



TRADE



Repertório

CONCORRÊNCIA Nº 001/2026

CONSELHO REGIONAL DE MEDICINA DO ESTADO DO PARANÁ

6. 3^a
1

1. 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.



**A VIOLÊNCIA
TEM NOME.
DENUNCIE.**

A violência pode ser física, verbal ou psicológica, mas todas deixam marcas que não somem com o tempo. Por isso, a Câmara de Vereadores trabalha incansavelmente em projetos e leis para ampliar a proteção à mulher e a punição aos agressores. Faça sua parte e denuncie toda violência. Só assim vamos apagar essa mancha de nossa sociedade.

**CENTRAL DE ATENDIMENTO
À MULHER: LIGUE 180**



**Câmara Municipal de
Foz do Iguaçu**
Trabalho e transparência

Anúncio Jornal (17 x 25,5 cm)

2. FICHA TÉCNICA MÍDIA EXTERIOR

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



Outdoor (9x3m)

3. FICHA TÉCNICA TV

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

Obs.: Material no pen drive.

4. FICHA TÉCNICA TV

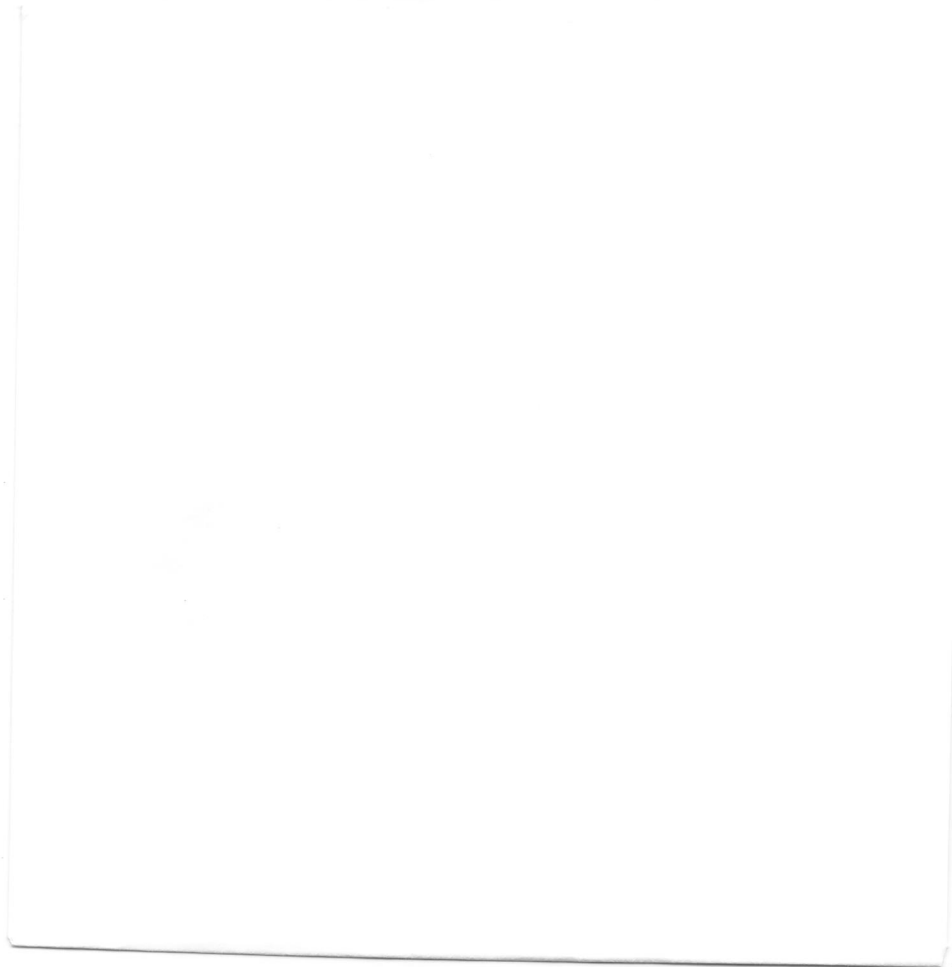
Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	CREA-PR.
Título:	O que tem em comum?
Material:	Vídeo.
Formato:	30".
Data de produção	Dezembro de 2024.
Período de veiculação:	Dezembro de 2024.
Praça:	Paraná.
Veículo:	RPC TV.
Problema de comunicação:	O Dia do Engenheiro é uma oportunidade para valorizar os profissionais da Engenharia e destacar sua importância para a sociedade. Diante do desafio de ampliar essa percepção, foi desenvolvido um vídeo para mostrar como a Engenharia está presente em diferentes aspectos da vida das pessoas, desde situações simples do cotidiano até grandes obras e avanços tecnológicos, reforçando a contribuição de engenheiros e engenheiras para o desenvolvimento e a qualidade de vida.

Obs.: Material no pen drive.

5. FICHA TÉCNICA TV

Licitante:	Trade Comunicação e Marketing.
Cliente:	Secretaria de Estado de Turismo - SETU.
Título:	Turismo de inverno.
Material:	Vídeo.
Formato:	60".
Data de produção	Abril de 2025.
Período de veiculação:	24 a 30 de abril de 2025.
Praça:	Paraná.
Veículo:	Globo, SBT, RIC, Band, TVCI, TV Evangelizar, Rede TV! Paraná, TV UP Umuarama.
Problema de comunicação:	A Secretaria de Turismo do Estado do Paraná realizou uma pesquisa que revelou que, apesar de seu grande potencial, o Paraná é pouco considerado como destino turístico pelos próprios paranaenses. O inverno, por sua vez, é uma estação em que o estado oferece muitas opções de turismo — especialmente por abrigar a capital mais fria do Brasil. Diante disso, foi lançada uma campanha para divulgar os principais destinos paranaenses e atrair mais visitantes.

Obs.: Material no pen drive.



Curitiba, 24 de agosto de 2026.

Esta página encerra o caderno Repertório da Concorrência nº 001/2026 do Conselho Regional de Medicina do Estado do Paraná.



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

~~120~~

3

6. +

TRADE

www.trademkt.com.br