro,
525 (Sala 314)
Cuiabá/MT
CEP 78048-848

Ação efetiva:

Para alcançar os resultados, desenvolvemos um planejamento de comunicação da campanha, considerando duas grandes fases, sendo a primeira com foco nas mídias de massa off-line e on-line, como rádios, TVs, portais de notícias, jornais impressos, outdoors, placas de led e TVs indoor direcionadas para todo o estado de Mato Grosso do Sul.

Na segunda fase, para que a campanha obtivesse o resultado de alcançar diferentes públicos nas 79 cidades de Mato Grosso do Sul, buscamos a Secretaria de Saúde e a Secretaria de Educação para que juntas pudessem ampliar as ações. Desta forma, kits impressos contendo cartazes, banners, faixas e folhetos foram entregues nas escolas e prefeituras, para que fosse realizado o "Dia D" de combate a dengue, sendo distribuídos os materiais em diferentes locais da cidade, como praças, mercados e postos de saúde. Importante citar que todas as peças inserimos um link ou QR Code para uma página indicando as ações necessárias para combate a dengue.

Resultados Alcançados:

Para considerar que esta campanha de fato obteve resultados positivos, consideramos a análise direta quanto ao número de casos de dengue registrados, comparando os três últimos anos.

Segundo a Secretaria de Saúde de Mato Grosso do Sul, por meio do boletim epidemiológico de dengue, os casos de dengue registrados em 2024 foram os menores se comparado a 2022 e 2023, alcançando 19.473 casos prováveis em 2024, contra 45.502 casos prováveis em 2023 e outros 26.478 casos prováveis em 2022. Fonte: Secretaria de Saúde de Mato Grosso do Sul.

Nas redes sociais, os resultados foram positivos, alcançando mais de 130 mil pessoas organicamente e com o impulsionamento alcançando mais de 650 mil pessoas. Nas cidades de maiores casos registrados intensificamos a mídia, alcançando a frequência média de 7 vezes por pessoa.

Peças do Relato 1

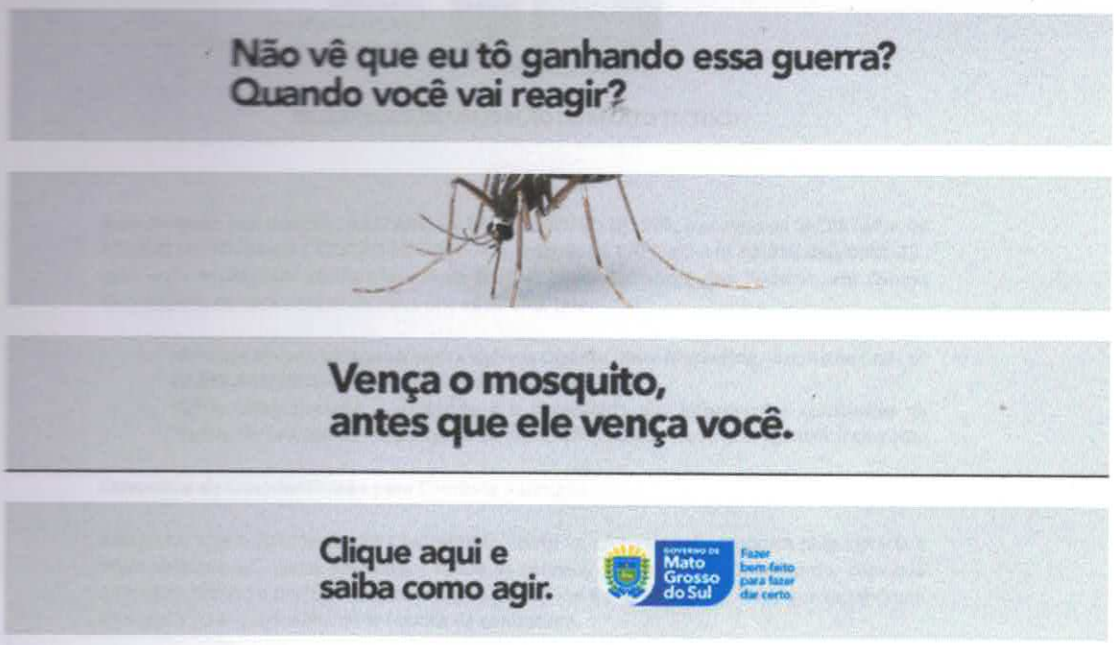
VT: Peça principal da campanha com objetivo de chamar a atenção ao televisor, ao parecer que está tendo um problema, e passar a mensagem de alerta. Anexo no Pendrive.

Campo Grande
R. Manoel Inácio de Souza,
2108 - Campo Grande/MS
CEP: 79021-190

São Paulo
R. Cláudio Soares, 72
Pinheiros (Sala 316)
São Paulo/SP
CEP 05422-030

Cuiabá
Av. Dr. Hélio Ribeiro,
525 (Sala 314)
Cuiabá/MT
CEP 78048-848

Banner web (formato GIF): Peça que deixa claro de início que a guerra ao mosquito está sendo vencida pelo lado errado. Ao final, leva para mais informações do que o Estado do MS está fazendo.



Anúncio de jornal: Uma peça que chama diretamente ao enfretamento ao mosquito da dengue, passando dicas práticas para evitar sua proliferação.



Rafael Amaral
Diretor Geral

Campo Grande
R. Manoel Inácio de Souza,
2108 - Campo Grande/MS
CEP: 79021-190

São Paulo
R. Cláudio Soares, 72
Pinheiros (Sala 316)
São Paulo/SP
CEP 05422-030

Cuiabá
Av. Dr. Hélio Ribeiro,
525 (Sala 314)
Cuiabá/MT
CEP 78048-848

SECOM
Secretaria Executiva de Comunicação

GOVERNO DE Mato Grosso do Sul

DECLARAÇÃO DE VALIDAÇÃO DE RELATO TÉCNICO

Pelo presente instrumento, o **ESTADO DE MATO GROSSO DO SUL**, por meio da SECRETARIA DE ESTADO DE GOVERNO E GESTÃO ESTRATÉGICA, inscrito no CNPJ sob o nº **03.216.036/0001-43** , com sede na **Avenida Poeta Manoel de Barros, Bloco 8, Parque dos Poderes, em Campo Grande/MS**, declara para os devidos fins de direito, que:

1. Manteve vínculo contratual com a agência **Oitenta Vinte Marketing**, inscrita no CNPJ nº **08.935.828/0001-43 conforme** o **Contrato nº 009/2021**,
2. **Valida integralmente o conteúdo e a veracidade das informações** constantes no "Relato de Solução de Problema de Comunicação" apresentado pela agência, intitulado:

Campanha de Conscientização para Combate a Dengue

Atestamos que a solução descrita no referido relato foi efetivamente proposta pela agência e implementada sob nossa aprovação, tendo os serviços sido prestados a contento, com boa qualidade técnica e profissionalismo, não existindo, até a presente data, fatos que desabonem a conduta ou a responsabilidade técnica da contratada.

Por ser verdade, firmamos o presente.

Campo Grande, 23 de março de 2026.

FREDERICO FUKAGAWA HOZANO DE SOUZA:72819839134

Assinado de forma digital por FREDERICO FUKAGAWA HOZANO DE SOUZA:72819839134
Dados: 2026.03.23 16:57:36 -04'00'

Estado do Mato Grosso do Sul
Frederico Fukagawa Hozano de Souza
Secretário-Executivo de Comunicação

Campo Grande
R. Manoel Inácio de Souza,
2108 - Campo Grande/MS
CEP: 79021-190

São Paulo
R. Cláudio Soares, 72
Pinheiros (Sala 316)
São Paulo/SP
CEP 05422-030

Cuiabá
Av. Dr. Hélio Ribeiro,
525 (Sala 314)
Cuiabá/MT
CEP 78048-848

Relato de Solução 2

Cliente: Senar/MS
Campanha: SENAR – Campanha Agrinho 2023
Veiculação: Tv Morena, Tv SBT Ms, Site Rural News, Rádio Difusora, Rádio Capital FM de março de 2023 a junho de 2023.

Problema enfrentado:

O Programa Agrinho, uma iniciativa do SENAR/MS e da FAMASUL, visa promover a descoberta do universo agrícola e seus valores de cidadania e sustentabilidade entre crianças e jovens de escolas da rede pública. Cada edição do concurso Agrinho apresenta um tema novo, engajando alunos em diferentes categorias e segmentos, como redação, desenho por meio da promoção de experiências pedagógicas junto às escolas. O grande desafio em 2023 foi o de manter o programa em evidência entre os professores e influenciar o cadastro das escolas em grande volume.

Outra dificuldade foi a de alcançar e engajar os professores, coordenadores e diretores dessas instituições. Muitas vezes, esses profissionais estão sobrecarregados com suas responsabilidades diárias, tornando difícil atrair sua atenção para iniciativas externas, mesmo que benéficas como o Agrinho. Além disso, a falta de familiaridade ou compreensão completa sobre os benefícios do Programa Agrinho pode ser um obstáculo à adesão.

Soluções Encontradas:

Para superar os desafios na captação de leads para o Programa Agrinho em Mato Grosso do Sul, desenvolvemos uma campanha de mídia de massa somada a uma estratégia de Inbound Marketing. Reconhecendo a necessidade de alcançar e engajar os professores das instituições de ensino da rede pública, adotamos uma abordagem centrada no cliente, focada em atrair e converter leads qualificados.

Para a estratégia de mídia de massa foi criado um filme musical, com a presença de alunos que já participaram do Programa Agrinho em anos anteriores. Neste filme, desenvolvido para veiculação nas TVs, o musical traz informações educativas citando a importância do programa para o aprendizado nas escolas.

Para a estratégia digital de Inbound Marketing, em primeiro lugar, mapeamos as buyers personas, compreendendo os perfis dos educadores que seriam os potenciais interessados no Programa Agrinho. Identificamos suas necessidades, desafios e interesses, facilitando a personalização das mensagens e conteúdos para melhor atender às suas expectativas. Utilizamos anúncios de Meta Ads, incluindo Facebook e Instagram, e também o Google Ads, com anúncios da rede display. Ao clicar nos anúncios, os usuários eram redirecionados para landing pages personalizadas, onde tinham acesso a conteúdos ricos relacionados ao Programa Agrinho.

Após a efetivação do cadastro, os educadores tinham acesso aos conteúdos ricos, agregando valor imediato à sua participação no Programa Agrinho. Além disso, os dados de cadastro obtidos foram encaminhados para a área de educação do SENAR/MS, permitindo a continuidade do relacionamento com os leads.

Campo Grande
R. Manoel Inácio de Souza,
2108 - Campo Grande/MS
CEP: 79021-190

São Paulo
R. Cláudio Soares, 72
Pinheiros (Sala 316)
São Paulo/SP
CEP 05422-030

Cuiabá
Av. Dr. Hélio Ribeiro,
525 (Sala 314)
Cuiabá/MT
CEP 78048-848

Dessa forma, ao adotar uma abordagem de Inbound Marketing, conseguimos superar os desafios na captação de leads para o Programa Agrinho em Mato Grosso do Sul. Somado a isso, a campanha de mídia de massa fixou o nome do programa durante o período de inscrições.

A campanha integrada foi veiculada simultaneamente entre TVs, rádios, portais de notícias e estratégias de mídia on-line nas redes sociais e Google. Todas as mídias foram segmentadas para as principais cidades de Mato Grosso do Sul.

Para maximizar a eficácia da estratégia de Inbound Marketing, utilizamos por meio do Meta Ads, a geolocalização, direcionando-os especificamente para áreas onde as escolas com potenciais alunos estavam localizadas. Isso nos permitiu alcançar diretamente os educadores, aumentando a relevância e a probabilidade de conversão.

Ao direcionar os anúncios para públicos específicos e relevantes, conseguimos atrair a atenção dos educadores, gerando um aumento significativo no tráfego para as landing pages do Programa Agrinho. A partir daí, os educadores eram incentivados a se cadastrar para acessar os conteúdos ricos oferecidos, resultando em uma taxa de conversão positiva e na geração de leads qualificados.

Resultados Alcançados:

Os resultados foram positivos, sendo que alcançamos mais de 25 mil cliques, a partir de 3.793.532 impressões da marca SENAR/MS e do Programa agrinho. A partir destes números conquistamos 1.550 leads qualificados.

Outro dado relevante é que o Programa Agrinho em 2023 atingiu seu recorde em números, sendo 134 mil alunos inscritos e a participação de 572 escolas de todo o estado

Campo Grande
R. Manoel Inácio de Souza,
2108 - Campo Grande/MS
CEP: 79021-190

São Paulo
R. Cláudio Soares, 72
Pinheiros (Sala 316)
São Paulo/SP
CEP 05422-030

Cuiabá
Av. Dr. Hélio Ribeiro,
525 (Sala 314)
Cuiabá/MT
CEP 78048-848

Peças do Relato 2

Landing Page – Página de cadastro voltado a professores, com intuito de apresentar o projeto do Agrinho, e convidando para ter acesso aos materiais para serem utilizados em sala de aula.





Banner web



Campo Grande
R. Manoel Inácio de Souza,
2108 - Campo Grande/MS
CEP: 79021-190

São Paulo
R. Cláudio Soares, 72
Pinheiros (Sala 316)
São Paulo/SP
CEP 05422-030

Cuiabá
Av. Dr. Hélio Ribeiro,
525 (Sala 314)
Cuiabá/MT
CEP 78048-848

VT: Anexo no Pendrive.



Rafael Amaral
Diretor Geral

Campo Grande
R. Manoel Inácio de Souza,
2108 - Campo Grande/MS
CEP: 79021-190

São Paulo
R. Cláudio Soares, 72
Pinheiros (Sala 316)
São Paulo/SP
CEP 05422-030

Cuiabá
Av. Dr. Hélio Ribeiro,
525 (Sala 314)
Cuiabá/MT
CEP 78048-848

SENAR Mato Grosso do Sul — Transformando vidas

DECLARAÇÃO DE VALIDAÇÃO DE RELATO TÉCNICO

Pelo presente instrumento, o **SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM RURAL – ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DE MATO GROSSO DO SUL**, inscrito no CNPJ sob o nº **04.253.881/0001-03**, com sede na Rua Marcino dos Santos, n.º 401, Chácara Cachoeira II, em Campo Grande/MS, declara para os devidos fins de direito, que:

1. Manteve vínculo contratual com a agência **Oitenta Vinte Marketing**, inscrita no CNPJ nº **08.935.828/0001-43** conforme o **Contrato nº 001/2019,**

2. Valida integralmente o conteúdo e a veracidade das informações constantes no "Relato de Solução de Problema de Comunicação" apresentado pela agência, intitulado: **SENAR – Campanha Agrinho 2023;**

Atestamos que a solução descrita no referido relato foi efetivamente proposta pela agência e implementada sob nossa aprovação, tendo os serviços sido prestados a contento, com boa qualidade técnica e profissionalismo, não existindo, até a presente data, fatos que desabonem a conduta ou a responsabilidade técnica da contratada.

Por ser verdade, firmo o presente.

Campo Grande/MS, 24 de março de 2026.

LUCAS DURIGUETTO GALVAN:99603543187

Assinado de forma digital por LUCAS DURIGUETTO GALVAN:99603543187
Dados: 2026.03.24 14:03:44 -04'00'

Lucas D. Galvan
Superintendente do SENAR-AR/MS

Campo Grande
R. Manoel Inácio de Souza,
2108 - Campo Grande/MS
CEP: 79021-190

São Paulo
R. Cláudio Soares, 72
Pinheiros (Sala 316)
São Paulo/SP
CEP 05422-030

Cuiabá
Av. Dr. Hélio Ribeiro,
525 (Sala 314)
Cuiabá/MT
CEP 78048-848

Relato de Solução 3

Cliente: SENAI/MS
Campanha: SENAI – Campanha de Matrículas Meio do Ano - 2023
Veiculação: Tv Morena, Tv SBT Ms, Rádio Blink, Rádio Grande FM, Zoom Outdoor de maio de 2023 a setembro de 2023.

Problema enfrentado:

O Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) de Mato Grosso do Sul enfrentava desafios relevantes na captação de leads e na conversão de potenciais alunos para seus cursos técnicos e de graduação. Apesar de possuir 11 unidades distribuídas estrategicamente pelo estado de Mato Grosso do Sul, a instituição encontrava dificuldades para manter um fluxo contínuo e qualificado de interessados em seus cursos.

Um dos principais fatores identificados foi a sazonalidade das matrículas. Historicamente, as campanhas realizadas nos períodos de julho, agosto, novembro, dezembro e janeiro geravam um aumento significativo no número de leads e mátriculas. No entanto, durante os demais meses do ano havia uma redução expressiva no volume de interessados, o que comprometia a previsibilidade da demanda e dificultava a manutenção de um fluxo constante de potenciais alunos ao longo do calendário acadêmico.

Somado a isso, identificou-se a necessidade de fortalecimento da estratégia de marketing, tanto no ambiente digital quanto nas mídias off-line. Em um cenário em que os potenciais alunos buscam informações e oportunidades majoritariamente em canais online, a ausência de uma estratégia estruturada de marketing digital poderia resultar na perda de oportunidades de captação e relacionamento com novos interessados.

Paralelamente, verificou-se também a importância de ampliar a presença da marca em campanhas de mídia de massa, capazes de gerar reconhecimento e alcance em larga escala. Considerando que cada unidade do SENAI possui cursos específicos e atende realidades econômicas distintas em cada município, tornou-se fundamental estruturar uma estratégia de comunicação regionalizada. Dessa forma, o desafio consistia em desenvolver uma estratégia integrada capaz de aumentar a geração de leads, reduzir os efeitos da sazonalidade das matrículas, fortalecer o posicionamento institucional e comunicar de forma assertiva os cursos disponíveis em cada região do estado.

Soluções Encontradas:

Diante dos desafios identificados, foi estruturada uma estratégia abrangente de comunicação e geração de leads, combinando Inbound Marketing, campanhas digitais de performance e ações de mídia de massa, formando um modelo de atuação integrado (360°), com presença em canais online e offline.

No ambiente digital, a estratégia foi baseada em Inbound Marketing, com foco na construção de relacionamento com potenciais alunos ao longo de sua jornada de decisão. Foram desenvolvidas landing pages específicas para captação de leads, nas quais os interessados poderiam acessar conteúdos informativos e realizar cadastros para receber mais informações sobre cursos técnicos e de graduação

Campo Grande
R. Manoel Inácio de Souza,
2108 - Campo Grande/MS
CEP: 79021-190

São Paulo
R. Cláudio Soares, 72
Pinheiros (Sala 316)
São Paulo/SP
CEP 05422-030

Cuiabá
Av. Dr. Hélio Ribeiro,
525 (Sala 314)
Cuiabá/MT
CEP 78048-848

oferecidos pelo SENAI. Como parte dessa estratégia, foram produzidos materiais ricos, como ebooks, infográficos e vídeos explicativos, que apresentavam os diferenciais dos cursos, as oportunidades de carreira e a conexão direta da formação com o mercado de trabalho. Esses conteúdos funcionavam como porta de entrada para o relacionamento com os potenciais alunos, permitindo a captura de dados de contato e o início de um fluxo estruturado de comunicação.

Além das ações digitais, foi estruturada uma estratégia de comunicação integrada com campanhas de mídia de massa, ampliando o alcance da mensagem e reforçando o posicionamento institucional do SENAI em todo o estado. Essa estratégia incluiu veiculação em diferentes meios, como: televisão, outdoor, emissoras de rádio, portais de notícias, painéis de led e carro de som.

A comunicação foi planejada de forma regionalizada, com mensagens adaptadas para cada cidade ou região atendida pelas unidades do SENAI, destacando os cursos disponíveis em cada localidade e as oportunidades de formação alinhadas às demandas do setor industrial e do mercado de trabalho de cada região.

A integração entre mídia digital e mídia tradicional permitiu ampliar significativamente o alcance das campanhas, gerar reconhecimento de marca e direcionar os interessados para os ambientes digitais de captação de leads.

Resultados Alcançados:

A implementação da estratégia integrada de geração de leads, combinando Inbound Marketing, campanhas digitais de performance e ações de comunicação direcionadas, resultou em um desempenho expressivo na captação de potenciais alunos para os cursos do SENAI Mato Grosso do Sul.

Na campanha de Inbound Educação, realizada entre 5 de julho e 21 de setembro de 2023, as campanhas alcançaram mais de 2 milhões de impressões, gerando 15.395 cliques e 1.883 leads captados por meio de conteúdos ricos e landing pages estratégicas.

Um dos principais indicadores de eficiência da campanha foi o Custo por Lead (CPL), que alcançou R$ 8,12, valor significativamente inferior ao estimado inicialmente (R$ 32,83), representando uma redução de aproximadamente 75% no custo de aquisição de leads. Como resultado direto dessas ações, foram registradas 439 matrículas, evidenciando a efetividade da estratégia na conversão de interessados em alunos efetivos. Além dos resultados quantitativos, a estratégia também trouxe ganhos relevantes em termos de presença digital, alcance de público e fortalecimento do posicionamento institucional do SENAI como referência em educação profissional e tecnológica.

Campo Grande
R. Manoel Inácio de Souza,
2106 - Campo Grande/MS
CEP: 79021-190

São Paulo
R. Cláudio Soares, 72
Pinheiros (Sala 316)
São Paulo/SP
CEP 05422-030

Cuiabá
Av. Dr. Hélio Ribeiro,
525 (Sala 314)
Cuiabá/MT
CEP 78048-848

Peças do Relato 3

Cartaz



Outdoor



VT: Anexo no Pendrive.

Rafael Amaral
Diretor Geral

Campo Grande
R. Manoel Inácio de Souza,
2108 - Campo Grande/MS
CEP: 79021-190

São Paulo
R. Cláudio Soares, 72
Pinheiros (Sala 316)
São Paulo/SP
CEP 05422-030

Cuiabá
Av. Dr. Hélio Ribeiro,
525 (Sala 314)
Cuiabá/MT
CEP 78048-848

Sistema FIEMS
SESI | SENAI | IEL

DECLARAÇÃO DE VALIDAÇÃO DE RELATO TÉCNICO

Pelo presente instrumento, o **SENAI – SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL**, inscrito no CNPJ sob o nº **03.772.576/0001-65**, com sede na **Avenida Afonso Pena, 1206, 4º Andar, Bairro Amambaí, em Campo Grande/MS**, declara para os devidos fins de direito, que:

1. Manteve vínculo contratual com a agência **Oitenta Vinte Marketing**, inscrita no CNPJ nº **08.935.828/0001-43 conforme** o **Contrato nº 2022/0058**,
2. **Valida integralmente o conteúdo e a veracidade das informações** constantes no "Relato de Solução de Problema de Comunicação" apresentado pela agência, intitulado:

SENAI – Campanha de Matrículas do Meio do Ano - 2023

Atestamos que a solução descrita no referido relato foi efetivamente proposta pela agência e implementada sob nossa aprovação, tendo os serviços sido prestados a contento, com boa qualidade técnica e profissionalismo, não existindo, até a presente data, fatos que desabonem a conduta ou a responsabilidade técnica da contratada.

Por ser verdade, firmamos o presente.

Campo Grande, 11 de março de 2026

Assinado eletronicamente por:
Robson Del Casale Moreira
CPF: ***.773.211-**
Data: 24/03/2026 15:25:38 -04:00

SENAI MS

Robson Del Casale

Diretor de Relações Institucionais e Governamentais do Sistema FIEMS

Esse documento foi assinado por Robson Del Casale Moreira. Para validar o documento e suas assinaturas acesse https://assinatura.fiems.com.br/validate/LER3S-WESAS-ACJU3-4B8XL

SISTEMA FIEMS
Av. Afonso Pena, 1.206 | Bairro Amambaí
79.005-901 | Campo Grande/MS | Brasil
www.fiems.com.br

MANIFESTO DE ASSINATURAS

Código de validação: LER3S-WESAS-ACJU3-4B8XL

Tipo de assinatura: Avançada

Esse documento foi assinado pelos seguintes signatários nas datas indicadas (Fuso horário de Brasília):

✔ Robson Del Casale Moreira (CPF ***.773.211-**) em 24/03/2026 16:25 - Assinado eletronicamente

Endereço IP	Geolocalização
179.124.8.130	Não disponível

Autenticação	robson@sfiems.com.br (Verificado)
Login	

Os1bLzdZ1LPT+Lmh81WcPT5KGNaazDtzqwdTXcGw/ww= SHA-256

Para verificar as assinaturas, acesse o link direto de validação deste documento:

https://assinatura.fiems.com.br/validate/LER3S-WESAS-ACJU3-4B8XL

Ou acesse a consulta de documentos assinados disponível no link abaixo e informe o código de validação:

https://assinatura.fiems.com.br/validate

Campo Grande
R. Manoel Inácio de Souza,
2108 - Campo Grande/MS
CEP: 79021-190

São Paulo
R. Cláudio Soares, 72
Pinheiros (Sala 316)
São Paulo/SP
CEP 05422-030

Cuiabá
Av. Dr. Hélio Ribeiro,
525 (Sala 314)
Cuiabá/MT
CEP 78048-848

Termo de Encerramento

Envelope 3 – Relatos de Soluções.

Neste documento fora apresentado a proposta técnica: experiência da licitante 80 20 Marketing.

Prazo de validade desta proposta: 160 dias (cento e sessenta dias).

Cuiabá, 11 de maio de 2026

OITENTA VINTE MARKETING
Rafael Oliveira do Amaral

Campo Grande
R. Manoel Inácio de Souza,
2108 - Campo Grande/MS
CEP: 79021-190

São Paulo
R. Cláudio Soares, 72
Pinheiros (Sala 316)
São Paulo/SP
CEP 05422-030

Cuiabá
Av. Dr. Hélio Ribeiro,
525 (Sala 314)
Cuiabá/MT
CEP 78048-848