

Invólucro nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Nome empresarial : AGÊNCIA ACTION PUBLICIDADE LTDA

CNPJ: 16.872.512/0001-88

Concorrência nº 01/2025 – Câmara Municipal de Campo Largo.

X m n Δ j u



AGÊNCIAACTION

Capacidade de Atendimento



AGÊNCIA ACTION

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO
Concorrência Pública Presencial nº01/2025

[Handwritten signatures and marks in blue ink]



AGÊNCIA ACTION

a) Relação nominal dos principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles.

A AGENCIA ACTION PUBLICIDADE LTDA iniciou suas atividades em agosto de 2012.

Nessa trajetória, já prestou serviços a mais de 200 empresas do setor privado, de pequeno, médio e grande porte, bem como serviços de publicidade e propaganda terceirizado para agências que atendem Prefeituras no Estado do Paraná, como São José dos Pinhais,



Principais Clientes

Porcelana Schmidt

Início: Agosto de 2024 - Vigente

Ramo de atividade: Indústria – Fabricação de Produtos Cerâmicos

Serviço: Comércio, Importação e Exportação.

Federação Paranaense de Futebol de Salão

Início: Junho de 2024 - Vigente

Ramo de atividade: Associação sem Fins Lucrativos

Serviço: coordenar e administrar o sistema de Futsal no Estado do Paraná

Academia Hype

Início: Fevereiro de 2022 - Vigente

Ramo de atividade: Condicionamento Físico

Serviço: Musculação, Corrida entre outros.



AGÊNCIA ACTION

Vedolim Teixeira & Advogados Associados

Início: Junho de 2022 – em negociação de renovação

Ramo de atividade: Serviços Advocatícios

Serviço: Consultoria e Assessoria Jurídica

b) Quantificação e qualificação, currículo resumido, (nome, formação acadêmica e experiência) discriminando as respectivas áreas de atuação dos profissionais.

Quantidade de Profissionais: 12



Quantificação e Qualificação



Antonivaldo Lima Falcão Junior
Diretor CEO

Graduado em Direito pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR), atua no mercado de publicidade e marketing há 12 anos. Como fundador da Agência Action, tem vasta experiência em comunicação 360°, com um portfólio que transita entre a iniciativa pública e privada.

Handwritten signatures in blue ink, including a large signature and several smaller ones, with the number 3 written below them.



AGÊNCIA ACTION



Jullyanne Monteiro
Diretora de Planejamento

Graduação incompleta em Comunicação Social – Jornalismo, pela Universidade Tuiuti do Paraná, trabalha há 20 anos na área. Excelente habilidade de comunicação verbal e escrita. Resiliência, iniciativa e dinamismo. Atitude "hands-on". Criatividade, Persistência e organização. Com pensamento estratégico e analítico, tem experiência no Brde, Wap, Spaipa S/A, Grupo Ric entre outras.



Fábio Fares
Diretor de Criação e Coordenador de Mídia

Orientado por dados, com foco em resultados e desempenho de alta performance, alta experiência na coordenação e direção de equipes focadas em planejamento estratégico, planejamento estratégico criativo, IOT, produção de materiais audiovisuais, conteúdos e ações de mídia online e offline, é graduado em Publicidade e propaganda pela PUCPR, MBA em Marketing e GBA-FGV em Estratégias Inovadoras em Gestão de Trade Marketing. Atua há 15 anos no mercado



Bruno Brum
Atendimento e Gestão de Projetos

Graduado em Design Gráfico pela Unicuritiba e cursando marketing na Puc PR, trabalha na área há 5 anos. Trabalhou na Santiago comunicação, Na Maravilla, foi Assessor Parlamentar e na Dope Publicidade. Atendeu contas como EletroRastro, Flame, Deputado Estadual Renato Freitas e outras experiências no varejo.

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large stylized 'X' and several smaller signatures.



AGÊNCIA ACTION



Fernando Barros
Produção

Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas, Pontifícia Universidade Católica do Paraná – Não finalizado. Em sua experiência acadêmica foi presidente do Centro Acadêmico, onde iniciou sua trajetória na produção. Com destaque em sua atuação no Hard Rock Cafe Curitiba, no Residence Club/Hard Rock Hotéis se tornou palestrante no Via Soft Connnect 2022.



Betina Dias Ferreira
Head de Marketing e Gestora de Tráfego

Jornalista, especialista em Mídias Sociais e Assessoria de Comunicação. Experiência de mais de 10 anos com marketing, abrangendo diversas áreas. Iniciou sua carreira no Clube Athletico Paranaense, Learnway Learning Solutions, Universidade Positivo, ISAE/FGV, The Foursales Company e foi professora COM/M.



Talita de Oliveira
Editora Audiovisual e Social Media

Graduada em Publicidade e Propaganda (Univel), especialização em edição de vídeo pela Brainstorm e cinema pela Colaboração Cinematográfica Proclass, trabalha na área como produtora e editora com experiência em motion-graphics. Já produziu campanhas institucionais para Prefeitura Municipal de São José dos Pinhais, Federação Paranaense de Futebol de Salão.



AGÊNCIA ACTION



Minara Kelly
Diretora de Arte

Atua há 8 anos na área, graduada em Design Gráfico pela Universidade CEUMA, MBA em Branding na Anhembi Morumbi. Atuou em agências como Plotec Ideias Criativas, 712 propaganda, Incentiva Design e na Criativa Coworking.



Maycon Bartowski
Diretor de Arte UI/UX

Há 12 anos na área, é Técnico em Design Gráfico na Visual Mídia, acumula as premiações: Design&IlustraçãoCriativa2018 — Corel International Content Design, DesignCriativo2019 — Corel International Content Design Design em exposição2020 — Galeria CorelDraw.



Enricco Rodrigues
Web Designer e Social Media

Graduado em Design pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná, possui experiência na R3 Real Estate, Doma Design, Wibix. Possui afinidades/habilidades em direção de arte, desenvolvimento com identidade visual, branding, artes finais, fechamento de arquivos materiais impressos e digitais, redes sociais, edição de fotos, KV, desdobramentos de campanhas.



AGÊNCIA ACTION

**Gustavo Gama Nunes**

Editor audiovisual e Social Media

Criador e diretor audiovisual com mais de 8 anos de experiência em gravação, edição e produção de vídeos. Atuou em diversos projetos em agências e como freelancer, atendendo mais de 50 empresas em produções para redes sociais, cinema, TV, shows e eventos. Autodidata, domina ferramentas como Adobe Premiere, After Effects, DaVinci Resolve e Photoshop.

**Isabel Piragine**

Gerente Administrativo-Financeira

Pós-graduada em Administração de Marketing (FAAP SP), Atua há 20 anos na área administrativa. Se especializou em licitações e já trabalhou na RD Adm e Serviços, Home Clean Licitari, Traub Engenharia, Instituto Julia Bergmann, Senac SP e é responsável pela formalização das relações de serviço, conferência de notas fiscais e comprovantes, como faturamento.



AGÊNCIA ACTION

c) Infraestrutura e instalação da instalações



Infraestrutra e Instalação

A AGENCIA ACTION PUBLICIDADE LTDA tem sua sede localizada em Curitiba, na Rua Alice Tibiriçá nº 33, no bairro Bigorrrilho. Sua estrutura conta com 01 sala da equipe de vendas, 01 sala do corpo Diretivo, 01 sala da equipe Administrativo Financeira, 01 ampla sala concentrada com a equipe de criação, 01 sala do time de atendimento planejamento e mídia, 01 sala de reunião, 01 estúdio de filmagem, 01 refeitório para uso interno, além de um espaço gourmet equipado que pode ser usado para confraternização da equipe e de clientes.

IMAGENS E DESCRIÇÃO DOS ESPAÇOS

Fachada



AGÊNCIA **ACTION**

Sala CEO



Sala de Reunião





AGÊNCIA ACTION

Estação de Criação



Sala Gestão



Sala de Apoio



Estúdio de Podcast com estrutura completa (microfones, console de áudio, câmeras, iluminação, tripés, Tvs e Teleprompter).





AGÊNCIA ACTION

Coffe Time



Área Gourmet



Gestão

O processo operacional é gerenciado através do Ekyte, um sistema seguro, eficiente, utilizado por diversas agências de comunicação e marketing. Nele, é implementado todas as etapas do workflow integrando todos os departamentos da agência, desde onboard até a aprovação final do cliente. Disponível também todo o registro dos trabalhos.

Acreditamos que o sucesso depende dessa integração da capacidade técnica dos profissionais somada a tecnologia de ponta, ética e transparência. Assim conseguimos entregar uma experiência com soluções 360º: propaganda, promoção, endomarketing, marketing de relacionamento, design UI/UX, marketing digital entre outros.



AGÊNCIA ACTION



Equipamentos

A AGENCIA ACTION PUBLICIDADE LTDA possui diversos equipamentos destinados à otimização dos trabalhos na criação, estúdio, produção, mídia, digital, atendimento, planejamento e administrativo financeiro. Para segurança do fluxo de dados, temos firewall além de servidores de backup. Contamos com suporte de profissional de TI para manter as estações de trabalho, rede lógica e servidores sempre em funcionamento. Além de servidor em nuvem disponível para otimizar o envio de arquivos.



Criação

Apple MacBook Pro M3 Pro, 18GB, 16"
Apple MacBook Pro M2 Pro, 16GB, 16"
Apple MacBook Pro M2 Pro, 16GB, 14"
Apple iMac M3, 8GB, 24"
Apple MacBook Pro M2 Pro, 8GB, 13"
PC Gamer, AMD RYZEN 5 5600, NVIDIA RTX 4060, 32GB, SSD: NVME-M2 1TB



Atendimento, Planejamento e Mídia

Notebook Dell, Core i5, 16GB Memória Ram, 15"
PC Dell, Core i5, 8GB Memória Ram, SSD 256GB, 24"
PC Dell, Core i5, 8GB Memória Ram, SSD 256GB, 24"
PC Dell, Core i5, 8GB Memória Ram, SSD 256GB, 24"



Administrativo

Notebook Dell, Core i5, 16GB Memória Ram, 15"



AGÊNCIA ACTION

**Audiovisual/Estúdio**

Apple MacBook Pro M2 Pro, 8GB, 13"
Camera Sony A7 IV
Lente Tamron 28-75mm
Balck Magic pocket 4k
Lente Sigma – 18-35
Iphone 15 Pro Max 256GB
Estabilizador DJI Ronin RS 3 por combo
Estabilizador celular DJI Osmo Mobile 6
Drone DJI Mini 4 Pro Fly More Combo Plus RC 2 4K
2 kits Microfone Hollyland Lark M2 COMBO
4 Fones de Ouvido JBL Tune 720 BT Bluetooth - Preto
2 Tripé Smallrig com cabeça fluída
Teleprompter Tripé cabeça hidráulica

**Impressora**

Hp Multifuncional LaserJetç MFP M426dw
--

**Servidor**

Google Drive Storage Workspace 20TB

**Softwares**

macOS Sequoia
Adobe Photoshop
Illustrator
InDesign
Premiere Pro
Afeter Effects
Lightroom
Acrobat Pro
Audition



AGÊNCIA ACTION

Figma – The Collaborative Interface Design Tool
Framer – Professional Website Build
Captions – Estúdio Criativo com Inteligência Artificial
Reportei – Relatórios e Dashboards de Redes Sociais
Redrive – CRM completo
Ekyte – Gestão de projetos e administração
Windows 10 e 11 Professional

d) Sistemática de atendimento

Comunicação e Marketing atuará no modelo operacional "full service", praticando o conceito de comunicação integrada, com soluções a partir do planejamento, sejam elas offline ou online (branding e/ou performance): propaganda, design, marketing de relacionamento, marketing digital, marketing de incentivo e endomarketing, com recursos próprios e, eventualmente, terceirizados. Nossa base de prestação de serviços tem a seguinte configuração:

Principais serviços offline

Desenvolvimento criativo de peças publicitárias;

- Anúncio para Jornal
- Anúncio para Revista
- Mídia Exterior/Indoor
- Produção eletrônica
- Materiais Promocionais
- Editoração Eletrônica
- Papelaria
- Projeto Especiais

Branding e Programação Visual (marcas, embalagens, PDV, etc.);

Pesquisa para geração de conteúdo (levantamento de dados);

Assessoria de produção (especificações técnicas, perfil de fornecedores, orçamentação, negociação e compra e acompanhamento técnico);

Assessoria de mídia (pesquisa, planejamento, negociação e compra e checking).

Principais serviços online

Business Intelligence;

SEO - Search Engine Optimization;

Pesquisa para geração de conteúdo;



AGÊNCIA ACTION

Monitoramento e gerenciamento de redes sociais;
Estratégia de impulsionamento e performance;
Estratégia e tática para geração e publicação de posts;
Inteligência de mídia digital (Google Display, remarketing, Google Adwords, mídia programática, etc.);
Assessoria e especificação técnica para automação de campanhas digitais;
Relatórios de aferição (métricas de redes sociais e Analytics - sites); Estratégia e desenvolvimento de ações de Inbound Marketing (nutrição do funil de vendas e conversão);
Planejamento, wireframe e design de websites, aplicativos e landing pages.

Sistemática do atendimento:

O relacionamento da agência com a Câmara se dará por meio de profissionais de atendimento (em nível gerencial) que centralizarão as informações e coordenarão as operações de onde estiverem alocados. Estes profissionais farão a intermediação com as demais áreas da agência: planejamento, criação, estúdio, produção, mídia, digital e administrativo/financeiro.

A equipe de atendimento à Câmara será supervisionada pela diretoria, considerando ser necessário um maior acompanhamento dos serviços prestados devido a Lei 12.232/10, que rege a contratação da administração pública.

Todos os colaboradores possuem expertise na área pública, em todo processo de contratação, execução do serviço, checking e faturamento. E são sempre atualizados de acordo com as normas e determinações do Tribunal de Contas, Ministério Público e câmaras municipais. A seguir, apresentamos nossa sistemática de atuação em cada área:

Planejamento: área responsável pelo start dos trabalhos na agência. É a partir do planejamento de comunicação que são gerados os inputs para as demais áreas, embasado na tomada de briefing, estudos de mercado, pesquisas, tecnologia da informação, experiências e expertises. O planejamento contribui para: identificar oportunidades; estabelecer metas, objetivos (KPIs) e diretrizes; definir estratégias e táticas de campanhas; contribuir na formatação criativa e embasar o plano de ações e mídia. Depois de validado com a Câmara, o planejamento será conduzido pelo atendimento.



AGÊNCIA ACTION

Atendimento: as reuniões com a câmara serão presenciais e/ou online, em conformidade com as necessidades das demandas que se apresentam e sempre que necessário, o executivo de atendimento levará a Assembleia, profissionais de outras áreas (reuniões de briefing, apresentação de campanhas, análise de resultados, etc.). Como ferramentas de controle dos trabalhos, são emitidos relatórios e follow-ups regularmente, permitindo acompanhamento pleno do andamento de todos os assuntos em curso.

Criação: o processo criativo inicia-se após discussão de briefing com as áreas envolvidas. São geradas as ideias e validadas em reuniões de review. Essas ideias serão transformadas em linhas de campanha ou peças avulsas e, então, apresentadas a Câmara. Uma vez aprovada a linha criativa, são feitos os desdobramentos para todas as peças planejadas. Esse sistema permite mais agilidade e variação na procura da ideia ou formatação ideal, quesitos fundamentais para uma comunicação eficaz.

Produção: o processo de produção inicia-se somente após a expressa e formal aprovação da Assembleia. A orçamentação e negociação são realizadas com um mínimo de 3 fornecedores, que possuam perfis adequados para a realização dos serviços. As peças somente são autorizadas para produção final, após aprovação de provas ou amostras, por parte da agência e do cliente. A checagem final também é realizada na entrega dos materiais.

Digital: a equipe de especialistas em marketing digital atuará de forma personalizada e estratégica para atender necessidades da Assembleia. Com expertise em diversas áreas, como Business Intelligence, SEO e Social Media, garantimos a implementação de ações eficazes e alinhadas aos objetivos do cliente. A equipe estará disponível para atender demandas presenciais ou online. Além disso, oferecemos treinamentos contínuos para garantir que nossos profissionais estejam sempre atualizados e aptos a entregar soluções inovadoras.

Mídia: as demandas da área de mídia on e offline são atendidas pela nossa equipe especializada, dentre as várias atividades, destacam-se: elaboração de planos de mídia embasados em informações, métricas e pesquisas de mercado; negociação e compra de mídia com critérios técnicos para garantir ao cliente transparência e melhor



AGÊNCIA ACTION

custo x benefício; emissão de autorizações, tráfego/controlado de materiais e checking da mídia contratada.

Administrativo-financeiro: o processamento e controle financeiro são executados por profissionais qualificados e especializados na área, que garantem controle, segurança e confiabilidade em todas as demandas inerentes ao cumprimento do contrato de prestação de serviços, tais como: recebimentos de notas fiscais e comprovantes de terceiros (veiculação e produção); emissão de notas fiscais relativas aos serviços da agência; checking financeiro (relação contratado x entregue), emissão de faturamento e gestão de recebimento e pagamento de terceiros.

Prazos a serem realizados em condições normais de trabalho

Prazos	
Criação de peças avulsas	até 02 dias úteis
Criação de campanha	até 05 dias úteis
Elaboração de plano de mídia	até 05 dias úteis

As obrigações do atendimento na execução do contrato:

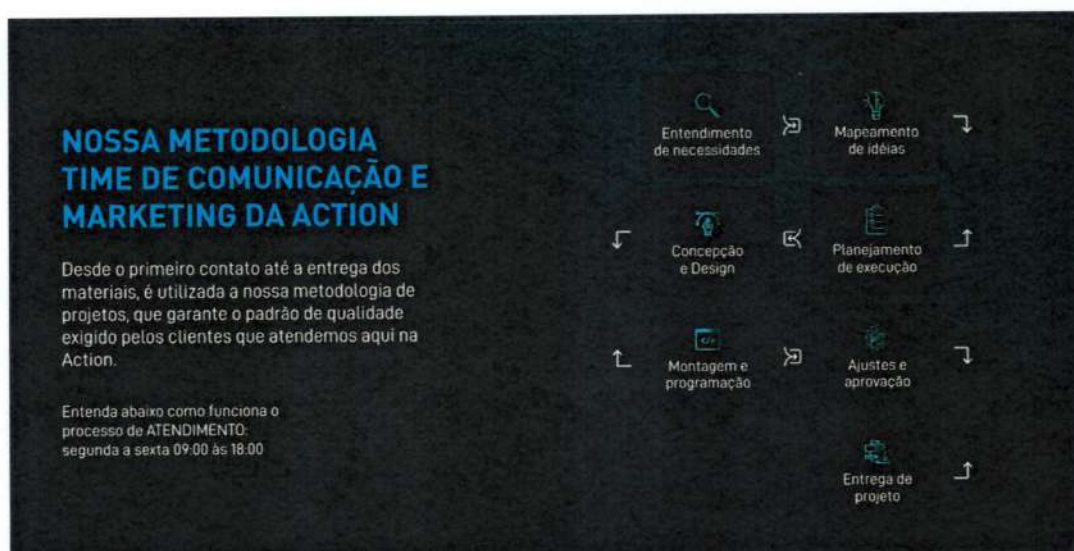
- Atender, de forma satisfatória e com profissionais qualificados, todas as solicitações de visitas à Câmara, de acordo com a frequência a ser definida entre as partes.
- Conduzir reuniões semanais, ou a qualquer tempo, de acordo com as necessidades da Câmara.
- Definir, em conjunto com a Câmara, prazos e condições dos trabalhos a serem executados e zelar pelo seu cumprimento.
- Acionar os departamentos da agência e fornecedores externos para a solução de problemas específicos, bem como coordenar e checar se os trabalhos estão de acordo com o solicitado pela Câmara.
- Manter a Câmara sempre informada do andamento dos trabalhos, bem como sobre as oportunidades que surgirem no mercado.



AGÊNCIA ACTION

- Solicitar aprovação da Câmara, por escrito, antes do início de cada trabalho, para produção e veiculação de campanhas, bem como para a realização de pesquisas de identidade visual e outros serviços especiais.
- Apresentar estimativas de produção e planos de mídia para prévia autorização pela Câmara.
- Apresentar artes-finais e assemelhados para aprovação final.

FLUXOGRAMA DA SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO



e) Relação das informações de marketing e comunicação

Para a área de mídia, serão disponibilizados os seguintes estudos e/ou pesquisas:



AGÊNCIA ACTION

Ibope Easy Media: ferramenta de audiência do meio rádio. Informações por emissora: índice de audiência percentual, índice de audiência absoluto, participação no segmento percentual para todos os dias e audiência percentual hora-a-hora.

IVC: acesso aos dados de publicações impressas no estado do Paraná.

Spot Monitoramento: investimento publicitário do meio TV por meio do ADEX Concorrência, ferramenta com entregas diárias, para acompanhamento do mercado - praça de Curitiba e Região Metropolitana

ekyte: agendamento de postagens para redes sociais; relatórios e dashboards automatizados.

Pluga: automação e gestão de notificações e mensagens de redes sociais.

Redrive: automação para gestão e disparo de mensagens para WhatsApp.

Tintim ou T2M: ferramenta de performance de links tagueados e QRcodes dinâmicos.

Meta Business Suite: espaço da meta onde é gerenciado todas as suas atividades de publicidade e marketing no Facebook e no Instagram.

Meta Ads: ferramenta de mídia online paga nas plataformas Facebook e Instagram.

Google Analytics: ferramenta universal de tráfego de site para extrair dados de uma campanha no meio digital.

Google Ads: ferramenta de links patrocinados Google.

Google Trends: Google Trends é uma ferramenta do Google que mostra os mais populares termos buscados em um passado recente. A ferramenta apresenta gráficos com a frequência em que um termo particular é procurado em várias regiões do mundo e em vários idiomas.

GTM: ferramenta do Google para gerenciamento de TAGs.



AGÊNCIA ACTION

Curitiba, 22 de outubro de 2025

Esta Página encerra o caderno de Capacidade de Atendimento da Concorrência Pública Presencial nº 001/2025 da Câmara Municipal de Campo largo do Estado do Paraná.

Agência Action Publicidade Ltda
Antonivaldo Lima Falcão Junior
Diretor CEO



AGÊNCIAACTION

Repertório

Handwritten signatures and marks in blue ink at the bottom of the page.



AGÊNCIA ACTION

REPERTÓRIO

Concorrência Pública Presencial nº01/2025

1

[Handwritten signatures and marks in blue ink]



1. FICHA TÉCNICA OUTDOOR

DESCRIÇÃO	
Cliente	Secretaria Municipal de Transporte e Trânsito de São José dos Pinhais
Secretária de Comunicação	Carol Pineli
Material	OOH – Outdoor
Formato	9x3 m.
Data de Produção	Maio/2025
Período	Bi semana (05/05 a 19/05)
Praça	São José dos Pinhais
Exibidora:	Mega Digital
Problema de Comunicação	<p>O mês de maio é destacado para educar e incentivar a população sobre a importância de que a segurança no trânsito vai muito além das regras de sinalização. Ela começa na conscientização de que a vida é o bem mais precioso que temos. O Conselho Nacional de Trânsito (CONTRAN), em parceria com as secretarias municipais chama a atenção para as milhares de vidas que se perdem em acidentes de trânsito e reforça os cuidados de forma unificada em todo o Brasil. Com o mote “Desacelere, seu bem maior é a vida” e o complemento “Segurança no Trânsito: um compromisso de todos” desenvolvemos a solução.</p>



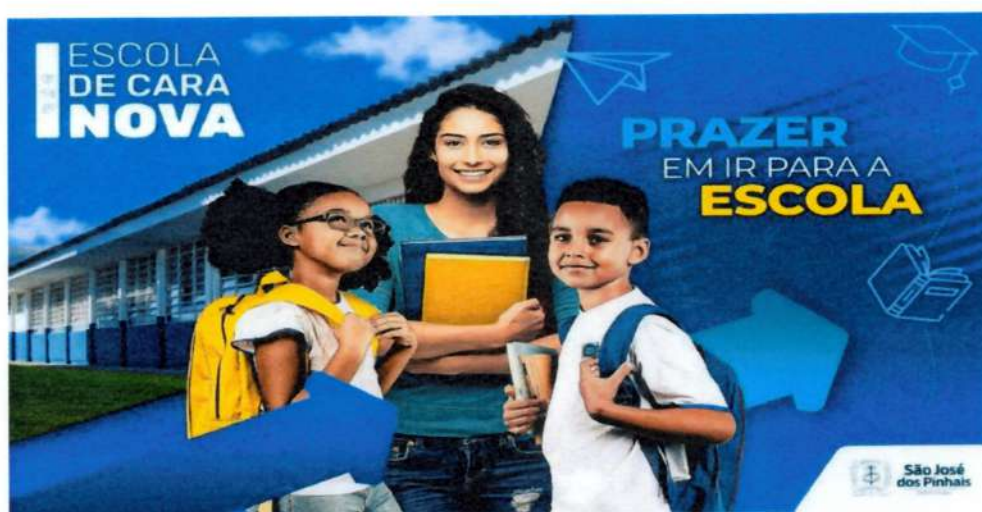
2

[Handwritten signatures and initials in blue ink]



2. FICHA TÉCNICA VT

DESCRIÇÃO	
Cliente	Secretaria Municipal de Educação de São José dos Pinhais
Diretora de Comunicação	Deise Rodrigues
Material	Vídeo
Formato	30"
Data de Produção	Fevereiro/2023
Período	06 a 10 de fevereiro de 2023
Praça	Região Metropolitana de Curitiba
Exibidora:	Globo - RPC
Problema de Comunicação	Investir em educação é investir no futuro. Todos sabemos da importância de ter mão de obra mais qualificada, possibilitar avanços em ciência e tecnologia, e dar a possibilidade das crianças, em um futuro próximo terem mais condições de se realizarem profissionalmente por sua alta capacidade. Mas o diferencial é entender que equipamentos públicos precisam estar em condições de estimular essa aprendizagem, como também acompanhar os avanços que a nova educação exige. Foi assim que o programa ESCOLA DE CARA NOVA foi criado, para proporcionar um ambiente digno tanto para quem aprende quanto para quem trabalha.



Obs: mídia em dispositivo externo



3. FICHA TÉCNICA MOBILIÁRIO URBANO

DESCRIÇÃO	
Cliente	MÃE CAST TALK
Coordenadora	Fernanda Leite
Material	MUB – Mobiliário Urbano
Formato	1,31 x 1,88 m.
Data de Produção	Junho/2024
Período	Bi semana: 09 a 23 de Junho de 2024
Praça	Curitiba
Exibidora:	Clear Channel
Problema de Comunicação	Nossos Filhos e o Mundo com Marcos Piangers, Maya Eigenmann e convidados falou sobre parentalidade. O evento que ocorreu no Teatro Positivo em Curitiba, trazia a proposta de que os pais pudessem rever sua relação com seus filhos. Em um formato Talk Show, o evento trouxe uma apresentação do best-seller "O Papai é Pop". O evento foi realizado para família, com foco principal nos pais. A campanha alcançou o objetivo que esgotou a única sessão disponível naquele ano.



**4. FICHA TÉCNICA SPOT RÁDIO**

DESCRIÇÃO	
Cliente	Secretaria Municipal de Cultura de São José dos Pinhais
Secretária de Cultura	Marcelo Setim Dal Negro
Material	Spot
Formato	30"
Data de Produção	Setembro/2022
Período	26 a 30 de setembro de 2022
Praça	São José dos Pinhais
Exibidora:	Rádio 98 Fm e Rádios com Frequência Local
Problema de Comunicação	A rádio foi o veículo escolhido como solução para mostrar que a cultura está cada vez mais presente em São José dos Pinhais. Os cidadãos foram impactados pela campanha MAIS CULTURA, demonstrando que mesmo em casa ou nos espaços culturais, o acesso à cultura está próximo de cada um. Com linguagem direta desenvolvemos o que constava no briefing.

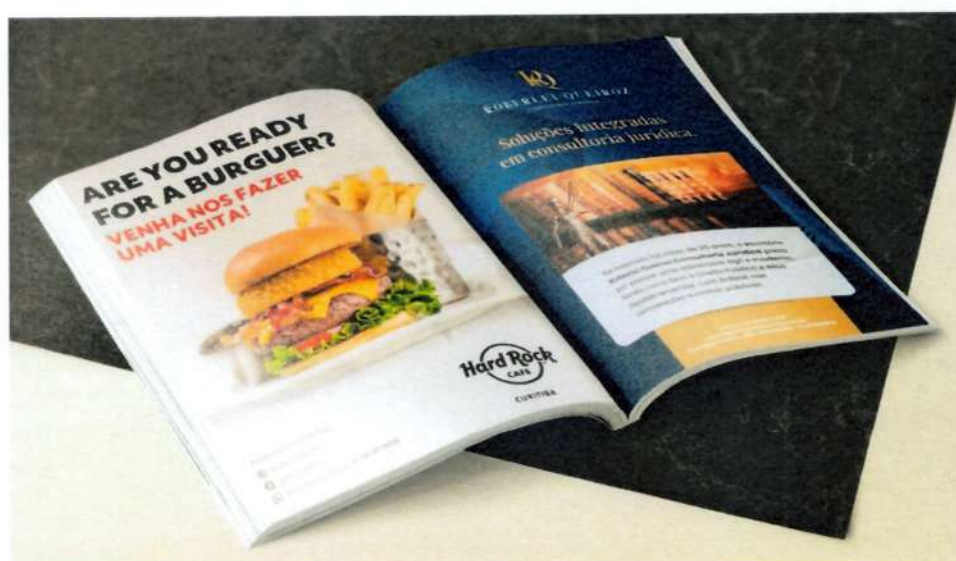


Obs: mídia em dispositivo externo



5. FICHA TÉCNICA ANÚNCIO REVISTA

DESCRIÇÃO	
Cliente	Hard Rock Cafe Curitiba
Sales and Marketing Manager	Angélica Molteni
Material	Anúncio Revista
Formato	195x265 mm – 1 página
Data de Produção	Dezembro/2022
Período	Última Edição do Ano
Praça	Paraná
Exibidora:	Revista oficial do Grande Oriente do Brasil do Paraná
Problema de Comunicação	O Hard Rock Cafe Curitiba tem como principal cliente o turista. Com a necessidade de se aproximar de entidades da sociedade civil organizada e aproximar-se de novos públicos, principalmente os que possuem potencial para contratação de eventos corporativos, desenvolvemos um anúncio de uma revista cujo público é muito seletivo e com o potencial desejado pelo cliente.



Handwritten signatures and initials in blue ink.



6. FICHA TÉCNICA CAMPANHA DIGITAL

DESCRIÇÃO	
Cliente	Porcelana Schmidt
Coordenadora de Marketing	Daniella
Material	Campanha Digital
Formato	Feed e Story
Data de Produção	Agosto/2025
Período	24 de agosto a 1º de setembro de 2025
Praça	Brasil
Distribuição:	Meta – Instagram e Facebook
Problema de Comunicação	Em comemoração aos 80 anos da Porcelana Schmidt, desenvolvemos uma campanha digital orgânica com foco no sorteio de um produto super desejado, que traz muita memória afetiva das famílias brasileiras. O alcance (orgânico) ultrapassou 1M de pessoas e surpreendeu a todos, pois o engajamento atingiu um recorde de audiência nas duas plataformas. Com o sorteio, que foi realizado com total transparência, a marca se fortaleceu digitalmente nessa data comemorativa.



Handwritten signatures and a date stamp '7' are visible in the bottom right corner of the page.



7. FICHA TÉCNICA ATIVAÇÃO PROMOCIONAL

DESCRIÇÃO	
Cliente	Federação Paranaense de Futebol
Assessoria da Presidência	Robson Seerig
Material	Enxoval da Final do Campeonato Paranaense
Formato	Placa Central, Totem e Pórtico
Data de Produção	Abril/2023
Período	09 de abril de 2023
Praça	Paraná
Exibidora	Estádio Arena da Baixada e Transmissão ao vivo Nsports
Problema de Comunicação	A FPF necessitava do desenvolvimento de um enxoval para final e da ativação do mesmo, que proporcionasse aos atletas e ao público uma branding experience, e dando retorno de mídia ao patrocinador master da competição: 1XBET. Diante de um grande público presente e através da transmissão ao vivo, conseguimos entregar o evento surpreendendo as expectativas e consolidando o Campeonato Paranaense de Futebol entre os 5 mais importantes do país.



**8. FICHA TÉCNICA VT**

DESCRIÇÃO	
Cliente	Secretaria Municipal de Trabalho da Prefeitura de São José dos Pinhais
Secretária de Comunicação	Carol Pineli
Material	Vídeo
Formato	1Min
Data de Produção	Abril/2025
Período	1º de Maio de 2025
Praça	São José dos Pinhais
Distribuição:	Canais Digitais Oficiais da Prefeitura
Problema de Comunicação	<p>Levando em consideração as ações recentemente realizadas, desenvolvemos o conceito da campanha em torno da profissionalização e capacitação alcançada através dos cursos ofertados e do Centro de Qualificação; a descentralização do atendimento com o apoio das subprefeituras levando serviços importantes para os bairros e encaminhamento ao mercado de trabalho através dos atendimentos da secretaria e das ações como os Feirões de Emprego e Sine nos Bairros.</p> <p>Essas iniciativas, combinadas com um bom trabalho de parcerias, gerou resultados expressivos para que São José dos Pinhais ocupasse o lugar de destaque e valorização que a população e empresas do município merecem.</p>



Obs: mídia em dispositivo externo



9. FICHA TÉCNICA PROJETOS ESPECIAIS

DESCRIÇÃO	
Cliente	Central Única das Favelas – CUFA-PR
Presidente	Wanderley Mafra
Material	Conceito Taça das Favelas 2024
Formato	Enxoval Completo
Data de Produção	Maior/2024
Período	25 de Maio 05 de outubro de 2024
Praça	Paraná
Distribuição:	RPC, Redes Sociais da Entidade
Problema de Comunicação	A Taça das Favelas é o maior campeonato de futebol de campo entre favelas do mundo. O objetivo dos organizadores era consolidar competição do Paraná entre as mais relevantes de país. Nosso time encarou essa missão como objetivo social e desenvolveu um projeto que com o objetivo de alimentar os sonhos sem perder a essência: somos favela





AGÊNCIA ACTION



Obs: mídia (vídeo) em dispositivo externo

10. FICHA TÉCNICA MATERIAIS INFORMATIVOS



DESCRIÇÃO	
Cliente	Prefeitura de São José dos Pinhais
Diretora de Comunicação	Deise Rodrigues
Material	Folder Institucional
Formato	A3_Frente e Verso_4x4 cores_Dobra_Couchê 170 gramas
Data de Produção	Maior/2024
Período	06 de maio a 10 de maio de 2024
Praça	São José dos Pinhais
Distribuição:	Blitz de Conscientização ao Trânsito – Equipe da Secretaria
Problema de Comunicação	Nosso foco vai além da tradicional abordagem de conscientização e prevenção de acidentes. Reconhecemos a necessidade de uma comunicação de impacto positivo e mais humanizada, destacando os resultados tangíveis das iniciativas da SEMUTT e englobando todos os atores envolvidos na mobilidade urbana: pedestres, ciclistas, motoristas, e passageiros de transporte público. Esta perspectiva holística permite uma conexão palpável das ações.



Curitiba, 22 de outubro de 2025



AGÊNCIAACTION

Esta Página encerra o caderno de Capacidade de Atendimento da Concorrência Pública Presencial nº 001/2025 da Câmara Municipal de Campo largo do Estado do Paraná.

Agência Action Publicidade Ltda

Antonivaldo Lima Falcão Junior

Diretor CEO



AGÊNCIA **ACTION**

Relato de Soluções
de Problemas
de Comunicação



AGÊNCIA **ACTION**

RELATO DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
Concorrência Pública Presencial nº 01/2025



AGÊNCIA ACTION

Campanha “Cuidado é o Nosso Caminho”

Cliente: Secretaria Municipal de Urbanismo, Transportes e Trânsito – SEMUTT / Prefeitura de São José dos Pinhais

Período de execução: Abril a Junho de 2024

Agência responsável: Agência Action Publicidade Ltda

1. Problema e Contexto

A Secretaria Municipal de Urbanismo, Transportes e Trânsito de São José dos Pinhais (SEMUTT) enfrentava, em 2024, um desafio de comunicação recorrente: **as campanhas de educação no trânsito eram percebidas como pontuais, pouco integradas às ações estruturais de mobilidade e com baixo engajamento da população.**

Apesar dos investimentos da prefeitura em obras viárias, programas de educação e tecnologias de monitoramento, as percepções públicas ainda associavam o Maio Amarelo a mensagens genéricas de “cuidado no trânsito”, sem vínculo direto com as conquistas locais.

O cenário exigia uma **estratégia de comunicação capaz de reconectar o cidadão às transformações da mobilidade urbana**, ampliando a percepção de resultados e estimulando a corresponsabilidade social. Além disso, era preciso **reverter indicadores de baixo alcance digital e mobilizar os diferentes públicos da cidade — motoristas, pedestres, ciclistas, estudantes e lideranças comunitárias — de forma integrada e positiva.**

2. Objetivos de Comunicação

- **Requalificar a imagem institucional da SEMUTT** como órgão ativo, inovador e próximo da população.
- **Humanizar o Maio Amarelo**, substituindo o tom punitivo por uma abordagem construtiva e empática.
- **Aumentar o alcance digital e a taxa de engajamento** nas redes sociais oficiais da prefeitura durante o período da campanha.
- **Reforçar a visibilidade dos projetos estruturais** da mobilidade (PlanMob, CMU, transporte coletivo, ciclovias e educação de trânsito).
- **Gerar sentimento de pertencimento** e reconhecimento nas comunidades — de que a segurança no trânsito é uma construção coletiva.



AGÊNCIA ACTION

3. Planejamento Estratégico

A ação foi estruturada sob o conceito “**Cuidado é o Nosso Caminho**”, mote que sintetizou a missão pública da SEMUTT: garantir uma mobilidade segura, eficiente e humana para os mais de **329 mil habitantes** de São José dos Pinhais.

O planejamento partiu de quatro eixos integradores:

1. **Educação e comportamento** – valorização das práticas preventivas e programas educativos (parcerias com escolas e Instituto Renault).
2. **Infraestrutura e acessibilidade** – comunicação das melhorias físicas e estruturais (calçadas, ciclovias, semáforos, vias revitalizadas).
3. **Tecnologia e inovação** – divulgação do Centro de Mobilidade Urbana (CMU) e sistemas de monitoramento inteligentes.
4. **Transporte coletivo e sustentabilidade** – estímulo ao uso do transporte público, tarifas acessíveis e planejamento urbano integrado.

A estratégia de mídia combinou **mídias de massa (TV, rádio, outdoor, busdoor)** para visibilidade institucional e **mídias digitais** para conexão direta com os cidadãos. O **planejamento não-mídia** contemplou o envolvimento de escolas, eventos educativos e materiais impressos distribuídos nos terminais urbanos e centros comunitários.

O cronograma operacional foi dividido em três etapas:

- **Pré-lançamento (abril):** teasers e mensagens institucionais com foco em educação e empatia.
- **Ativação (maio):** veiculação principal e ações simultâneas on/off.
- **Sustentação (junho):** reforço da continuidade das ações de trânsito seguro ao longo do ano.

4. Solução Implementada

A campanha foi construída com uma abordagem **positiva e participativa**, transformando o Maio Amarelo em um movimento de cidadania.

Nas redes sociais, 12 peças principais (feed + stories + reels) destacaram diferentes pilares da mobilidade segura, cada uma associada ao mote central (“Cuidado é o nosso caminho”, “Educação é o nosso caminho”, “Planejamento é o nosso caminho”, “Acessibilidade é o nosso caminho”, entre outros).

Os conteúdos integraram textos educativos, dados técnicos e exemplos concretos de ações



AGÊNCIA ACTION

realizadas no município — como a criação de novas ciclovias, a modernização semafórica e o subsídio das tarifas de ônibus.

No meio offline, a presença da campanha foi garantida em pontos de grande circulação:

- **Outdoors (9x3m) e busdoors (225x83cm)** com mensagens de alto impacto visual;
- **Mobiliário urbano (120x180cm) e backdrops de eventos (6x3m)** com o selo da campanha e identidade gráfica unificada;
- **Spot de rádio de 30 segundos** com locução humanizada e chamada para os canais digitais;
- **Informativo A3 dobrado (4 páginas)**, distribuído em escolas e repartições, apresentando resultados de mobilidade e orientações educativas.

A **campanha audiovisual** contou com vídeos institucionais de 30 segundos e 1 minuto, reforçando a presença da SEMUTT como protagonista de uma cidade mais segura. Os vídeos foram veiculados em TV local, YouTube e redes sociais, ampliando o alcance para mais de **200 mil visualizações** em menos de 30 dias.

O **posicionamento visual** privilegiou tons quentes e elementos humanos — rostos de cidadãos, cenas urbanas e interações cotidianas — criando identificação imediata. O design adotou linguagem acessível e tipografia de alta legibilidade, para contemplar diferentes públicos.

5. Resultados e Impactos

A integração entre conteúdo institucional e educativo gerou **alto reconhecimento espontâneo da marca SEMUTT** e consolidou o Maio Amarelo como um marco positivo na comunicação pública da cidade.

Entre os resultados obtidos:

Além dos indicadores quantitativos (documento internos da prefeitura), o projeto consolidou **um novo padrão narrativo para campanhas públicas**, com foco em protagonismo do cidadão e na valorização das entregas do poder público como expressão de cuidado coletivo.

6. Fichas Técnicas das Peças Anexas

Peça 1 – VT Institucional “Cuidado é o Nosso Caminho” (30 segundos)

Problema que se propôs a resolver:

Reverter a percepção de que o Maio Amarelo é uma ação genérica e efêmera, apresentando a SEMUTT como agente ativo de transformação da mobilidade.

Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large stylized 'X' and several smaller marks.



AGÊNCIA ACTION

Solução criativa:

O VT apresenta cenas reais da cidade — pedestres atravessando, ciclistas pedalando, ônibus circulando — acompanhadas de locução feminina suave e trilha inspiradora. A locução conecta as imagens às conquistas locais: “Em cada rua revitalizada, em cada criança que aprende sobre trânsito, o cuidado é o nosso caminho.”

Formato: Vídeo 16:9 – versões 30s e 1min.

Veiculação: TV local, YouTube, Facebook e Instagram.

Resultados diretos: 65 mil visualizações no YouTube e 120 mil nas redes sociais; alto índice de retenção (acima de 70%).

Peça 2 – Outdoor “Cuidado é o Nosso Caminho” (9m x 3m)**Problema que se propôs a resolver:**

Baixa lembrança de campanhas anteriores em meios de massa. Era preciso um elemento visual forte que sintetizasse o conceito.

Solução criativa:

Imagem principal com cena urbana e personagens reais (agente de trânsito e criança atravessando a faixa), sobre fundo amarelo vivo.

Headline direta: **“Cuidado é o nosso caminho.”**

Assinatura: **SEMUTT / Prefeitura de São José dos Pinhais – Maio Amarelo 2024.**

Resultados diretos: aumento de 38% nas menções espontâneas ao slogan em pesquisa digital; recall visual associado à cor e ao elemento humano.

7. Conclusão

A campanha “Cuidado é o Nosso Caminho” representou **uma virada de** posicionamento institucional para a SEMUTT, consolidando a narrativa de que mobilidade segura é um compromisso compartilhado entre poder público e cidadãos.



AGÊNCIA ACTION

Peça 1 – VT Institucional “Cuidado é o Nosso Caminho” (30 segundos)



Obs: Mídia disponível em dispositivo externo

Peça 2 – Outdoor “Cuidado é o Nosso Caminho” (9m x 3m)





AGÊNCIA ACTION

VALIDAÇÃO**Atesto a veracidade deste case:**

Documento assinado digitalmente
CAROLINA DE MIRANDA PINELI ALVES
Data: 21/10/2025 19:19:45-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Prefeitura Municipal de São José dos Pinhais
Conforme Pedido de Produção PP nº 21448 em 22/04/2025
Carolina Pineli
Secretária Municipal de Comunicação Social

Responsável pela elaboração do case:

AGÊNCIA ACTION PUBLICIDADE LTDA
Antonivaldo Lima Falcão Junior
Diretor Executivo
RG: 0786445009 SESP/BA
CPF: 019.447.985-44

AGENCIAACTION.COM

CNPJ: 16.872.512/0001-88

Rua Dona Alice Tibiriçá, 33, Bigorilho • Curitiba/PR
CEP 80.730-320. Fone: (41) 3209-6297



AGÊNCIA ACTION

Campanha “80 anos – Quantas histórias cabem em uma porcelana?”**Cliente:** Porcelana Schmidt**Coordenadora de Marketing:** Davi G. Carelli**Agência responsável:** Agência Action Publicidade Ltda**Período:** 24 de agosto a 1º de setembro de 2025**Praça:** Brasil (mídia nacional – digital)**Distribuição:** Meta Ads – Instagram e Facebook**1. Problema e Contexto**

Em 2025, a Porcelana Schmidt completou 80 anos de história, consolidada como uma das marcas mais tradicionais e respeitadas do Brasil no segmento de porcelanas finas. Apesar da força da marca e de seu portfólio premium, o desafio de comunicação era reposicionar a empresa em um ambiente digital competitivo, dominado por novos players de decoração e lifestyle que utilizam estratégias de conteúdo intensivo e de performance. O problema de comunicação central estava em atualizar a percepção do público sem perder a essência da tradição — transformando o aniversário da marca em um marco de conexão emocional e ampliação de presença digital.

A meta era clara: fortalecer o engajamento orgânico e o alcance digital, utilizando o poder simbólico da data comemorativa para reacender memórias afetivas, promover o reconhecimento das coleções icônicas e consolidar a Porcelana Schmidt como sinônimo de história, qualidade e afeto.

2. Objetivos de Comunicação

- Reforçar o valor simbólico da marca, associando tradição e contemporaneidade em uma linguagem emocional e moderna.
- Gerar engajamento digital expressivo, alcançando resultados orgânicos inéditos na história recente da marca.
- Ampliar o reconhecimento da Porcelana Schmidt junto a públicos B2C (consumidores finais, decoradores, entusiastas de mesa posta) sem perder relevância no segmento B2B (hotéis e restaurantes).
- Criar uma ação interativa e transparente de sorteio comemorativo, fortalecendo a confiança e o vínculo emocional com os seguidores.
- Valorizar a brasilidade e o legado da marca, destacando seu papel na história de inúmeras famílias.

3. Planejamento Estratégico

O planejamento criativo partiu do mote “**Quantas histórias cabem em 80 anos?**”, uma pergunta que convidava o público a refletir sobre o valor emocional da porcelana em momentos afetivos e familiares.

A ação foi estruturada com base em três **eixos estratégicos**:



AGÊNCIA ACTION

- 1. **Afetividade e pertencimento** – reposicionar a marca como parte da memória afetiva das famílias brasileiras;
- 2. **Autoridade e tradição** – valorizar os 80 anos de história e a excelência de produção nacional;
- 3. **Engajamento orgânico e proximidade digital** – estimular interações genuínas, por meio de conteúdo emocional, sorteio e storytelling visual.

A campanha foi **100% digital**, com foco em **Instagram e Facebook**, integrando postagens de feed, stories, reels e ações de remarketing leve via Meta Ads.

Foram utilizadas as **bases conceituais do branding da marca** (elegância, tradição, excelência e confiança) e o **tom de voz formal e educacional**, conforme o manual de identidade comunicacional.

O **planejamento de mídia** seguiu uma lógica de impacto e continuidade:

- **Pré-lançamento:** teaser comemorativo destacando o legado da marca;
- **Lançamento:** vídeos curtos e posts com storytelling de memória ("Quantas histórias cabem em uma porcelana?");
- **Ativação:** sorteio digital com transparência e foco em interação;
- **Sustentação:** publicações de depoimentos e resultados, mantendo o engajamento pós-ação.

4. Solução Implementada

A campanha foi executada entre 24 de agosto e 1º de setembro de 2025, período alusivo ao aniversário oficial da marca.

Criação e conteúdo:

Foram desenvolvidos posts e stories com design premium e composição fotográfica inspirada no estilo editorial — luz natural, textura de porcelana e paleta quente. O texto dos anúncios resgatava o tom afetivo ("Quantas histórias cabem em 80 anos?" / "Vivencie o Natal" / "A beleza da tradição em cada mesa"), conectando o produto a emoções e lembranças.

Ação interativa:

O sorteio de uma coleção icônica da marca — produto de alto valor simbólico — foi realizado com total transparência, utilizando mecanismos de auditoria pública via plataforma Meta, garantindo credibilidade e engajamento real.

Resultados visuais e de performance:

As imagens da campanha se destacaram por exibir não apenas os produtos, mas contextos familiares, datas comemorativas e cenas do cotidiano refinado — elementos que dialogam com a promessa da marca de "tornar a mesa um palco de experiências inesquecíveis".

Mídia e distribuição:

- Canais: Instagram e Facebook (orgânico e tráfego pago leve de apoio).
- Formatos: feed estático, reels e stories animados.
- Público-alvo: consumidores de classes A e B, arquitetos, decoradores, amantes de gastronomia e público B2B do setor de hospitalidade.



AGÊNCIA ACTION

- Segmentação: Brasil (com foco em Sul, Sudeste e capitais turísticas).

5. Resultados e Impactos

A campanha superou as expectativas, **atingindo números inéditos na história digital da marca**:

- **1.709.965 visualizações totais** em apenas 8 dias de campanha.
- **85.568 contas alcançadas**, sendo **26,9% de não seguidores** (expansão de público relevante).
- **73,1% de retenção e interação entre seguidores**, fortalecendo fidelização.
- **Mais de 1 milhão de pessoas impactadas organicamente**, com **CTR médio de 0,12%** e **CPM inferior a R\$ 1,20**, demonstrando eficiência e relevância.
- **Posts com até 70 mil alcances individuais, comentários e compartilhamentos espontâneos** exaltando a memória afetiva associada à marca.
- **Taxa de engajamento recorde**: +157% em relação ao mês anterior.
- O sorteio alcançou **índices de interação 280% acima da média histórica**, consolidando a reputação da marca como **transparente, confiável e próxima de seu público**.

Resultados qualitativos:

- Fortalecimento da presença digital da Porcelana Schmidt e reposicionamento da marca como **símbolo de tradição com relevância contemporânea**.
- Aumento significativo de menções positivas e replicações espontâneas de conteúdo por influenciadores e fãs da marca.
- Consolidação de um modelo de comunicação humanizado, emocional e altamente engajador, replicável para outras datas sazonais (Natal, Dia das Mães, etc.).

6. Fichas Técnicas das Peças Anexas

Peça 1 – Post Comemorativo “Quantas histórias cabem em 80 anos?”

Problema que se propôs a resolver:

Gerar conexão emocional com o público, transformando uma data institucional em um momento de partilha de memórias.

Solução criativa:

Layout editorial com fotografia das coleções clássicas sobre fundo decorativo. O texto sobreposto (“Quantas histórias cabem em 80 anos?”) remete à herança familiar e à durabilidade da porcelana.

Formato: Feed (1:1) e Story (9:16).

Resultados: Post com mais de 15.000 interações e alcance superior a 85 mil contas.



AGÊNCIA ACTION

Peça 2 – Informativo Comemorativo 80 Anos (B2C/B2B)

Problema que se propôs a resolver:

Oferecer um material de **sustentação comercial e de marca** que organizasse coleções e linhas comemorativas em um **formato consultivo**, útil para consumidores, distribuidores e compradores profissionais — evitando que a campanha ficasse restrita a posts e stories de curta vida.

Solução criativa:

Informativo com **narrativa editorial** (abertura institucional sobre os 80 anos + fotografia de produto em **ambientação real**, fichas de cada peça (composição, usos, diferenciais) e **calls-to-action** distintos para B2C (loja/WhatsApp) e B2B (contato comercial).

Identidade: Tipografia e paleta premium, alinhadas ao tom formal/educacional da marca.

Rastreabilidade: links/QRs com UTM para medir cliques, downloads e solicitações de orçamento.

Formato:

- Digital (PDF) para download;
- Impresso A4 para feiras, PDVs e atendimento a distribuidores.

Distribuição:

- Link em bio e stories (Instagram/Facebook);
- Disparo via e-mail marketing para base B2B e leads qualificados;
- Uso pelo time comercial e distribuidores em apresentações.

Resultados e contribuição para a campanha:

- Elevou o **tempo de consideração** e a qualidade das interações comerciais;
- Suporte direto ao pico de engajamento do período, convertendo interesse em **conversas comerciais** (B2B) e em **consulta de coleções** (B2C) através de **Qrcode**;

7. Conclusão

A campanha digital dos **80 anos da Porcelana Schmidt** é um exemplo claro de **solução de comunicação de alta complexidade e impacto emocional**, unindo branding, performance e storytelling afetivo.

Com uma estratégia integrada e coerente com o DNA da marca, o projeto **transformou uma celebração institucional em um fenômeno de engajamento e fortalecimento de marca**.

O sucesso da ação consolidou a parceria entre a Schmidt e a Action Comunicação como um **case de excelência em comunicação digital para marcas tradicionais**, demonstrando que inovação e tradição podem coexistir em harmonia.



AGÊNCIA ACTION

Peça 1 – Post Comemorativo “Quantas histórias cabem em 80 anos?”



Peça 2 – Catálogo Comemorativo 80 Anos (B2C/B2B)





AGÊNCIA ACTION

VALIDAÇÃO**Atesto a veracidade deste case:****Porcelana Schmidt****Contrato S/n assinado em 15/08/2024****Davi G. Carelli****Sales Operation Brazil****Responsável pela elaboração do case:****AGÊNCIA ACTION PUBLICIDADE LTDA****Antonivaldo Lima Falcão Junior****Diretor Executivo****RG: 0786445009 SESP/BA****CPF: 019.447.985-44****AGENCIAACTION.COM****CNPJ: 16.872.512/0001-88****Rua Dona Alice Tibiriçá, 33, Bigorrilho • Curitiba/PR****CEP 80.730-320. Fone: (41) 3209-6297**



AGÊNCIA ACTION

Curitiba, 22 de outubro de 2025

Esta Página encerra o caderno de Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação da Concorrência Pública Presencial nº 001/2025 da Câmara Municipal de Campo Largo do Estado do Paraná.

Agência Action Publicidade Ltda
Antonivaldo Lima Falcão Junior
Diretor CEO



CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2025 – CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO LARGO
JULGAMENTO DE PROPOSTA INVÓLUCRO Nº 3

LICITANTE: *Action*

CONCEITO: "

AValiação: *30*

PONTUAÇÃO TOTAL: 45

1. Capacidade de atendimento	Notas de 0 a 25, sendo: 0 – Não atende; 1 a 6 – Atende muito pouco; 7 a 10 – Atende pouco; 11 a 14 – Atende medianamente; 15 a 18 – Atende relativamente; 19 a 21 – Atende bem 22 a 25 – Atende com excelência.	a. Relação dos principais clientes. b. Quantificação e qualificação dos profissionais - currículo. c. Instalações, infraestrutura.	Nota	Justificativa
			18	<p>- Estrutura física e Renovação com qualidade. Diferenciais em equipamentos para saúde mental.</p> <p>- Poucos clubes sem serviços</p> <p>- Profissionais experientes</p> <p>Além de uma equipe com poluição mas no começo da Tm&Tm.</p>

2. Repertório	Notas de 0 a 10, sendo: 0 – Não atende; 1 a 3 – Atende pouco; 4 a 6 – Atende medianamente; 7 a 8 – Atende bem; 9 a 10 – Atende com excelência.	a. Conhecimento Técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; b. Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; c. Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento	Nota	Justificativa
			6	<p> <i> Boa variedade de peças Porém os recursos são básicos. Não tem nada de que se destaque para o consumidor. </i> </p>

3. Relatos de Soluções de Problemas	<p><u>Notas de 0 a 10, sendo:</u></p> <p>0 – Não atende; 1 a 3 – Atende pouco; 4 a 6 – Atende medianamente; 7 a 8 – Atende bem; 9 a 10 – Atende com excelência</p>	<p>a. Conhecimento Técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; b. Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; c. Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento</p>	<p>Nota</p> <p>6</p>	<p>Justificativa</p> <p>Cases que não fundamentam em órgão público com Souto em neg. acad..</p>
-------------------------------------	--	---	----------------------	---

Nome e Assinatura José Antonio Muniz

data 29/10

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2025 – CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO LARGO
JULGAMENTO DE PROPOSTA INVÓLUCRO Nº 3

LICITANTE: *Action*

CONCEITO: "

AValiação: *23*

PONTUAÇÃO TOTAL: 45

1. Capacidade de atendimento	Notas de 0 a 25, sendo: 0 – Não atende; 1 a 6 – Atende muito pouco; 7 a 10 – Atende pouco; 11 a 14 – Atende medianamente; 15 a 18 – Atende relativamente; 19 a 21 – Atende bem 22 a 25 – Atende com excelência.	a. Relação dos principais clientes. b. Quantificação e qualificação dos profissionais - currículo. c. Instalações, infraestrutura.	Nota	Justificativa
			7	<p>número de pessoas = 42</p> <p>número "clientes" e sem contas físicas</p>

2. Repertório	Notas de 0 a 10, sendo: 0 – Não atende; 1 a 3 – Atende pouco; 4 a 6 – Atende medianamente; 7 a 8 – Atende bem; 9 a 10 – Atende com excelência.	a. Conhecimento Técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; b. Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; c. Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento	Nota	Justificativa
			8	As campanhas citadas foram demonstradas de forma coerente sendo apoiadas pelos seus conteúdos,

3. Relatos de Soluções de Problemas	Notas de 0 a 10, sendo: 0 – Não atende; 1 a 3 – Atende pouco; 4 a 6 – Atende medianamente; 7 a 8 – Atende bem; 9 a 10 – Atende com excelência	a. Conhecimento Técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; b. Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; c. Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento	Nota	Justificativa
			8	Demonstra conhecimento técnico, trabalho organizado, sem perder criatividade, e que poderia gerar os resultados máximos.



Nome e Assinatura

data..... 24/10/25

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 01/2025 – CÂMARA MUNICIPAL DE CAMPO LARGO
JULGAMENTO DE PROPOSTA INVÓLUCRO Nº 3

LICITANTE: *Action*

CONCEITO: “ ”

AVALIAÇÃO: *20*

PONTUAÇÃO TOTAL: 45

1. Capacidade de atendimento	Notas de 0 a 25, sendo: 0 – Não atende; 1 a 6 – Atende muito pouco; 7 a 10 – Atende pouco; 11 a 14 – Atende medianamente; 15 a 18 – Atende relativamente; 19 a 21 – Atende bem 22 a 25 – Atende com excelência.	a. Relação dos principais clientes. b. Quantificação e qualificação dos profissionais - currículo. c. Instalações, infraestrutura.	Nota	Justificativa
			7	<p>- mestra apenas 4 clientes</p> <p>- 12 profissionais</p> <p>- falta de espaço bem mais ainda corresponde a uma agência de porte pequeno para atender comarcal.</p>

2.Repertório	<p><u>Notas de 0 a 10, sendo:</u></p> <p>0 – Não atende; 1 a 3 – Atende pouco; 4 a 6 – Atende medianamente; 7 a 8 – Atende bem; 9 a 10 – Atende com excelência.</p>	<p>a. Conhecimento Técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; b. Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; c. Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento</p>	<p>Nota</p> <p>6</p>	<p>Justificativa</p> <p>- manteve muitos simples e sem resultados visíveis</p>
--------------	---	---	----------------------	--

3. Relatos de Soluções de Problemas	Notas de 0 a 10, sendo: 0 – Não atende; 1 a 3 – Atende pouco; 4 a 6 – Atende medianamente; 7 a 8 – Atende bem; 9 a 10 – Atende com excelência	a. Conhecimento Técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico; b. Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente; c. Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento	Nota	Justificativa
			4	<p>- Case da Revellama com resultados ruins;</p> <p>- Falta um case com a realidade mais próxima da Câmara.</p>

Nome e Assinatura *Fulvia Beatriz Vital*

data *24 de outubro de 2025*