



**1. O Cliente:** Prefeitura Municipal de Timbó.

## 2. Caracterização do Cliente

- Município de Timbó, localizado no Vale do Itajaí, estado de Santa Catarina.
- Área territorial: aproximadamente **128,313 km<sup>2</sup>**
- População estimada em 2025: **49.768 habitantes**, representando crescimento de cerca de 7,9% desde 2022 (46.099 habitantes).
- PIB em 2021: cerca de **R\$ 2,53 bilhões**.
- PIB per capita em 2021: cerca de **R\$ 55.453,4**.
- Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) em 2010: 0,784.

## 3. Contexto Atual

O município de Timbó se encontra em um momento de consolidação de sua condição de cidade próspera, em desenvolvimento e com elevada qualidade de vida. A economia local evoluiu de uma base agrícola para forte presença industrial e de serviços. Há uma destacada qualidade de vida, representada pelas facilidades do município, por sua tranquilidade, pela arborização da cidade e por uma população que colabora com o espaço público.

Alguns dados-chave que sustentam essa posição:

- Crescimento populacional acima da média estadual, o que sinaliza atração de moradores e potencial de mercado interno.
- PIB per capita elevado comparado à média regional, demonstrando boa performance econômica.
- Diversificação econômica, com presença industrial relevante, comércio e serviços atuantes, o que reduz dependência de um único setor.
- Reconhecimento de qualidade de vida e urbanização equilibrada, o que contribui para a percepção de cidade diferenciada.

Diante desse cenário, há uma oportunidade de amplificar a visibilidade desta condição, tanto para a população interna — para fortalecer sentimento de pertencimento e cuidado com a cidade — quanto para municípios vizinhos e investidores, que podem ver Timbó como destino confiável para viver, investir ou instalar negócios.

## 4. Objetivo da Comunicação





- **Primário:** Destacar, junto à população de Timbó, que sua cidade ocupa uma posição de destaque regional e estadual — próspera, moderna, com oportunidades — promovendo o sentimento de orgulho, pertencimento e engajamento no cuidado com o espaço urbano.
- **Secundário:** Comunicar para os moradores dos municípios vizinhos (na região do Vale do Itajaí/Santa Catarina) que Timbó é um município atrativo para viver, trabalhar e investir, transmitindo credibilidade aos órgãos municipais e aumentando a confiança para iniciativas de investimento local.

Resultado esperado: maior reconhecimento da marca “Timbó” como município de alta qualidade de vida e pujante economicamente; aumento da confiança de investidores e empresários; engajamento da população local para participar do cuidado, manutenção e desenvolvimento da cidade.

#### 5. Público-Alvo

- **Prioritário:** População residente de Timbó — amplo espectro (moradores em geral), com foco em gerar orgulho e engajamento pela cidade.
- **Secundário:** Moradores e potenciais investidores de municípios vizinhos (região metropolitana ou entorno de Timbó) — pessoas que podem considerar morar, trabalhar ou investir em Timbó.

**6. Período da Campanha:** 30 dias.

**7. Verba:** orçamento disponível: **R\$ 200.000,00** (duzentos mil reais).

