

**Invólucro nº 3**

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento, Repertório e Relatos de Soluções de  
Problemas de Comunicação  
Trade Comunicação e Marketing SS Ltda.  
CNPJ nº 81.078.289/0001-63  
Concorrência nº 01/2025 - Câmara Municipal de Campo Largo.

w w w . t r a d e m k t . c o m . b r



comunicação  
& marketing

**TRADE**

**CURITIBA - PR**

RUA DOS FUNCIONARIOS, 26  
CABRAL  
CEP: 80035-050  
41 3352-9678

**LONDrina - PR**

AV. AYRTON SENNA DA SILVA, 300 - TORRE 1 - SALA 104  
GLEBA PALHANO  
CEP: 86050-460  
43 3321-0033



CAPACIDADE  
DE ATENDIMENTO

**TRADE**  
comunicação  
& marketing

**CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**  
**Concorrência Presencial nº 01/2025**

Rua dos Funcionários, 26 - Cabral - Curitiba - PR - 41.3352.9678  
Av. Ayton Senna da Silva, 300 - Torre 1 Sala 104 - Gleba Palhano - Londrina - PR - 43.99999-5656

[tradmkt.com.br](http://tradmkt.com.br)

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

A Trade Comunicação e Marketing iniciou suas atividades em outubro de 1991. Em 2003, começou o processo de especialização em comunicação pública e, hoje, é referência no atendimento de contas públicas, especialmente no Paraná e em toda a região sul do país.

Nessa trajetória, já prestou serviços ao Governo do Estado do Paraná, a diversas prefeituras nos estados do Paraná, Santa Catarina e São Paulo, câmaras municipais, conselhos regionais de classe e banco de fomento. A seguir, está a relação dos clientes atuais, com o respectivo período de atendimento:

 **Principais Clientes**

**Governo do Estado do Paraná - Secretaria de Turismo (SETU)**

Inicio:

- Junho/2024 – vigente.

Ramo de atividade: administração pública estadual.

Serviço: turismo.



**Governo do Estado do Paraná - Detran**

Inicio:

- Março/2025 – vigente.

Ramo de atividade: administração pública estadual.

Serviço: trânsito.



**Assembleia Legislativa do Paraná**

Inicio:

- Outubro/2019 – março/2025.

- Março/2025 – vigente.

Ramo de atividade: legislativo estadual.

Serviço: legislação estadual.



**SENAC - PR**

Início:

- Novembro/2019 a julho/2020.
- Novembro/2020 a maio/2025.
- Maio/2025 – vigente.

Ramo de atividade: educação.

Serviço: educação profissional voltada para o comércio de bens, serviços e turismo.

**SESC - PR**

Início:

- Novembro/2019 a julho/2020.
- Novembro/2020 a maio/2025.
- Maio/2025 – vigente.

Ramo de atividade: serviço social.

Serviço: criar oportunidades por meio do acesso à cultura, educação, saúde, esporte, lazer e assistência.

**Prefeitura Municipal de Paranaguá**

Início:

- Março/2018 a maio/2022.
- Setembro/2022 – vigente.

Ramo de atividade: administração pública municipal.

Serviço: serviços públicos.

**Prefeitura Municipal de Araucária**

Início:

- Setembro/2007 a agosto/2009.
- Agosto/2009 a agosto/2012.
- Agosto/2012 a setembro/2017.
- Janeiro/2018 a julho/2023.
- Julho/2023 – vigente.

Ramo de atividade: administração pública municipal.

Serviço: serviços públicos.

**Prefeitura Municipal de Piraquara****Inicio:**

- Janeiro/2014 a janeiro/2016.
  - Janeiro/2019 a janeiro/2020
  - Março/2021 – vigente.
- Ramo de atividade: administração pública municipal.  
Serviço: serviços públicos.

**Prefeitura Municipal de Campina Grande do Sul****Inicio:**

- Fevereiro/2018 a fevereiro/2023.
  - Fevereiro/2023 – vigente.
- Ramo de atividade: administração pública municipal.  
Serviço: serviços públicos.

**Prefeitura Municipal de Colombo****Inicio:**

- Setembro/2005 a setembro/2007.
- Outubro/2007 a dezembro/2011.
- Janeiro/2012 a julho/2014.
- Julho/2015 a janeiro/2021.
- Setembro/2021 – vigente.

Ramo de atividade: administração pública municipal.  
Serviço: serviços públicos.

**Prefeitura Municipal de Guarapuava****Inicio:**

- Novembro/2018 a julho/2024.
  - Julho/2024 – vigente.
- Ramo de atividade: administração pública municipal.  
Serviço: serviços públicos.



**Prefeitura Municipal de Arapongas****Ínicio:**

- Junho/2006 a dezembro/2008.
- Junho/2015 a agosto/2016.
- Agosto/2017 a dezembro/2022.
- Dezembro/2022 – vigente.

Ramo de atividade: administração pública municipal.

Serviço: serviços públicos.



**Prefeitura de  
ARAPONGAS**

Uma Arapongas para todos.

**Prefeitura Municipal de Apucarana****Ínicio:**

- Setembro/2014 a setembro/2019.
- Setembro/2019 – Março/2025.
- Março/2025 – vigente.

Ramo de atividade: administração pública municipal.

Serviço: serviços públicos.



**APUCARANA**

Prefeitura da Cidade

“A. Dignidade e Trabalho”

**Prefeitura Municipal de Londrina****Ínicio:**

- Julho/2007 a novembro/2008.
- Julho/2018 a julho/2019.
- Março/2022 - vigente.

Ramo de atividade: administração pública municipal.

Serviço: serviços públicos.



**PREFEITURA DE  
LONDRINA**

**Prefeitura Municipal de Cambé****Ínicio:**

- Outubro/2015 a julho/2019.
- Julho/2019 a outubro/2022.
- Outubro/2022 – vigente.

Ramo de atividade: administração pública municipal.

Serviço: serviços públicos.



**Cambé**

“A. Governo para todos”

**Prefeitura Municipal de Telêmaco Borba****Inicio:**

- Maio/2014 a dezembro/2016.
  - Agosto/2018 a janeiro/2023.
  - Fevereiro/2023 - vigente.
- Ramo de atividade: administração pública municipal.  
Serviço: serviços públicos.

**Prefeitura Municipal de Ivaiporã****Inicio:**

- Dezembro/2021 - vigente.
- Ramo de atividade: administração pública municipal.  
Serviço: serviços públicos.

**Prefeitura Municipal de União da Vitória****Inicio:**

- Fevereiro/2022 – vigente.
- Ramo de atividade: administração pública municipal.  
Serviço: serviços públicos.

**Prefeitura Municipal de Almirante Tamandaré****Inicio:**

- Fevereiro/2022 – vigente.
- Ramo de atividade: administração pública municipal.  
Serviço: serviços públicos.

**Prefeitura Municipal de Assaí****Inicio:**

- Junho/2015 a janeiro/2021.
  - Março/2022 - vigente.
- Ramo de atividade: administração pública municipal.  
Serviço: serviços públicos.



**Prefeitura Municipal de Irati**

Início:

- Outubro/2015 a abril/2020.
- Junho/2022 – vigente.

Ramo de atividade: administração pública municipal.

Serviço: serviços públicos.

**Prefeitura Municipal de Ortigueira**

Início:

- Agosto/2022 - vigente.

Ramo de atividade: administração pública municipal.

Serviço: serviços públicos.

**Prefeitura Municipal de São João do Triunfo**

Início:

- Setembro/2022 - vigente.

Ramo de atividade: administração pública municipal.

Serviço: serviços públicos.

**Prefeitura de Fazenda Rio Grande**

Início:

- Novembro/2022 - vigente.

Ramo de atividade: administração pública municipal.

Serviço: serviços públicos.

**Prefeitura de Pato Branco**

Início:

- Outubro/2022 - vigente.

Ramo de atividade: administração pública municipal.

Serviço: serviços públicos.



X

O  
M  
D  
K  
7  
Q

### Prefeitura de Arapoti

Ínicio:

- Novembro/2022 - vigente.

Ramo de atividade: administração pública municipal.

Serviço: serviços públicos.



### Prefeitura Municipal de Ibiporã

Ínicio:

- Novembro/2017 a novembro/2022.

- Dezembro/2022 – vigente.

Ramo de atividade: administração pública municipal.

Serviço: serviços públicos.



### Prefeitura Municipal de Campo Largo

Ínicio:

- Março/2018 a dezembro/2022.

- Março/2023 – vigente.

Ramo de atividade: administração pública municipal.

Serviço: serviços públicos.



### Prefeitura Municipal de Carambeí

Ínicio:

- Março/2023 - vigente.

Ramo de atividade: administração pública municipal.

Serviço: serviços públicos.



### Prefeitura Municipal de Matinhos

Ínicio:

- Maio/2023 - vigente.

Ramo de atividade: administração pública municipal.

Serviço: serviços públicos.



## Prefeitura de Francisco Beltrão

### Inicio:

- Fevereiro/2024 - vigente.

Ramo de atividade: administração pública municipal.

Serviço: serviços públicos.



## Câmara Municipal de Colombo

### Inicio:

- Novembro/2007 a fevereiro/2009.

- Março/2009 a março/2011.

- Março/2011 a março/2016.

- Maio/2016 a maio/2021.

- Agosto/2021 a agosto/2023.

- Dezembro/2023 – vigente.

Ramo de atividade: legislativo municipal.

Serviço: legislação municipal.



## Câmara Municipal de Apucarana

### Inicio:

- Junho/2013 a dezembro/2014.

- Junho/2018 a maio/2023.

- Junho/2023 – vigente.

Ramo de atividade: legislativo municipal.

Serviço: legislação municipal.



## Câmara Municipal de Ortigueira

### Inicio:

- Dezembro/2023 - vigente.

Ramo de atividade: legislativo municipal.

Serviço: legislação municipal.



### CREA-PR – Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Paraná



#### Inicio:

- Julho/2013 a julho/2018.
- Julho/2019 a dezembro/2021.
- Janeiro/2022 – vigente.

Ramo de atividade: entidade de classe.

Serviço: regulamentação das atividades dos profissionais de engenharia e agronomia do Paraná.

### CRF-PR – Conselho Regional de Farmácia do Paraná



#### Inicio:

- Novembro/2011 a dezembro/2012.
- Janeiro/2013 a dezembro/2017.
- Janeiro/2018 a dezembro/2022.
- Janeiro/2023 – vigente.

Ramo de atividade: entidade de classe.

Serviço: regulamentação das atividades dos profissionais de farmácia do Paraná.

### CRO-PR – Conselho Regional de Odontologia do Paraná



#### Inicio:

- Fevereiro/2016 a janeiro/2020.
- Janeiro/2020 – setembro/2025.
- Outubro/2025 – vigente.

Ramo de atividade: entidade de classe.

Serviço: regulamentação das atividades dos profissionais de odontologia do Paraná.

### Shopping Cidade

Inicio: setembro/2024.

Ramo de atividade: shopping center.

Produto: comércio e serviços.



## b) Qualificação e quantificação dos profissionais:



Estudo e Planejamento

3 Profissionais



**Adalberto E. Diniz**  
Diretor CEO



Graduado em Comunicação Social (UFPR) e pós-graduado em Marketing (SPEI). Trabalha há 44 anos na área de propaganda e marketing. Como fundador da Trade, tornou a agência especialista em contas públicas atendendo Prefeituras (PR, SC e SP), além de conselhos e autarquias. Recebeu 2 prêmios Top de Marketing ADVB e Colunistas.



**Jorge Cicarello**  
Diretor de Planejamento



Graduado em Administração (FACE), pós-graduado em Marketing (FGV) e MBA em Marketing (OPET). Trabalha há 40 anos na área. Trabalhou nas agências PAZ e Exclam, além da Editora Abril. Clientes atendidos: Governo do Paraná, Prefeitura de Curitiba, Copel, Volvo, entre outros. Ganhou diversos prêmios Colunistas e Prêmio Abril.

Y

11/09/2023



**Scheila Rorato**  
Gerente Operacional



Graduada em Administração (UFPR) e pós-graduada em Marketing (UFPR). Trabalha há 31 anos na área de planejamento, pesquisa e licitação. Trabalhou na Behavior Análises e Tendências e na Exclam coordenando projetos de pesquisas qualitativas e quantitativas para diversos clientes. Na Trade coordena projetos de licitação.

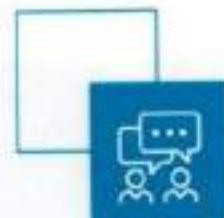


Atendimento

10 Profissionais



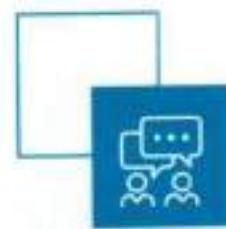
**Bianca Mendes**  
Diretora de Atendimento



Graduada em Administração/Processos Gerenciais (Uninter) e com pós-graduação em Gestão Empresarial (UP). Trabalha há 25 anos na área de publicidade e propaganda. Especialista em licitação e em contas públicas. Coordenou projetos e campanhas políticas em todo estado do Paraná.



**Renata Pizza**  
Gerente de Atendimento



Graduada em Publicidade e Propaganda e pós-graduada em Gestão Pública (PUC-PR), trabalha na área há 13 anos. Atendeu BRDE, CRO-PR, Prefeituras de Ponta Grossa, Foz do Iguaçu, Campo Largo, Irati. Atende: Governo do Paraná (SETU) e CREA-PR.



**Sarah Choinski Tipolt**  
Atendimento



Graduada em Publicidade e Propaganda (PUC-PR). Trabalha há 15 anos na área, tendo passado pelas agências Salsa, Getz e Oh Publicidade e durante 4 anos atuou como professora na Universidad Católica de Salta (Argentina). Atende: SESC-PR e SENAC-PR, CRO-PR, Prefeituras de Araucária, Matinhos, Piraquara e Fazenda Rio Grande.



**Fernanda Lozano**  
Atendimento



Graduada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda (Uninter), atua na área há 15 anos, com experiência em produção, coordenação de tráfego de processos de Governo e pauta. Atendeu Governo do Paraná, Itaipu, Construtoras Laguna e Cyrela, Electrolux. Atende: Detran-PR e Prefeituras de Pato Branco, Guarapuava, Campo Largo e CREA-PR.



Julio Salles Rosa

Atendimento



Superior incompleto. Com mais de 30 anos de experiência em publicidade, trabalhou em rádio, TV, jornal e agência. É responsável pelo atendimento e prospecção de novos clientes no interior do Paraná.



Rodrigo Andrade

Atendimento



Graduado em Marketing e Propaganda (UNOPAR). Trabalha há 13 anos na área. Passou pelas agências Giacometti e Pubblicità. Atendeu: Kia RBV, Toyota Sulpar, Integrada Cooperativa Agroindustrial, Sercomtel, Prefeitura de Londrina. Atende: Prefeituras de Apucarana, Arapongas, Londrina, Cambé, Ibirapuã, Ivaiporã, Assaí e Câmara de Apucarana.



Ana Carolina Dodl

Atendimento



Graduada em Publicidade e Propaganda (PUC-PR). Com 5 anos de experiência passou pelas áreas de criação, mídia e atendimento. Trabalhou na agência Ponte Vedra, onde atendeu Prime Rock Brasil, Warung Beach Club, LasTablas, Jigger. Atende: Prefeituras de Almirante Tamandaré, União da Vitória, Colombo e Câmara de Colombo.



Brunna Lorenzo Niece

Atendimento



Graduada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda (PUC-PR). Trabalha na área há 6 anos. Atendeu: Unimed Curitiba, Medilar, Dental Uni, Seb-Dom Bosco, Odontic, Omar Calçados, Beautycolor, BRX Construtora. Atende: Italy Gourmet, ABIDIP e Prefeituras de Carambei, Campina Grande do Sul e São João do Triunfo.



Laura Hartmann

Atendimento

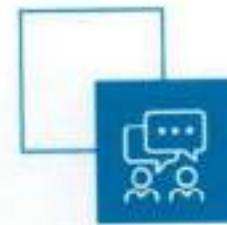


Graduada em Artes Visuais e pós graduada em Gestão e Produção Cultural (UTP), trabalha na área há 5 anos. Atendeu Porto de Paranaguá e Antonina, Grupo EcoRodovias, Gadens, Reserva Barigui, Governo do Paraná. Atende: Prefeituras de Arapoti, Telêmaco Borba, Ortigueira, Francisco Beltrão e Governo do Paraná (SETU).



Ana Julia

Assistente de Atendimento



Graduanda em Publicidade e Propaganda (Universidade Positivo). Possui experiência em atendimento ao público, com passagens pela Tok&Stok, Foundever e Vírus 41. Está na Trade desde abril de 2025 como assistente de atendimento, prestando suporte nos processos internos da área.

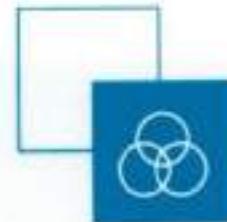


Produção

2 Profissionais



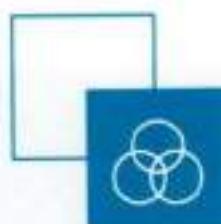
**Hélio Gelbecke**  
Diretor de RTVC



Graduado em Publicidade e pós-graduado em Gestão da Comunicação (TUIUTI). Trabalha há mais de 35 anos na área. Conquistou prêmios: Colunistas, Clube de Criação de SP e Profissionais do Ano Rede Globo. Presidiu a ABAP-PR. Atualmente é Diretor da Federação Nacional das Agências de Propaganda e Presidente do SINAPRO-PR.



**Carlos Pereira**  
Produtor Gráfico



Graduado em Marketing (Uniasselvi). Trabalha na área há 30 anos como produtor gráfico, transitando em áreas de direção de arte, produção gráfica e comercial. Com passagens nas empresas Alphagraphics, Somadeideiais, Optagraf, Peppers design. Clientes atendidos: Spedini, WPlab, Construtora Porto Camargo, Construtora Laguna, Influx, entre outros.



**Elizandra Martins Dorani**  
Coordenadora de Mídia



Graduada em Publicidade e Propaganda (UniBrasil). Trabalha há 13 anos na área de mídia. Clientes atendidos: Assembleia Legislativa do Paraná, Prefeituras de Araucária, Colombo, São José dos Pinhais, Apucarana, Foz do Iguaçu, Londrina, Pato Branco, Campo Largo, Sesc PR, Senac PR, CREA-PR, CRF-PR, CRO-PR, entre outros.



**Alessandra Alves**  
Assistente de Mídia



Ensino médio completo. Trabalhou 3 anos na área de mídia na agência Brivia com o cliente Grupo Energisa. Na Trade é responsável pela emissão de Pis, confirmação de recebimento, conferência de tabela de preços dos veículos.



**Fátima Scandelari**  
Assistente de Mídia



Graduada em Publicidade e Propaganda (Universidade Anhembi Morumbi), possui 21 anos de experiência em atendimento ao cliente e gestão de equipes de cobrança. Na Trade é responsável pela elaboração de planos de mídia, emissão de Pis, contatos com veículos de comunicação, recebimento e conferência de documentos e tabela de preços dos veículos.



## Criação

8 Profissionais



**Luiz Groff**  
Diretor de Criação (Redator)



Superior incompleto. Trabalha há 29 anos na área, acumulou prêmios nos festivais nacionais/internacionais de propaganda: Leão (Cannes), Clio, Nova York, CCSPI, Festival Latino-Americano, FestRio e Gramado. Foi 2 vezes publicitário do Ano no PR, 4 vezes vencedor do prêmio Abril e 7 vezes vencedor do Profissionais do Ano da Rede Globo.



**Doni Vieira**  
Diretor de Criação (Redator)



Trabalha na área desde 1990. Graduado em Comunicação Social (FIAM), pós-graduado em Planejamento e Gestão de Negócios (FAE). Atuou nas agências DPZ Propaganda (SP), CCM Comunicação (SP), Parceria de Comunicação e TX. Premiado pelo Clube de Criação de SP, APP SP, Top de Marketing ADVB PR, Columnistas PR e CAMP da Democracia.

X

Q

Ni

trademark

18



Luiz Paulo Padilha

Diretor de Arte



Superior incompleto em Arquitetura e Urbanismo (UFPR) e curso em Desenho Publicitário (Instituto de Desenho do Paraná). Trabalha há 40 anos na área. Clientes atendidos: Shopping Mueller, Governo do Paraná, BADEP, BRDE, Itaipu e Prefeituras de Osasco, Carapicuíba, Foz do Iguaçu, entre outros. Recebeu diversos Prêmios Colunistas PR.



Igor Mokva

Diretor de Arte



Graduado em Design Gráfico (PUC-PR). Trabalha há mais de 20 anos na área. Atendeu clientes como: Opet, Copacol, Shopping Cidade, Paysage, Monarca, Cima, CREA-PR, BRDE e prefeituras. Conquistou prêmios como Grand Prix de Web do Prêmio GRPCOM, Top de Marketing ADVB, finalista para o Globo do Profissional do Ano e Festival de Gramado.



Guilherme Uhlmann

Diretor de Arte



Graduado em Publicidade (UNESA-RJ). Trabalha há mais de 25 anos na área. Atendeu clientes como: Editora Abril, VOLVO, HSBC, Ademilar, BRDE, Shopping Cidade, Unimed, Grupo Marista, PUC-SC, Grupo Alegra Foods, Supermercados Hiperbom - SC, Dunlop, Beautycolor, Enerbrás, Neodent.



Marcos René Steffens

Diretor de Arte

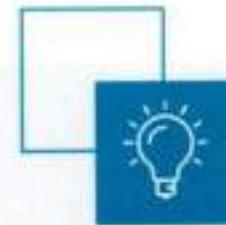


Superior incompleto. Com mais de 30 anos de experiência, atuou em agências como Opus, Master/Thompson, Propeg e Vivas, além de direção de criação na RTVE-PR. Atendeu clientes como FIAT, Banco do Brasil, Governo Federal, Governo de São Paulo e do Paraná, entre outros. Premiado em Cannes, FIAP, Nova York, Londres, CCSP, CCPR.



Alais Kusma dos Santos

Diretora de Arte

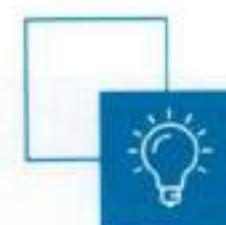


Formada em Publicidade e Propaganda (PUC-PR). Na área há 7 anos, trabalhou nas agências Setesete, Forte Apache, Candy Shop, atendendo clientes como Beautycolor, Coritiba, Daju, Hospital INC, Supermercado Condor, Paraná Banco, entre outros.



Marcelo Lima

Redator



Formado em Publicidade (UFPR). Trabalha há 35 anos, nos mais diversos segmentos, atendendo contas públicas (governo estadual, prefeituras) e privadas (construtoras, grupos educacionais, hipermercados, redes de farmácias, comércio e serviços em geral).



Digital

6 Profissionais



**Virginia Moraes**  
Coordenadora de Conteúdo



Graduada em Comunicação Social - Jornalismo (Tuiuti). Trabalha na área há 12 anos, com ampla experiência em marketing digital e estratégia de conteúdo. Já trabalhou com clientes como Tintas Verginia, WWF Brasil, Hospital Evangélico do Paraná (atual Mackenzie), Ministério Público do Trabalho e outros.



**Karminy Butzen**  
Analista de Social Media



Graduada em Publicidade (Uniandrade), com especializações em Comunicação, Cultura e Arte (PUC-PR) e Comunicação e Publicidade Digital (ESIC). Atua no mercado há 12 anos, trabalhando com copyrigth, planejamento político e criação.



**Bruno Andrade**  
Analista de Social Media



Formado em Tecnologia e Marketing (UVA-RJ) e com especialização em Marketing e Business Strategy pela University of California Santa Barbara (UCSB-2013-2015). Possui 8 anos de experiência em Social Media, gestor de tráfego.



Cassiano Pires

Criação Online



Pós-graduado em arte contemporânea (Universidade Tuiuti do Paraná). Trabalha há mais de 30 anos, com experiência em direção de arte, planejamento e gestão de branding e desenvolvimento de novos produtos. Dentre os clientes atendidos estão: Sebrae-PR, Farmácia Nissei, Apolar Imóveis, Caixa Cultural e Prefeitura de Curitiba.



Bruno Arruda Corrêa

Editor Audiovisual de Social Media



Graduando em Filosofia (PUCPR) e formado em cursos de edição (Hotmart), atua como produtor e editor audiovisual. Trabalha há 5 anos, com experiência em edição de vídeo, motion design e thumbmaker. Já atendeu clientes como: Gato Galáctico, Ubisoft Brasil, Cellbit, entre outros.



Matheus Castilho

Gestor de Tráfego



Atua com compra de mídia. Trabalha há 4 anos no marketing digital, com experiência em lançamentos digitais, tráfego para infoprodutos, negócios locais e campanha política.



Estúdio

1 Profissional



**André Barros Kolaga**  
Arte-finalista



Superior incompleto. Trabalha há 34 anos no mercado publicitário, tem ampla experiência em programas editoriais, finalizações e mock-ups. Clientes atendidos: Spaipa, Renault, Nissan, Kraft Foods, Leão Jr, Nutrimental, Cia Providência, Balaroti, entre outros.



Administrativo Financeiro

8 Profissionais



**Letícia Scot Winters**  
Gerente Administrativo-financeira



Superior incompleto. Trabalha há 19 anos na área. Trabalhou na empresa J.F Papelaria. Na Trade, gerencia o setor financeiro, sendo responsável pelas contas a pagar, planejamento estratégico financeiro e pela previsão de receita x despesa da agência.



**Marisa de Fátima Précoma**  
Administrativo-financeira



Graduada em Administração de Empresas (UP). Trabalha há 36 anos na área administrativa. Trabalhou com clientes públicos e privados, passando pelas seguintes empresas: Victo Johnson e Segmento Comunicação. Está na Trade desde abril de 2019, e é responsável pela conferência de notas fiscais e comprovantes, e faturamento.



**Juliane Portella**  
Administrativo-financeira



Graduada em Administração. Trabalha há 9 anos na área administrativa. Trabalhou na Escola Estadual Professor Loureiro Fernandes, no Banco do Brasil, na Sentinela Serviços, no IBOPE e no CIE/Oscip.



**Manuella Müller**  
Administrativo-financeira



Graduada em Biologia pela Universidade Estadual do Paraná (Campus Paranaguá). Trabalhou 10 anos na área administrativa do Candeias Esporte Lazer e Recreação. Está na Trade desde setembro de 2021. É responsável pelo faturamento das notas.



**Georgia Choinski**  
Administrativo-financeira



Graduada em Investigação Forense e Perícia Criminal (Estácio). Trabalhou 3 anos como assistente de mídia social, assistente administrativa da empresa de apoio ao cliente na empresa Check-up Brasil. Está na Trade desde maio de 2023. É responsável pela conferência de notas fiscais e comprovantes.



**Tais Barczack**  
Administrativo-financeira



Graduada em Pedagogia (Uninter). Trabalha há 20 anos na área administrativa com clientes públicos e privados. Trabalhou na Romani S/A Indústria e Comércio de Sal, Transraio Transporte, Colégio Estadual do Paraná. Está na Trade desde janeiro de 2025, sendo responsável pela conferência de notas fiscais, comprovantes e faturamento.



**Jéssica dos Santos**  
Checking



Formada em Técnico em Administração Subsequente (Escola Estadual Professor Loureiro Fernandes). Está há 2 anos na área administrativa. Trabalhou no 2º Tabelionato de Protestos de Títulos, e fez estágio no Departamento de Estradas e Rodovias do Paraná (DER). Está na Trade desde fevereiro de 2025, sendo responsável pela conferência do checking.



**Giovana Siqueira**  
Checking



Estudante de Marketing (Uninter). Trabalha a um ano na área administrativa-financeira. Está na Trade desde março de 2024. É responsável pela checagem de comprovantes e notas fiscais.

**c) Infraestrutura e instalações.**

A Trade Comunicação e Marketing tem sua matriz situada em Curitiba, em sede própria, com 1.100m<sup>2</sup> de área construída e mais um amplo estacionamento, localizada na Rua dos Funcionários, 26, no bairro Cabral. Sua estrutura conta com três salas de reuniões, além de um espaço gourmet equipado que pode ser usado em grandes reuniões e também para confraternização da equipe.



Curitiba/PR









No andar superior, possui duas salas amplas, sendo uma para criação e estúdio e outra que contempla atendimento, mídia, digital e produção, facilitando assim, a integração da equipe no atendimento aos clientes. No mesmo andar, estão mais cinco salas onde ficam os diretores e mais uma sala de planejamento de novos projetos.

O administrativo financeiro, conta com uma sala separada no térreo, devido à natureza do trabalho, que envolve desde checking, faturamento, administrativo, recursos humanos e contas a pagar e receber. Todas as salas da agência são climatizadas, proporcionando bem-estar no inverno e verão e são monitoradas por câmeras de segurança.







Estúdio de podcast com estrutura completa (microfones, console de áudio, câmeras, iluminação, tripés e PC).

Em Londrina, a filial está localizada no Gleba Palhano, uma área nobre da cidade. Com sede própria, o conjunto comercial fica na Av. Ayrton Senna da Silva, 300 – torre 1 – sala 104. A filial de Londrina é responsável pelo atendimento dos clientes da região norte do estado, incluindo prefeituras e câmaras municipais.



Londrina/PR



Nos últimos anos, a Trade ampliou ainda mais sua capilaridade no Paraná, realizando acordo operacional de atendimento na cidade de Ponta Grossa.

**Gestão**

O processo operacional entre a matriz e suas unidades é gerenciado através do Publimanager, um sistema seguro, eficiente e utilizado pela maioria das agências brasileiras. Nele, se processam todos os registros de trabalho, integrando os departamentos da agência: atendimento, criação, mídia, digital, produção e financeiro.

As unidades atuam também de forma interligada a fim de somar talentos e trocar informações. Todo o processo de TI utiliza equipamentos e softwares com níveis de segurança e performance.

A Trade possui uma política de COMPLIANCE, com práticas rígidas relacionadas às regras e controles internos e externos, abrangendo os colaboradores, fornecedores e veículos de comunicação.

**PROGRAMA DE INTEGRIDADE**

ESTE CERTIFICADO É CONFERIDO A

# Trade Marketing e Comunicação

Por conclusão do programa de Compliance e  
implantação do Código de Conduta e Código  
Anticorrupção.  
Curitiba, PR, 01 de Agosto de 2019

**Cristiano Jose Baratto**  
COORDENADOR

**Giselle Fernandes de  
Aguilar Castro**  
INSTRUTORA

Sempre acreditando que o sucesso da comunicação é definido pela união da técnica, experiência e talento, buscamos oferecer soluções de comunicação integrada, oferecendo um amplo leque de serviços: propaganda, promoção, endomarketing, marketing de relacionamento, design, webdesign, marketing digital, dentre outros.

**Equipamentos**

A Trade 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.

**Criação**

7

1 Mac Mini M2	16GB memória RAM, SSD 512, monitor 24"
2 Mac Mini M2	16GB memória RAM, SSD 256, monitor 24"
1 Mac Mini M4	24GB memória RAM, SSD 512, monitor 24"
1 iMac core i5	16GB memória RAM, SSD 256, 21,5"
2 iMac core i5	16GB memória RAM, SSD 480, 21,5"
1 Macbook Air M2	8GB, SSD 256
1 câmera digital Nikon	Coolpix P500 12.1MP
1 câmera digital	Sony DSC HX100 16,2 MP

**Estúdio**

2

1 Mac Mini M2 Pro	16GB memória RAM, SSD 512, monitor 24"
1 iMac core i5	16GB memória RAM, SSD 480, 21,5"

**Digital**

5

1 Workstation Xeon	32GB memória RAM, SSD 256, HD 1TB, Nvidia 1650 4GB
1 AMD Ryzen 7	32GB memória RAM e on 5700 X3D, 2 SSD 1TB, RTX 4060 8GB 24"
1 PC AMD Ryzen	32GB memória RAM e on 5700, SSD 256, HD 1TB, RX 580 8GB
1 Notebook core i5	32GB memória RAM, HD 1TB, 15"
4 Notebook core i5	8GB memória RAM, SSD 256, 15,6"
1 Notebook Asus Vivobook	8GB memória RAM, 4600H, 15"
1 PC core i3	8GB memória RAM, SSD 256, 21,5"
1 PC core i5 12600k	32GB memória Quadro, SSD 1TB, 32"

**Atendimento e Planejamento**

15

15 Notebook core i5	8GB memória SSD, 256GB, 15,6"
---------------------	-------------------------------

**Produção**

2

1 Notebook core i3	8GB RAM, SSD 256, 14"
1 Notebook core i5	8GB RAM, SSD 256, 14"

	<b>Mídia off-line</b>		4
	2 Notebook core I5 2 Notebook Asus Vivobook	8GB RAM, SSD 256 GB, 15,6" 8GB memória RAM, 4600H, 15"	
	<b>Impressoras</b>		3
	1 multifuncional color 2 multifuncional Samsung	Konica Minolta C 284, impressão A3, A4, cópia, scanner Laser, impressão A4, cópia, scanner	
	<b>Administrativo Financeiro</b>		10
	3 PCs core I3 3 PC AMD Ryzen 3 4 PC AMD Ryzen 5 1 Notebook core I5 1 HP Deskjet 3050 2 multifuncional Samsung	8GB memória RAM, SSD 256GB, 18,5" 8GB memória RAM, SSD 256GB, 18,5" 8GB memória RAM, SSD 256GB, 18,5" 8GB memória RAM, HD 500GB, 14" Laser, impressão A4, cópia, scanner	1 3
	<b>Servidores</b>		6
	2 dados e backup 2 dados 1 Firewall PfSense. 1 Gateway	Linux Ubuntu IBM XServer Debian 8 Netatalk IBM XServer Lenovo Server Think Dream Machine Pro Ubiquit	
	<b>Softwares</b>		
	Mac OS High Sierra Creative Cloud For Teams 2024 Adobe Firefly Standard for Teams Pacote Font Folio Adobe Pacote Office para Mac OS Windows 10 e 11 Professional Office Home and Business 2010   Office Home Business 2021   Office Professional 2013   Office Professional 2019   Office Professional 2024 OpenOffice open source Eset antivírus   Kaspersky antivírus Publimanager – sistema de gestão		

#### d) Sistemática de atendimento.

A Trade Comunicação e Marketing atua com o modelo operacional full service, praticando o conceito de comunicação integrada. Geramos soluções a partir do planejamento estratégico em praticamente todas as áreas do marketing e comunicação, sejam elas offline ou online: 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;  
 Branding design (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;  
 Monitoramento e gerenciamento de redes sociais;  
 Estratégia de impulsionamento;  
 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 e landing pages.

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 estratégicas e táticas de campanhas; contribuir na formatação criativa e embasar o plano de ações e mídia. Depois de validado com o cliente, o planejamento será conduzido pelo atendimento.

**Atendimento:** as reuniões com o cliente serão presenciais e/ou online, em conformidade com as necessidades das demandas que se apresentam e sempre que necessário, o executivo de atendimento levará ao cliente, 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 ao cliente. Uma vez aprovada a linha criativa, serão 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 do cliente. 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 do cliente. 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, online e offline, serão atendidas pela 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 custo x benefício; emissão de autorizações, tráfego/controle de materiais, checking da mídia contratada, relatórios de tráfego e performance.

**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 (velociação 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	2 dias úteis
Criação de campanha	5 dias úteis
Elaboração de plano de mídia	3 dias úteis

Os prazos serão agilizados sempre que emergências ocorrerem, inclusive, se necessário, em dias e horários alternativos (sábados, domingos e feriados).

#### Rotina de atendimento entre a Câmara e a agência

O relacionamento da Câmara e a agência será conduzido por um profissional de atendimento sênior, responsável por centralizar as informações e coordenar as operações

a partir do seu local de alocação. Esse profissional atuará como intermediário junto às demais áreas da agência: planejamento, criação, estúdio, produção, mídia, digital e administrativo/ financeiro.

Devido à natureza das contas públicas, os atendimentos serão sempre supervisionados pela diretoria, garantindo maior acompanhamento dos serviços prestados, conforme determina a Lei 12.232/10, que rege as contratações pela administração pública.

Todos os colaboradores da agência possuem expertise na área pública, abrangendo todo processo de contratação, execução dos serviços, checking e faturamento. Além disso, estão constantemente atualizados conforme as normas e determinações dos Tribunais de Contas, Ministério Público e Câmaras Municipais.

#### **As obrigações de atendimento na execução do contrato:**

- Atender, de forma satisfatória e com profissionais qualificados, todas as demandas do cliente, presencial e/ou online, de acordo com a frequência a ser definida entre as partes.
- Definir, em conjunto com o cliente, 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 pelo cliente.
- Manter o cliente sempre informado do andamento dos trabalhos, bem como sobre as oportunidades que surgirem no mercado.
- Solicitar aprovação formal do cliente, antes do início de cada trabalho, para produção e veiculação de campanhas, bem como para a realização de outros serviços considerados especiais.
- Apresentar estimativas de produção e planos de mídia para prévia autorização do cliente.
- Apresentar artes-finais e assemelhados para aprovação final.

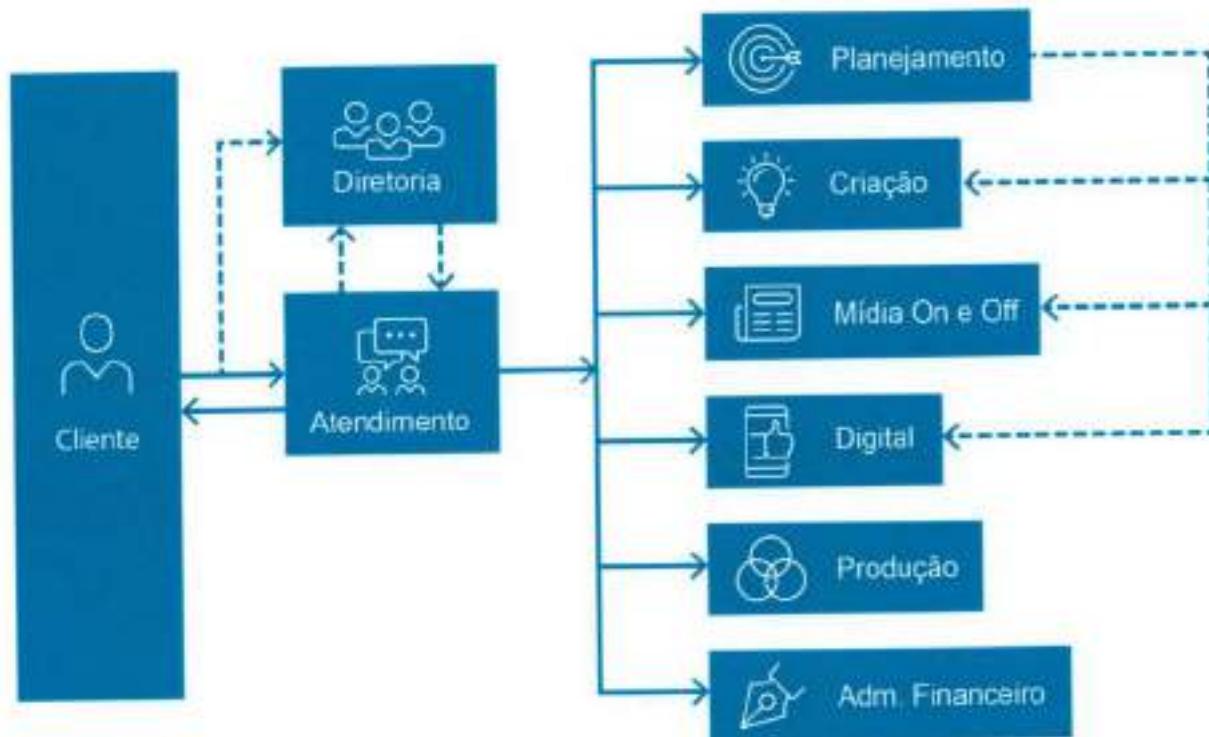
#### **Diferenciais técnicos da agência:**

Além das rotinas de atendimento, a agência adota práticas que asseguram maior segurança jurídica e eficiência:

- Análise criteriosa de fornecedores, verificando o enquadramento de seus CNAEs em relação às atividades contratadas, garantido a legalidade da contratação.
- Produção e veiculação em conformidade legal, com conhecimento técnico das normas que regem a publicidade pública, assegurando que todo material esteja adequado à legislação e às boas práticas de transparência.

- Domínio do processo de faturamento público, observando prazos, exigências documentais e rotinas de liquidação das despesas.

### 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:

**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.

**SimilarWeb:** é uma plataforma de análise de tráfego e inteligência de mercado digital que coleta e estima dados sobre o desempenho de sites e aplicativos, ajudando a entender quem acessa, de onde vem e como se comporta o público online.

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

**Reportei:** Plataforma que facilita a criação de relatórios de marketing digital, reunindo dados de redes sociais, Google, e outras ferramentas em um só lugar, de forma rápida e visual.

**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 on line 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.

Curitiba, 22 de outubro de 2025.

Esta página encerra o caderno Capacidade de Atendimento, da Concorrência Presencial nº 01/2025 da Câmara Municipal de Campo Largo.



Trade Comunicação e Marketing SS Ltda.  
Adalberto E. Diniz  
Diretor CEO



REPERTÓRIO

**TRADE**  
comunicação  
& marketing

**REPERTÓRIO**  
**Concorrência Presencial nº 01/2025**

**1. FICHA TÉCNICA TV**

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Assembleia Legislativa do Paraná.
Titulo:	Autismo.
Material:	Vídeo.
Formato:	45".
Data de produção	Junho e julho de 2024.
Período de veiculação:	27 a 30/06 e 01 a 21/07 de 2024.
Praça:	Paraná.
Veículo:	RPC (Globo), SBT, Band, RIC, CNT, CATVE.
Problema de comunicação:	A Assembleia precisava de um filme que demonstrasse a preocupação e o empenho dos deputados na criação do Código Estadual da Pessoa com Transtorno do Espectro Autista no Brasil, além de divulgar o respeito e a inclusão. O filme utiliza a metáfora do quebra-cabeça, cuja peça é o símbolo do autismo, para representar a inclusão das pessoas com autismo na sociedade e o trabalho da Assembleia para tornar isso possível.

Obs.: Material no pen drive.

**2. FICHA TÉCNICA TV**

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Assembleia Legislativa do Paraná.
Titulo:	Legislar.
Material:	Vídeo.
Formato:	60".
Data de produção	Outubro de 2022.
Período de veiculação:	23/10 a 03/11/22.
Praça:	Paraná.
Veículo:	RPC (Globo).
Problema de comunicação:	Apesar de intensa atuação criando uma série de leis que fazem a diferença no dia a dia de milhões de paranaenses, a Assembleia Legislativa não conseguia ter sua atuação percebida positivamente pela população. Para isso foi criada a campanha, isso é legislar, que se utilizou de exemplos leis e atuações da Assembleia, mostrando que legislar, é acima de tudo, criar as melhores condições para o desenvolvimento do Paraná.

Obs.: Material no pen drive.

**3. FICHA TÉCNICA TV**

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Câmara de São José dos Pinhais.
Titulo:	Inclusão tem nome.
Material:	Video.
Formato:	34".
Data de produção	Março de 2023.
Período de veiculação:	Março e abril de 2023.
Praça:	São José dos Pinhais.
Veículo:	TV Euro News, Programa Empodera Mulher (TV Massa), São José News, São Jose Alerta.
Problema de comunicação:	A Câmara Municipal de São José dos Pinhais abriu vagas para estagiários com deficiências e precisava divulgar as vagas para essas pessoas, por isso o material todo acessível.
Obs.: Material no pen drive.	

## 4. FICHA TÉCNICA TV

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	CREA-PR.
Título:	CREA-PR 90 anos.
Material:	Vídeo.
Formato:	60".
Data de produção	Junho de 2024.
Período de veiculação:	11 a 17 de junho de 2024.
Praça:	Paraná.
Veículo:	Globo, SBT e RIC.
Problema de comunicação:	O Crea-PR completou, em 2024, 90 anos de existência, e uma dificuldade que sempre enfrentou é mostrar para a sociedade que as engenharias, agronomia e geociências estão presentes no dia a dia das pessoas, dos pequenos aos grandes detalhes. E os 90 anos, que precisava ser exaltado pelo marco, foi a forma de mostrar, por meio da campanha de aniversário, que nesses anos, o CREA-PR, seus profissionais e as profissões, estavam presentes na sociedade e nas soluções que passam despercebidas no dia a dia.

Obs.: Material no pen drive.

## 5. FICHA TÉCNICA RÁDIO

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Assembleia Legislativa do Paraná.
Titulo:	170 anos.
Material:	Jingle.
Formato:	60".
Data de produção	Março/abril de 2024.
Período de veiculação:	Abri a junho de 2024.
Praça:	Paraná.
Veículo:	Rádios Cidade Pato Branco, Club Palmas, Continental Francisco Beltrão, Mais Paranavaí, Mix Curitiba.
Problema de comunicação:	O objetivo é criar uma conexão emocional e identitária com a população paranaense. O jingle busca reforçar a presença e a atuação da Assembleia Legislativa do Paraná em todas as regiões do estado, destacando sua história, seu compromisso com o desenvolvimento e sua proximidade com os cidadãos.

Obs.: Material no pen drive.

## 6. FICHA TÉCNICA - ANÚNCIO REVISTA

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Câmara de Arapongas.
Titulo:	Eles têm qualidade de vida.
Material:	Anúncio de revista.
Formato:	1/2 página (22x14,75cm).
Data de produção	Fevereiro de 2024.
Período de veiculação:	Março de 2024.
Praça:	Arapongas.
Veículo:	Revista da Cidade.
Problema de comunicação:	A falta de conhecimento da população sobre a Procuradoria Especial do Idoso e sua atuação. Havia a necessidade de informar sobre seus serviços e canais de denúncia e também reforçar o papel da Câmara na defesa dos direitos da pessoa idosa.

8  
m p p m

**ELES TÊM  
IDADE  
QUALIDADE DE VIDA  
AVANÇADA.**

Câmara Municipal de  
**ARAPONGAS**

Viver melhor  
é direito do idoso  
e trabalho da Câmara.

Com a Procuradoria Especial do Idoso (PEI), oferecemos  
atendimento personalizado à melhor idade, incentivando  
a qualidade de vida, a participação na política e  
encaminhamos denúncias de violência e discriminação  
aos órgãos competentes.

Denuncie  
abusos: **3303-2100**  
[cmaraapongas.org.br](http://cmaraapongas.org.br)

Anúncio revista (22 x 14,75cm)

## 7. FICHA TÉCNICA JORNAL

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Prefeitura de Londrina.
Titulo:	Londrina. A cidade mais sustentável e inovadora do Paraná.
Material:	Anúncio jornal.
Formato:	½ página (24,6x19cm).
Data de produção	Julho de 2023.
Período de veiculação:	22, 26 e 29/08/23.
Praça:	Londrina – PR.
Veículo:	Folha de Londrina.
Problema de comunicação:	Londrina cumpriu a sua missão de se tornar uma cidade cada vez mais dinâmica e sustentável do ponto de vista econômico. O Ranking Cidades Sustentáveis 2023, desenvolvido pela plataforma Bright Cities, classificou a cidade em primeiro lugar no Paraná, em segundo lugar no Sul do país e em nono em sustentabilidade no Brasil, e para que essa conquista possa ser reconhecida e fortalecida, fez-se necessário apresentação dos dados para a população.

~~m~~ ~~p~~ ~~x~~ ~~o~~ ~~m~~

Anúncio jornal (24,6 x 19 cm)

## 8. FICHA TÉCNICA JORNAL

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Câmara Municipal de Foz do Iguaçu
Título:	Prestação de contas 2024.
Material:	Anúncio jornal.
Formato:	27,5 x 18,25 cm.
Data de produção:	Novembro de 2024.
Período de veiculação:	Novembro de 2024.
Praça:	Foz do Iguaçu.
Veículo:	Jornal GDIA, Jornal Novo Tempo, Jornal Tribuna Popular, Jornal Informe e Jornal Primeira Linha.
Problema de Comunicação:	A campanha tem como objetivo promover o reconhecimento do público em relação aos avanços e realizações da Câmara Municipal de Foz do Iguaçu. Muitas vezes, a população desconhece o impacto positivo das ações legislativas e dos investimentos realizados na cidade. Essa comunicação reforça a transparência ao destacar dados concretos e contribui para a construção de uma percepção positiva sobre o trabalho da Câmara, conectando o público a uma visão de progresso e futuro para Foz do Iguaçu.

960 de 995

m D S (u)

**Preparando a FOZ do futuro.**  
Esse é o nosso trabalho.

Mais de 700 projetos de vereadores aprovados nos últimos 4 anos

Mais de 100 entidades beneficiadas

Mais de R\$ 73 milhões em obras e ações

Previsão de R\$ 3 bilhões em investimentos públicos e privados nos próximos anos

**Câmara de Foz**

[Facebook](#) [Instagram](#)

Anúncio jornal (27,5 x 18,25 cm)

**9. FICHA TÉCNICA – REDES SOCIAIS**

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Câmara de Foz do Iguaçu.
Título:	Processo seletivo de estagiários 2022.
Material:	Post.
Formato:	800x800px.
Data de produção	Novembro de 2022.
Período de veiculação:	5 a 20 de novembro de 2022.
Praça:	Foz do Iguaçu.
Veículo:	Redes Sociais (Facebook e Instagram).
Problema de Comunicação:	Promover o processo seletivo de estágio, destacando a oportunidade para jovens ingressarem no mercado de trabalho. Voltada para estudantes de diversas áreas, a iniciativa visava facilitar o acesso à experiência profissional, reforçando o estágio como um passo importante para o desenvolvimento de carreira.



### Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

Agora mesmo - [Clique](#)

Que tal começar sua trajetória profissional ao lado de quem trabalha pelo bem comum? Participe do nosso Processo Seletivo de Estagiários e marque presença nas transformações da nossa cidade.

Clique para ler o edital <https://bitlyli.com/FpihUTkKu>

Saiba mais em:

(45) 3521 - 8105 ou [processo.seletivo.estagio@fozdoiguacu.pr.leg.br](mailto:processo.seletivo.estagio@fozdoiguacu.pr.leg.br)



Curtir

Comentar

Compartilhar

Post (800 x 800 px)

## 10. FICHA TÉCNICA OUTDOOR

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Prefeitura Municipal de Campo Largo.
Título:	Fabio.
Material:	Outdoor com aplique.
Formato:	9x3 m.
Data de produção	Junho/2023.
Período de veiculação:	Bi 24 (05 a 18/06/23).
Praça:	Campo Largo – PR.
Exibidora:	Plannus Outdoor.
Problema de comunicação:	O mês de junho foi destacado para conscientizar e incentivar a população sobre a importância de ser um doador de sangue, pois devido aos períodos de outono e inverno, épocas em que há um aumento das infecções respiratórias, as doações ficam em baixa. Daí a necessidade do estímulo às doações para que permaneçam em todas as épocas do ano. Durante todo o mês de junho, a Secretaria da Saúde (Sesa), chama atenção para a campanha Junho Vermelho, com destaque para a importância dessa ação solidária que pode ser realizada de forma rápida e segura.


  
 trademkt.com.br

W D Q

TRADE



Outdoor (9 x 3 m)

**PEÇAS PEN DRIVE**



69  
113

Curitiba, 22 de outubro de 2025.

Esta página encerra o caderno Repertório da Concorrência Presencial nº 01/2025 da Câmara Municipal de Campo Largo.

  
Trade Comunicação e Marketing SS Ltda.  
Adalberto E. Diniz  
Diretor CEO



RELATOS DE SOLUÇÕES  
DE PROBLEMAS  
DE COMUNICAÇÃO

**TRADE**  
comunicação  
& marketing

**RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS  
DE COMUNICAÇÃO**  
Concorrência Presencial nº 01/2025

Cliente: Assembleia Legislativa do Estado do Paraná

Case: Assembleia da Gente

### Problema de comunicação

Pesquisas e observações demonstraram que a Assembleia Legislativa do Estado do Paraná é uma entidade relativamente distante do povo. A falta de interesse pelo trabalho do legislativo é, infelizmente, marcante e agravada ainda mais pelo fato de que a Assembleia não trabalhava com comunicação institucional.

Com o objetivo de solucionar o problema de comunicação de forma mais assertiva, a Trade recebeu um briefing cuja missão principal era desenvolver um novo conceito e posicionamento para a Assembleia Legislativa, visando aproximar ainda mais a entidade do cidadão paranaense.

### Soluções para o problema de comunicação

O projeto de campanha idealizado para o ano de 2023 foi composto por 3 fases distintas: lançamento do conceito de comunicação em nível estadual, evolução desse conceito para abrigar o programa "Assembleia Itinerante" e a sustentação do programa, agora com a comunicação fragmentada por cidade/região (baseada no calendário das principais feiras e exposições que possuem presença relevante de público).

Caminhos percorridos:

#### Fase 1 – Assembleia da Gente

Na fase 1 (conceitual), era preciso uma mensagem que quebrasse paradigmas, mais humanizada possível, com o objetivo de aproximar a Assembleia da população. O conceito criativo utilizado foi: #assembleiadagente. Mostrar que a Assembleia é mais que uma casa de leis, ela também trabalha, cuida, inclui e protege os paranaenses como verdadeiros representantes de todas as pessoas. A campanha foi veiculada num período de 30 dias, em nível estadual, com um mix de mídia nos meios TV aberta, rádio, jornal impresso, painéis de estrada (nas principais rodovias do Paraná) e portais de notícias relevantes no Estado.

#### Fase 2 – Assembleia Itinerante/Estado

Durante a fase 2, o planejamento de comunicação previu a utilização do conceito original, porém, já envolvendo a população a conhecer o programa de interiorização. As peças publicitárias tiveram a missão de lançar o programa "Assembleia Itinerante", preparando o terreno para uma terceira fase, onde o programa viria a materializar-se fisicamente. Com um novo flight de 30 dias, também em nível estadual, a campanha se utilizou dos mesmos critérios e mix de mídia da fase 1.

#### Fase 3 – Assembleia Itinerante/Regional

Em sua 3ª fase, a campanha possuiu flights regionais, pois o programa tem como missão explicar o que é a "Assembleia Itinerante" e convidar a população a visitar o estande no evento e participar de Audiência Pública realizada com a presença dos Deputados e autoridades da região. A primeira edição aconteceu na Expo Londrina, uma das maiores feiras de agronegócio do Brasil. Em seguida, o programa marcou presença em Maringá, Paranaguá, Castro, Santo Antônio da Platina, Fazenda Rio Grande, Ponta Grossa, Irati e Dois Vizinhos. Devido à ótima receptividade, foi dado continuidade ao programa em 2024, nas cidades de Arapongas, Francisco Beltrão e Telêmaco Borba, totalizando doze edições até março de 2024.

### Resultados alcançados

O projeto de comunicação iniciado com o conceito "Assembleia da Gente" e que teve continuidade com o desdobramento "Assembleia Itinerante", se mostrou um instrumento poderoso e eficiente para ouvir a sociedade, receber as demandas das regiões e dar as respostas nas formas de leis ou ações junto ao Governo Estadual e outros órgãos.

O sucesso das edições da "Assembleia Itinerante" foi impactante e decisivo na tomada de decisão em relação a sua continuidade e periodicidade. Em todas as edições já compareceram aproximadamente 13 mil pessoas no estande e foi recebido mais de 4.000 sugestões da população por meio da urna disponibilizada no estande e via on-line. Também foram colhidas, nas audiências públicas, reivindicações da sociedade.

Como earned mídia, o projeto "Assembleia Itinerante" recebeu ampla repercussão nos veículos de comunicação, conforme revela o monitoramento diário feito pela Assembleia. No período compreendido entre os meses de abril de 2023 e março de 2024, foram 2.054 matérias citando a "Assembleia Itinerante", além de milhares de menções e interações nas redes sociais. Reportagens ao vivo de emissoras de televisão e rádio, convidando a população para conhecer o estande e apresentar reivindicações, também ampliaram a visibilidade do programa.

Diante dos resultados positivos, a Assembleia abriu um espaço no site oficial para que a população possa propor e sugerir iniciativas. Um hotsite na página oficial da Assembleia foi desenvolvido para concentrar em um único espaço tudo o que acontece nas interiorizações: notícias, fotos e vídeos ([www.assembleia.pr.leg.br/assembleia-itinerante](http://www.assembleia.pr.leg.br/assembleia-itinerante)). Em pesquisa realizada pela Assembleia, ouve uma elevação dos índices de 15% para 55% de aprovação.

Como pudemos observar ao longo da exposição, o grande problema de comunicação da Assembleia Legislativa do Estado do Paraná está sendo resolvido depois de anos. A nossa Casa de Leis é cada vez mais a "Assembleia da Gente". O composto de comunicação adotado, online e offline, associado a diversas outras ações envolvendo marketing promocional, marketing dirigido e marketing de relacionamento, provou ser altamente eficaz conforme os resultados demonstrados. A Assembleia Legislativa do Estado do Paraná está fortalecendo a sua marca, consolidando um posicionamento de respeito e trabalho pelo povo do Paraná. Com a aproximação das pessoas, trazendo sugestões e reivindicações, a Assembleia está promovendo talvez a mais importante das suas missões, legislar e melhorar a qualidade de vida dos paranaenses.

Autor do referendo:



Trade Comunicação e Marketing  
Adalberto Diniz  
Diretor CEO  
(41) 3352-9678

6  
7  
8  
9  
X  
3

## 1. FICHA TÉCNICA | VT

Licitante: Trade Comunicação e Marketing.

Cliente: Assembleia Legislativa do Paraná.

Título: Assembleia da Gente.

Material: VT (fase 1).

Formato: 30".

Data de produção: março de 2023.

Período de veiculação: 23 a 31 de março de 2023.

Praça: Paraná.

Veículo: RPC (Globo), Rede Massa (SBT), Band e RIC (Record).

**Problema de comunicação:** O vídeo tem como finalidade passar a mensagem para a população que a Assembleia é muito mais que uma casa de leis, pois ela trabalha, cuida, inclui e protege os paranaenses. Uma verdadeira Assembleia da gente.

## 2. FICHA TÉCNICA | JORNAL

Licitante: Trade Comunicação e Marketing.

Cliente: Assembleia Legislativa do Paraná.

Título: A Assembleia mais perto de você – Telêmaco Borba (fase 3).

Material: Anúncio jornal.

Formato: 29,7x16,25cm.

Data de produção: março de 2024.

Período de veiculação: Primeira quinzena de março.

Praça: Telêmaco Borba e região.

Veículo: Jornal Folha da Cidade.

**Problema de comunicação:** O anúncio tem como propósito divulgar a décima segunda edição do Programa Assembleia Itinerante, convidando toda a população da região de Telêmaco Borba para participar do Programa na Expo Telêmaco em 2024, possibilitando assim que a população apresentasse as demandas da sua cidade e região.

## 3. FICHA TÉCNICA | JORNAL

Licitante: Trade Comunicação e Marketing.

Cliente: Assembleia Legislativa do Paraná.

Título: A Assembleia mais perto de você – balanço (fase 3).

Material: Anúncio jornal.

Formato: 26x17cm.

Data de produção: maio de 2024.

Período de veiculação: 31 de maio.

Praça: Palmas e região.

Veículo: Jornal a Folha do Sudoeste.

**Problema de comunicação:** O anúncio tem como finalidade comunicar o público que a Assembleia Legislativa tem um programa chamado Assembleia Itinerante, que tem como principal objetivo levar o trabalho dos parlamentares para todas as regiões do Estado. A importância do anúncio também é divulgar os dados gerais do programa.

**TRADE**

Atesto a veracidade deste case.



Assembleia Legislativa do Paraná  
João Evaristo Debiasi  
Diretor de Comunicação  
(41) 3350-4239  
Contrato vigente nº 006/2025.  
Contrato anterior nº 060/2019.

9  
J  
M  
D  
tradenki.com.br  
5



Serviço de validação de assinaturas eletrônicas

 Simple Completo

Atenção: O conteúdo do documento é de inteira responsabilidade do(s) signatário(s).

X

**Informações gerais do arquivo:**

Nome do arquivo: case alep referendo na 3\_3\_- word p-pdf.pdf  
Hash: e043429d812fe5f5cccd5d9315fc65db80cf9038969237a3934bc97138071a9af  
Data da validação: 17/10/2025 17:47:05 BRT

**Informações da Assinatura:**

Assinado por: JOAO EVARISTO DEBIASI

CPF: "069.129"

Nº de série do certificado emitente: 0x2e0e2504095fad3f

Data da assinatura: 25/08/2025 16:48:44 BRT

Política de Assinatura: PA\_AD\_RB\_v2\_3



Assinatura aprovada.

[Ver Relatório de Conformidade](#)**ACESSO RÁPIDO**[Validar](#)[Sobre](#)[Dúvidas](#)[Informações](#)[Fale Conosco](#)

Este documento é destinado a fins de informação e não substitui a licença de uso.

*W*  
*S**W*  
*P*  
*M*  
*6*

TRADE

**Próxima parada:  
Telêmaco Borba.**  
Dia 20 de março  
EXPO TELEMACO 2024

**ASSEMBLEIA ITINERANTE**



**A Assembleia mais perto de você.**

Assembleia Itinerante  
O programa itinerante da Assembleia Legislativa para levar os parlamentares, já passaram por Umuarama, Maringá, Paranavaí, Castro, São José do Pinhal, Frederópolis, Foz do Iguaçu, União da Vitória, Maringá e Francisco Beltrão. Hoje, as comissões, aprovadas pelo Conselho de Representação, estão sendo entregues ao Governo do Paraná e membros da sociedade paranaense.

A próxima parada em São Telêmaco Borba.  
Clique para se inscrever e participar da Assembleia Itinerante.  
Aquecendo Paraná. Um programa de reuniões da Assembleia Legislativa do Paraná.



ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO PARANÁ  
www.assembly.pr.gov.br

Anúncio Jornal (29,7x16,25cm)



TRADE

ASSEMBLEIA ITINERANTE

A Assembleia mais perto de você.

+4.000 sugestões recebidas.

Participa você também. Envie seu cativeiro para o GR CODE ou entre no site: [www.assembleia.itinerante.com.br](http://www.assembleia.itinerante.com.br)

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO PARANÁ

www.assembleia.itinerante.com.br

Anúncio Jornal (26x17cm)

9

W  
D  
8  
K



Cliente: Prefeitura Municipal de Guarapuava  
Case: Obras

## Introdução

A Trade Comunicação e Marketing, atende a Prefeitura de Guarapuava desde 2018. Para iniciar os trabalhos de atendimento, a agência idealizou um planejamento estratégico de comunicação embasado em pesquisas e informações levantadas à época, que foram se renovando na medida em que a comunicação era implementada ao longo dos anos, como forma de corrigir e aperfeiçoar a comunicação, objetivando sempre resultados efetivos, mensurados e alinhados com os objetivos do plano de governo.

Para o primeiro semestre de 2024 foi solicitada uma campanha para apresentar as importantes obras realizadas no município nos últimos anos, atendendo as regras do ano eleitoral, conforme descrito a lei nº 9.504/97 (a publicidade institucional é vedada nos três meses que antecedem as eleições municipais).

## Problema de Comunicação

Essa campanha, em conformidade com o briefing fornecido pela Secretaria Municipal de Comunicação Social (Secom) da Prefeitura de Guarapuava, precisava ser diferenciada, fugindo dos tradicionais "clichês" de divulgar as realizações da gestão como um "Relatório de Prestação de contas", embalado sob a forma publicitária, onde basicamente se mostram obras e valores investidos, não explorando o fundamental, que são os benefícios para a cidade e população. O desafio, portanto, era construir uma campanha de obras e benefícios, porém de uma maneira mais envolvente, objetivando aumentar a percepção da população em relação ao trabalho realizado, explorando o aumento da qualidade de vida dos guarapuavanos.

## Soluções para o Problema de Comunicação

A partir do desafio, a Trade criou uma campanha tendo como principal diferencial uma série de cinco jingles, com temas específicos para cada uma das obras ou conquistas da gestão. Já em sua abertura, os materiais se apresentaram de uma forma diferenciada, porém com unidade de comunicação entre eles, e deixando claro que se trata de uma série. As peças com ritmo dinâmico e com uma sonoridade harmônica, conseguiram criar um astral positivo e alegre para empolgar a população. No lugar de locutores narrando as obras, os jingles num estilo musical popular explicavam o que era cada obra e como ela beneficia a população. Assim, conseguimos valorizar cada conquista executada pela Prefeitura de Guarapuava.

As bases musicais dos jingles, bem como suas respectivas letras, permitiram o desdobramento da campanha para os mais diversos meios de comunicação e deixaram fixado o refrão "Com obras para todo lado, é Guarapuava pra frente".

A estratégia de mídia se utilizou do conceito 360, contemplando os principais veículos de comunicação da cidade, em volumes tecnicamente recomendáveis, alcançando cobertura, frequência, GRPs, impacto e engajamento. Foram utilizados os meios



MATRIZ: CURITIBA/PR: RUA DOS FUNCIONÁRIOS, 26 · CABRAL - 80035-050 · FONE 41 3352-9678  
FILIAIS: LONDRINA/PR · PONTE GROSSA/PR · GUARAPUAVA/PR · Foz do Iguaçu/PR · CIANORTE/PR · PARANÁQUA/PR

ESTE DOCUMENTO FOI ASSINADO EM 04/11/2024 14:31 - 9781-03  
PRA CONFIRMACAO DO SEU CONTEUDO ACEITE SEU INDIVIDUALMENTE ATRAVES DA URL: https://10.10.10.10/1401  
POR TITULO FISCHETI (700-900-915-77) EM 04/11/2024 14:31



*(Handwritten signatures and initials)*



televisão, rádio, outdoor, jornal, portal de internet, além de outras mídias digitais, no período de 15 a 27 de junho de 2024.

A estratégia de mídia se utilizou do conceito 360, contemplando os principais veículos de comunicação da cidade, em volumes tecnicamente recomendáveis, alcançando cobertura, frequência, GRPs, impacto e engajamento. Foram utilizados os meios televisão, rádio, outdoor, jornal, portal de internet, além de outras mídias digitais, no período de 15 a 27 de junho de 2024.

## Resultados

A última rodada de pesquisas, realizada ao término da campanha, apresentou resultados extraordinários: 78,3% da população foi impactada de alguma forma; 63% das pessoas ouviram os jingles e entenderam que se tratava de temas diferentes; 45,3% informaram que, através da campanha, foram informados de alguma obra que desconheciam. E a maioria lembrava do refrão final dos jingles: "Com obras para todo lado, é Guarapuava pra frente". Dessa maneira, considerando a estimativa inicial de 75% de aprovação, a campanha superou as expectativas iniciais melhorando ainda mais os números relacionados à gestão com 83% de aprovação.

ESTE DOCUMENTO FOI ASSINADO EM 04/11/2024 14:08 -0300 -03  
PARA CONFIRMACAO DO SEU CONTRIBUTO ACESSSE [www.traedigital.com.br](http://www.traedigital.com.br) e CLIQUE NELE



MATRIZ: CURITIBA/PR: RUA DOS FUNCIONÁRIOS, 26 - CABRAL - 80035-050 - FONE 41 3352-9678  
FILIAIS: LONDRINA/PR: PONTA GROSSA/PR: GUARAPUAVA/PR: FOZ DO IGUAÇU/PR: CIANORTE/PR: PARANÁQUA/PR

✓

✓ ✓ ✓ ✓

## 1. FICHA TÉCNICA | VT

Licitante: Trade Comunicação e Marketing.

Cliente: Prefeitura de Guarapuava.

Título: Asfalto na porta.

Material: VT.

Formato: 30".

Data de produção: maio/junho de 2024.

Período de veiculação: 15 a 25 de junho de 2024.

Praça: Guarapuava.

Veículo: RPC Guarapuava.

**Problema de comunicação:** Asfalto na porta de casa foi uma das principais realizações da gestão. O vídeo mostra as principais ruas que foram asfaltadas de uma forma descontraída e animada, através do jingle que também veiculou nas rádios.

## 2. FICHA TÉCNICA | VT

Licitante: Trade Comunicação e Marketing.

Cliente: Prefeitura de Guarapuava.

Título: Praças e parques.

Material: VT.

Formato: 30".

Data de produção: maio/junho de 2024.

Período de veiculação: 15 a 25 de junho de 2024.

Praça: Guarapuava.

Veículo: RPC Guarapuava.

**Problema de comunicação:** A revitalização de praças e parques foi outra realização da gestão que ganhou destaque para ser divulgado na campanha, juntamente com o seu jingle específico.

## 3. FICHA TÉCNICA | VT

Licitante: Trade Comunicação e Marketing.

Cliente: Prefeitura de Guarapuava.

Título: Ponte Paz e Bem.

Material: VT.

Formato: 30".

Data de produção: maio/junho de 2024.

Período de veiculação: 15 a 25 de junho de 2024.

Praça: Guarapuava.

Veículo: RPC Guarapuava.

**Problema de comunicação:** A estratégia utilizada para divulgar as principais realizações da Prefeitura de Guarapuava também incluiu a construção de uma nova Ponte no bairro Paz e Bem, com seu diferencial no jingle.



**Validação do case:**

Atesto a veracidade deste case:



Assinado de forma digital por:  
**TATIANA FARHAT**  
 \*\*\*.460.819-\*\*

04/11/2024 14:01:49  
 Assinatura digital gerenciada com certificado digital emitido ICP-Brasil.

Prefeitura de Guarapuava  
 Contrato nº 370/2018  
 Contrato nº 182/2024 (vigente)  
 Tatiana Farhat  
 Secretaria de Comunicação Social

Responsável pela elaboração do case:

  
 Trade Comunicação e Marketing  
 Adalberto E. Diniz  
 Diretor CEO

ESTE DOCUMENTO FOI ASSINADO EM 04/11/2024 14:01:49:00-00  
 PARA COMPROVACAO DO SEU DIREITO ACESSO: https://www.trade.com.br/6072fe6608036.  
 POR TATIANA FARHAT - (\*\*\*.460.819-\*\*).EM (04/11/2024 14:01:49)



MATRIZ: CURITIBA/PR : RUA DOS FUNCIONÁRIOS, 26 - CABRAL - 80035-050 , FONE 41 3352-9678  
 FILIIS: LONDRINA/PR PONTA GROSSA/PR GUARAPUAVA/PR POZ DO IQUACU/PR CIANORTE/PR PARANÁQUA/PR

## PEÇAS PEN DRIVE



Rua dos Funcionários, 26 - Cabral - Curitiba PR - 41.335-7967  
Av. Ayrton Senna da Silva, 300 - Torre 1 Sala 104 - Gleba Palhano - Londrina PR - 43.99998-5500

Curitiba, 22 de outubro de 2025.

Esta página encerra o caderno Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação da Concorrência Presencial nº 01/2025 da Câmara Municipal de Campo Largo.

  
Trade Comunicação e Marketing SS Ltda.  
Adalberto E. Diniz  
Diretor CEO

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

LICITANTE: .....Tudo.....

CONCEITO: "....."

AVALIAÇÃO: .....45.....

PONTUAÇÃO TOTAL: 45

1. Capacidade de atendimento	Notas de 0 a 25, sendo:	a. Relação dos principais clientes.	Nota	nº de Votos: 45	Justificativa
	0 – Não atende;	b. Quantificação e qualificação dos profissionais - currículo.	25	11 Clientes = 33	90% contado
	1 a 6 – Atende muito pouco;	c. Instalações, infraestrutura.			páginas
	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.				

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
			5,0	<i>Conhecimento técnico, bem desenvolto. A solução.</i>

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	<p>a. Conhecimento Técnico</p> <p>a demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico;</p> <p>b. Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada;</p> <p>c. Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento</p>	Nota	Justificativa

Nome e Assinatura ..... *João Almeida Bandeira*  
 data ..... 24/10/15

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

LICITANTE: Trade

AVALIAÇÃO: 39

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
			Q3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Experiência comprovada com clientes públicos / beneficiários e fornecedores.</li> <li>- 41 profissionais com currículo qualificado.</li> <li>- Reuniões presenciais / tele-sistemas</li> <li>- Braga de entrega ok, e prazo pedindo seu menor.</li> </ul>

2. Repertório	Notas de 0 a 10, sendo:	a. Conhecimento Técnico	Nota	Justificativa
	0 – Não atende;	a. Demonstra, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico;	0	→ <b>Boas implicações para engajamento público</b>
	1 a 3 – Atende pouco;	b. Entendimento quanto ao público-ativo, consistência da solução apontada,		
	4 a 6 – Atende medianamente;	c. Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento		
	7 a 8 – Atende bem;			
	9 a 10 – Atende com excelência.			

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
			<p>→ <i>Prefeitura mais justa e com maior qualidade de vida.</i></p> <p>→ <i>Com melhor atendimento.</i></p>	a	

Nome e Assinatura ..... *Julia Ribeiro* .....  
 data ..... 24 de outubro de 2012 .....

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

LICITANTE: T. Neida.....  
CONCEITO: ".....  
AVALIAÇÃO: 38.....  
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
		<p>- <i>Bom profissional com estrutura completa</i></p> <p>- <i>Linha simples e clara</i></p> <p>22</p> <p>- <i>Demanda capacidade para atender com os compromissos</i></p> <p>- <i>Entusiasmo notável</i></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.	<p>a. Conhecimento Técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico.</p> <p>b. Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;</p> <p>c. Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento</p>	Nota	Justificativa
		<p><i>Bon unigme da peca</i></p> <p><i>Também o puto Fomu já a criatividade.</i></p> <p><i>Bom Unigme da peca</i></p> <p><i>Filmes</i></p>	8	

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	<p>a. Conhecimento Técnico demonstrado, notadamente dos hábitos de consumo e clareza quanto a este tópico;</p> <p>b. Entendimento quanto ao público-alvo, consistência da solução apontada, pertinência e aproveitamento das oportunidades, de forma eficaz e eficiente;</p> <p>c. Demonstração efetiva de economicidade da solução do desafio, na aplicação da verba, conjugada com adequação e otimização de seu aproveitamento</p>	Nota	Justificativa
			8	<p><i>Se o reo cumpre com parâmetros e critérios para ser um bom relatório final</i></p>

Nome e Assinatura ..... *Lucas Autônio Montini*

Nome e Assinatura ..... *24/10*