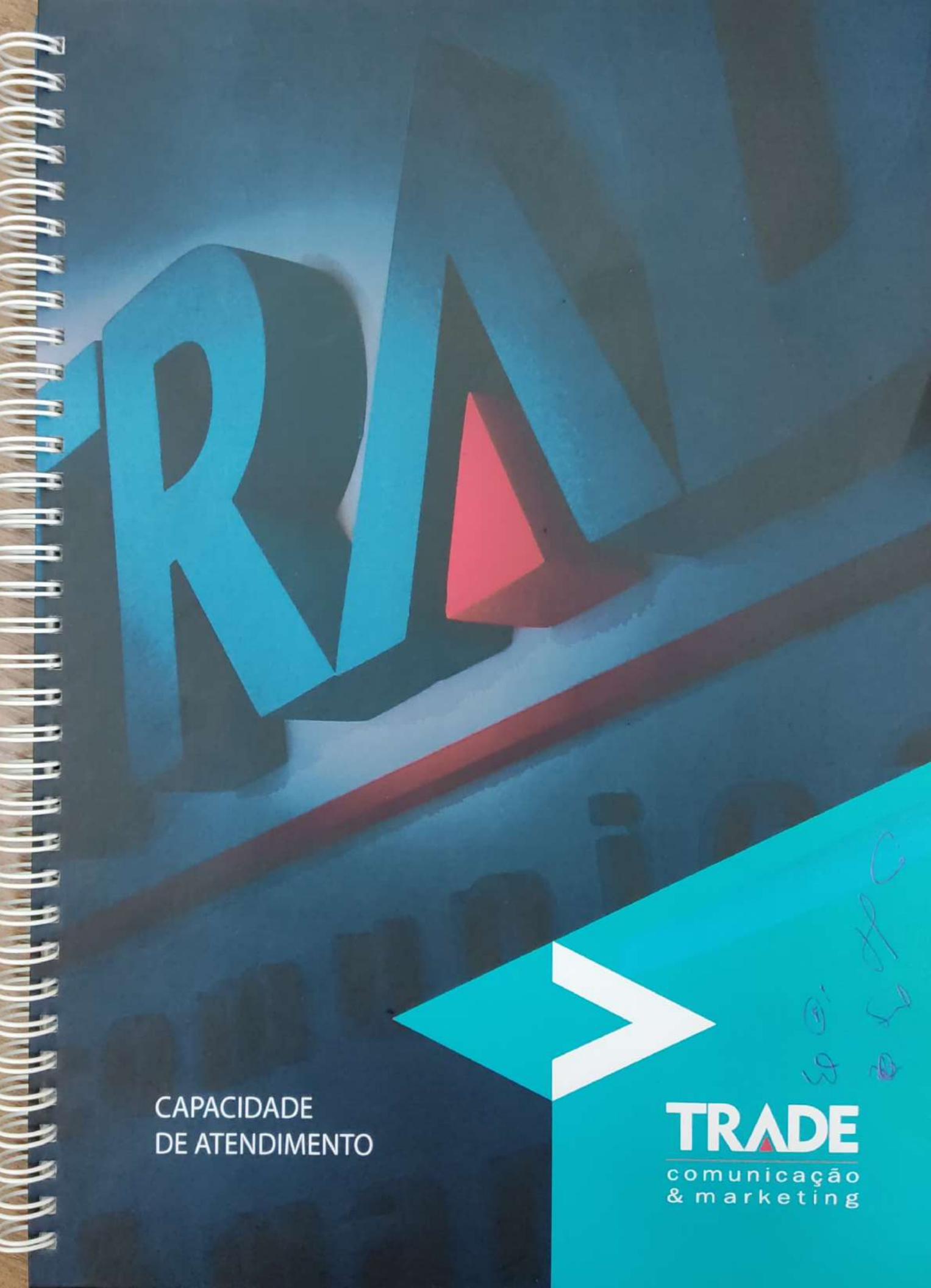


CAPACIDADE
DE ATENDIMENTO

TRADE
comunicação
& marketing

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO
Concorrência Pública nº 001/2021/SECC

a) Relação nominal dos seus 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, e em 2003, iniciou o processo de especialização em comunicação pública e hoje é referência em atendimento de contas públicas em especial no Paraná e toda região sul do país.

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

Principais Clientes

Assembleia Legislativa do Paraná

Início: outubro/2019 – vigente.
Ramo de atividade: legislativo estadual.
Serviço: legislação estadual.

SENAC - PR

Início:
- novembro/2019 a julho/2020.
- novembro/2020 – 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 – vigente.

Ramo de atividade: serviço social.
Serviço: criar oportunidades por meio do acesso à cultura, educação, saúde, esporte, lazer e assistência.

Prefeitura Municipal de Foz do Iguaçu

Início:
- novembro/2009 a novembro/2014.
- janeiro/2015 a janeiro/2017.
- fevereiro/2019 – vigente.

Ramo de atividade: governo municipal.
Serviço: serviços públicos.

Prefeitura Municipal de São José dos Pinhais

Início:
- março/2014 a março/2019.
- junho/2019 – vigente.

Ramo de atividade: governo 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 – vigente.

Ramo de atividade: governo municipal.
Serviço: serviços públicos.

Prefeitura Municipal de Campo Largo

Início: março/2018 - vigente.
Ramo de atividade: governo municipal.
Serviço: serviços públicos.

Prefeitura Municipal de Piraquara

Início:
- janeiro/2014 a janeiro/2016.
- janeiro/2019 a janeiro/2020
- março/2021 – vigente.

Ramo de atividade: governo municipal.
Serviço: serviços públicos.

Prefeitura Municipal de Colombo

Início:
- 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: governo municipal.
Serviço: serviços públicos.

Prefeitura Municipal de Campina Grande do Sul

Início: fevereiro/2018 – vigente.
Ramo de atividade: governo municipal.
Serviço: serviços públicos.

Prefeitura Municipal de Mandirituba

Início: fevereiro/2018 – vigente.
Ramo de atividade: governo municipal.
Serviço: serviços públicos.

Prefeitura Municipal de Campo Magro

Início: outubro/2019 – vigente.
Ramo de atividade: governo municipal.
Serviço: serviços públicos.

Prefeitura Municipal de Paranaguá

Início: março/2018 – vigente.
Ramo de atividade: governo municipal.
Serviço: serviços públicos.

Prefeitura Municipal de Telêmaco Borba

Início:
- maio/2014 a dezembro/2016.
- agosto/2018 – vigente.

Ramo de atividade: governo municipal.
Serviço: serviços públicos.

Prefeitura Municipal de Arapongas

Início:
- junho/2006 a dezembro/2008.
- junho/2015 a agosto/2016.
- agosto/2017 – vigente.

Ramo de atividade: governo municipal.
Serviço: serviços públicos.

Prefeitura Municipal de Apucarana

Início:
- setembro/2014 a setembro/2019.
- setembro/2019 - vigente.

Ramo de atividade: governo municipal.
Serviço: serviços públicos.

Prefeitura Municipal de Guarapuava

Início: novembro/2018 - vigente.
Ramo de atividade: governo municipal.
Serviço: serviços públicos.

Prefeitura Municipal de Paranavaí

Início:
- dezembro/2013 a dezembro/2018.
- agosto/2019 – vigente.

Ramo de atividade: governo municipal.
Serviço: serviços públicos.

Prefeitura Municipal de Cianorte

Início:
- novembro/2009 a fevereiro/2015.
- fevereiro/2015 a março/2020.
- julho/2020 – vigente.

Ramo de atividade: governo municipal.
Serviço: serviços públicos.

Prefeitura Municipal de Jaguariaíva

Início: novembro/2021 - vigente.
Ramo de atividade: governo municipal.
Serviço: serviços públicos.

Prefeitura Municipal de Ivaiporã

Início: dezembro/2021 - vigente.
Ramo de atividade: governo municipal.
Serviço: serviços públicos.

Prefeitura Municipal de União da Vitória

Início: fevereiro/2022 – vigente.
Ramo de atividade: governo municipal.
Serviço: serviços públicos.

Prefeitura Municipal de Almirante Tamandaré

Início: fevereiro/2022 – vigente.
Ramo de atividade: governo municipal.
Serviço: serviços públicos.

Prefeitura Municipal de Wenceslau Braz

Início: fevereiro/2022 - vigente.
Ramo de atividade: governo municipal.
Serviço: serviços públicos.

Prefeitura Municipal de Londrina

Início:
- julho/2007 a novembro/2008.
- julho/2018 a julho/2019.
- março/2022 - vigente.

Ramo de atividade: governo municipal.
Serviço: serviços públicos.

Câmara Municipal de Foz do Iguaçu

Início: dezembro/2019 - vigente.
Ramo de atividade: legislativo municipal.
Serviço: legislação municipal.

Câmara Municipal de Colombo

Início:
- novembro/2007 a fevereiro/2009.
- março/2009 a março/2011.
- março/2011 a março/2016.
- maio/2016 a maio/2021.
- agosto/2021 – vigente.

Ramo de atividade: legislativo municipal.
Serviço: legislação municipal.

Câmara Municipal de Apucarana

Início:
- junho/2013 a dezembro/2014.
- junho/2018 – vigente.

Ramo de atividade: legislativo municipal.
Serviço: legislação municipal.

Câmara Municipal de Cianorte

Início: julho/2019 – vigente.
Ramo de atividade: legislativo municipal.
Serviço: legislação municipal.

CRO PR – Conselho Regional de Odontologia do Paraná

Início:
- fevereiro/2016 a janeiro/2020.
- janeiro/2020 – vigente.

Ramo de atividade: entidade de classe.
Serviço: regulamentação das atividades dos profissionais de odontologia do Paraná.

CRF PR – Conselho Regional de Farmácia do Paraná

Início:
- novembro/2011 a dezembro/2012.
- janeiro/2013 a dezembro/2017.
- janeiro/2018 – vigente.

Ramo de atividade: entidade de classe.
Serviço: regulamentação das atividades dos profissionais de farmácia do Paraná.

CREA PR – Conselho Regional de Engenharia e Agronomia do Paraná

Início:
- 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.

Casteval Construtora e Incorporadora

Início: agosto/1993 – vigente.
Ramo de atividade: construção civil.
Produto: construtora de imóveis residenciais.

ADEMI PR – Associação dos Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário no Estado do Paraná

Início: julho/2017 – vigente.
Ramo de atividade: entidade de classe.
Produto: incorporação imobiliária.

Paysage Corpal

Início: fevereiro/2020 – vigente.
Ramo de atividade: construção civil.
Produto: construtora e incorporadora de imóveis.

Construtora Alberti e Furuya

Início: outubro/2020 – vigente.
Ramo de atividade: construção civil.
Produto: lançamento Ambientale Condomínio Horizontal.

Grupo De Amorim

Início: maio/2021 – vigente.
Ramo de atividade: construção de obras.
Produto: obras públicas e privadas.

Imobcom

Início: maio/2021 – vigente.
Ramo de atividade: incorporador Imobiliário.
Produto: lançamento Residencial Roc 476.

b) Quantificação e qualificação 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 40 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 38 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.

Scheila Rorato
Gerente Operacional

Graduada em Administração (UPFR) e pós-graduada em Marketing (UFPR). Trabalha há 29 anos na área de planejamento, pesquisa e licitação. Trabalhou na Behavior Análises e Tendências e na Exclam Comunicação, coordenando projetos de pesquisa para clientes como Cocamar, Sercomtel Telefonia, Catuaí Shopping Center, Grupo Barigui, entre outros.

Atendimento

10 Profissionais

Bianca Mendes
Diretora de Atendimento

Graduada em Administração/Processos Gerenciais (Uninter) e com pós-graduação em Gestão Empresarial (UP). Trabalha há 22 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
Atendimento

Graduada em Publicidade e Propaganda (PUC-PR), trabalha na área há 11 anos. Atendeu BRDE, Britanite, Câmara de São José dos Pinhais, e prefeituras: Ponta Grossa, Foz do Iguaçu, Prudentópolis, Irati e Palmeira. Clientes atendidos atualmente: Casteval, CREA-PR, CRF-PR, CRO-PR, Prefeituras de São José dos Pinhais, Campo Largo, Colombo e Piraquara.

Sarah Choinski Tipolt
Atendimento

Graduada em Publicidade e Propaganda (PUC-PR). Trabalha há 12 anos na área e durante 4 anos atuou como professora na Universidad Católica de Salta - Argentina. Trabalhou na Salsa, Getz e Oh Publicidade. Atendeu: Hospital Santa Cruz, Colégio Opet, e Grupo CCV. Atualmente atende: SESC-PR e SENAC-PR, Paysage Corpal, Grupo De Amorim e Prefeituras de Araucária e Paranaguá.

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 na região dos Campos Gerais.

Rodrigo Andrade
Atendimento

Graduado em Marketing e Propaganda (UNOPAR). Trabalha há 12 anos na área. Passou pelas agências Giacometti e Pubblicità. Atendeu: Janelas Sasazaki, Toyota Sulpar, KIA RBV, Integrada Cooperativa Agroindustrial, Sercomtel, Prefeitura de Londrina. Atualmente atende: Prefeituras de Apucarana, Cambé, Arapongas, Câmara de Apucarana, entre outros.

Silvana Teles Costa de Souza
Atendimento

Graduada em Design Gráfico (UP), especialista em artes gráficas com formação em Lins na Áustria. Trabalha há 13 anos na área de design e propaganda. Em sua carteira de clientes como atendimento, já fizeram parte: Prefeituras de Irati, Prudentópolis e Telêmaco Borba, Paleteca, CRO-PR, entre outros. Atualmente atende a Prefeitura de Guarapuava.

Marcelo Yoshimura
Atendimento

Graduado em Processos Gerenciais (UNINTER) e Bacharel em Design de Produto (UEM). Trabalha há 12 anos na área de publicidade e propaganda para diversos segmentos, como indústria têxtil, produtos, propaganda e marketing digital, e atendeu clientes como: TV Cianorte, Jornal tribuna de Cianorte e Rádio Capital.

Nevilde Góis
Atendimento

Graduada em Comunicação Social e pós-graduada em Didática e Metodologia do Ensino Superior (UNOPAR/2002). Trabalha na área há mais de 25 anos, já atuou nos mercados do RS, SC e SP. Clientes atendidos: Grupo Dinâmica de Educação, Ítalo Supermercados, Cataratas do Iguaçu S/A. Atualmente atende a Prefeitura de Foz do Iguaçu.

Murilo Almeida
Atendimento

Graduado em Publicidade e Propaganda (OPET), com MBA em Marketing e Gestão de Varejo. Trabalha na área há mais de 15 anos. Atendeu GM (General Motors do Brasil), Shoppings São José, Curitiba e Estação, PUCPR, Postos Pelanda, Nilko, TecVerde, 99 (App de mobilidade). Clientes atuais Grupo De Amorim, Prefeitura de Wenceslau Braz, CTT Engenharia, Paysage.

Ana Carolina Dodl
Assistente de Atendimento

Graduada em Publicidade e Propaganda (PUC-PR). Com 3 anos de experiência passou pelas áreas de criação, mídia e atendimento. Trabalhou na agência Ponte Vedra, onde atendeu clientes de grandes festivais (Prime Rock Brasil, Warung Beach Club, Menina Sunset), varejo (Loja Tag&Jab), restaurantes (LasTablas, Jigger).

Produção

2 Profissionais

Hélcio Gelbecke
Diretor de RTVC

Graduado em Publicidade e pós-graduado em Gestão da Comunicação (TUIUTI). Trabalha há 30 anos na área. Conquistou prêmios: Colunistas, Clube de Criação de SP e Profissionais do Ano Rede Globo. Presidiu o Sinapro-PR e a ABAP-PR. Faz parte do Conselho Fiscal da FENAPRO - Federação Nacional das Agências de Propaganda.

Yeda Diniz
Produtora Gráfica

Graduada em Comunicação Social (UFPR). Trabalha há mais de 29 anos na área de publicidade, gerenciando todo o processo de produção da agência.

Mídia

2 Profissionais

Elizandra Martins Dorani
Coordenadora de Mídia

Graduada em Publicidade e Propaganda (UniBrasil). Trabalha há 8 anos na área de mídia. Clientes atendidos: Assembleia Legislativa do Paraná, Prefeituras de Araucária, Colombo, São José dos Pinhais, Irati e Apucarana; BRDE; Conselhos como CREA-PR, CRF-PR, CRO-PR; Casteval, Clip – Clínica Popular, entre outros.

Mary Horevitch
Coordenadora de Mídia

Graduada em Marketing (Opet). Trabalha há 23 anos na área de mídia, 10 anos em contas públicas e licitações. Foi Presidente do Grupo de Mídia do Paraná. Trabalhou na Nutrilatina, JJ Publicidade, CCZ, Exclam Comunicação. Clientes atendidos: Supermercados Condor, Bayer Cropscience, Sercomtel, Sebrae/PR, Rede Massa, ALEP, entre outros.

Criação

8 Profissionais

Luiz Groff
Diretor de Criação (Redator)

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

Doni Vieria
Diretor de Criação (Redator)

Graduado em comunicação social (FIAM) e pós-graduado em planejamento e gestão de negócios (FAE). Trabalha na área desde 1990, tendo passado pelas agências DPZ Propaganda (SP), CCM Comunicação (SP), Parceria de Comunicação e TX. Premiado duas vezes com o Top de Marketing da ADVB e diversas vezes com o Prêmio Colunistas.

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, Banestado, BADEP, BRDE, Itaipu, Nutrilatina e Prefeituras de Osasco, Carapicuíba e Foz do Iguaçu. Recebeu diversos Prêmios Colunistas-PR.

Ivomar Dal Pra
Diretor de Arte

Ensino médio completo. Atua desde 2002 como diretor de arte. Trabalhou em agências de porte e ao longo da carreira atendeu clientes privados e públicos como: Arauco do Brasil, Enaex, Coca-Cola, Dom Bosco, Construtora Brookfield, Prefeituras de Curitiba, Ponta Grossa e Osasco-SP, BRDE, entre outros. Venceu diversas edições do Prêmio Colunistas do Paraná e GRPCOM.

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.

Michel Baltokoski
Diretor de Arte

Superior incompleto em Publicidade e Propaganda. Trabalha há mais de 10 anos na área. Atendeu clientes como: Prefeitura de Guarapuava, O Lenhador Food Truck, Jornal Mais Negócios entre outros.

Adriana Vecchi de Alencar
Diretora de Arte

Graduada em Artes Visuais com ênfase em Computação pela Universidade Tuiuti do Paraná. Trabalha há mais de 25 anos, tem trabalhos feitos para diversas multinacionais do setor industrial como Electrolux e Whirpool e nacionais como Grupo Positivo, GGRPCom (Gazeta do Povo), além de varejistas como BRMalls, que administra três grandes shoppings na cidade de Curitiba.

Laura Sica
Redatora

Graduada em Comunicação Social (UTP) e com especialização em Sociologia Política (UFPR). Trabalha na área desde 1997. Passou pela Assembleia Legislativa, Câmara Federal e Governo do Estado.

Digital

6 Profissionais

Aline Martins
Coordenadora de Social Media

Graduada em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda (UniBrasil). Trabalha desde 2014 em comunicação digital com ênfase em planejamento, produção de conteúdo e mídia online (Facebook, Instagram e Linkedin Ads). Trabalhou no departamento de marketing da Cold Stone Creamery no Brasil e na Creative Hut Inteligência Digital.

Francielle Bohra
Analista de Social Media

Graduada em Publicidade e Propaganda (Uninter), cursando MBA em Marketing Digital. Trabalha há 4 anos e meio na área, com foco em produção de conteúdo, Facebook Ads e análise de métricas. Trabalhou como social media na agência Motion e G/PAC. Possui certificação do Google e Facebook Adwords.

Mylena Caroline da Silva
Analista de Social Media

Graduada em Publicidade e Propaganda (Uninter), cursando MBA em Gestão de Mídias Digitais e Inteligência de Negócios (ESPM). Trabalha há 4 anos na área, com foco em produção de conteúdo. Foi assessora parlamentar de comunicação na Câmara Municipal de Curitiba e estagiária na agência experimental da Uninter.

Camila Guebur
Analista de Social Media

Cursando Marketing na PUC-PR. Trabalha há seis anos na área de comunicação e produção de conteúdo. Foi Assessora Parlamentar por dois anos na Assembleia Legislativa do Paraná na área de comunicação e quatro anos como Assessora Parlamentar na Câmara Municipal de Curitiba, na gestão de redes sociais, produção de conteúdo, fotografia e comunicação.

Cassiano Pires
Web Designer de Social Media

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, Dom Bosco e Prefeitura de Curitiba.

João Paulo Queiroz
Web Designer de Social Media

Formado em Design Gráfico (YesBras), atua com criação online e produção de internet. Trabalha há 6 anos, com experiência em desenvolvimento de identidade visual, impressão gráfica, criação de embalagens e mídias sociais. Dentre os clientes atendidos estão: Crowd, Humanity Co. e Elite Imports.

Estúdio — 1 Profissional

André Barros Kolaga
Arte-finalista

Superior incompleto. Trabalha há 26 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

4 Profissionais

Letícia Scot Winters
Gerente Administrativo-financeira

Superior incompleto. Trabalha há 15 anos na área administrativa financeira. 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 (Universidade Positivo). Trabalha há 34 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.

Manuella Müller
Checking

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 de setembro de 2021. É responsável pela conferência de notas fiscais e comprovantes.

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.

c) Instalações, infraestrutura e recursos materiais

A Trade Comunicação e Marketing tem sua matriz situada em Curitiba, em sede própria, com 1.100m² 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

TRADE
comunicação
& marketing

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.

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 acordos operacionais de atendimento nas cidades Foz do Iguaçu, Ponta Grossa, Guarapuava, Cianorte e Paranaguá.

Foz do Iguaçu/PR

Guarapuava/PR

Paranaguá/PR

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.

CJBA

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 Aguiar 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

12 2

2 iMac core I5	16GB memória RAM, HD 1TB, 21,5"
4 iMac core I5	16GB memória RAM, SSD 256, 21,5"
3 iMac core I5	16GB memória RAM, SSD 480, 21,5"
1 Mac core I7	16GB memória RAM, SSD 256, 24"
1 PC core duo 7500	4GB memória RAM, HD 500GB, 17"
1 PC core I3	4GB memória RAM, HD 500GB, 17"
1 câmera digital Nikon	Coolpix P500 12.1MP
1 câmera digital	Sony DSC HX100 16,2 MP

Estúdio

3

1 iMac core I5	16GB memória RAM, SSD 256, 21,5"
1 iMac core I5	16GB memória RAM, SSD 256, 21,5"
1 PC core I5	8GB memória RAM, HD 500GB, 22"

Digital

7 1

2 iMac core I5 2,5	8GB memória RAM, SSD 256, 21,5"
2 iMac core 2 duo 3,06	8GB memória RAM, 4SSD 256, 21,5"
1 iMac core I5	8GB memória RAM, SSD 256, 21,5""
1 Workstation Xeon	16GB memória RAM, SSD 256, HD 1T, Nvidia 1650 4GB
1 PC core I5	8GB memória RAM, HD 500GB, 23"
1 Notebook core I3	8GB memória RAM, SSD 256, 14"

Atendimento e Planejamento

2 13

6 Notebook core I3	4GB memória RAM, HD 500GB, 14"
1 Notebook core I5	8GB memória SSD, 256GB, 15.6"
1 Notebook core I3	3GB memória RAM, HD 500GB, 14"
5 Notebook core I5	6GB memória RAM, SSD 480GB, 14"
1 PC core 2 Quad	8GB memória RAM, HD 250GB, 18,5"
1 PC I3	8GM memória SSD 120GB HD 4TB, 23"

Produção — 2

2 Notebook core I3	8GB RAM, SSD 256, 15,6"

Mídia off-line — 2

2 PCs Core I3	8GB RAM, HD 500GB, 18,5"

Impressoras — 5

1 multifuncional Color	Konica Minolta C 284 Impressão A3, A4, cópia, scanner
2 multifuncional Samsung	Laser ProXPress Impressão A4, cópia, scanner
1 multifuncional HPJ4660	Impressão A4, cópia, scanner
1 HP 7260	Impressão A4

Administrativo Financeiro — 5 1 3

3 PCs core I3	4GB memória RAM, SSD 256GB, 18,5"
2 PC AMD Ryzen 3	8GB memória RAM, SSD 256GB, 18,5"
1 Notebook core I3	4GB memória RAM, HD 500GB, 14"
1 multifuncional Brother	7360N (impressão A4, cópia, scanner)
1 HP Deskjet 3050	
1 HP Laserjet 1200	

Servidores — 4

2 dados e backup	Linux Ubuntu IBM XServer
1 dados	Debian 8 Netatalk IBM XServer
1 Firewall Pfsense.	Lenovo Server Think

Softwares

- Mac OS High Sierra
- Pacote Adobe CS6 desing standart
- Pacote Adobe CS6 webpremium
- Pacote Font Folio Adobe
- Pacote Office para Mac OS
- Adobe CC 2020 Master
- Creative Cloud All Apps
- Windows 10 Professional
- Office Home and Bussines 2010
- Pacote Office Professional 2013
- OpenOffice open source
- Eset antivírus
- Publimanager – sistema de gestão

d) Sistemática operacional 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 off-line ou on-line: propaganda, promoção, 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 off-line
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 on-line
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;
As principais ferramentas utilizadas são: Semrush, Mention, MLabs, Strategi (Sharpspring), Power BI e SuperMetrics.

Sistemática do atendimento:
O relacionamento do cliente com a agência se dará por meio de profissionais de atendimento (em nível gerencial) que centralizarão as informações e coordenarão as operações de onde estiverem alocados. Estes profissionais farão a intermediação com as demais áreas da agência: planejamento, criação, estúdio, produção, mídia, digital e administrativo/financeiro.
Os atendimentos das contas públicas, devido a sua natureza, sempre serão supervisionados pela diretoria, pois é onde se faz necessário um maior acompanhamento dos serviços prestados devido a Lei 12.232/10, que rege a contratação da administração pública.

Todos os colaboradores possuem expertise na área pública, em todo processo de contratação, execução do serviço, cheking, faturamento e processos. E são sempre atualizados de acordo com as normas e determinações do Tribunal de Contas, Ministério Público e câmaras municipais.

A seguir, apresentamos nossa sistemática de atuação em cada área:

Planejamento: área responsável pelo start dos trabalhos na agência. É a partir do planejamento de comunicação que são gerados os inputs para as demais áreas, embasado na tomada de briefing, estudos de mercado, pesquisas, tecnologia da informação, experiências e expertises. O planejamento contribui para: identificar oportunidades; estabelecer metas, objetivos (KPIs) e diretrizes; definir 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 os clientes são presenciais e/ou on-line, em conformidade com as necessidades das demandas que se apresentam e sempre que necessário, o executivo de atendimento leva 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, são feitos os desdobramentos para todas as peças planejadas. Esse sistema permite mais agilidade e variação na procura da ideia ou formatação ideal, quesitos fundamentais para uma comunicação eficaz.

Produção: o processo de produção inicia-se somente após a expressa e formal aprovação 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: o atendimento das ações de marketing digital é executado por profissionais especializados, nas áreas de Business Intelligence, SEO – Search Engine Optimization, Geração de Conteúdo, Social Mídia, Marketing de Performance (Mídia Online/Inbound), em parceria com o executivo de atendimento e a criação. Para organização interna do fluxo de trabalho usamos o Trello, aplicativo de gerenciamento de projetos. Os contatos com o cliente nessa área podem ser também presenciais e/ou on-line, em conformidade com as demandas.

Sempre que necessário, realizamos treinamento dos profissionais digitais (e também do executivo de atendimento) em relação às peculiaridades do projeto de comunicação e em relação ao cliente, para que tenhamos profissionais especializados e focados (quando necessário até com dedicação exclusiva), imersos totalmente no universo do cliente.

Mídia: as demandas da área de mídia on e off-line são atendidas pela nossa equipe especializada, dentre as várias atividades, destacam-se: elaboração de planos de mídia embasados em informações, métricas e pesquisas de mercado; negociação e compra de mídia com critérios técnicos para garantir ao cliente transparência e melhor custo x benefício; emissão de autorizações, tráfego/controle de materiais e checking da mídia contratada.

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

Prazos a serem realizados em condições normais de trabalho

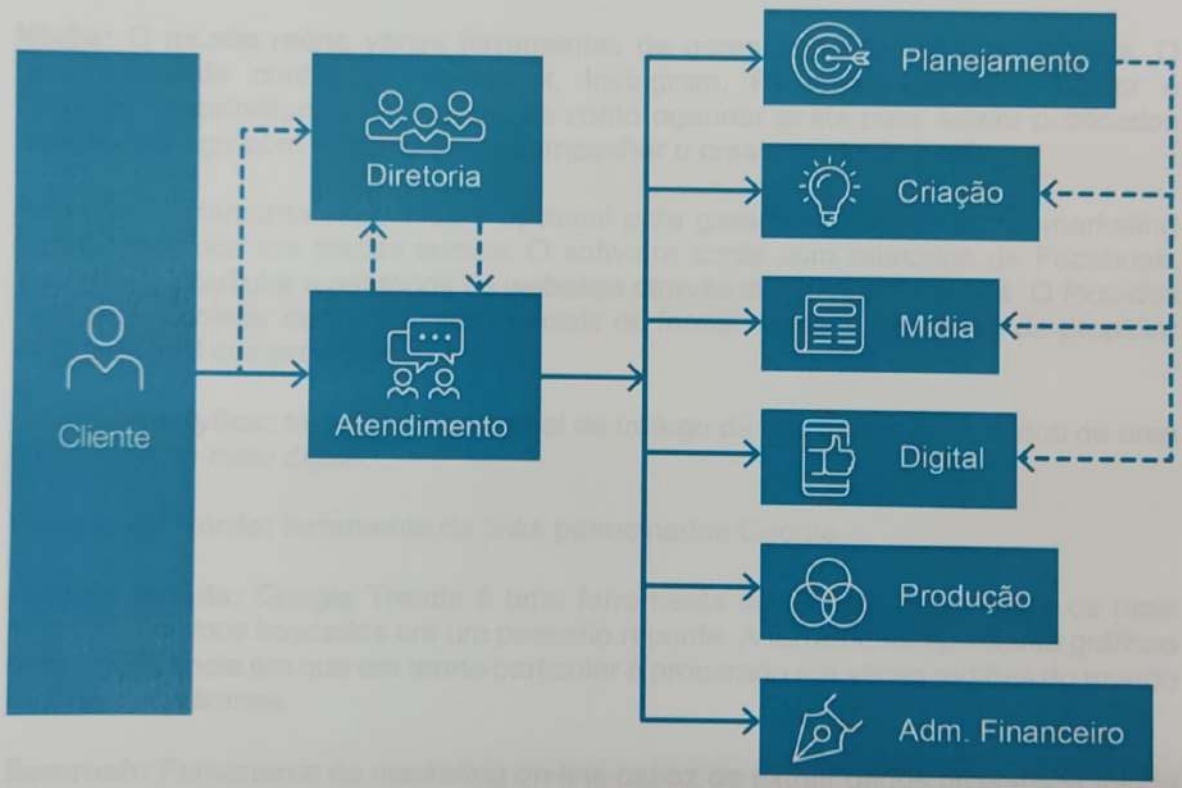
Tabela de Prazos	
Criação de peças avulsas	2 dias úteis
Criação de campanha	5 dias úteis
Elaboração de plano de mídia	4 dias úteis

As obrigações do atendimento na execução do contrato:

- Atender, de forma satisfatória e com profissionais qualificados, todas as solicitações de visitas ao cliente, de acordo com a frequência a ser definida entre as partes.
- Conduzir reuniões semanais, ou a qualquer tempo, de acordo com as necessidades do cliente.
- 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 surgem no mercado.

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

FLUXOGRAMA DA SISTEMÁTICA DE ATENDIMENTO



e) Relação das informações de marketing e comunicação

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

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.

Pesquisas sobre audiência de internet e novas mídias: usamos a plataforma Reportei e Facebook ADS para mídias sociais; Google Analytics (ferramenta universal de tráfego de site para extrair dados de uma campanha no meio digital) e Google AdWords (ferramenta de links patrocinados Google).

Mlabs: O mLabs reúne várias ferramentas de gerenciamento de redes sociais. O serviço atende contas do Facebook, Instagram, Pinterest, LinkedIn, Twitter e YouTube, possibilitando realizar ações como agendar posts para serem publicados depois, interagir com seguidores e acompanhar o crescimento do perfil.

Reportei: ferramenta específica e opcional para geração de relatórios de marketing digital, com foco em mídias sociais. O software conta com relatórios de Facebook, Instagram, YouTube e relatórios de websites através do Google Analytics. O foco dos relatórios é coletar dados de redes sociais de forma rápida e ágil, a fim de propiciar dados de fácil compreensão.

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

Google AdWords: 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.

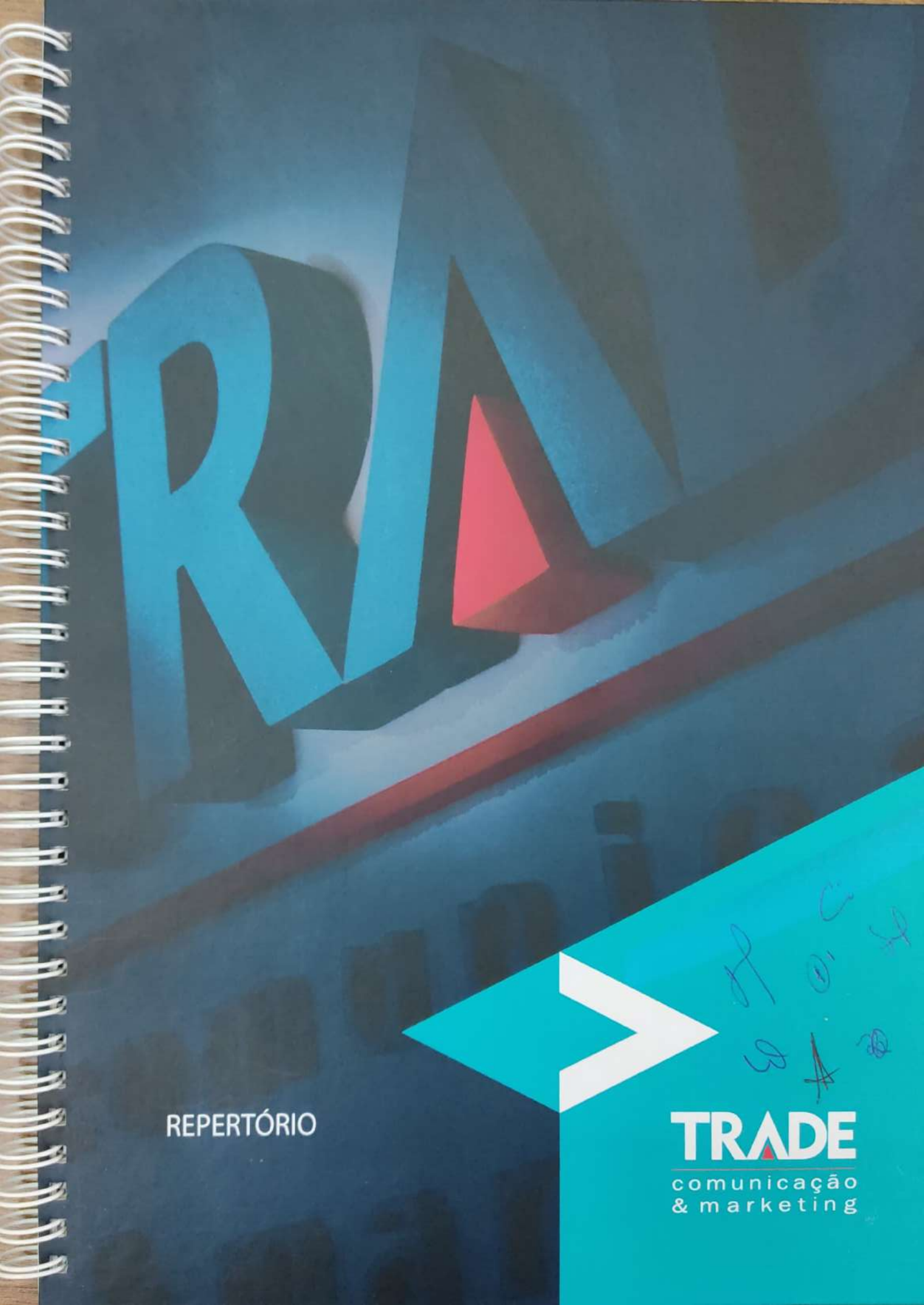
Semrush: Ferramenta de marketing on-line capaz de extrair dados diversos voltados a SEO e SEM.

Google Data Studio: ferramenta que possibilita a criação de relatórios customizáveis a partir de dados presentes em outros aplicativos Google, como o Analytics, Adwords e Planilhas.

Curitiba, 30 de março de 2022.

Adalberto E. Diniz
Diretor CEO

TRADE
comunicação
& marketing
www.trademkt.com.br



REPERTÓRIO

TRADE
comunicação
& marketing

REPERTÓRIO
Concorrência Pública nº 001/2021/SECC

FICHA TÉCNICA TV

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Assembleia Legislativa do Paraná.
Título:	Alep Geral A.
Material:	VT.
Formato:	60".
Data de produção	Novembro de 2019.
Período de veiculação:	30/11 a 13/12/19.
Praça:	Paraná.
Veículo:	RPC (Globo), Rede Massa (SBT), Band e RIC (Record).
Problema de comunicação:	Embora ciente da importância e dos efeitos das leis criadas e aprovadas pela Assembleia Legislativa do Paraná, a população não tinha ideia da autoria das mesmas. Além disso, os paranaenses também não tinham noção da importância da não aprovação de leis e propostas nocivas a saúde financeira do estado. Neste sentido, o conceito "quando é bom pra você a assembleia aprova", respondeu esta demanda e embalou a campanha que reverteu esta percepção

FICHA TÉCNICA TV

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	BRDE - Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul.
Título:	Sonho.
Material:	VT.
Formato:	30"
Data de produção	Junho de 2019.
Período de veiculação:	Fevereiro e março de 2020.
Praça:	Nacional.
Veículo:	TV Canal Rural nacional e TV Pampa (RS).
Problema de comunicação:	O BRDE participou do evento Expodireto 2021 com estande e precisava divulgar, no período da feira, o que o banco pode fazer pelos projetos das pessoas, mostrando que, por meio das suas linhas de crédito, o banco transforma sonhos em realidade.

FICHA TÉCNICA TV

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	CREA-PR.
Título:	Pandemia.
Material:	VT.
Formato:	30".
Data de produção	Novembro de 2020.
Período de veiculação:	11/12/2020.
Praça:	Paraná.
Veículo:	RPC Estado (Globo).
Problema de comunicação:	Dia 11 de dezembro é comemorado o dia do Engenheiro, e o CREA-PR precisava homenagear a principal profissão do conselho e, ao mesmo tempo, mostrar para a população em que, mesmo com o momento delicado que o mundo vive na pandemia da Covid-19, os profissionais de engenharia não pararam.

FICHA TÉCNICA TV

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Prefeitura de Foz do Iguaçu.
Título:	Fim de Ano.
Material:	Vídeo.
Formato:	60".
Data de produção	Dezembro de 2021.
Período de veiculação:	22 a 31/12/21.
Praça:	Foz do Iguaçu.
Veiculação:	RPC (TV Cataratas), SBT (TV Naipi), RIC (TV Independência), BAND (TV Tarobá), FOZ TV, CATVE e redes sociais da prefeitura.
Problema de comunicação:	A Prefeitura de Foz do Iguaçu, mesmo diante da crise econômica devido a pandemia do Coronavírus que restringiu o turismo nos dois últimos anos, enfrentou com coragem, ações e obras por toda a cidade, buscando resolver não só os problemas atuais da comunidade, mas também problemas históricos estruturais, como: alagamentos que antes eram tratados sempre de forma atenuante, foram finalmente resolvidos com obras de drenagem, ruas que historicamente não tinham asfalto ou apenas paralelepípedos, foram finalmente asfaltadas. Na educação, agora tem laboratórios de informática em todas as unidades. Na área da saúde todos os esforços para atenuar a pandemia foram feitos. E no turismo, todo o setor será beneficiado com novos produtos e campanhas, atraindo investimentos e gerando mais empregos e renda à comunidade. Neste vídeo, além de comunicar todas essas obras e ações, resgatamos o orgulho do morador de Foz do Iguaçu em fazer parte deste momento da cidade.

FICHA TÉCNICA

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Paraná Pesquisas.
Título:	Depois.
Material:	Vídeo.
Formato:	1'20".
Data de produção	Dezembro de 2020.
Período de veiculação:	Dezembro de 2020.
Praça:	Brasil.
Distribuição:	Disparo via WhatsApp para clientes, prospects e fornecedores.
Problema de comunicação:	O objetivo era passar uma mensagem de esperança, otimismo e coragem para 2021, já que 2020 foi fortemente marcado pela pandemia. A solução foi lembrar, através de frases conhecidas, que mesmos os piores momentos são transitórios.

FICHA TÉCNICA RÁDIO

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Prefeitura Municipal de Colombo.
Título:	Lixo.
Material:	Jingle.
Formato:	30".
Data de produção	Janeiro de 2018.
Período de veiculação:	12 a 18 de janeiro de 2022.
Praça:	Colombo.
Veiculo:	Rádio São José - 87 FM.
Problema de comunicação:	Os esforços para coleta do lixo residencial, e a não utilização das lixeiras das cidades pelos moradores de Colombo, fizeram com que a prefeitura buscasse envolver a população no sentido de colaborar, tornando a coleta de lixo mais eficiente e diminuindo os resíduos jogados na rua.

VÍDEOS E JINGLE

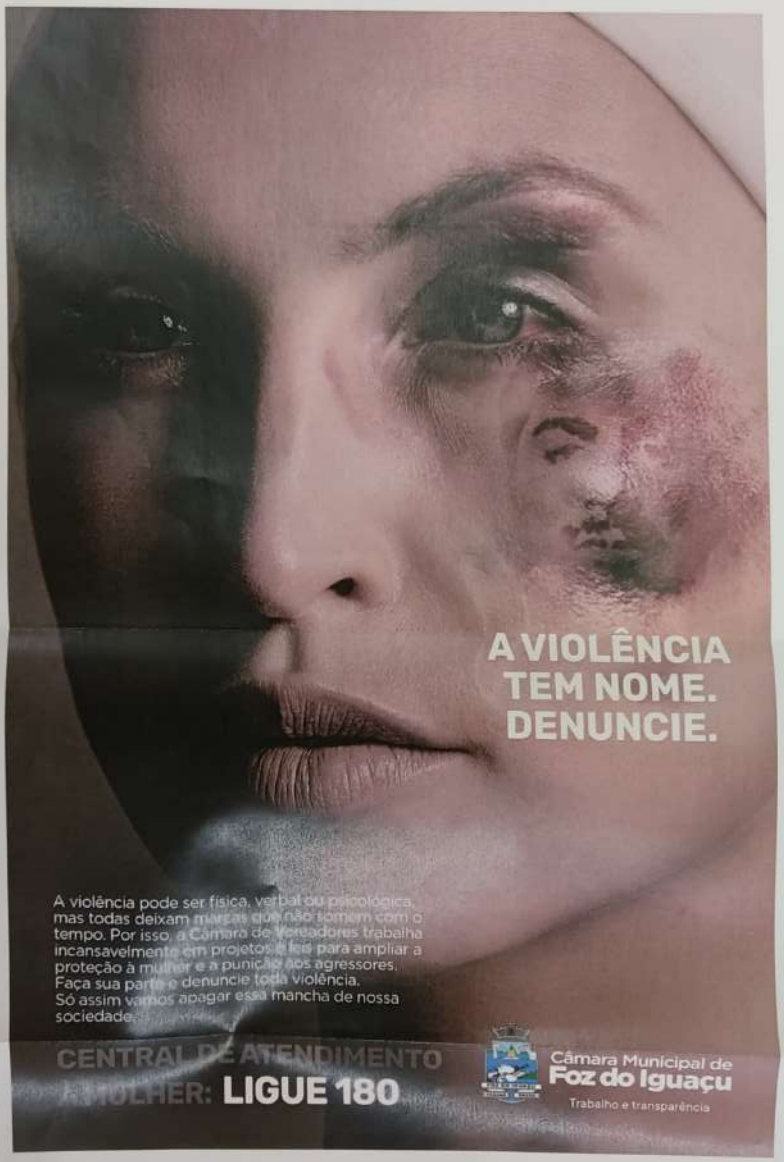
FICHA TÉCNICA JORNAL

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Assembleia Legislativa do Paraná.
Título:	Quando é bom pra família, a gente aprova.
Material:	Anúncio jornal.
Formato:	29,7 x 26 cm.
Data de produção	Novembro de 2019.
Período de veiculação:	12, 18 e 19 de dezembro de 2019.
Praça:	Paraná.
Veículo:	Jornal União, Jornal Popular, Jornal Primeira Linha, Diário do Sudoeste, Jornal Notícias do Paraná.
Problema de comunicação:	Dentro do conceito da campanha "Quando é bom pra você, a Assembleia aprova", o anúncio destaca a série de leis criadas ao longo da última década pela ALEP que beneficiam mães e gestantes. Elas servem como exemplo do interesse, dedicação e esforço da casa legislativa e de seus membros em debater temas relevantes para a sociedade e aprovar projetos que beneficiam o povo paranaense.

Anúncio Jornal (29,7 x 26 cm)

FICHA TÉCNICA JORNAL

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Câmara de Foz do Iguaçu.
Título:	A violência tem nome. Denuncie.
Material:	Anúncio jornal.
Formato:	17 x 25,5 cm.
Data de produção	Dezembro de 2021.
Período de veiculação:	10/12/21.
Praça:	Foz do Iguaçu.
Veículo:	Jornal Tribuna Popular.
Problema de comunicação:	Ao constatar que a maioria dos casos de agressão contra a mulher se deve a pessoas conhecidas e do círculo de relacionamento da mesma, a Câmara de Foz do Iguaçu veiculou um anúncio explicitando culpabilidades destas agressões e incitando a denúncia nas esferas policiais.



Anúncio Jornal (17 x 25,5 cm)

FICHA TÉCNICA JORNAL

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	CREA-PR.
Título:	De um lado, valorização para quem trabalha. De outro, segurança para toda a sociedade.
Material:	Anúncio jornal.
Formato:	25,5 x 17 cm.
Data de produção	Janeiro de 2022.
Período de veiculação:	12/01/22.
Praça:	Colombo.
Veículo:	Jornal de Colombo.
Problema de comunicação:	Combater o exercício ilegal das profissões que o CREA-PR representa é a função primordial deste Conselho. Contudo, a sociedade em geral desconhece isso e os próprios profissionais muitas vezes têm um entendimento distorcido desta função (fiscalizar), entendendo que o CREA-PR cumpre apenas uma função de punição às suas atividades. Assim, o anúncio objetiva clarear de forma simples e direta essa relação do conselho com seus públicos, enfatizando a importância de suas ações tanto para a sociedade quanto para os profissionais.

Anúncio Jornal (25,5 X 17 cm)

FICHA TÉCNICA OUTDOOR

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Prefeitura Municipal de Campo Largo.
Título:	Fazer xixi na sala não é crime. Maltrato é.
Material:	Outdoor.
Formato:	9 x 3 m.
Data de produção	Julho de 2021.
Período de veiculação:	Julho de 2021.
Praça:	Campo Largo – PR.
Veículo:	Plannus Outdoor.
Problema de comunicação:	A cidade de Campo Largo tem em suas ruas muitos animais abandonados, alguns mal cuidados, outros maltratados, desde cachorros e gatos, até cavalos subnutridos. Assim, a prefeitura precisava conscientizar a população que o abandono e maltrato, além de desumano, é crime.

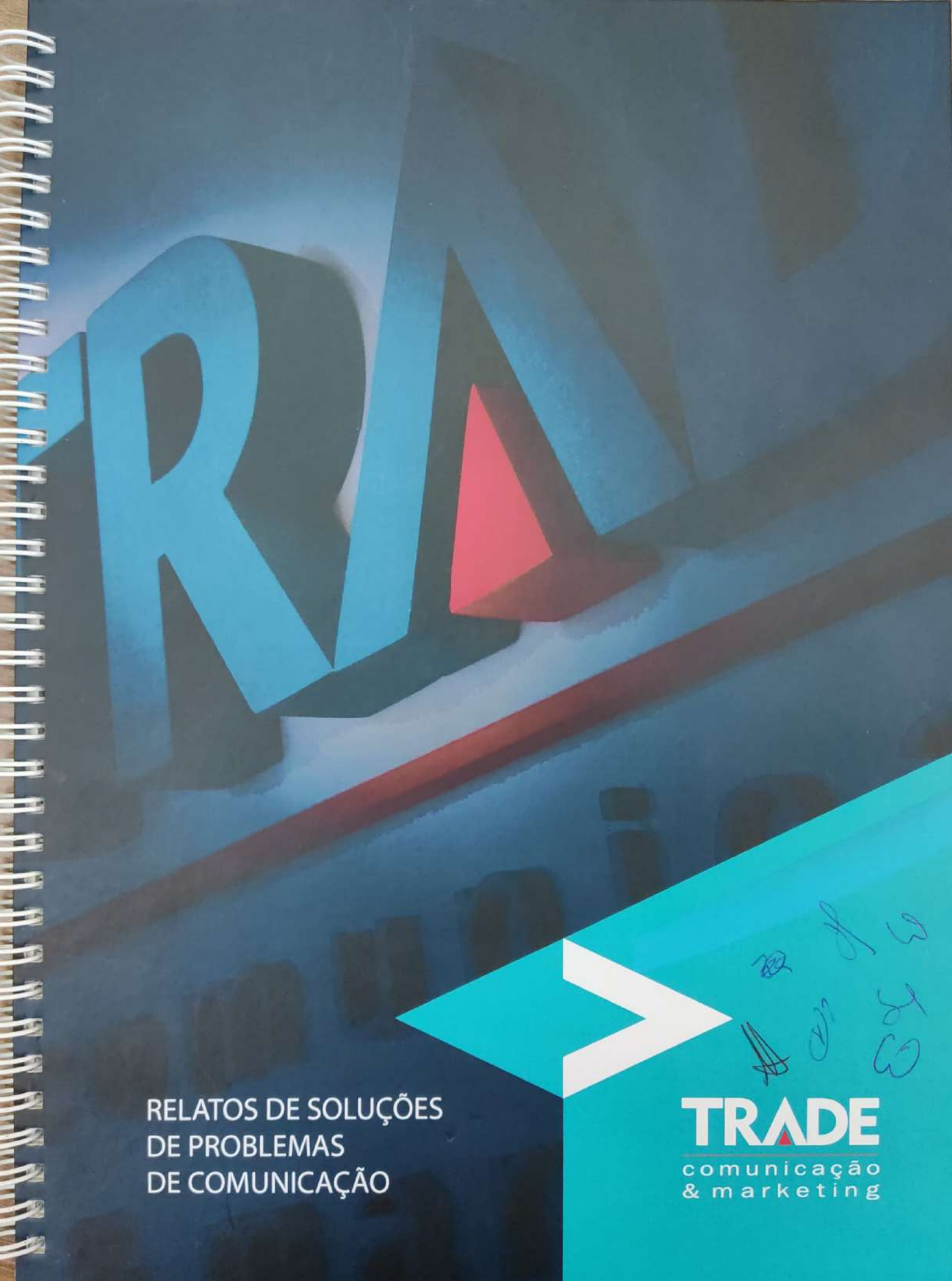
Outdoor (9 x 3 m)

Curitiba, 30 de março de 2022.

Adalberto E. Diniz
Diretor CEO

TRADE
comunicação
& marketing

www.trademkt.com.br



RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO

TRADE
comunicação
& marketing

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO
Concorrência Pública nº 001/2021/SECC

CLIENTE: Assembleia Legislativa do Estado do Paraná - ALEP
CASE: Momento Assembleia

PROBLEMA

Os deputados da Assembleia Legislativa do Paraná são responsáveis por criar leis, fiscalizar o governo estadual e definir aplicação dos recursos públicos. Assim, a ALEP ouve a sociedade, se articula internamente, elabora, aprimora e discute temas que se transformam em projetos de leis para beneficiar toda a população, garantindo avanços no acesso à saúde, no combate à violência, na proteção do consumidor, na melhoria da educação, na geração de emprego e renda.
Porém, as funções dos 54 deputados não são claras o suficiente para a população. Pesquisas realizadas constataram que, muitos paranaenses desconhecem o trabalho da ALEP e boa parte da população não tem interesse em acompanhar as atividades dos parlamentares. Muitos sequer conhecem as funções do legislativo e não se recordam de uma lei interessante. A sondagem realizada na modalidade de pesquisa qualitativa (com vários grupos de discussão) detectou ainda que há uma confusão entre as atribuições da ALEP com as dos vereadores, deputados federais e, em muitos casos, com as ações do executivo.
Diante do diagnóstico do problema de comunicação, se fez necessário promover o papel da ALEP junto aos paranaenses para que estes passassem a perceber sua relevância na sociedade democrática. Para isso, era preciso aproximar o cidadão e incentivar sua participação nas atividades da Casa. Reforçar o posicionamento da ALEP como protagonista na interlocução com a sociedade. Valorizar e destacar a relevância do trabalho parlamentar. Construir uma percepção positiva sobre a atuação parlamentar, apresentando os diferentes desdobramentos dessa atuação nas esferas do poder público e, consequentemente, na vida das pessoas.

SOLUÇÃO

A estratégia desenvolvida seguiu um caminho diferenciado. Considerando a complexidade do que era preciso comunicar, estava claro que a solução não poderia explorar apenas e tão somente os formatos tradicionais de comunicação. Era preciso algo mais didático, impactante e envolvente, mas, que ao mesmo tempo, trouxesse interesse e credibilidade. Assim, optamos pelo principal veículo de comunicação de massa: a TV aberta. Como parte da estratégia, definimos um formato de conteúdo noticioso, leve, porém, de credibilidade e em sintonia com a linha editorial da emissora, caracterizado como MOMENTO ASSEMBLEIA.
A rede selecionada para o projeto inicial foi a emissora líder no estado, RPC, tanto pelo seu aspecto técnico quanto por sua audiência e credibilidade.
Foram desenvolvidos 7 vídeos de 60" que abordaram temas desde o modelo de funcionamento da ALEP, com a rotina de suas votações, até assuntos específicos como o orçamento público, a importância das audiências públicas, a rede estadual de proteção às mulheres, a modelagem do novo contrato do pedágio, o aplicativo "Agora é Lei no Paraná" e um vídeo final mostrando um balanço das ações da ALEP durante a pandemia.

As ações na TV foram complementadas e integradas à web no formato de Especial Publicitário durante 40 dias no Portal G1 Paraná. Foram mais de 40 conteúdos gerados no portal e promovidos nos sites da RPC, nas modalidades mídia exclusiva e mídia de divulgação. Estes conteúdos, além de complementarem o material de TV, abordaram novos temas, como: o que é e como funciona a ALEP, informações sobre leis criadas nos mais diversos temas. Ações que Assembleia oferece para população e assuntos relativos ao trabalho diário.

RESULTADOS

Segundo dados da RPC, em 40 dias de TV, a campanha impactou 1.857.995 pessoas. Os comerciais tiveram 8.355.871 visualizações e a frequência média atingiu o expressivo índice de 4,8 vezes. No G1, foram alcançadas 9.999.999 impressões. O site da ALEP obteve um aumento simultâneo e expressivo de acessos.
Mas, o destaque de toda essa ação foi o expressivo aumento de downloads do aplicativo "Agora é Lei no Paraná", que mostra de forma ágil como o cidadão pode ter acesso aos seus direitos: antes da campanha eram 20.000 downloads, passando para 30.000 downloads. Desta maneira, a campanha MOMENTO ASSEMBLEIA atingiu seus objetivos ao fazer com que a população percebesse as atribuições dos deputados e entendesse o verdadeiro papel da Casa de Leis dos paranaenses.

Atesto a veracidade deste case.

Assembléia Legislativa do Paraná
Dep. Ademar Traiano
Presidente

Trade Comunicação e Marketing
Adalberto Diniz
Autor do Referendo
(41) 3352-9678.

FICHA TÉCNICA VÍDEO

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Assembleia Legislativa do Paraná.
Título:	Momento Assembleia – Aplicativo agora é Lei.
Material:	Vídeo.
Formato:	60".
Data de produção	Outubro/novembro de 2021.
Período de veiculação:	30/10/21 a 10/12/2021.
Praça:	Paraná.
Veículo:	RPC PR.
Problema de comunicação:	A Assembleia Legislativa após pesquisa, constatou a dificuldade da sociedade na compreensão do trabalho efetivo desenvolvido pelos deputados estaduais, o objetivo era desenvolver um projeto com objetivo de aproximar a Assembleia da população. De forma mais didática e impactante, com uma linguagem extremamente clara.

Obs.: Peça no pen drive.

FICHA TÉCNICA VÍDEO

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Assembleia Legislativa do Paraná.
Título:	Momento Assembleia – Mulher.
Material:	Vídeo.
Formato:	60".
Data de produção	Outubro/novembro de 2021.
Período de veiculação:	30/10/21 a 10/12/2021.
Praça:	Paraná.
Veículo:	RPC PR.
Problema de comunicação:	A Assembleia Legislativa após pesquisa, constatou a dificuldade da sociedade na compreensão do trabalho efetivo desenvolvido pelos deputados estaduais, o objetivo era desenvolver um projeto com objetivo de aproximar a Assembleia da população. De forma mais didática e impactante, com uma linguagem extremamente clara.

Obs.: Peça no pen drive.

FICHA TÉCNICA VÍDEO

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Assembleia Legislativa do Paraná.
Título:	Momento Assembleia – Audiências Públicas.
Material:	Vídeo.
Formato:	60".
Data de produção	Outubro/novembro de 2021.
Período de veiculação:	30/10/21 a 10/12/2021.
Praça:	Paraná.
Veículo:	RPC PR.
Problema de comunicação:	A Assembleia Legislativa após pesquisa, constatou a dificuldade da sociedade na compreensão do trabalho efetivo desenvolvido pelos deputados estaduais, o objetivo era desenvolver um projeto com objetivo de aproximar a Assembleia da população. De forma mais didática e impactante, com uma linguagem extremamente clara.

Obs.: Peça no pen drive.

FICHA TÉCNICA VÍDEO

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Assembleia Legislativa do Paraná.
Título:	Momento Assembleia – Orçamento Público.
Material:	Vídeo.
Formato:	60".
Data de produção	Outubro/novembro de 2021.
Período de veiculação:	30/10/21 a 10/12/2021.
Praça:	Paraná.
Veículo:	RPC PR.
Problema de comunicação:	A Assembleia Legislativa após pesquisa, constatou a dificuldade da sociedade na compreensão do trabalho efetivo desenvolvido pelos deputados estaduais, o objetivo era desenvolver um projeto com objetivo de aproximar a Assembleia da população. De forma mais didática e impactante, com uma linguagem extremamente clara.

Obs.: Peça no pen drive.

FICHA TÉCNICA VÍDEO

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Assembleia Legislativa do Paraná.
Título:	Momento Assembleia – Votação online.
Material:	Vídeo.
Formato:	60".
Data de produção	Outubro/novembro de 2021.
Período de veiculação:	30/10/21 a 10/12/2021.
Praça:	Paraná.
Veículo:	RPC PR.
Problema de comunicação:	A Assembleia Legislativa após pesquisa, constatou a dificuldade da sociedade na compreensão do trabalho efetivo desenvolvido pelos deputados estaduais, o objetivo era desenvolver um projeto com objetivo de aproximar a Assembleia da população. De forma mais didática e impactante, com uma linguagem extremamente clara.

Obs.: Peça no pen drive.

CLIENTE: ADEMI-PR – Associação dos Dirigentes de Empresas do Mercado Imobiliário do Paraná
CASE: Feira de Imóveis 2021

PROBLEMA

O Brasil e o mundo foram (e ainda são) abalados pela crise sanitária provocada pela Covid 19. Detectada em 2019, a pandemia atingiu níveis alarmantes em 2020. Com a adoção de protocolos e a vacinação, a economia começou a dar sinais de recuperação a partir do segundo semestre de 2021. No mercado imobiliário paranaense, era o momento de retomar a realização do mais importante evento deste segmento no estado: a Feira de Imóveis do Paraná, cuja última edição ocorreu em 2019.

Ciente destes desafios, a ADEMI-PR desenvolveu um evento com inúmeras novidades para atender não apenas um novo consumidor, mas também mostrar sua sintonia com os avanços tecnológicos e comportamentais do mercado imobiliário.

Lastreada por pesquisas que identificaram mudanças no comportamento de consumidores e investidores, esta nova edição da Feira de Imóveis do Paraná focou em mostrar o que este novo público queria: moradias mais confortáveis e práticas, seja do ponto de vista de área construída, ou da própria incorporação imobiliária ou ainda das novas tecnologias.

Como parte do calendário oficial de eventos de Curitiba, a 29ª Feira de Imóveis do Paraná teve como ponto de partida o retorno a um dos mais consagrados e importantes espaços para a realização de eventos da cidade: o Pavilhão de Exposições do Parque Barigui, no período de 18 a 21 de novembro.

Com o resgate da sua importância, e adequação às novas exigências dos consumidores, a ADEMI-PR reuniu as melhores construtoras, incorporadoras e imobiliárias, com atuação no Paraná e Santa Catarina. Foram apresentados lançamentos entre apartamentos, casas, condomínios e terrenos, desde as faixas populares até as de mais alto padrão. Participaram ainda fornecedores diversos do mercado imobiliário, empresas de consórcio imobiliário, além de bancos, que atenderam a milhares de consumidores interessados na aquisição de um imóvel.

De acordo com as tendências apontadas nas pesquisas, a ADEMI-PR incluiu ainda novos espaços à Feira, como o revolucionário Arenatech com startups do setor imobiliário que também participaram de um hackathon. O Parque das Maquetes que mostrou projetos diferenciados em detalhes. Além de um Ciclo de Palestras com especialistas em tecnologia, tendências da decoração, mercado financeiro e comportamento do mercado em relação a valorização imobiliária e patrimonial.

Além destas novidades, outros diferenciais foram acrescentados como entrada e estacionamento grátis, além da adoção de todos os protocolos de segurança relacionados a pandemia.

Contudo, apesar deste rol de atrações, os recursos eram extremamente limitados para investimento em mídia e os traumas causados pela pandemia levavam a uma incógnita: as pessoas se sentiriam motivadas e seguras para irem à Feira?

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 · PARANAGUÁ/PR
www.trademkt.com.br

ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO (SOLUÇÃO)

Desde 1992, a Trade foi responsável pelo planejamento de comunicação de 10 edições da Feira de Imóveis do Paraná. Com base nesse know-how, que vivenciou diferentes desafios de mercado, a agência foi chamada para criar a campanha publicitária desta nova edição.

A verba limitada e o receio das pessoas em irem a eventos por conta da pandemia, fizeram com que a agência desenvolvesse uma estratégia baseada em meios digitais que permitiam um maior contato com o público em diferentes formatos. A hashtag ***#vemprafeira*** ajudou a criar expectativa e atrair o interesse. O conceito O JEITO DE MORAR MUDOU foi a base de conteúdos para engajar o público e apresentar as atrações. Em 60 dias de campanha, ações on e off-line em diferentes meios promoveram uma comunicação integrada que otimizou a verba. Assim, as redes sociais veiculavam conteúdos mais detalhados enquanto outras mídias digitais apresentavam para o público interessado banners com link para o site. Palavras-chave, e-mails e comerciais no YouTube reforçavam a mensagem. Informes publicitários em portais como Gazeta do Povo e G1 Paraná garantiram conteúdos mais densos e informativos. Além das mídias digitais, meios off-line como mídia exterior, TV e rádio sustentavam a campanha no mundo real, enfatizando o convite à visitação.

Esse mix de meios promoveu, ao longo de dois meses e especialmente nas duas semanas antes da Feira, uma grande exposição da campanha que, paralelamente, apresentava um visual moderno para enfatizar a promessa básica do evento: atender aos anseios dos novos compradores/investidores de imóveis com toda a segurança, modernidade e atrações desejadas.

RESULTADOS

A 29ª edição da Feira de Imóveis do Paraná foi um sucesso de público, apresentando cerca de 30 mil imóveis aos visitantes. Resultado de uma campanha que impactou mais de 500 mil pessoas em diversos meios e ferramentas, tanto on e off-line. Somente no ambiente online, foram 6 milhões de impressões e quase 60 mil cliques. O vídeo da campanha atingiu mais de 39 mil visualizações e o impacto de comunicação gerou mais de 10 mil leads com potencial de compra.

Atesto a veracidade deste case.

Leonardo Maciel Pissetti
ADEMI-PR
Presidente
(41) 3253-6233

Adalberto Diniz
Diretor/CEO – Trade Comunicação e Marketing
Autor do referendo
(41) 3352-9678

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 · PARANAGUÁ/PR
www.trademkt.com.br

FICHA TÉCNICA OOH

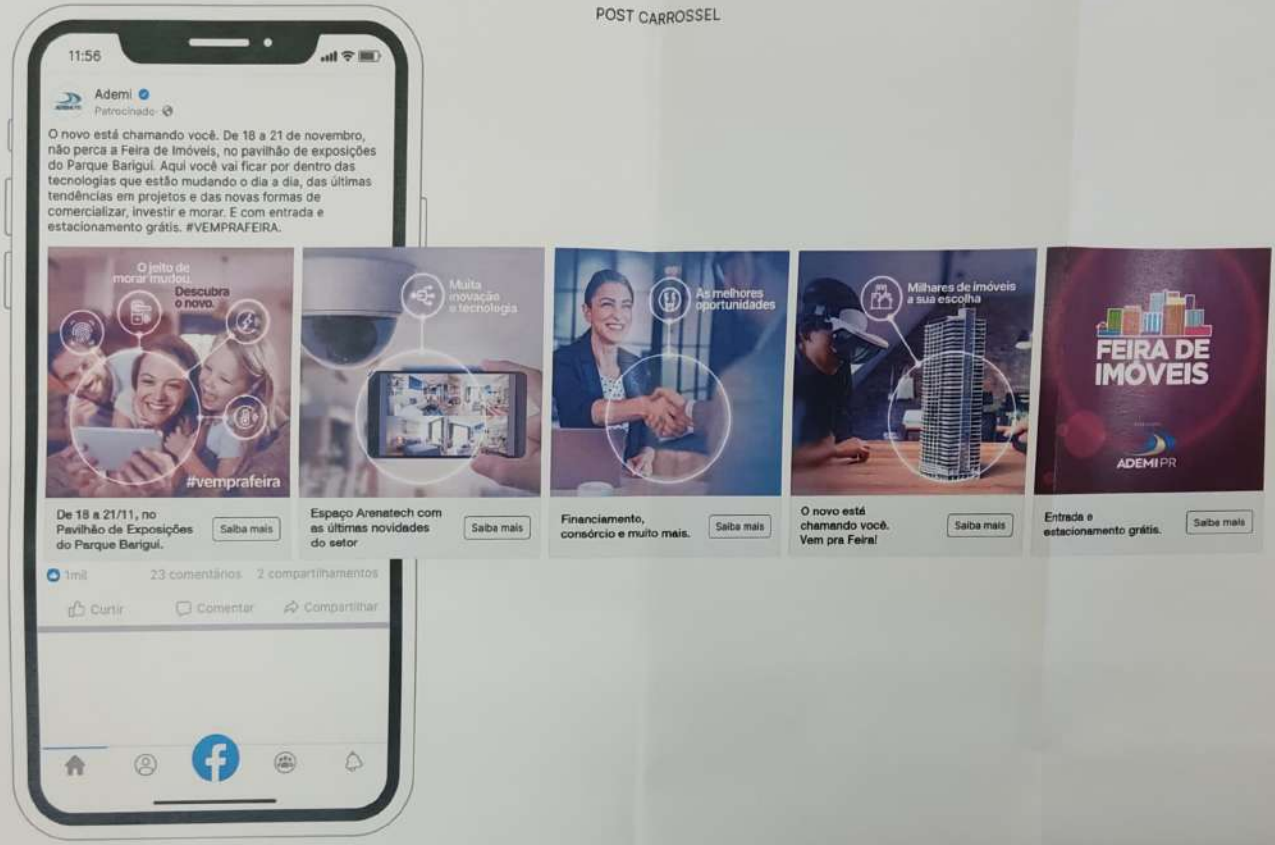
Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	ADEMI-PR.
Título:	O jeito de morar mudou.
Material:	Banner.
Formato:	560 x 400 cm.
Data de produção	Outubro de 2021.
Período de veiculação:	Novembro de 2021.
Praça:	Curitiba.
Exibição:	Áreas internas e externas do pavilhão de exposições.
Problema:	Atrair frequentadores do Parque Barigui, local da Feira, e ambientar promocionalmente o pavilhão de exposição.

Banner (560 x 400 cm).

FICHA TÉCNICA REDES SOCIAIS

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	ADEMI-PR.
Título:	O jeito de morar mudou.
Material:	Post.
Formato:	Carrossel.
Data de produção	Setembro de 2021.
Período de veiculação:	Setembro a novembro de 2021.
Praça:	Curitiba, região metropolitana, região norte de SC e interior do PR.
Veículo:	Redes sociais.
Problema:	Impactar pessoas interessadas na compra de um imóvel para visitarem a Feira.

POST CARROSSEL



FICHA TÉCNICA INTERNET

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	ADEMI-PR.
Título:	O jeito de morar mudou.
Material:	Web banner.
Formato:	300 x 250 px.
Data de produção	Setembro de 2021.
Período de veiculação:	Setembro a novembro de 2021.
Praça:	Curitiba, região metropolitana, região norte de SC e interior do PR.
Veículo:	Portais e Google Display.
Problema:	Impactar pessoas interessadas na compra de um imóvel para visitarem a Feira.

Obs.: Peça no pen drive.

FICHA TÉCNICA TV

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	ADEMI-PR.
Título:	Feira de Imóveis 21.
Material:	Comercial (multiuso).
Formato:	30".
Data de produção	04/11/2021.
Período de veiculação:	Televisão (15 a 21 de novembro de 2021) e Internet (novembro de 2021).
Praça:	Curitiba e região metropolitana.
Veículo:	RPC TV e Redes Sociais.
Problema:	Impactar pessoas interessadas na compra de um imóvel para visitarem a Feira.

Obs.: Peça no pen drive.

FICHA TÉCNICA RÁDIO

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	ADEMI-PR.
Título:	O jeito de morar mudou.
Material:	Spot.
Formato:	30".
Data de produção	Outubro de 2021.
Período de veiculação:	Novembro de 2021.
Praça:	Curitiba e região metropolitana.
Veículo:	Ouro Verde FM e 98 FM.
Problema:	Impactar pessoas interessadas na compra de um imóvel para visitarem a Feira.

Obs.: Peça no pen drive.

PEN DRIVE

Peças Case Momento Assembleia – ALEP

Peças Case Feira de Imóveis 20[illegible]PR

Curitiba, 30 de março 2022.

Adalberto E. Diniz
Diretor CEO

TRADE
comunicação
& marketing

www.trademkt.com.br