





CANDYSHOP

Sweet &
Sweetness

CANDYSHOP . AG

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2021/SECC
GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ

Proposta Técnica - Capacidade de Atendimento

Handwritten notes in blue ink, including the number 3, a signature, and other illegible markings.



**Sweat &
Sweetness**

CANDYSHOP . AG

CLIENTES

Apresentamos os atuais clientes atendidos pela agência.



Gauden

Cliente desde
setembro de 2015



Pagan

Cliente desde
setembro de 2015



Oxford

Cliente desde
janeiro de 2017



Farmácias
Nissei

Cliente desde
janeiro de 2018



Ouro Verde

Cliente desde
agosto de 2018



Neodent

Cliente desde
janeiro de 2019



Coritiba F.C.

Cliente desde
junho de 2018



Verginia

Cliente desde
fevereiro de 2019

Buddemeyer

Buddemeyer

Cliente desde
janeiro de 2020



Zapata

Cliente desde
abril de 2020



Baldussi

Cliente desde
agosto de 2020



Tiendamia

Cliente desde
agosto de 2020



Sicredi

Cliente desde
janeiro de 2021



Prodentis

Cliente desde
fevereiro de 2021



RAC

Cliente desde
abril de 2021



Quimidrol

Cliente desde
maio de 2021



Unimed - SC

Cliente desde
maio de 2021



GT Building

Cliente desde
junho de 2021



Döhler

Cliente desde
dezembro de 2021

sulformas®

Sulformas

Cliente desde
dezembro de 2021



Mapy

Cliente desde
dezembro de 2021



FRONERI

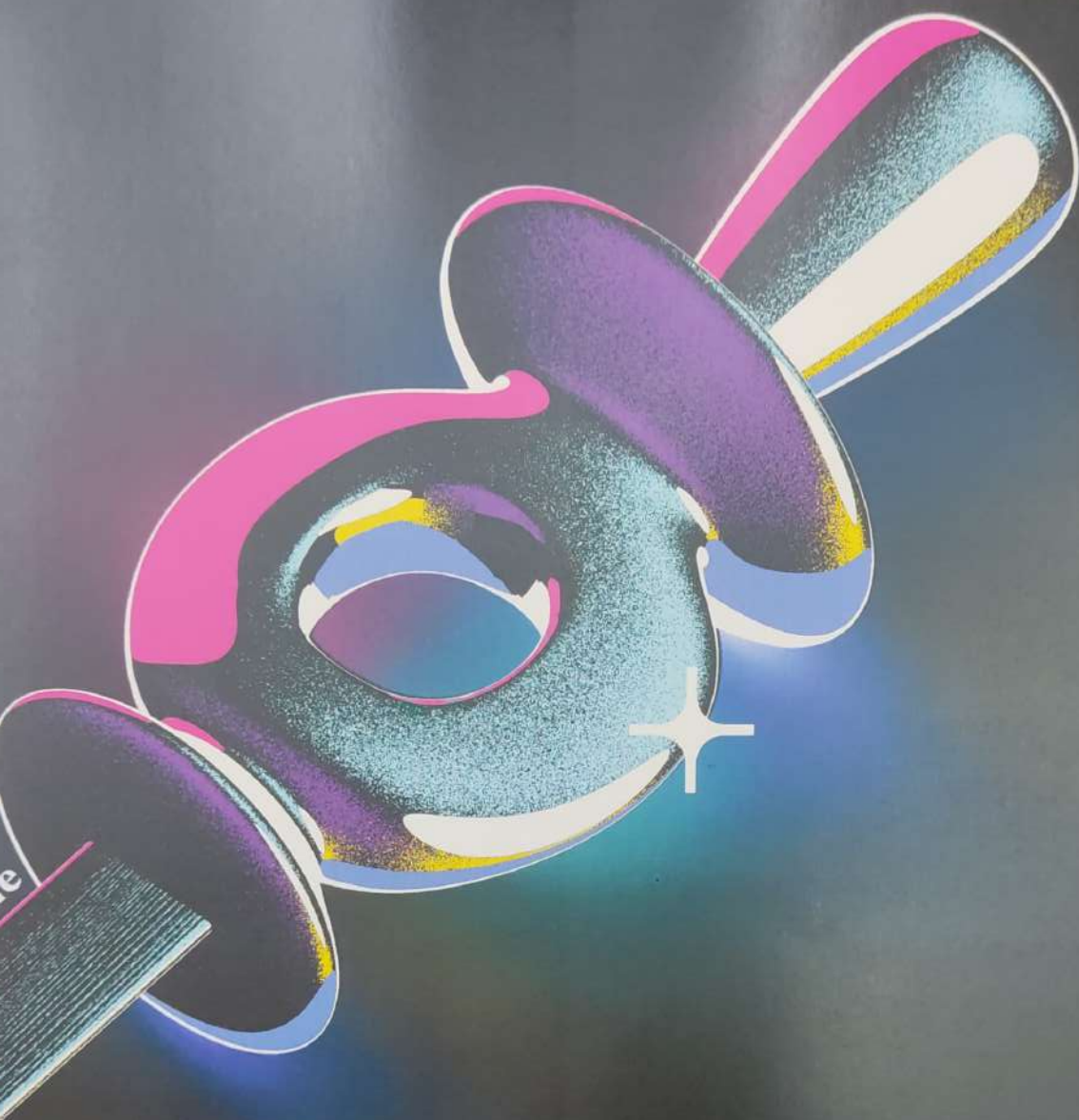
Lacta/Froneri

Cliente desde
dezembro de 2021

BIG BEN

Big Ben

Cliente desde
janeiro de 2022



**Sweat &
Sweetness**

CANDYSHOP . AG

**QUANTIFICAÇÃO
E QUALIFICAÇÃO DOS
PROFISSIONAIS**

Diretor de Criação

Ricardo Mercer



Publicitário e designer, é formado em Publicidade e Propaganda pela Universidade Positivo. Já foi premiado nacional e internacionalmente e possui mais de 22 anos de experiência. Exerceu cargos de Diretor de Arte, Designer, Redator e Diretor de Criação. Como Sócio-Criativo, conquistou o título de agência do ano para a Getz e é fundador e sócio da Candy Shop, eleita a agência do ano no Paraná por 6 vezes, onde atua como Diretor de Criação e Planejamento.



Redator Sênior

Thiago Souza Penna



Formado em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Viçosa e em Publicidade e Propaganda pela UNA, trabalha com comunicação desde 2015 e com publicidade desde 2019. Ao longo dos últimos anos trabalhou em agências de médio e grande porte de São Paulo e Curitiba e atendeu contas como Bradesco, Pfizer, Mundo Verde, Itaú e Sestini.



Handwritten notes in blue ink, including a large 'C' and several illegible signatures and scribbles.



Graduado em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda pelo CES/JF com especialização em redação publicitária pela Miami Ad School Brasil. Atua como redator publicitário há 6 anos. Já passou por agências do Rio e São Paulo, atendendo clientes como: FGV, Vale, Smirnoff, Zoom, Prudential, Veja Rio, entre outros. Além disso, também atua há 1 ano como roteirista da Turma da Mônica e escreve textos de humor para a revista MinhocaZine.



Graduada em Publicidade e Propaganda, pós-graduada em Comunicação Digital e E-Branding pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná. Atua como redatora publicitária há 8 anos, sendo especialista em construções verbais para as mais variadas marcas, como Clube Curitibano, TAJ, ABH e Consulta Remédios.



Handwritten notes in blue ink, including a large 'C' and various scribbles.

Diretor de arte Sênior e Ilustrador

Amaury Alves Réa Filho



Graduado em Propaganda e Publicidade na UGF, com especialização em Design e Ilustração, atua há 20 anos no mercado publicitário, editorial e de design, atendendo marcas como Netflix, Epic Games (Fortnite), Wise Up, Red Balloon, Cerveza Poker, Abril Educação, Editora Trama, NerdStore e Skript Editora.



Diretor de Arte Sênior

Willian Balbueno Lopes



Superior incompleto em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário de Campo Grande, possui 8 anos de experiência no mercado publicitário trabalhando com campanhas online e offline para clientes regionais e nacionais, como Unimed CG, Aquário do Rio de Janeiro (AquaRio), Todeschini, Velutex e Grupo Sertão de Materiais de Construção.





Graduado em Design Gráfico pela Univem e pós-graduado em Gestão Estratégica de Design pela Universidade Estadual de Londrina, atua como diretor de arte há 14 anos. Já passou por agências de destaque no interior dos estados do Paraná e São Paulo. Tem vasta experiência no desenvolvimento de conceitos visuais para empresas dos ramos do agronegócio, financeiro, educação, transporte, indústria alimentícia e metalúrgica, entre outros.



Formada em Comunicação e Multimeios na Universidade Estadual de Maringá (UEM), atua no mercado publicitário maringaense há 5 anos como diretora de arte e ilustradora. Trabalhou e criou para marcas como: Uningá, Shopping Avenida Center, Audi, Ducati, Crivalli, Construtora Just, Humana Saúde, Grupo SAMP, Mundo Livre FM, Comercial Ivaiporã, Pedro Granado, entre outras.





Formado em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Leonardo da Vinci de Blumenau (UNIASSELVI), atua no mercado publicitário há 5 anos. Trabalhou e criou para marcas como: UNIASSELVI, Thabrulai, Shopping Avenida Center, Oxford, Sicredi, Tintas Verginia, entre outras. Enquanto estudante, teve trabalhos reconhecidos regional e nacionalmente.



Formanda do curso de Publicidade e Propaganda na Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUCPR). Atua no mercado há 2 anos e já trabalhou com clientes como: SEBRAE/PR, Farmácias Nissei, Coritiba FC, Sicredi, Tintas Verginia e Oxford Porcelanas.



C

d

sl

Di

ba

w

d



Cursando Publicidade e Propaganda no Centro Universitário Fundação Assis Gurgacz (FAG), em Cascavel-PR, atua há 3 anos na área de design e criação. Já trabalhou com clientes como: Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste), ACAMOP e Fundação Assis Gurgacz



ARTE-FINAL

02



Formado em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná - habilitação em Publicidade e Propaganda, trabalha como arte-finalista há mais de 13 anos e como chefe de estúdio há dez. Já atuou em agências como a Exclam, TheGetz e possui vasta experiência em impressão offset, serigrafia, digital, desenvolvimento e acompanhamento de produção de materiais, dentre outros segmentos.





Cursando primeiro período em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda pela Universidade Uninter, atuou no mercado de comunicação visual por 7 anos e atualmente é arte-finalista na Candy Shop realizando desdobramentos e finalização de arquivos.



PRODUÇÃO

02



Há mais de 14 anos na área de produção, é graduado em Licenciatura Plena em Educação Física pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná e em curso de Produção de Eventos na Choice Academia de Profissões. Já realizou grandes shows locais e nacionais, fazendo toda logística, organização técnica e artística, e hoje é responsável pela produção gráfica e eventos na Candy Shop.





Formado em Design Innovation and Technology pela RMIT University Austrália, possui 11 anos de experiência na área de produção eletrônica em rádio, TV, cinema e internet. Com passagem por agências como a DrawHistory - Branding & Design Agency Perth, MagicWeb Design, TheGetz, atendeu distintos clientes, como RPC, Unimed, Universidade Positivo, Romera, Gazeta do Povo, entre outros.



ESTUDO E PLANEJAMENTO

03



Graduado em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda e pós-graduado em Comportamentos de Consumo pela Universidade Positivo, atua como planejamento estratégico há 10 anos. Já passou por grandes agências e possui vasta experiência com prefeituras, como a de São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul e Curitiba, além de ter atuado com diversos clientes privados como Canon, PUCPR e Grupo Boticário.



G

A

5/1

A

H

W

G

Supervisor de Mídia

Vinícius Izzo de Teixeira



Graduado em Administração de Empresas com MBA em Gestão de Negócios pela FAE Business School e extensão no exterior pela Baldwin Wallace College, possui pós-graduação pela FAE e certificação internacional pela ESPM e DMI (Direct Marketing Institute) em Marketing Digital. Premiado pela ABEMD por desenvolver estratégias de Marketing de Relacionamento para programas sócio-torcedor para clubes de futebol nacionais. Atua no setor de mídia há mais de 10 anos.

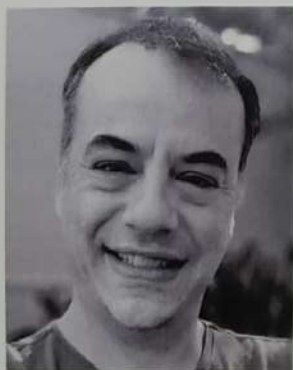


Coordenador de Mídia Online

Alexandre Werner



Formado em Técnico em Processamento de Dados pelo Instituto Rui Barbosa - Curitiba, possui 21 anos de atuação na área de comunicação online e 12 anos de experiência na gestão de tráfego e performance. Premiado no Prêmio Colunistas Paraná com website do ano e peças publicitárias, atendeu clientes como Bradesco, Walmart, Oi, Motorola, MSN, GVT. Palestrou sobre o tema SEO para a turma de Pós-Graduação em Marketing Digital da Universidade Positivo (UP), além de prestar mentoria em Métricas e Indicadores de Performance do curso UX Strategy ministrado para a equipe de Estratégias Digitais do Banco Itaú.



Ci

A

S.

se

D

H

W

h

Analista de Mídia

Luiza de Melo Sampaio



Graduada em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda e pós-graduanda em Comunicação Digital pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná, atua na área de marketing e mídia digital há 3 anos. Conta com experiência em agências locais de Curitiba, reconhecimentos acadêmicos e atualmente trabalha com planejamento, execução e análise de campanhas de mídia online na Candy Shop.



Assistente de mídia

Paula Sousa de Oliveira



Graduada em Publicidade e Propaganda pela PUCPR e pós-graduanda em Fashion Digital Business na ESPM, atuou com social media por 4 anos e atualmente atua com mídia online. Já atuou em agência de publicidade e atendeu clientes como Harmo Consulting Group, Pão da Casa, Gregário Café, Leaders for Life, Badida da Sete de Setembro, GI Metal, Scuola Italiana Pizzaioli, Tony e Eiko, Pietá, Rennê Joias.



Handwritten notes and signatures in blue ink, including a checkmark, a signature, and several initials.



Formado em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda pela FAE Curitiba, possui 9 anos de experiência na área de mídia. Já passou por grandes agências como a J. Walter Thompson Brasil e a Opus Múltipla, e atendeu diversos clientes, entre eles O Boticário, Subway, Governo do Paraná e Positivo Informática.



Formada em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Internacional UNINTER, possui 3 anos de experiência em planejamento e execução de campanhas publicitárias em meios de mídia offline. Trabalhou como checking e mídia na CCZ, atendendo clientes como Sebrae, Sesc/Senac, Prefeitura de Ponta Grossa, Prefeitura de Almirante Tamandaré, entre outros. Há um ano trabalhando na Candy Shop, atende diversos clientes, entre eles Oxford Porcelanas, Tiendamia, WP LAB e Tintas Verginia.



Diretor de Atendimento

Eduardo Johnscher



Profissional de Marketing e Propaganda, graduado em Design de Produto pela UFPR, pós-graduado em Marketing pela FAE e MBA em Gestão Estratégica de empresas pela FAE, com experiência em formação e gerenciamento de equipes criativas e de performance. Possui 15 anos de experiência na área, atuando na coordenação e execução de campanhas publicitárias, gestão e negociação de fornecedores de comunicação, análise de dados, criação de campanhas publicitárias, criação de materiais publicitários online e offline, atendimento a clientes, planejamento de marketing, comunicação e mídia online e offline, Google Ads e Facebook Ads.



Head de Atendimento

Keyze Balchak Vaz



Formada em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário UniOpet, está há 10 anos no mercado e atuou nas principais agências de Curitiba. Entre os clientes atendidos estão: Rede Condor de Supermercados, Moncloa Tea Boutique, Sebrae, Governo do Estado do Paraná, Bourbon Hotéis & Resorts, Neodent, B&B Hotels, Junto Seguros, Pátio Batel e Oxford Porcelanas.



C

A

A

A

H w se



Formada em Design - Habilitação em Moda pela Universidade Tuiuti do Paraná e especialista em Administração pela PUCPR, atua no setor de comunicação há 10 anos. Esteve à frente do setor de Relações com o Mercado no Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade - IBQP, onde coordenou projetos com a Prefeitura Municipal de Curitiba, Itaipu Binacional, Volvo, SEBRAE, entre outros, e eventos como a Conferência Internacional das Cidades Inteligentes - CICI/2014, Fórum iCities e Prêmio MPE Brasil/PR. Atualmente trabalha com atendimento publicitário na Candy Shop.



Formada em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Curitiba (UniCuritiba), está há 5 anos no mercado e atuou nas principais agências de Curitiba: Master Publicidade, Heads Propaganda, CCZ Comunicação e atualmente na Candy Shop. Os principais clientes atendidos foram: Sebrae/PR, Governo do Estado do Paraná, Prefeitura de Curitiba, Britânia/Philco, Sicredi e Farmácias Nissei.





Cursa Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário UniOpet. Há 3 anos no mercado publicitário, atuou como atendimento publicitário em agências como Vivas Comunicação, Gpac e L3FT. Alguns dos clientes que vale destacar são: Grupo Marista, Electrolux e Volvo (Buses, Trucks, PVST e Seminovos).



Formada em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda pela UniOpet, atuou com foco em atendimento publicitário e gestão de tráfego tendo como clientes Rede Festival, Grupo Barigui, Paraná Clínicas e outros. Além disso, trabalhou como analista de marketing na Rede Condor, onde organizava pautas e demandas de comunicação ON e OFF, além de acompanhar todas as campanhas da rede.





Formada em Comunicação Social - Habilitação em Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Curitiba (UniCuritiba) e pós-graduada em Comunicação Digital e E-Branding pela PUCPR, está há mais de 5 anos no mercado e atuou como analista de marketing e atendimento publicitário em diversos setores, em especial o jurídico e empresarial. Alguns dos clientes que vale destacar foram: Dotti e Advogados, IAP (Instituto dos Advogados do Paraná), Shopping Jardim das Américas, Putz e Neodent.



SOCIAL MEDIA

01

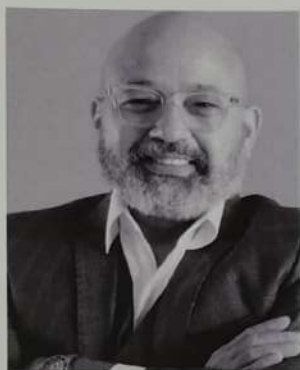


Fotógrafo formado pela Escola de Fotografia Portfólio, cursando Tecnologia em Marketing Digital na Uninter e com cursos de gestão, análise, estratégia e operacionalização de ferramentas, possui 15 anos de experiência na área de comunicação atuando em diversas frentes. Realizou produção de conteúdos para mídias sociais, estratégias de *social ads* e planejamento de marketing digital.



Diretor Comercial**Josimar Farias**

Formado em Administração pela Universidade Estadual da Paraíba, possui mais de 25 anos de experiência. Realizou e implementou estratégias comerciais de acordo com as metas e objetivos da empresa, além de pesquisas e análises de mercado para criar planos de negócios detalhados sobre oportunidades comerciais.

**Supervisora de Financeiro e Administrativo****Jussara de Jesus**

Formada em Administração pelo Centro Universitário UniOpet, atua com agências de publicidade há mais de 30 anos. Possui experiência em diversas áreas, como recepção, faturamento, departamento pessoal, mídia, área financeira e gerência administrativa e financeira.





Possui ensino médio completo e formação em Assistente Administrativo informática pela Escola Infotec Idiomas e Informática. Já atuou como recepcionista em escola de cursos profissionalizantes e academia de ginástica. Atualmente é recepcionista e auxiliar administrativa da Candy Shop.



C.

A

F.

D.

H

W

S

P



CANDYSHOP

Sweat &
Sweetness

CANDYSHOP . AG

INFRAESTRUTURA E
INSTALAÇÕES

Instalações físicas

A Loja Doce Publicidade Ltda. possui uma sede em Curitiba situada na Rua Dias da Rocha Filho, 87, no bairro Alto da XV. O prédio, de dois andares e terraço, possui 250m² e foi todo projetado para ser um espaço inspirador e funcional que privilegia a integração dos departamentos da agência e a comunicação entre colaboradores e que também atrai e encanta novos talentos e profissionais mais experientes.

Graças à essa estrutura, a Loja Doce Publicidade pode abrigar simultaneamente até 60 pessoas. Conta também com duas amplas e equipadas salas de reuniões, 6 salas de trabalho, recepção, cozinha, churrasqueira, quatro banheiros, sendo um para PNEs, e estacionamento próprio para até seis carros. Também possui sede em Maringá, em um moderno e bellissimo coworking com cinco postos de trabalho fixos podendo alocar até 20 colaboradores. Possui uma sala de reunião de uso agendado, uma sala de reunião compartilhada, recepção, auditório, estacionamento próprio e está localizada na Av. Carneiro Leão, 833 – Zona 4, para atendimento de clientes em Maringá e em Ivaiporã.

Sede Curitiba





C
A
J
S

8
W
217
28

Infraestrutura e recursos

Computadores com acessórios modelo IMAC	11
Monitores LCD	16
Notebooks marcas e modelos variados	25

Acesso à internet

Copel Fibra 150 megabytes
Link dedicado Horizons 15 megabytes
Rede wifi disponível com 03 pontos de roteador ubiquiti
60 pontos de rede disponíveis

Disponibilidade de armazenagem

Servidor principal de 06 TB
Servidor auxiliar 06 TB
Servidor de backup 10 TB

E-mail: G Suíte – Google

Switch de 48 portas	01
Switch de 24 portas	01
Nobreaks	
1500 VA	01
600 VA	01

Licenças Pacote Office e Adobe

Licença Pacote Office	35
Licença Pacote Adobe	15

Telefonia

Kit PABX com aparelho IP/SIP K	01
Kit PABX híbrido compacto (4x8)	01
Aparelhos de telefone sem fio digital	05

Impressoras

Locadas com a empresa Multicópias Brasil:

Impressora multifuncional Kyocera M2035 P&B	02
Impressora multifuncional Epson Color WFC 5790	01



CANDYSHOP

Sweat &
Sweetness

CANDYSHOP . AG

SISTEMÁTICA OPERACIONAL
DE ATENDIMENTO

A Candy Shop foi fundada há sete anos com um propósito bem claro: o de se tornar uma referência criativa e de inteligência estratégica em comunicação do nosso estado para o Brasil. Inspirada nas hotshops de Nova Iorque, Amsterdam e Londres, tem como principal diferencial uma estrutura ágil, verdadeiramente comprometida com os desafios e resultados dos seus clientes, estrutura dinâmica e adaptável para os mais diversos formatos de projetos bem como com as mudanças tecnológicas e novas frentes e especialidades que surgem por meio delas. Isso seria apenas um discurso se durante esse período a Candy Shop não alcançasse, já em seus 8 meses de vida, o reconhecimento da Meio & Mensagem, a maior publicação sobre marketing e publicidade do país, como o destaque criativo da região Sul, e não tivesse sido, por 8 vezes consecutivas em 6 anos, eleita a Agência do Ano no Paraná em Prêmios como Clube de Craição do Paraná, Prêmio Colunistas e Prêmio GRPCOM de Comunicação. O saldo dessas conquistas atingiu a impressionante marca de 198 medalhas e o reconhecimento em prêmios internacionais como o El Ojo Iberoamérica, maior festival de publicidade do continente, bem como 33 publicações na Archive, a mais prestigiada revista de publicidade e design do mundo, com sede na Bélgica. O poder estético dos trabalhos da Candy Shop chegou a mostras de design como a Bienal de Design por dois anos com três trabalhos para nossos clientes, como também duas medalhas no Prêmio Brasil Design, a premiação mais disputada de design do Brasil.

Nossas conquistas chamaram a atenção de grandes clientes locais, regionais, nacionais e até internacionais como Renault do Brasil, Oxford Porcelanas, Grupo e Fundação Boticário, Ouro Verde Transportes, Sicredi, Farmácias Nissei, GT Building, Romera, Daju, Barion, Comercial Ivaiporã, shoppings Pátio Batel e Avenida Center (Maringá), Mundo Livre e 98 FM, Tiendamia (Uruguai) e Shopping Mapy (Paraguai). A diversidade de segmentos e a grandeza da atuação desses clientes desenvolveram as mais diversas expertises em nossos departamentos, bem como a capacidade de resolução dos mais diversos desafios, sejam geográficos ou de meios offline e digitais para verbas diversas, o que tornou a Candy Shop uma agência múltipla em disciplinas, ágil, versátil, capaz e plural em conhecimento. Essas qualidades são utilizadas de forma harmônica e integrada. Todo projeto é analisado e a ele são dedicados os melhores perfis de profissionais com a maior capacidade de gerar o melhor resultado possível. Pesquisas, análises e insights são obrigatórios antes de um projeto chegar às mãos de nossos criativos, garantindo assim consistência, inteligência e pertinência da peça de comunicação ou campanha gerada.



Graças à credibilidade alcançada por todos os nossos diferenciais durante esses anos e bem demonstrados anteriormente é que foi possível expandir nossa atuação para a cidade de Maringá e a imediata conquista de dois importantes clientes locais: Shopping Avenida Center, o primeiro e mais tradicional shopping da cidade, e Comercial Ivaiporã, a maior rede de lojas de construção do estado. Além disso, em 2021 figuramos no ranking do CENP como a oitava maior agência do estado do Paraná. É importante frisar que durante todos os seus anos de existência, a Candy Shop respeitou todas as normas impostas pelos órgãos reguladores do nosso segmento e somos filiados às principais instituições, como SINAPRO-PR e CENP, além de contar com uma política própria de compliance. Zelamos, também, pelo excelente relacionamento com veículos e fornecedores, sempre por meio de processos e atitudes éticas. Dessa forma, criamos relacionamentos sólidos e de confiança mútua, para podermos oferecer e entregar qualidade, preço e prazo como poucos concorrentes.

A Candy Shop busca ser uma extensão da equipe de comunicação e marketing dos seus clientes sempre avaliando, de forma pró-ativa, as mudanças de mercado e sugerindo inovações e melhorias ao processo de trabalho que focam em antecipar tendências. Estar no dia a dia dos clientes é ponto crucial para o sucesso das entregas criativas e estratégicas de comunicação. Isso só é possível por estarmos sempre presentes na rotina dos clientes e imersos na resolução de problemas trabalhando sempre lado a lado.

Outro ponto primordial para a boa relação entre cliente e agência é o cumprimento de prazos, e estes são tratados como prioridade pela Candy Shop.

Sem burocratizar o processo, mas sem deixar de ter a qualidade no atendimento e prestação de serviços, seguimos as rotinas e obrigações conforme descritas, sempre deixando o modelo flexível de acordo com as necessidades dos clientes.

A Candy Shop compromete-se a realizar semanalmente com seus clientes as reuniões de follow-up, sejam presenciais ou online, para alinhamento de demandas ou tirar dúvidas. Além das reuniões semanais, mensalmente é feita uma análise estratégica das ações de atendimento, mídia, planejamento, produção e criação junto com a diretoria da agência para as eventuais correções de rumo e acompanhamento de investimentos.

Ci

Di

Sp

Re

h

Alinhamento interno

O primeiro passo, depois que o cliente nos cria uma demanda, é a reunião prévia com todos os futuros envolvidos no job para definições primárias e visão geral do projeto.

01

Briefing

02

Depois dos alinhamentos iniciais, é criado o briefing, documento destinado para cada departamento ou profissional envolvido no projeto.

Distribuição dos jobs

Uma vez que as demandas são documentadas, as tarefas são destinadas internamente para cada envolvido após uma reunião de pauta. Na Candy Shop utilizamos o modelo KANBAN (Trello e Publi) para a gestão de projetos.

03

Entregas e revisões

04

Com o briefing em mãos, os envolvidos passam a executar seu trabalho. Durante esse processo são feitas inúmeras reuniões de apresentação interna do andamento do projeto e os ajustes necessários antes da efetiva apresentação ao cliente.

Apresentação para o cliente

Com a campanha de acordo com a solicitação do cliente, é feita a apresentação, com os responsáveis de cada parte do job defendendo o que lhes cabe.

05

Finalização e veiculação

06

Depois da campanha aprovada pelo cliente, é feita a revisão e conferência de todos os materiais finalizados antes do envio aos veículos e fornecedores.

Alinhamento interno

Mensalmente são apresentados os relatórios das campanhas desenvolvidas no período. Para jobs com campanha online, além do relatório final de resultados, é feito o acompanhamento durante a campanha. Em alguns casos, se for do interesse do cliente, é enviado mensalmente o relatório de atividades e/ou a conferência de campanha.

07

Prazos

Criação de campanhas publicitárias	4 dias úteis
Criação de peças avulsas (flyers, folders, cartazes, placas, painéis, folhetos, anúncios e roteiros)	2 dias úteis
Elaboração de Plano de Mídia	2 dias úteis



**Sweat &
Sweetness**

CANDYSHOP . AG

**INFORMAÇÕES DE
MARKETING E COMUNICAÇÃO**

A Candy Shop colocará à disposição do Governo do Estado do Paraná as seguintes ferramentas:

Instituto Verificador de Comunicação **IVC**

IVC (Instituto Verificador de Comunicação):
certificação e informações de mídia impressa

KANTAR IBOPE MEDIA

Kantar Ibope Media e Ibope Instar Rádio:
audiência e planejamento de rádio

TGi

TGI (Target Group Index): pesquisa
comportamental de consumidor

IBOPE
media

Ibope Media Workstation:
audiência e planejamento de TV

KANTAR IBOPE MEDIA

Monitor Evolution

Monitor Evolution:
monitoramento de investimento publicitário

comscore

Comscore:
fornecimento de dados de pesquisa de marketing on-line

Geofusion
escala inteligente

Geofusion:
monitoramento de audiência de tráfego de mídia exterior
e pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e
controle de mídia

Ferramentas de marketing online

BUZZMONITOR

hi
platform

SEMRUSH

ekyte

shape

SUPERMETRICS

Google
Analytics

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2021/SECC

GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ

Atesto os conteúdos apresentados neste caderno.

Curitiba, 18 de março de 2022.



[Handwritten signature]

LOJA DOCE PUBLICIDADE LTDA

Eduardo Henrique Barboza Johnscher

Sócio-diretor

RG nº 6.621.589-0 SSP/PR





CANDYSHOP

Sweet &
Sweetness

CANDYSHOP . AG

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2021/SECC
GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ

Proposta Técnica - Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

Ci @ W
A J (21)
54



Sweat &
Sweetness

CANDYSHOP . AG

Relato 01
Verginia

CENÁRIO

O grupo Verginia atua como revenda e distribuidora de tintas, ferramentas e acessórios em Curitiba e Região Metropolitana desde o início dos anos 90 e se consolidou como uma das maiores redes do segmento nesse período. Porém, durante o ano de 2021, a pandemia da COVID-19 trouxe insegurança. A maior permanência das pessoas em casa devido ao isolamento fez o ambiente do lar ser revisto. Criar um ambiente seguro e agradável e que pudesse trazer conforto, aconchego e esperança passou a fazer parte da vida das pessoas, acelerando o processo de *cocooning*, tendência de transformar espaços domésticos em verdadeiros casulos no mais alto grau de autossuficiência possível a fim de evitar o contato com o mundo exterior. Ao entender esse comportamento e reconhecer o potencial das cores – e tintas – em influenciar a psique humana, a Verginia criou mecanismos para fazer sentido nesse novo modo de vida, proporcionando bem-estar através das cores, efetuando uma venda mais consultiva para que o *do it yourself* fosse mais prazeroso e descomplicado, incentivando a compra e a recompra também de acessórios e ferramentas para pintura.

ESTRATÉGIA TÁTICA E RESOLUÇÃO DOS PROBLEMAS

A Candy Shop recebeu o desafio de construir uma nova estratégia de comunicação para o ano 2021 e definir como a Verginia poderia se comunicar em um momento tão delicado. Foi então que criamos o novo posicionamento “A vida no seu novo tom”, incentivando todos a transformarem seu cotidiano em dias melhores. Na identidade visual, a Candy Shop trabalhou na humanização da marca, com fotos e filmes que transmitiram que nesse novo momento, novos tons fossem inseridos na vida das pessoas, mostrando que os novos tempos pedem novas cores e fazendo o consumidor se sentir parte da marca, trazendo nas peças criativas diferentes situações do cotidiano.

Como estratégia de mídia, iniciamos as veiculações em meios de alta cobertura e que também fossem consumidos dentro de casa: TV, rádio, portais e redes sociais. Utilizamos mídia avulsa em emissoras de rádio e TV e mantivemos veiculação perene em Google Ads, Search, Google Shopping, Facebook e Instagram. Após, iniciamos projetos de contextualização da marca na programação dos veículos de comunicação, como o patrocínio do quadro “Repaginando com André Henning”, na RIC TV de Curitiba, onde o arquiteto reformava um ambiente da casa de um

DocuSigned by:

Eduardo Henrique Barboza Johnscher

DocuSigned by:

EDUARDO BATHEE

telespectador. Patrocinamos o quadro "Eu organizo com você" do programa Band Mulher, ações de merchandising no break do programa Show de Bola da Rede Massa e em um projeto da Band News FM que discorria sobre a importância da reciclagem de materiais descartados, mostrando o projeto Coleta Colorida. Com a flexibilização da circulação de pessoas, investimos em veículos de mídia exterior, como outdoors, frontlights, mobiliários urbanos, busdoor e monitores dentro de ônibus. Também estivemos presentes no meio impresso com ações na Revista Pinó e Topview visando impactar arquitetos e decoradores.

RESULTADOS

Os números alcançados impressionam ainda mais considerando os cenários expostos e são fruto de um complexo sistema de ferramentas de marketing que engloba comunicação On e Off, Endomarketing, Assessoria de Imprensa, Relações Públicas, Ações em PDV, Ações Sociais, Educação Corporativa, Eventos, Design de Serviços e Design de Loja. Tudo isso proporcionou à Verginia um crescimento de 28% em faturamento, contra 5,7% do faturamento do varejo material de construção, e impressionantes 30% em participação de mercado. Em 2021 foram atendidas mais de 100.000 pessoas e aberto um novo mercado, Florianópolis, em um primeiro momento com uma loja, e onde, devido ao grande sucesso, a segunda e terceira lojas já foram inauguradas, ambas com desempenho acima da média de vendas em se tratando de nova loja.

O desempenho é notório tanto pela diretoria da empresa quanto pelos grandes players do setor e mercado em geral. Referência e inspiração nacional, a estratégia de comunicação e posicionamento da Verginia é reconhecida e valorizada por grandes fabricantes como Suvinil e Coral, que a utilizam como exemplo real ao compartilhar boas práticas e planejamento para clientes de todo o país.

Atesto o relato apresentado.

Curitiba, 18 de março de 2022.

DocuSigned by:

EDUARDO BATHKE

1A3B488DF88A41C...

COMÉRCIO DE TINTAS MATERIAL
ELÉTRICO E HIDRÁULICO VERGINIA LTDA

Eduardo Bathke

Gestor de Estratégia e Projetos

DocuSigned by:

Eduardo Henrique Barboza Johnscher

E5B74F517534437...

LOJA DOCE PUBLICIDADE LTDA
Eduardo Henrique Barboza Johnscher
Sócio-diretor

Responsável pela elaboração deste relato

Título: Filme - A vida no seu novo tom - 30"

Indicação sucinta do problema de comunicação: Material criado para comunicar o novo significado de momentos da nossa rotina na pandemia, incentivando a transformar o cotidiano em dias melhores, mostrando que os novos tempos pedem novas cores, fazendo o consumidor se sentir próximo da marca.

Licitante: Candy Shop

Cliente: Verginia

Título: Filme - A vida no seu novo tom

Data de produção: janeiro de 2021

Período de veiculação: março a maio de 2021

Distribuição: Curitiba e Ponta Grossa

Veículos que divulgaram a peça: RPC TV, Record e SBT

Obs: material no pendrive anexo.



Título: Spot - A vida no seu novo tom - 30"	
--	--

Indicação sucinta do problema de comunicação: Material eletrônico criado para comunicar o novo significado de momentos da nossa rotina na pandemia, incentivando a transformar o cotidiano em dias melhores, mostrando que os novos tempos pedem novas cores, fazendo o consumidor se sentir próximo da marca.

Licitante: Candy Shop

Cliente: Verginia

Título: Spot - A vida no seu novo tom

Data de produção: fevereiro de 2021

Período de veiculação: março a julho de 2021

Distribuição: Curitiba e Ponta Grossa

Veículos que divulgaram a peça: Transamérica, Jovem Pan, Ouro Verde FM, Band News FM, Mundi FM e Massa FM

Obs: material no pendrive anexo.

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

Título: Anúncio Revista - A vida no seu novo tom - Formato: 46x32cm

Indicação sucinta do problema de comunicação: Anúncio de revista criado para edição de Dia das Mães com objetivo de dar visibilidade aos atributos da Verginia.

Licitante: Candy Shop

Cliente: Verginia

Título: Anúncio Revista - A vida no seu novo tom

Data de produção: abril de 2021

Período de veiculação: maio de 2021

Distribuição: Curitiba

Veículo que divulgou a peça: Revista Pinó



Um novo tom para sua vida começa na

Verginia

Você pode escolher construir, mudar ou renovar. Não importa o que pintar de novo na sua vida, nós temos o tom certo para ela.

Visite uma de nossas lojas para conversar com nossos especialistas em tintas ou compre de onde preferir pelo nosso site ou telefone.

Aproveite os benefícios que só uma das maiores distribuidoras e revendedoras de tintas do Brasil pode oferecer:

- Atendimento personalizado
- Consultoria e suporte técnico
- Compre de qualquer lugar, pelo site ou telefone
- Venda direta da fábrica
- Entrega em até 24h para Curitiba e Região Metropolitana

www.tintasverginia.com.br

VERGINIA
A VIDA NO SEU TOM

Título: Vinheta MídiaPlan - A vida no seu novo tom - 15"

Indicação sucinta do problema de comunicação: Vinheta criada com objetivo de divulgar os atributos da Verginia nas telas dos terminais de ônibus em Curitiba.

Licitante: Candy Shop

Cliente: Verginia

Título: Vinheta MídiaPlan - A vida no seu novo tom - 15"

Data de produção: maio de 2021

Período de veiculação: junho de 2021

Distribuição: Curitiba

Veículo que divulgou a peça: MídiaPlan



Confira os benefícios da Verginia para você:

- ✓ As melhores marcas e produtos
- ✓ Consultoria e suporte técnico.
- ✓ Atendimento personalizado.
- ✓ Compre de qualquer lugar, pelo site ou WhatsApp.



Vá até uma de nossas 30 lojas ou entre em contato com nossos especialistas:

www.tintasverginia.com.br
41 98808-1229

 /tintasverginia
 @tintas.verginia



Título: Banner - A vida no seu novo tom - 300x600px

Indicação sucinta do problema de comunicação: Banner criado com objetivo de divulgar os atributos da Verginia para o público de arquitetos e pessoas que gostam de decoração.

Licitante: Candy Shop

Cliente: Verginia

Título: Vinheta Banner - A vida no seu novo tom - 300x600px

Data de produção: janeiro de 2021

Período de veiculação: fevereiro a abril de 2021

Distribuição: Curitiba

Veículo que divulgou a peça: Gazeta do Povo (Haus)





Sweat &
Sweetness

CANDYSHOP . AG

Relato 02
Sicredi

CENÁRIO

O Sicredi tem mais de 118 anos de uma linda história construída sob o poder do cooperativismo. Durante esses anos, a imagem de um banco ligado ao agronegócio se fortaleceu e trouxe ao Sicredi um crescimento sólido, mas a imagem de um banco "agro" dificultava a entrada ou a expansão do Sicredi em grandes centros urbanos e em especial em capitais.

O Sicredi já possuía agências em Curitiba, mas mirava em um ambicioso plano de expansão e precisava se consolidar como um banco que ajuda bairros, pessoas e comunidades a se desenvolverem tão bem quanto agricultores, produtores rurais e cooperativas pelo interior afora.

ESTRATÉGIA E RESOLUÇÃO DOS PROBLEMAS

O nosso desafio era desconstruir a imagem de um banco essencialmente "agro" em Curitiba, mostrar ao público os benefícios do Sicredi em ser uma cooperativa e fazer as pessoas entenderem que o Sicredi tem como missão desenvolver lugares e pessoas onde está inserido.

O objetivo era ter uma campanha massiva e com o maior alcance possível e com a mensagem "Mais Sicredi para um é mais Sicredi para todos" buscamos demonstrar o poder de se cooperar. Que o sucesso e o cuidado que temos com um indivíduo, reflete de forma direta na vida de outro. Quando o Sicredi viabiliza crédito para uma empresa, gera emprego para alguém. Quando alguém prospera, todos prosperam. Mensagens teasers da campanha como: "Que tal um banco que contribui com o desenvolvimento da sua comunidade?", "Que tal um banco que divide os lucros com você?", ou "Que tal um banco que oferece aulas de educação financeira em seu bairro?" foram espalhadas pela cidade em mobiliários urbanos, fronts e top sights, comerciais de TV e spots de rádio. Outras duas ondas de mídia semelhantes à primeira traziam a revelação da marca Sicredi e traziam exemplos genéricos, mas práticos, do discurso como: "Mais Sicredi para o Batel são mais projetos sociais para a Gabriela." E na terceira fase usamos clientes reais e exemplos reais de

DocuSigned by:

Eduardo Henrique Barbosa Jolmscher

E5B74F517534437...

DocuSigned by:

Claudia Barbosa

B0EBE9BF1E5F42B...

como o Sicredi mudou de fato a vida de pessoas e empresários locais como: "Mais investimento para a Saint Germain (Panificadora) é mais lazer para a nossa cidade."

RESULTADOS

Os resultados da campanha foram expressivos e demonstram o alto poder de compreensão da mensagem bem como a assimilação dos diferenciais do Sicredi perante outras instituições financeiras. O volume de contas abertas em relação ao ano anterior mais que dobrou. De 262 contas abertas até julho de 2020 alcançamos 585 em julho de 2021. A captação de leads também cresceu de 154 para 236 no mesmo período.

Atesto o relato apresentado.

Curitiba, 18 de março de 2022.

DocuSigned by:

Claudia Barbosa

B0EBE96F1E5F426...

COOPERATIVA DE CRÉDITO, POUPANÇA
E INVESTIMENTO CA
Claudia Barbosa
Gerente de Comunicação e Marketing

DocuSigned by:

Eduardo Henrique Barboza Johnscher

E5B74F517534437...

LOJA DOCE PUBLICIDADE LTDA
Eduardo Henrique Barboza Johnscher
Sócio-diretor
Responsável pela elaboração deste relato

Título: Filme - Fase 1/Teaser - 15"

Indicação sucinta do problema de comunicação: Filme criado para a fase 1 da campanha, com objetivo de questionar o público sobre os bancos em geral, fazendo com que ele reflita sobre o que seu banco faz de fato por ele.

Licitante: Candy Shop

Cliente: Sicredi

Título: Filme - Fase 1/Teaser - 15"

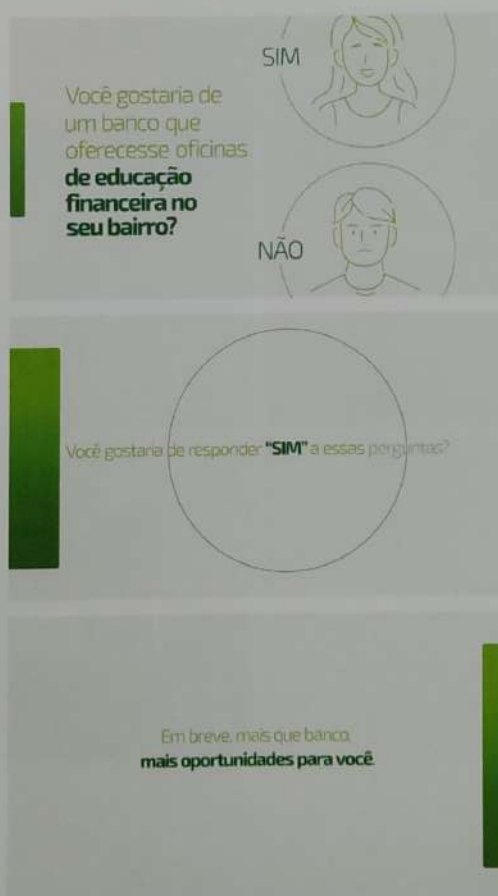
Data de produção: fevereiro de 2021

Período de veiculação: março de 2021

Distribuição: Curitiba

Veículo que divulgou a peça: RPC TV

Obs: material no pendrive anexo.



Título: Filme - Fase 2/Entrega - 30"

Indicação sucinta do problema de comunicação: Filme criado para a fase 2 da campanha, chamada de fase entrega, onde é revelado o conceito criativo e a marca, além de se mostrarem argumentos racionais que respondam aos questionamentos levantados na fase teaser.

Licitante: Candy Shop

Cliente: Sicredi

Título: Filme - Fase 2/Entrega - 30"

Data de produção: março de 2021

Período de veiculação: abril de 2021

Distribuição: Curitiba

Veículo que divulgou a peça: RPC TV

Obs: material no pendrive anexo.



Título: Filme - Fase 3/Humanização - 30"

Indicação sucinta do problema de comunicação: Filme criado para a fase 3 da campanha, chamada humanização, cujo objetivo é mostrar a diferença que o Sicredi pode fazer na vida dos seus associados, com histórias reais para gerar identificação entre o público e a mensagem.

Licitante: Candy Shop

Cliente: Sicredi

Título: Filme - Fase 3/Humanização - 30"

Data de produção: maio de 2021

Período de veiculação: junho, agosto e outubro de 2021

Distribuição: Curitiba

Veículo que divulgou a peça: RPC TV

Obs: material no pendrive anexo.



Título: MUB - Inauguração Agência Mercês - 1,20x1,80m

Indicação sucinta do problema de comunicação: MUB criado para divulgar a nova agência localizada no bairro Mercês, sempre fortalecendo a mensagem principal da campanha: quanto mais Sicredi, mais crédito para o negócio local. Esse material ficou exibido apenas no bairro Mercês.

Licitante: Candy Shop

Cliente: Sicredi

Título: MUB - Inauguração Agência Mercês

Data de produção: maio de 2021

Período de veiculação: maio de 2021

Distribuição: Curitiba (Mercês)

Veículo que divulgou a peça: Clear Channel



Título: Spot - Sicredi. Mais que banco - 30"	
---	--

Indicação sucinta do problema de comunicação: Material eletrônico criado para comunicar a diferença que o Sicredi pode fazer na vida dos seus associados, mostrando o poder da cooperativa, onde o sucesso e o cuidado com um indivíduo refletem de forma direta na vida de outro.

Licitante: Candy Shop

Cliente: Sicredi

Título: Spot - Sicredi. Mais que banco - 30"

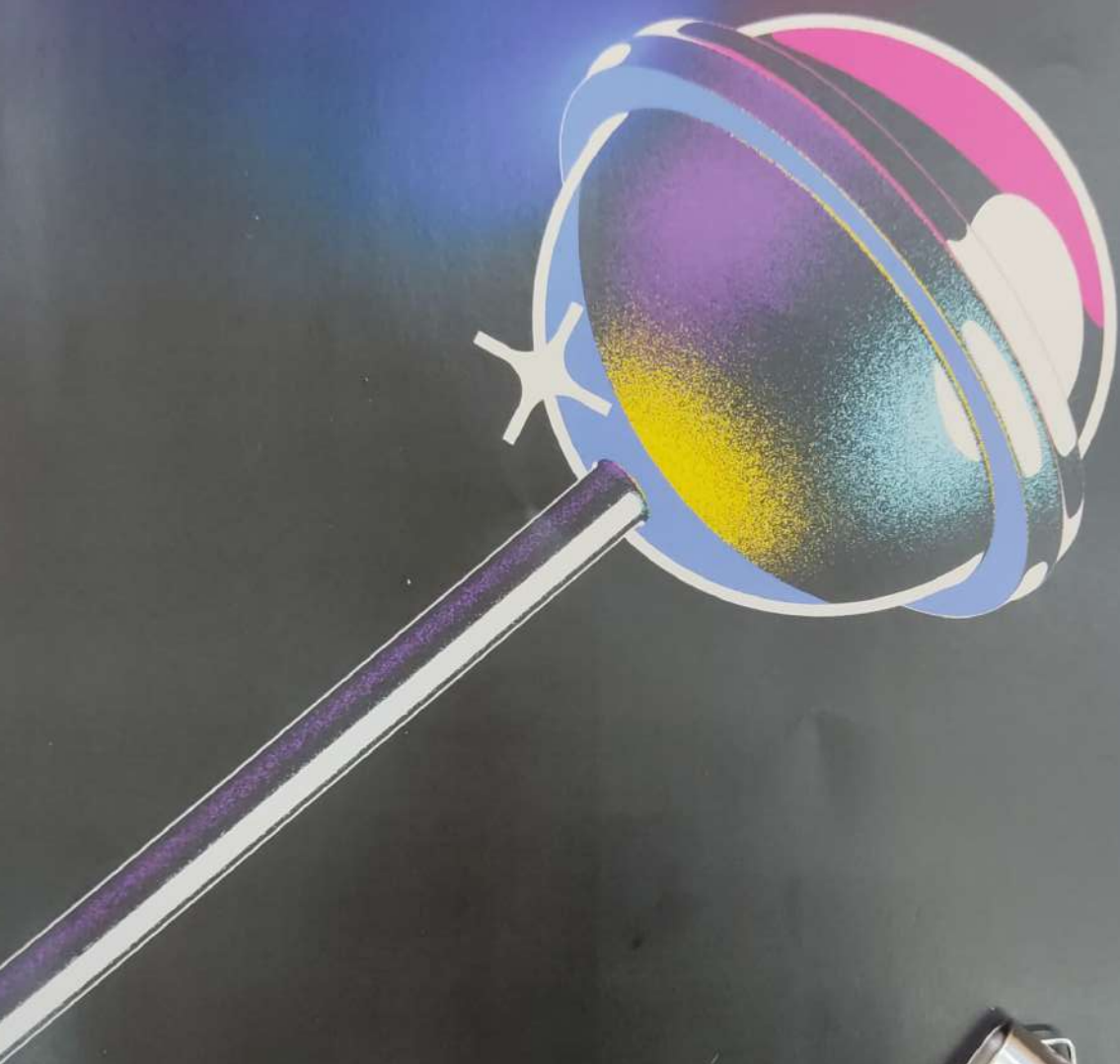
Data de produção: maio de 2021

Período de veiculação: junho a dezembro de 2021

Distribuição: Curitiba

Veículos que divulgaram a peça: Jovem Pan e 98 FM

Obs: material no pendrive anexo.



**Sweat &
Sweetness**

CANDYSHOP . AG



**MATERIAIS ELETRÔNICOS NO
PEN DRIVE**



MATERIAIS ELETRÔNICOS NO PEN DRIVE

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2021/SECC
GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ

Atesto os conteúdos apresentados neste caderno.
Curitiba, 21 de março de 2022.



[Handwritten signature]

LOJA DOCE PUBLICIDADE LTDA
Eduardo Henrique Barboza Johnscher
Sócio-diretor
RG nº 6.621.589-0 SSP/PR

Rua Emiliano Perineta, 160 - Curitiba - PR - CEP 80.010-050
6.º Tabelionato de Notas 41 3232-2104 | www.6notas.com.br | falecosasco@6notas.com.br
Tabelião: Daniela Christina Schweigert de Miranda

Reconheço por SEMELHANÇA a(s) firma(s) de:
[5nMFDb81] - EDUARDO HENRIQUE BARBOZA JOHNSCHER.

Em testemunho da verdade,
CURITIBA, 28 de Março de 2022
114-TIAGO APARECIDO SOARES ZIGNANI-ESCREVENTE
Valde esse selo em: <http://funarpen.com.br>
FUNARPEN - SELO DIGITAL: 1389X.unqN.4v4sl-JqFbV.msxtD



[Handwritten initials and marks]



CANDYSHOP

Sweat &
Sweetness

CANDYSHOP . AG

REPERTÓRIO

Filme Britânia - Ventus 10 - 30"

Indicação sucinta do problema de comunicação: Filme criado para divulgar o lançamento de um novo produto da Britânia, o ventilador Ventus 10. Atrélendo o nome do produto a suas funcionalidades, mostramos que, além de um ventilador de 10 pás, ele também é 10 em força, 10 em tecnologia, 10 em potência, 10 em vento e 10 em silêncio.

Licitante: Candy Shop

Cliente: Britânia

Título: Filme Britânia - Ventus 10 - 30"

Data de produção: janeiro de 2021

Período de veiculação: janeiro de 2021

Distribuição: nacional

Veículo que divulgou a peça: YouTube

Obs: material no pendrive anexo.



Handwritten signatures and initials in blue ink, including a large 'S' and 'C'.

Filme FAE - Vestibular Inverno - 30"

Indicação sucinta do problema de comunicação: Filme criado para divulgar o Vestibular de Inverno de 2020 do Centro Universitário FAE, apresentando o conceito de que o mundo está mudando e esse novo mundo precisa de novos líderes, novas formações e com isso a FAE prepara futuros universitários para essas novas mudanças.

Licitante: Candy Shop

Cliente: Centro Universitário FAE

Título: Filme FAE - Vestibular Inverno - 30"

Data de produção: abril de 2020

Período de veiculação: junho de 2020

Distribuição: Curitiba

Veículo que divulgou a peça: RPC TV

Obs: material no pendrive anexo.



Handwritten signature

Handwritten mark

Handwritten signature

Handwritten signature

Filme - Mundo Livre - 30"

Indicação sucinta do problema de comunicação: Através de um VT de 30", mostramos que a Mundo Livre também é uma rádio maringaense e que por mais que seja sem fronteiras, eles possuem o DNA de Maringá.

Licitante: Candy Shop

Cliente: Mundo Livre

Título: Filme - Mundo Livre - 30"

Data de produção: setembro de 2021

Período de veiculação: setembro de 2021

Distribuição: Maringá

Veículo que divulgou a peça: RPC TV

Obs: material no pendrive anexo.



Handwritten signatures and initials on the right side of the page.

Filme - Oxford - 30"

Indicação sucinta do problema de comunicação: Lembrança de marca através de campanha anual, utilizando slogan do cliente como conceito base, "Imagine Sempre Mais", e lançando a nova linha de produtos, transmitindo a ideia de que com a Oxford na cozinha é possível viajar o mundo e usar a imaginação.

Licitante: Candy Shop

Cliente: Oxford Porcelanas S/A

Título: Filme - Oxford - 30"

Data de produção: abril de 2021

Período de veiculação: abril a dezembro de 2021

Distribuição: Nacional

Veículos que divulgaram a peça: GNT e Band

Obs: material no pendrive anexo.



Handwritten signature and initials.

Handwritten signature and initials.

Handwritten signature and initials.

Post - Lacta - 1080x1080px

Indicação sucinta do problema de comunicação: Peça criada com o objetivo de mostrar que os sorvetes Lacta estão mais cremosos do que nunca, além de apresentar a combinação perfeita de texturas nos sabores Diamante Negro, Laka Oreo e Sonho de Valsa.

Licitante: Candy Shop

Cliente: Lacta

Título: Post - Lacta - 1080x1080px

Data de produção: janeiro de 2021

Período de veiculação: janeiro de 2021

Distribuição: nacional

Veículos que divulgaram a peça: Facebook e Instagram



Outdoor - Shopping Avenida Center - 9x3m

Indicação sucinta do problema de comunicação: Depois do cenário de pandemia que vivemos, essa foi a primeira grande campanha do Shopping Avenida Center de portas abertas. O principal objetivo por trás desse conceito era mostrar aos clientes que dias melhores estão por vir e que a comunicação trouxesse esse sentimento de "recomeço", viver o presente.

Licitante: Candy Shop

Cliente: Shopping Avenida Center - Maringá

Título: Outdoor - Natal - Shopping Avenida Center

Data de produção: novembro de 2021

Período de veiculação: novembro e dezembro 2021

Distribuição: Maringá

Veículos que divulgaram a peça: Rede Outdoor e Projeção Outdoor



Anúncio Revista - Sales And Leaseback - 21x28cm

Indicação sucinta do problema de comunicação: Material de comunicação criado para comunicar um serviço oferecido pela Ouro Verde, o Sale and Leaseback, cujo objetivo é comprar a frota da empresa e locar de volta, sendo uma opção vantajosa para empresas que precisam aumentar o capital do negócio e reduzir custos operacionais.

Licitante: Candy Shop

Cliente: Ouro Verde Transportadora

Título: Anúncio Revista - Sales And Leaseback

Data de produção: abril de 2021

Período de veiculação: abril a junho de 2021

Distribuição: Londrina

Veículo que divulgou a peça: Revista PARAR

**Sale & Leaseback
Ouro Verde.**

A melhor forma de manter a frota de sua empresa sem ter que se preocupar com ela.

Com o Sale & Leaseback Ouro Verde, nós compramos a frota de sua empresa e locamos novamente para você.

Além de gerar liquidez para os ativos e aumentar o capital de sua empresa, você pode reinvestir em seu negócio e reduzir os custos operacionais da frota imobilizada.

Tudo de forma simples e segura, com o suporte e serviços da Ouro Verde.

OUROVERDE.NET.BR

OUROVERDE

Anúncio Revista - Nervocalm - 22,5 x 30,2cm

Indicação sucinta do problema de comunicação: Peça criada com objetivo de divulgar o medicamento indicado para auxiliar no tratamento dos sintomas da ansiedade leve e insônia.

Licitante: Candy Shop

Cliente: WP Lab

Título: Anúncio Revista - Nervocalm

Data de produção: fevereiro de 2020

Período de veiculação: março 2020

Distribuição: nacional

Veículo que divulgou a peça: Revista Caras



Post - Aplicativo Meu Sebrae - Post 1080x1080px

Indicação sucinta do problema de comunicação: Campanha online desenvolvida para comunicar o Aplicativo Meu Sebrae e mostrar a aproximação da marca Sebrae/PR com o seu público.

Licitante: Candy Shop

Cliente: Sebrae/PR

Título: Aplicativo Meu Sebrae

Data de produção: outubro de 2020

Período de veiculação: novembro de 2020

Distribuição: Paraná

Veículos que divulgaram a peça: Facebook e Instagram



Handwritten signatures and initials on the right side of the page.

Handwritten initials 'SL' and a circled '23' on the bottom left.

Handwritten signatures and initials on the bottom right.

Painel - Dia das Mães Pátio Batel - 7,5x5m

Indicação sucinta do problema de comunicação: Para a campanha de Dia das Mães do Shopping Pátio Batel, a mídia exterior foi utilizada como reforço do conceito de shopping único, despertando o desejo de realizar novas experiências em compras, além de homenagear as mães nesta data dedicada a elas.

Licitante: Candy Shop

Cliente: Shopping Pátio Batel

Título: Painel - Dia das Mães Pátio Batel

Data de produção: abril de 2020

Período de veiculação: maio de 2020

Distribuição: Curitiba

Veículos que divulgaram a peça: Favretto, JCDecaux e Outdoormedia



[Handwritten signature]

[Handwritten signature]

[Handwritten signature]



**Sweat &
Sweetness**

CANDYSHOP . AG



**MATERIAIS ELETRÔNICOS NO
PEN DRIVE**



MATERIAIS ELETRÔNICOS NO PEN DRIVE

CONCORRÊNCIA PÚBLICA Nº 001/2021/SECC
GOVERNO DO ESTADO DO PARANÁ

Atesto os repertórios apresentados neste caderno.
Curitiba, 20 de março de 2022.



Eduardo Henrique Barboza Johnscher

LOJA DOCE PUBLICIDADE LTDA
Eduardo Henrique Barboza Johnscher
Sócio-diretor
RG nº 6.621.589-0 SSP/PR

