



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA**



ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

Processo Administrativo nº 50/2022

Contratação do serviço de distribuição de publicidade de interesse do Conselho Federal de Química - CFQ, por intermédio de uma agência de propaganda



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA

1. Introdução

O presente documento é relativo à realização de Estudos Técnicos Preliminares (ETP) para analisar a viabilidade e a necessidade do Conselho Federal de Química (CFQ) de contratação de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade, por meio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente tendo por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse. O ETP tem também como objetivo demonstrar a viabilidade técnica e econômica das soluções identificadas, fornecendo as informações necessárias para subsidiar o respectivo processo de contratação.

1.1 Também integram o objeto desta contratação, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento, relacionados à execução do contrato;
- b) à produção e à execução técnica de peças, materiais e projetos publicitários criados no âmbito do contrato;
- c) à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias.

1.2 A contratação dos serviços, elencados no subitem 1.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

1.3 O planejamento, previsto no subitem 1.1, objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações publicitárias, tanto nos meios de veículos de divulgação tradicionais (*off-line*) como digitais (*on-line*), para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e devem prever, sempre que possível, os indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.4 As pesquisas e os outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "a" do subitem 1.1 terão a finalidade de:

- a) gerar conhecimento sobre o mercado, o público-alvo e os meios para divulgação das peças ou campanhas publicitárias;



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



b) aferir o desenvolvimento estratégico, a criação, a veiculação e a adequação das mensagens a serem divulgadas;

c) possibilitar a mensuração e avaliação dos resultados das campanhas publicitárias, vedada a inclusão de matéria estranha ou sem pertinência temática com a ação de publicidade.

1.5 Os contratos de serviços de publicidade terão por objeto somente as atividades previstas no item 1, subitens 1.1 e 1.2, vedada a inclusão de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

2. Diretrizes Gerais

2.1 Normativos que disciplinam os serviços a serem contratados de acordo com a natureza.

2.1.1 Lei 4.680/1965 que dispõe sobre a prestação de serviços publicitários, o exercício da profissão de publicitário e de agenciador de propaganda;

2.1.2 Lei 8.666/1993 que regulamenta o Art. 37, inciso XXI da Constituição Federal, institui normas para licitações e contratos da Administração Pública e dá outras providências;

2.1.3 Lei 12.232, de 20 de abril de 2010 que dispõe sobre normas gerais para licitação e contratação pela Administração Pública de serviços de publicidade por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências;

2.1.4 Instrução Normativa nº 5, de 26 de maio de 2017 que dispõe sobre as regras e diretrizes do procedimento de contratação de serviços sob o regime de execução indireta no âmbito da Administração Pública federal direta, autárquica e fundacional;

2.1.5 Instrução Normativa nº 3, de 20 de abril de 2018 que disciplina as licitações e os contratos de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda a órgão ou entidade do Poder Executivo federal;

2.1.6 Instrução Normativa nº 40, de 22 de maio de 2020 que dispõe sobre a elaboração dos Estudos Técnicos Preliminares - ETP - para a aquisição de bens e a contratação de serviços e obras, no âmbito da Administração Pública federal direta, autárquica e fundacional, e sobre o Sistema ETP digital.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA

2.2 Análise da contratação anterior

2.2.1 Ano 2019

Em 2019, houve contratação de pessoa jurídica especializada na prestação de serviços de publicidade compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente, que tinham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna e distribuição de ações publicitárias junto aos públicos de interesse, bem como outras atividades complementares.

A contratação foi formalizada por meio de concorrência, do tipo **melhor técnica**, nº 003/2018 (processo nº050/2018), sendo selecionada a empresa Companhia de Comunicação e Publicidade (CC&P), CNPJ nº 69.277.291/0001-66 (contrato nº16/2019), uma vez que a empresa obteve a melhor classificação no julgamento da Proposta Técnica e apresentou a proposta de menor preço entre as licitantes classificadas.

Ao longo do segundo semestre de 2019, foram realizadas ações de publicidade em algumas frentes, a exemplo das campanhas: **Institucional Digital e Nacional do Dia do Químico e Espaço Q.**

A Campanha do **Dia do Químico** teve como objetivo reforçar a importância da atuação dos profissionais de Química. Para esse fim foram realizadas veiculações nos meios TV, Rádio, Mídia Exterior e Internet.

Paralelamente, foi feita a publicidade do **Espaço Q**, construído para se ter acesso às diversas áreas da Química, por meio de ativações nas redes sociais do CFQ, como forma de promover a ação.

JUNHO 2019 - Ações específicas

Always On

Always On é uma estratégia que visa agendar e otimizar ações de marketing pago, por meio de publicações que estarão sempre em exibição. A recorrência de campanhas digitais é importante para manter de forma perene o público por meio das redes sociais, promovendo conteúdos que sejam relevantes e que agreguem valor e experiência à sociedade, profissionais de Química (atuantes e futuros) e o Sistema CFQ/CRQs (Conselho Federal de Química / Conselhos Regionais de Química).

Mostrar aos diversos públicos do Sistema CFQ/CRQs o papel de destaque do profissional de Química no desenvolvimento do país, o que garante à sociedade o acesso a produtos e serviços de qualidade.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



Público primário das ações pontuais: estudantes do ensino médio, técnico, superior, profissionais e empresas da área da Química e sociedade.

Algumas das principais mídias utilizadas nas ações pontuais em 2019:

REVISTA

Foram utilizadas as revistas **Veja**, **Época** e **IstoÉ** por conterem em seu escopo conteúdos voltados ao público formador de opinião.

MÍDIA EXTERIOR

Foi utilizado o veículo **Ótima**, apresentando mídia nos mobiliários urbanos da cidade de São Paulo.

MÍDIA EXTERIOR AEROPORTO


Para falar com o público formador de opinião, foram inseridas mídias em diversos locais dos aeroportos das praças de Curitiba, Belém, Salvador, Belo Horizonte, Fortaleza, Porto Alegre, Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília, Manaus e Recife.

Foram utilizados os veículos **BravoAd**, **Codemp**, **Mall & Media**, **Eletromidia**, **Grupo A3** e **JC Decaux**.

RÁDIO

Para ter uma boa cobertura e uma rentabilidade de verba, foram utilizadas as redes de rádio. As inserções aconteceram em veículos como: **CBN**, **BandNews**, **Antena1**, **Jovem Pan** para a divulgação da campanha, de forma Nacional. Já para a divulgação do Espaço Q, foram utilizadas as 5 primeiras rádios de maior audiência em São Paulo: **Band FM**, **CBN**, **Antena 1**, **Alpha FM** e **Nativa**.

TELEVISÃO



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA

Para TV aberta, o meio foi utilizado para falar com a sociedade em geral. Já a TV Fechada, foi utilizada por meio da escolha de canais que tivessem aderência com o público químico, sendo utilizada a característica do canal, bem como seus programas. As inserções foram feitas em veículos como: **Globonews, GNT, TV Globo, Record, SBT e TV Band.**

INTERNET - REDES SOCIAIS

REDES SOCIAIS

A categoria de redes sociais foi utilizada pelo fato de os veículos possuírem formatos com características que estimulam o compartilhamento da mensagem, por meio de fotos, vídeos e stories, fator que torna a compra otimizada e mais rentável. Os veículos **Facebook** e **Twitter** foram utilizados por apresentarem segmentações de acordo com o interesse do usuário e contextos/conteúdos que esse indivíduo consome.

Além disso, o veículo **LinkedIn** foi contemplado por apresentar segmentações específicas de cargo, ocupação, empresa em que o usuário trabalha e áreas de atuação profissional.

Para a divulgação do **Espaço Q**, foram veiculadas mídias nos veículos **Facebook** e **Instagram**, com o objetivo de falar com o público de São Paulo e promover a ação na internet.

PORTAL

O grupo de portais foi escolhido devido a sua capacidade de estar em diversos segmentos de interesse do CFQ e de apresentar grandes números de usuários únicos em cada categoria. Foram contemplados os veículos **Globo.com** e **UOL** por apresentarem editorias com temas, contextos e conteúdos voltados ao público-alvo da campanha. Para esses veículos, foram trabalhadas as segmentações mais voltadas para o público em geral, relacionadas aos interesses e contextos.

REDE DE VÍDEO

Os vídeos são os formatos mais acessados e assistidos na internet atualmente. O veículo utilizado foi a **Dynamic**. O formato utilizado permitiu que os vídeos veiculassem entre a leitura de textos, artigos de acordo com o contexto e segmentação escolhida. O formato foi o de **Trueview**, que garante que o vídeo só será cobrado quando assistido em sua totalidade.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



VERTICAL

O vertical de Química (veículos que atendem prioritariamente o nicho de mercado do CFQ) foi utilizado para falar especificamente com pessoas ligadas à Química de alguma forma. Foi utilizado o veículo **Química e Derivados** por apresentar notícias, artigos e conteúdos relevantes tanto para os profissionais de Química quanto para pessoas que se interessam pelo tema.

MOBILE

O *mobile* (dispositivo móvel com acesso à internet) é o meio mais utilizado para o consumo de internet. Através de sua capacidade de segmentação, foi possível uma maior assertividade em localizar o perfil a ser impactado pela campanha, seja através dos aplicativos instalados no celular, seja pela geolocalização ou até mesmo pelas atividades realizadas durante o período *off-line*.

Foram ativadas mídias nos veículos **Logan**, segmentando para o público prioritário da campanha.

O Conselho Federal de Química tem o objetivo de **estar conectado a todo o momento** com o seu público e de promover conteúdos que sejam relevantes e que agreguem valor e experiência entre a sociedade, os profissionais de Química (atuantes e futuros) e o Sistema CFQ/CRQs. Atuar nas principais REDES SOCIAIS do CFQ possibilitou um relacionamento com um público qualificado, de pessoas propensas a perceberem a transformação da sociedade por meio da Química.

Ao longo do segundo semestre de 2019, o CFQ criou, liderou e participou de narrativas e temas de interesse real do usuário. As publicações produzidas pela Agência de Comunicação Corporativa (Informe) com definição de temas e conteúdos mensais, eram encaminhadas à CC&P (Companhia de Comunicação e Publicidade) também para ativação e impulsionamento do conteúdo orgânico.

No **FACEBOOK** e **INSTAGRAM** as ações foram realizadas via parceiro terceirizado pela agência. Foram alcançados bons resultados de engajamento e de cliques, destacando o CTR (*click-through rate* – taxa de cliques) do Facebook de forma positiva (média do mercado de 0,30%). Houve patrocínio de conteúdos que eram relevantes para o público do CFQ, com o intuito de aumentar a base de fãs e de engajamento na página do CFQ.

No **LINKEDIN**, devido ao curto período de veiculação e baixo investimento, os resultados ficaram dentro do esperado. As veiculações foram fechadas com um CTR (*click-through rate* – taxa de cliques) de 0,40%, porém, levando-se em conta o período veiculado, o



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA

índice ficou bem baixo, demonstrando que nossa veiculação alcançou as pessoas com um baixo esforço de mídia, podendo ser um destaque positivo.

Para **YOUTUBE**, foram ativados vídeos que tivessem relevância para o público. Houve patrocínio de conteúdos que fossem relevantes para o público do CFQ, com o intuito de aumentar a base de fãs e de engajamento na página do CFQ. As veiculações foram fechadas com um VTR (*view through rate* – taxa de visualização) de 42,12%, o que demonstra que os usuários consumiram quase a metade de todos os vídeos oferecidos.

No **TWITTER** ao longo do período foram 4 publicações, com mais de 100 novos seguidores. Além disso, uma taxa de engajamento de 2,04% demonstrando que os usuários se interessaram pelos conteúdos apresentados.

2.2.2 Ano 2020

Em março de 2020, o Conselho Federal de Química retomou as ações de publicidade por meio de ativações no modelo *Always On*. As ações se mantiveram ativas entre março e junho de 2020.

Paralelamente a **Campanha Indispensável (Anexo I)** foi sendo planejada com o foco no mote abaixo:

Após a decretação da pandemia por COVID-19, o Conselho Federal de Química definiu a importância de mostrar à população brasileira a atuação indispensável do profissional de Química, no combate ao coronavírus, pois são eles que garantem a segurança de tudo o que a sociedade consome. O momento era de conscientizar que o trabalho do químico é importante para o bom funcionamento do ecossistema da sociedade.

FRENTE 1

Reforçar aos profissionais de química a importância do Sistema CFQ/CRQs, como órgão que realiza o estabelecimento de padrões de atuação para empresas e profissionais de química, fortalecendo e difundindo as boas práticas nas diversas áreas.

FRENTE 2

Comunicar à sociedade sobre a atuação dos profissionais de química que, embasados nas diretrizes do Sistema CFQ/CRQs, estão na linha de frente diante do atual cenário



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



brasileiro, fiscalizando e trabalhando para garantir que apenas produtos seguros sejam consumidos por toda a sociedade.

Público primário das ações pontuais: estudantes do ensino médio, técnico, superior, profissionais e empresas da área da Química e sociedade.

Algumas das principais mídias utilizadas nas ações pontuais de 2020:

REVISTA

Possibilitou a comunicação de forma segmentada, para um público específico. Utilizamos a revista **Química e Derivados**, por conter em seu escopo conteúdos voltados à área da Química, de grande relevância para o público-alvo da campanha.

REDES SOCIAIS

A categoria de redes sociais foi utilizada pelo fato dos veículos possuírem formatos com características que estimulam o compartilhamento da mensagem, por meio de fotos, vídeos e *stories*, fator que torna a compra otimizada e mais rentável. Os veículos *Facebook* e *Twitter* foram utilizados por apresentarem segmentações de acordo com o interesse do usuário e contextos/conteúdos que esse indivíduo consome.

Além disso, o veículo *LinkedIn* foi contemplado por apresentar segmentações específicas de cargo, ocupação, empresa em que o usuário trabalha e áreas de atuação profissional.

TWITTER - março, abril, maio e junho

IMPRESSÕES	7.420.986
TAXA DE ENGAJAMENTO	6,33%
NOVOS SEGUIDORES	2.315

LINKEDIN - abril e maio

IMPRESSÕES	904.513
------------	---------



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA

TAXA DE ENGAJAMENTO	1,70%
NOVOS SEGUIDORES	1.306

FACEBOOK - maio e junho

IMPRESSÕES	977.025
ALCANCE	755.777
CLIQUES	23.035

INSTAGRAM - maio e junho

IMPRESSÕES	466.547
ALCANCE	394.913
CLIQUES	1.180

YOUTUBE - maio e junho

IMPRESSÕES	2.562.903
VISUALIZAÇÕES	1.079.602
VIEW 100%	26.65%

MULTICATEGORIA

O grupo de multicategoria foi escolhido devido a sua capacidade de estar em diversos segmentos de interesse do CFQ e de apresentar grandes números de usuários únicos em cada categoria. Foram contemplados os veículos **Globo.com**, **UOL** e **Google**, por apresentarem editorias com temas, contextos e conteúdos voltados ao *target* (público alvo) da campanha. Para esses veículos, trabalhamos com a segmentação mais voltada para o público em geral, relacionando aos interesses e contextos atuais em que a sociedade se encontra.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



GOOGLE - maio e junho

IMPRESSÕES	11.527.625
CLIQUES	33.998
VISUALIZAÇÕES	2.509.620

UOL - maio e junho

IMPRESSÕES	4.332.844
CLIQUES	2.646
VISUALIZAÇÕES	357.573

GLOBO.COM - maio e junho

IMPRESSÕES	2.533.631
CLIQUES	171.526
VIEWABILITY (métrica de aferição de visualização de vídeos)	81%

REDE DE VÍDEO

Os vídeos são os formatos mais acessados e assistidos na internet atualmente. Como a campanha possuiu material em vídeo, foram usadas duas redes com maior alcance na internet: **Teads** (plataforma global de distribuição de vídeos que visa atingir, de forma estratégica, relevante e quantificável, o público de interesse da empresa que a contrata) e **Smartclip** (empresa de publicidade digital especializada em vídeos, anúncios com recursos avançados de multimídia, distribuição de mídia em canais exclusivos, entre outros) trabalhando o conteúdo em duas frentes distintas, convertendo com os públicos-alvo primários e secundários da campanha.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA

O formato utilizado permitiu que os vídeos veiculassem entre a leitura de textos, artigos de acordo com o contexto e segmentação escolhida. O formato é o de *Trueview*, que garante que o vídeo só será cobrado quando assistido em sua totalidade.

TEADS - maio e junho

VISUALIZAÇÕES	3.138.030
VIEWBILITY (métrica de aferição de visualização de vídeos)	88%
IEWS 100%	141.931

SMARTCLIP - maio e junho

VISUALIZAÇÕES	448.372
VIEWBILITY (métrica de aferição de visualização de vídeos)	86%
IEWS 100%	178.526

REDE DE CONTEÚDO

A rede de conteúdo foi responsável por ampliar a cobertura da campanha, devido a sua vasta rede de sites verticais (sites de atuação segmentada) e blogs. Foi contemplado o veículo *Seedtag*, que utiliza tecnologias de veiculação de mídia dentro das imagens presentes em artigos, matérias e notícias através de uma segmentação precisa, de acordo com o contexto e conteúdo apresentado.

Da mesma forma que a rede de vídeo, foram trabalhadas duas frentes distintas, convertendo com os *targets* (públicos-alvo) primários e secundários da campanha.

SEEDTAG - maio

IMPRESSÕES	2.327.941
------------	-----------



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



VIEWBILITY (métrica de aferição de visualização de vídeos)	65%
CLIQUES	16.233

GAMES

De acordo com estudos da época, constatou-se que o consumo de *Games* em *mobile* (dispositivos móveis com acesso à internet) aumentou durante o período da Pandemia. A categoria foi utilizada para aumentar a cobertura da campanha junto à sociedade em geral. Para isso, contamos com a divulgação da mídia no veículo *GameLoft*, um dos maiores desenvolvedores de jogos online que divulgou a mídia em sua rede de aplicativos.

GAMELOFT - maio

IMPRESSÕES	1.483.753
VISUALIZAÇÕES	544.685
CLIQUES	166.865

MOBILE

O *mobile* (dispositivo móvel com acesso à internet) é o aparelho mais utilizado para o consumo de internet. Através de sua capacidade de segmentação, foi possível maior assertividade em localizar o perfil a ser impactado pela campanha, seja por meio de aplicativos instalados no celular, pela geolocalização ou até mesmo pelas atividades realizadas durante o período *off-line* (dispositivo desligado).

A mídia foi ativada nos veículos Logan (empresa de *mobile marketing*) e Adsmovil (empresa de soluções de publicidade *mobile*), segmentando o público prioritário da campanha.

LOGAN - maio e junho

IMPRESSÕES	1.822.161
------------	-----------



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA

VISUALIZAÇÕES	185.493
CLIQUES	27.519

ADSMOVIL - maio e junho

IMPRESSÕES	1.215.177
VISUALIZAÇÕES	221.058
CLIQUES	59.535

HUB DE CONTEÚDO

Foi realizado um projeto, juntamente com o veículo O Globo, com o intuito de produzir e promover conteúdos próprios, em parceria com o Sistema CFQ/CRQs, através de um HUB de conteúdo (centro de distribuição de conteúdos). Foram produzidos 7 itens exclusivos, sendo: 2 social vídeos e veiculação de mídia de apoio nos canais O Globo Online e Tech Tudo e os demais em texto.

BRANDED CONTENT

Branded Content: conteúdo relevante e adaptável diretamente relacionado ao universo da marca.

PAGE VIEWS	130.663
UNIQUE PAGE VIEWS	120.155

SOCIAL VÍDEOS

VÍDEO 1	212,6 MIL VIEWS
VÍDEO 2	248,2 MIL VIEWS



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



MÍDIA DE APOIO - O GLOBO

IMPRESSÕES	744.198
CLIQUES	2.314

MÍDIA DE APOIO - TECHTUDO

IMPRESSÕES	420.703
CLIQUES	514

3. Diretrizes Específicas

3.1 Necessidades da Contratação

3.1.1 O Conselho Federal de Química é uma autarquia federal, criada pela Lei nº 2.800, de 18 de junho de 1956, que tem como objetivo fiscalizar o exercício dos profissionais da Química, por meio do controle ético e técnico-profissional, protegendo a sociedade de maus profissionais, de modo a assegurar à população atendimento responsável e de qualidade.

Apresenta como valores a ética, a integridade, a transparência, a unicidade, o foco na sociedade, a inovação, a excelência em gestão e a autorresponsabilidade. Tem a missão de promover a atividade plena da Química com vistas a contribuir para o desenvolvimento sustentável do país e para a visão de ser reconhecido como referência no aprimoramento da Química no Brasil.

Para alcançar os objetivos propostos, o Conselho deve estar orientado pelas diretrizes de ser transparente, manter a sociedade informada acerca das decisões tomadas e dos riscos envolvidos, dialogar e prestar contas à sociedade, prover aos cidadãos dados e informações de qualidade, manter a comunicação com as partes interessadas e viabilizar a inserção do Sistema CFQ/CRQs nos fóruns de debate político e legislativo.

3.1.2 A publicidade, em geral, é uma atividade essencial para o cumprimento de



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA

objetivos do Planejamento Estratégico 2018 - 2028 e do Plano Plurianual 2022 - 2024, exemplificados nos quadros abaixo:

Planejamento Estratégico 2018-2028:

PERSPECTIVA		OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
Sociedade		1. Assegurar à Química como uma das estratégias de desenvolvimento da nação 2. Assegurar que a sociedade receba produtos e serviços de qualidade
Processos Internos	Relações com a Sociedade	3. Normatizar o exercício das atividades químicas 4. Estabelecer sistemática de orientação do exercício profissional 5. Garantir uma fiscalização eficaz e efetiva
	Relações Institucionais	6. Ampliar parcerias institucionais 7. Influenciar os processos político e legislativo nacional 8. Influenciar as diretrizes educacionais da Química 9. Garantir a eficácia da comunicação com os profissionais de Química e a Sociedade
Governança e Gestão		10. Garantir a sustentabilidade financeira de todo Sistema CFQ/CRQs 11. Adotar as melhores práticas de Governança e Gestão 12. Promover a inovação de processos e serviços, por meio da melhoria contínua e das ferramentas de Inteligência Artificial
Aprendizado e Crescimento		13. Qualificar adequadamente o time de gestores e colaboradores para suprir as demandas do Sistema CFQ/CRQs 14. Implementar políticas de valorização para manter o capital humano 15. Adotar um sistema integrado e inovador de informação capaz de interligar o sistema CFQ/CRQs e as partes interessadas 16. Conscientizar, alinhar, direcionar e disseminar os objetivos estratégicos do Sistema CFQ/CRQs para atingir os resultados esperados

Plano Plurianual 2022 – 2024:



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



Eixo Estratégico	Eixo 2 Comunicação e Relacionamento
Programa	Programa 2.3 - Relações com a Sociedade em Geral
Objetivo	Interagir com a sociedade em geral com o propósito de demonstrar o papel da Química como uma das estratégias de desenvolvimento da nação e guardiã do interesse público na promoção de orientações que possa assegurar o recebimento de produtos e serviços de qualidade
Público-Alvo	i. Público externo: relação com a sociedade em geral
Resultado Esperado	Ampliar a interação do Sistema CFQ/CRQs com a sociedade em geral
Objetivo estratégico	OE 01 Assegurar a Química como uma das estratégias de desenvolvimento da nação
Cadeia de Valor	6 - Orientação
Diretriz PPA	1 - Ter clareza acerca de quais são os produtos e serviços efetivamente prestados para cidadãos e usuários, e manter o foco nesse propósito

Fonte: <http://cfq.org.br/wp-content/uploads/2021/11/Plano-Plurianual-CFQ-2022-2024.pdf>

3.1.3 A publicidade é uma ação importante também para:

- Posicionar o Sistema CFQ/CRQs perante temas emergentes da sociedade e atuar como protagonista no desenvolvimento político, econômico e social.
- Divulgar as funções, prerrogativas e a importância dos profissionais da Química junto às organizações e à sociedade.
- Interagir com o sistema educacional para fomentar a qualidade formativa e a divulgação da profissão.

3.1.4 Vale destacar que a publicidade é uma ação instrumental importante para alcançar e cumprir fundamentos presentes na Missão, Visão e Valores do Conselho Federal de Química.

Missão: Promover a atividade plena da Química, com vistas a contribuir para o desenvolvimento sustentável do país.

Visão: Ser reconhecido como referência no desenvolvimento da Química no Brasil.

Valores: Ética, integridade, transparência, unicidade, foco na sociedade, inovação, excelência em gestão e autorresponsabilidade.

3.1.5 O Sistema CFQ/CRQs, conforme exposto no subitem **2.2 Análise da contratação anterior**, já adota, desde 2019, a prática do posicionamento e difusão da informação por meio de ações publicitárias que trouxeram grande valor ao Sistema como um todo. Para dar continuidade ao trabalho, faz-se necessária a contratação terceirizada de serviços de publicidade e propaganda. Nesse sentido, a contratação ora proposta objetiva tornar possível a disponibilização de infraestrutura, material humano e outras ferramentas necessárias à realização de campanhas publicitárias de interesse deste Conselho Federal de Química e do Sistema como um todo, com reflexos sociais e políticos e à população em geral, destacando ainda 4 importantes aspectos:



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA

- Focar em ações que transmitam responsabilidade, cuidado, respeito e transparência para com a Sociedade;
- Utilizar canais modernos de comunicação, chegando assim a todo o público-alvo de forma ágil e transparente;
- Manter relacionamentos institucionais consistentes por meio de processos estruturados, como seus canais de divulgação, encontros com registrados e outras ações;
- Elevar ainda mais o fluxo da comunicação, a fim de comunicar mais, melhor, de forma ampla e que atinja a todos os segmentos do público-alvo.

3.1.6 Estão previstos como Projetos Estratégicos para 2022 e 2023, as seguintes ações.

- **Dia do Profissional da Química**
Campanha com o foco na ação para o Dia do Profissional da Química (junho 2023).
- **Publicidade *Always On***
Ações regulares de impulsionamento de conteúdo em redes sociais do Conselho Federal de Química para 2022 e 2023.

4. **Requisitos da Contratação**

4.1.1 **Requisitos necessários ao atendimento da necessidade:**

É essencial que o Conselho Federal de Química e o Sistema CFQ/CRQs como um todo esteja preparado e assessorado para criar ações de publicidade, no sentido de amplificar o relacionamento com os públicos de interesse. Para esse fim, a ASCOM (Assessoria de Comunicação do CFQ) precisa de apoio especializado de agência de publicidade, que possua profissionais com capacidade técnica para cumprir o planejamento de comunicação e a missão de informar com propriedade e oportunidade.

O CFQ deve ainda disponibilizar infraestrutura mínima operacional de funcionamento, tais quais telefones, computadores, profissionais e demais itens necessários para gerir, administrar e executar o contrato.

Para execução de uma comunicação integrada, ágil e moderna, a proposta do CFQ sempre foi desenvolver a comunicação em três pilares de atuação:

- Comunicação Corporativa;
- Publicidade; e



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



- Eventos e promoção.

No tocante especificamente à publicidade, a licitação terá a modalidade de concorrência, seu tipo será técnica e preço e seu valor máximo será de R\$1.910.000,00 (um milhão novecentos e dez mil reais) conforme Plano Anual de Contratações 2022 (PAC). Estima-se que o mês da contratação, segundo o PAC 2022, ocorrerá em novembro do mesmo ano.

4.1.2 Natureza dos Serviços

Os trabalhos de publicidade possuem natureza de serviços contínuos, pois, conforme exposto na análise dos anos de 2019 e 2020, no item **2.2 Análise da contratação anterior**, há a permanência da necessidade pública a ser satisfeita. Ou seja, a prestação desses serviços essenciais não esgota a sua necessidade no futuro.

A contratação dos serviços tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação (previstos no inciso XXXIII do artigo 5º e do artigo 37 da Constituição Federal), por meio de ações que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

4.1.3 Critérios e Práticas de Sustentabilidade

Os serviços deverão ser executados em conformidade com as orientações e normas voltadas para a sustentabilidade ambiental, em especial as contidas na IN/SLTI/MPOG nº 01, de 19 de janeiro de 2010 (dispõe sobre os critérios de sustentabilidade ambiental na aquisição de bens, contratação de serviços ou obras pela administração pública federal direta, autárquica e fundacional) e no Decreto nº 7.746/2012, da Casa Civil, da Presidência da República (regulamenta o Art. 3º da Lei nº 8.666/1993, para estabelecer critérios e práticas para a promoção do desenvolvimento nacional sustentável nas contratações realizadas pela administração pública federal direta, autárquica e fundacional), no que couber. Os critérios também devem acompanhar o Guia Nacional de Contratações Sustentáveis, elaborado pela Controladoria-Geral da União.

4.1.4 Duração do Contrato

A duração do contrato é de 12 (doze) meses, contados a partir de sua assinatura. A **CONTRATANTE** poderá optar pela prorrogação desse prazo, mediante acordo entre as partes, nos termos do inciso II do Art. 57 da Lei no 8.666/1993. A prorrogação será instruída mediante avaliação da qualidade dos serviços prestados e descontos



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA

praticados, a fim de demonstrar a vantajosidade para a Administração, e avaliação de desempenho da **CONTRATADA**, a ser efetuada pela **CONTRATANTE**.

Recomenda-se, nos termos da legislação e das melhores práticas da administração, que o rito de renovação de contrato deve considerar os seguintes aspectos:

- a) Previsão expressa de possibilidade de prorrogação do contrato;
- b) Contrato relativo à prestação de serviços contínuos;
- c) Limitação ao total de 60 (sessenta) meses, por iguais e sucessivos períodos, não podendo existir solução de continuidade nas prorrogações;
- d) Realização de pesquisa de mercado para a obtenção de preços e condições mais vantajosas para a Administração;
- e) Justificativa por escrito do interesse público na prorrogação e autorização prévia da autoridade superior;
- f) Manifestação de interesse pela parte contratada;
- g) Manifestação do fiscal do contrato, atestando a regularidade dos serviços até então prestados;
- h) Manutenção das mesmas condições de habilitação exigidas na licitação, comprovando a capacidade de contratar com a administração pública;
- i) Previsão de recursos orçamentários;
- j) Comprovação de negociação contratual, visando a redução de valores.

4.1.5 Transição Contratual

A transição contratual deve ocorrer de forma organizada, transparente e planejada entre **CONTRATANTE** e **CONTRATADO**.

Assim que formalizada a intenção pelo encerramento do contrato de serviços de publicidade ou pela sua não prorrogação, o **CONTRATADO** deverá entregar, até um mês antes do término do ajuste, um relatório técnico de finalização do contrato, em que serão avaliadas a qualidade, a quantidade e os resultados de todos os trabalhos realizados. Também é obrigação do **CONTRATADO** entregar, até a finalização contratual, todas as senhas do CFQ que tenham sido utilizadas pelo **CONTRATANTE**, assim como todos os materiais, as campanhas e as peças publicitárias efetuadas pelo **CONTRATADO**, em benefício do **CONTRATANTE**, durante a vigência do tratado.

Outra medida complementar a ser observada está no Art.17 da lei 12.232/2010 que preceitua: "As agências contratadas deverão, durante o período de, no mínimo, 5 (cinco) anos após a extinção do contrato, manter acervo comprobatório da totalidade dos serviços prestados e das peças publicitárias produzidas".

No caso de prorrogação, o **CONTRATADO** passará por uma avaliação da qualidade dos



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



serviços prestados, baseada em relatório técnico apresentado ao **CONTRATANTE 2** (dois) meses antes do encerramento do contrato. O relatório técnico deverá demonstrar os resultados de todas as campanhas, os impulsionamentos, as veiculações e as demais atividades desempenhadas no último exercício.

Demais detalhamentos e protocolos de transição contratual poderão ser definidos em roteiro de fiscalização, apresentado após o início da execução contratual e/ou no próprio contrato.

5. Levantamento de Mercado

O requisito interno necessário ao atendimento da necessidade está relacionado à previsão orçamentária, previsão no Planejamento Estratégico, PPA (plano plurianual) e PAC (plano anual de contratações). O presente estudo tomou como base estimativas de valores (descontos) e soluções de mercado desenvolvidos em outros conselhos profissionais e governos federal, estadual e distrital, conforme exposto abaixo:

5.1 Conselhos Profissionais (valor anual contratado e tipo de licitação)

Conselho Federal de Nutrição	1 milhão	Técnica e Preço
Conselho de Arquitetura e Urbanismo	4 milhões	Técnica e Preço
Conselho Federal de Administração	1,9 milhão	Técnica e Preço
Conselho Federal de Biologia	2 milhões	Técnica e Preço
Conselho Federal de Contabilidade	3 milhões	Técnica e Preço
Conselho Federal de Fonoaudiologia	3 milhões	Melhor Técnica
Conselho Federal de Medicina	6,3 milhões	Melhor Técnica
Conselho Federal de Medicina Veterinária	3 milhões	Melhor Técnica
Conselho Federal de Engenharia e Agronomia	16 milhões	Melhor Técnica
Conselho Federal de Enfermagem	7,4 milhões	Melhor Técnica

Para as licitações realizadas pelos Conselhos Profissionais analisados, percebe-se:



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA

Tipo: Opção pelo tipo **técnica e preço** para licitações com valores entre R\$1.000.000,00 e R\$4.000.000,00. Opção pelo tipo **melhor técnica** para licitações entre R\$3.000.000,00 e 16.000.000,00.

Para prosseguimento e aprofundamento do estudo foram consideradas as licitações similares ao **tipo técnica e preço** e com valores aproximados ao previsto no orçamento do Conselho Federal de Química.

AUTARQUIA	TIPO DE LICITAÇÃO	VALOR	DESCONTO DE AGÊNCIA	DESCONTO MÍNIMO SOBRE TABELA SINAPRO	PERCENTUAL MÁXIMO DE HONORÁRIOS DE PRODUÇÃO	PERCENTUAL MÁXIMO DE HONORÁRIOS DE PESQUISA
Conselho Federal de Nutrição	Técnica e Preço	1 milhão	15%	100%	5%	5%
Conselho de Arquitetura e Urbanismo	Técnica e Preço	4 milhões	15%	56%	6,80%	3,40%
Conselho Federal de Administração	Técnica e Preço	1,9 milhão	20%	5%	6%	6%
Conselho Federal de Biologia	Técnica e Preço	2 milhões	17%	65%	5%	3%
Conselho Federal de Contabilidade	Técnica e Preço	3 milhões	15%	75%	15%	10%
			16,40%	60%	8%	5%

Para as licitações do tipo **técnica e preço** realizadas pelos **Conselhos Profissionais** analisados, percebe-se:

- Desconto de agência: variação entre **15% e 20%** (média de 16,4%).
- Desconto mínimo sobre a tabela ao SINAPRO: variação entre **5% e 100%** (média de 60%).
- Percentual máximo de honorários de produção: variação entre **5% e 15%** (média de 8%).
- Percentual máximo de honorários de honorários de pesquisas: variação entre **3,4% e 10%** (média de 5%).

5.2 Conselho Federal de Química

Conselho Federal de Química (último contrato)	9,8 milhões (ano)
---	-------------------

- Tipo: **melhor técnica**.
- Desconto de agência: **15%**.
- Desconto mínimo sobre a tabela ao SINAPRO: **40%**.
- Percentual máximo de honorários de produção: **4%**.
- Percentual máximo de honorários de honorários pesquisas: **5%**.
- Renovação de Direitos: **5%**.
- Renovação de Direitos e Reimpressão: **5%**.
- Percentual máximo de honorários de formas inovadoras: **4%**.

5.3 Tabela comparativa de valores (percentuais) aplicados - médias



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



Órgão	Desconto de agência	Desconto mínimo SINAPRO	Desconto Máximo de Honorários Produção	Percentual Máximo de Honorários Pesquisas...
CFQ (contrato anterior)	15%	40%	4%	5%
Conselhos	16,40%	60%	8%	5%

5.4 Análise das licitações acima relacionadas

Há uma variação considerável entre os modelos adotados se melhor técnica ou técnica e preço. No entanto, há certo equilíbrio em relação a alguns aspectos. Os tipos adotados (melhor técnica ou técnica e preço) e os percentuais de comissionamento de mídia (entre 15% e 20%) oscilam pouco. Já os honorários sobre produção, pesquisas, direitos autorais e novas formas de comunicação apresentam uma variação muito grande. É possível concluir que os parâmetros de descontos adotados na última licitação do CFQ estão em linhas gerais de acordo com a média do mercado público. Para que se tenha uma base mais linear de comparação, a ASCOM optou por considerar para finalidade de médias, os conselhos que realizaram licitações de técnica e preço.

A média de valores destinados às licitações é de 2,38 milhões entre os conselhos profissionais selecionados. Na última contratação do CFQ, o valor destinado era de 9,8 milhões. Considerando que o valor atual destinado a esse projeto estratégico é de 1,910 milhões, a ASCOM sugere que os percentuais adotados para a licitação sejam a média resultante do estudo constante no item 5.1.

Órgão	Média de valores	Tipo de Licitação	Desconto de agência	Desconto mínimo SINAPRO	Desconto Máximo de Honorários Produção	Percentual Máximo de Honorários Pesquisas
Conselhos	2,38 milhões	Técnica e Preço	16,40%	60%	8%	5%



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA

5.5 Outras análises

Também foram estudados outros instrumentos relativos a esse tipo de contratação, tais como:

- Minuta de edital do Ministério das Comunicações para a Contratação de Serviços de Publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.
- Tabela de Remuneração de Agências de Propaganda da Secretaria de Comunicação Institucional do Ministério das Comunicações.
- Consultas longas à Secretaria de Comunicação Social - SECOM/PR com o objetivo de alinhamento ao praticado pelos órgãos da administração pública, bem como com o Sindicato das Agências de Propaganda do DF - SINAPRO, conforme cronologia abaixo.
- Termo de Referência (TR) do Conselho Federal de Medicina (CFM) para a Contratação de Serviços de Publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda.

CONSELHO FEDERAL DE MEDICINA

No intuito de analisar as boas práticas nos segmentos de contratação de serviços de publicidade realizadas pelos Conselhos, em fevereiro de 2022, entramos em contato com o Conselho Federal de Medicina. O Conselho nos informou que, durante o desenvolvimento da sua licitação de publicidade, não houve necessidade de elaboração do Estudo Técnico Preliminar. Em seguida, através de pesquisa na internet, encontramos o Termo de Referência da autarquia, que nos serviu de subsídio.

SINAPRO

Em 4 de fevereiro de 2021 foi estabelecido contato informando que estávamos iniciando o processo de licitação para contratação de agência de propaganda para o CFQ e apoio na disponibilização de informações fundamentais para o andamento do processo, tais como modelos de DOD (documento de oficialização de demanda), ETP (estudo técnico preliminar) e análise de risco.

No dia 5 do mesmo mês, eles responderam com um *link* com modelo de edital da SECOM. Informaram não conseguir nos auxiliar quanto a disponibilização dos modelos de documentos solicitados, pedindo que entrássemos em contato com a própria SECOM para verificar a possibilidade de ter acesso a tais documentos. Por fim, se disponibilizaram para analisar previamente a minuta do Edital, através do jurídico do Sindicato.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



SECOM/PR

Dia 10 de fevereiro de 2021 foi encaminhado e-mail à SECOM, com a mesma solicitação que fizemos inicialmente ao SINAPRO, solicitando apoio no processo através de documentos, modelos e informações sobre o processo de licitação.

Como não houve manifestação por parte do órgão, em 24 de fevereiro, foi feito novo contato, através do telefone fixo da SECOM. O servidor que atendeu foi o mesmo que recebeu o e-mail. Ele **informou que o CFQ não precisa seguir as normas previstas pelo órgão, por tratar-se de uma Autarquia, mesmo sendo informado que gostaríamos de seguir o padrão.** Outra pergunta ao servidor foi referente ao cadastro no site para ter acesso às licitações que seguem as normas do Órgão. Foram disponibilizados alguns modelos de editais disponíveis no *site*, assim como uma planilha de remuneração das agências de publicidade de contratos atuais. Mesmo após o contato por telefone, não houve uma resposta formal do e-mail encaminhado, assim como não houve orientação sobre o cadastro no site.

6. Descrição do serviço como um todo

6.1 A contratação de serviços de publicidade, prestados por intermédio de agência de propaganda, compreende o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o intuito de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, de difundir ideias, princípios, iniciativas ou instituições ou de informar a sociedade em geral, em especial aos profissionais, empresas, instituições e demais organizações vinculadas às questões relacionadas à Química.

6.2 Também integram o objeto, como atividades complementares, os serviços especializados pertinentes:

- a) Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relativos à execução do contrato;
- b) À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária destinadas a expandir os efeitos das mensagens, em consonância com novas tecnologias (ambiente digital, mídias sociais, plataformas de dados, multiplataformas de mensagens instantâneas);



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA**

c) À produção e à execução técnica das peças e/ou materiais criados pela agência a ser contratada.

6.3 As pesquisas e outros instrumentos de avaliação previstos na alínea "a" do subitem 6.2 terão a finalidade de:

a) Gerar conhecimento sobre o mercado ou o ambiente de atuação do Sistema CFQ/CRQs, o público-alvo e os veículos de comunicação e de divulgação nos quais serão difundidas as campanhas ou peças;

b) Aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a divulgação de mensagens;

c) Mensurar resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

6.4 Os serviços previstos no subitem 6.2 não abrangem as atividades de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

6.5 Para a prestação dos serviços será contratada 1 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência, licitante, proponente ou contratada.

6.6 Os serviços objeto da futura concorrência serão contratados por meio de agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei no 4.680/1965 e que tenham obtido certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei no 12.232/2010.

6.7 A agência deverá atuar por ordem e conta do CFQ, em conformidade com o art. 3º da Lei nº 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados, para a execução das atividades complementares de que trata o subitem 6.2, e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

6.8 A agência não poderá subcontratar outra agência de propaganda para a execução de serviços previstos no item 6.1.

6.8.1 Vale esclarecer que a contratação dos veículos de divulgação realizados pela agência vencedora não se confunde com a subcontratação de que trata o item 6.8.

6.9 A agência deverá atuar de acordo com solicitação do CFQ em relação aos serviços previstos nos subitens 6.1 e 6.2.

6.10 As ações de publicidade devem vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social, não podendo



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

7. Estimativa de Quantidade

As estimativas de quantidades possuem correlação com o PAC 2022, presente no link <https://cfq.org.br/wp-content/uploads/2022/06/PAC-2022-2%C2%BA-REVIS%C3%83O.pdf>) item 130 do PAC 2022 - 2ª Revisão, cuja disponibilidade é de R\$1.910.000,00 (um milhão novecentos e dez mil reais)

SEQ.	DESCRIÇÃO SUCINTA DO OBJETO	UNIDADE DEMANDANTE	JUSTIFICATIVA	CONTRATAÇÃO/RENOVAÇÃO	FORMA DE CONTRATAÇÃO PREVISTA	VALOR ESTIMADO EM 2022
76	Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse do Conselho Federal de Química.	ASCOM	Prestar informações sobre projetos, ações e serviços do Sistema CFQ/CRQs; divulgar a importância do profissional habilitado para a sociedade; orientar os profissionais sobre a sua responsabilidade de no exercício da profissão, penalidades previstas, atingindo também empresas e indústrias do setor.	CONTRATAÇÃO	CONCORRÊNCIA	R\$ 1.910.000,00

Os projetos estratégicos com foco no Sistema CFQ/CRQs norteiam parte das estimativas de quantidades a serem sugeridas aos participantes da concorrência,



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA

conforme consta na portaria 129/2021, que dispõe sobre os Projetos Estratégicos 2022, desdobramento em indicadores e metas e alinhamento ao Planejamento Estratégico 2018 – 2028 e ao Plano Plurianual 2022 -2024.

Programa	2.3 - Relações com a Sociedade em Geral
Projeto	2.3.1 - Química na Mídia
Objetivo	Garantir a eficácia da comunicação com a Sociedade
Vinculação	Planejamento Estratégico: OE 01 Assegurar a Química como uma das estratégias de desenvolvimento da nação Cadeia de Valor: 6 - Orientação Diretriz PPA: 1 - Ter clareza acerca de quais são os produtos e serviços efetivamente prestados para cidadãos e usuários, e manter o foco nesse propósito
Meta	Realizar 4 campanhas publicitárias
Orçamento	R\$1.700.000,00

<http://cfq.org.br/wp-content/uploads/2021/11/Portaria-n%C2%BA-129-de-23-de-novembro-de-2021-Projetos-Estrat%C3%A9gicos-CFQ-2022-indicadores-e-metas.pdf>

Além das 4 campanhas publicitárias, uma de maior porte e outras três de menor porte, totalizando R\$1.700.000,00 (Um milhão e setecentos mil reais), a aplicação do restante do orçamento, R\$ 210.000,00 (duzentos e dez mil reais), está voltada para ações factuais (de oportunidade).

Devido à natureza dos serviços de publicidade, ressalta-se que a presente contratação não envolve a quantificação prévia e estimada, por parte da **CONTRATANTE**, de produtos, serviços, peças publicitárias, quantidades de inserções ou veiculações, produção de filmes, entre outros.

Diferentemente dos serviços de natureza comum, que são constituídos por tarefas que podem ser executadas mecanicamente ou segundo técnicas, protocolos e métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão em sua contratação, os serviços de publicidade possuem uma natureza intelectual, na medida em que a sua contratação envolve, basicamente, a expertise das agências de propaganda na proposição das soluções publicitárias mais adequadas para atingimento dos objetivos de comunicação estabelecidos em cada demanda.

Ademais, o Art. 5º da Lei nº 12.232/2010 estabelece as opções de modalidade de



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



licitação para contratação de serviços de publicidade, bem como define, necessariamente, os tipos de licitação “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

8. Estimativa do valor da contratação

A reserva orçamentária, conforme PAC 2022, está estimada em R\$1.910.000,00 (um milhão e novecentos e dez mil reais), pelos primeiros 12 (doze) meses do contrato.

9. Apresentação de proposta de preços

9.1 A Proposta de Preços da licitante deverá ser elaborada de acordo com o Modelo de Proposta de Preços que constituirá anexo do Projeto Básico e apresentado em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente, sem emendas ou rasuras, datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

9.2 Os quesitos a serem valorados pelas licitantes são integrantes do da Proposta de Preços, cujo modelo constitui o Anexo do Projeto Básico, ressalvado que, nos termos do § 2o. do Art. 46 da Lei no 8.666/1993, não serão aceitos:

a) percentual de desconto inferior a 60% (sessenta por cento), a ser concedido ao ANUNCIANTE, sobre os custos internos dos serviços executados pela licitante, baseados na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda de Brasília, referentes a peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Art. 11 da Lei no 4.680/1965;

b) percentual de honorários superior a 8% (oito por cento), incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados contratados junto a fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à produção e à execução técnica de peça e ou material cuja distribuição não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Art. 11 da Lei no 4.680, de 1965;

c) percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados contratados junto a fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes:



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA

I. ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento pertinentes ao objeto do contrato, exceto no tocante às pesquisas de pré-teste.

II. à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a sua distribuição/veiculação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Art. 11 da Lei no 4.680/1965;

III. à reimpressão de peças publicitárias.

d) percentual de honorários superior a 5% (cinco por cento), incidentes sobre os custos dos bens e dos serviços especializados contratados junto a fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação, à implementação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, destinadas a expandir os efeitos das mensagens e das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, cuja contratação não lhe proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de divulgação, nos termos do Art. 11 da Lei no 4.680/1965.

Obs: Os limites acima estão em consonância com os percentuais do estudo apontado no item 5.

9.3 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo de 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

9.3.1 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 9.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Especial de Licitação realizará com ela diligência nos termos do §3o do Art. 43 da Lei no 8.666/1993, como forma de prorrogar o referido prazo.

9.3.1.1 A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Propostas de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

10. Justificativa para o não parcelamento

O objeto da licitação é a permanente, contínua e necessária prestação de serviços destinados à publicidade de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos, sempre com caráter educativo, informativo e de orientação social.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



O direito à informação pública é essencial para a prática da cidadania, sendo papel da esfera governamental promover a adequada e constante compreensão da informação pública.

A necessidade e a imprescindibilidade de comunicação implicam que os serviços destinados à comunicação devam ser realizados de maneira contínua.

Sendo assim, em razão da necessidade de compatibilização entre as peças e trabalhos realizados no tocante à forma de comunicação, conteúdo e apresentação, o serviço ora licitado não está sujeito à possibilidade de parcelamento.

11. **Contratações Correlatas e/ou Interdependentes**

Não existem contratações correlatas ou interdependentes.

12. **Alinhamento entre a contratação e o planejamento**

A contratação de agência de publicidade tem previsão no PAC 2022 (plano anual de contratações), documento aprovado em reunião de Diretoria.

SEQ.	DESCRIÇÃO SUCINTA DO OBJETO	UNIDADE DEMANDANTE	JUSTIFICATIVA	CONTRATAÇÃO/RENOVAÇÃO	FORMA DE CONTRATAÇÃO PREVISTA	VALOR ESTIMADO EM 2022
76	Contratação de serviços de publicidade prestados por intermédio de agência de propaganda, compreendendo o conjunto de atividades realizadas integradamente distribuição de ações publicitárias junto a públicos de interesse do Conselho Federal de Química.	ASCOM	Prestar informações sobre projetos, ações e serviços do Sistema CFQ/CRQs; divulgar a importância do profissional habilitado para a sociedade; orientar os profissionais sobre a sua responsabilidade no exercício da profissão, penalidades previstas, atingindo também	CONTRATAÇÃO	CONCORRÊNCIA	R\$ 1.910.000,00



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA

			empresas e indústrias do setor.			
--	--	--	---------------------------------	--	--	--

Fonte: <http://cfq.org.br/wp-content/uploads/2021/11/Plano-Anual-de-Contrata%C3%A7%C3%B5es-2022.pdf>

13. Demonstrativo dos Resultados Pretendidos

Os serviços prestados na área de publicidade visam difundir a Química, entre os profissionais da área, clarificando a identidade do profissional em nível nacional perante a sociedade e instituições. Além disso, visa fortalecer o Sistema CFQ/CRQs, aproximando-se mais dos Profissionais registrados.

No quesito de desenvolvimento sustentável, os resultados pretendidos estão diretamente ligados à atuação da agência vencedora da licitação. Espera-se a adoção, na execução dos serviços, das boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização dos recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no Art. 3º da Lei nº 8.666/1993 e regulamentado pelo Decreto nº 7.746, de 2012

Por fim, ressalta-se que os serviços prestados são específicos. Com a contratação de uma empresa especializada, busca-se garantir o cumprimento de serviços e a execução de produtos que o CFQ não é capaz de executar internamente.

14. Providências a serem adotadas pela administração previamente à celebração do contrato

Pelas características dos serviços, não será necessária adequação do ambiente organizacional da Autarquia, pois, em quesitos estruturais, a Assessoria de Comunicação (ASCOM) – CFQ já conta com computadores, impressoras, *scanner*, internet, telefone, mesas, cadeiras, entre outros itens que subsidiam o desenvolvimento adequado das atividades.

Contudo, quanto aos recursos humanos disponíveis na ASCOM – CFQ, observa-se a necessidade da contratação de um analista de comunicação para a área, visto que a ASCOM é responsável por três pastas (comunicação corporativa, eventos e publicidade) e, hoje, conta apenas com duas analistas que acabam por acumular funções.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



Evidencia-se ainda que as analistas da ASCOM tiveram o curso de capacitação com a temática de fiscalização e gestão de contratos, com duração de 40 horas.

15. Possíveis impactos ambientais e respectivas medidas de tratamento

O impacto ambiental caracteriza-se como qualquer alteração das características do sistema ambiental, seja ela física, química, biológica, social ou econômica, causada pela execução do contrato.

No tocante à prestação de serviços de publicidade, as previsões de sustentabilidade referem-se às condições em que os serviços são prestados.

Conforme Decreto nº 7.746/2012, da Casa Civil, da Presidência da República, são considerados critérios e práticas sustentáveis:

- I – baixo impacto sobre recursos naturais como flora, fauna, ar e água;
- II – preferência para materiais, tecnologias e matérias-primas de origem local;
- III – maior eficiência na utilização de recursos naturais como água e energia;
- IV – maior geração de empregos, preferencialmente com mão de obra local;
- V – maior vida útil e menor custo de manutenção do bem e da obra;
- VI – uso de inovações que reduzam a pressão sobre recursos naturais;
- VII – origem sustentável dos recursos naturais utilizados nos bens, nos serviços e nas obras;
- VIII – utilização de produtos madeireiros e não madeireiros originários de manejo florestal sustentável ou de reflorestamento.

Portanto, qualquer ação da **CONTRATADA** que viole as práticas sustentáveis acima relacionadas geram impactos ambientais não desejados.

Como medidas de tratamento, a **CONTRATADA** deverá observar as orientações das legislações aplicadas ao contrato.

16. Posicionamento conclusivo sobre a viabilidade e razoabilidade da contratação

Diante da necessidade deste Conselho e, com base nos elementos anteriores, expostos neste estudo, considera-se viável a licitação para contratação de empresa especializada na prestação do conjunto de serviços de publicidade realizados



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA

integradamente e que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de difundir ideias ou informar o público-alvo do Sistema CFQ/CRQs. A contratação alinha-se aos objetivos estratégicos da autarquia e é viável do ponto de vista econômico-financeiro, havendo planejamento prévio aprovado em 2021 para a realização das ações necessárias.

17. Modalidade de licitação

Seguindo as diretrizes da Lei 12.232/2010 em seu Art.5º, para esse processo licitatório será adotada a modalidade **concorrência** de tipo **técnica e preço**, prevalecendo assim, essencialmente, o aspecto técnico das propostas e o melhor preço.

18. Integrantes da Equipe de Planejamento

Conforme o Documento de Oficialização da Demanda (DOD), a equipe de planejamento desse Estudo Técnico Preliminar será composta pela gestora Jordana Saldanha, nas funções de integrante requisitante e de integrante técnico, e pelo analista administrativo, Sebastião Diego dos Santos, na função de integrante administrativo.

19. Outras informações importantes para a formatação do Termo de Referência

As soluções de mercado para uma licitação de publicidade devem seguir as melhores práticas já realizadas pelo Conselho Federal de Química, em contrato anterior, e também inovações presentes no mercado atual.

Para a prestação dos serviços deve restar contratada 1 (uma) agência de propaganda, doravante denominada agência. Os serviços objeto da futura concorrência devem ser contratados com agência de propaganda cujas atividades sejam disciplinadas pela Lei 4.680/1965 e que tenham obtido **certificado de qualificação técnica de funcionamento, nos termos da Lei 12.232/2010**.

A agência deverá atuar por ordem e conta do CFQ, em conformidade com o Art. 3º da Lei no 4.680/1965, na contratação de fornecedores de bens e serviços especializados,



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



para a execução das atividades complementares e de veículos e demais meios de divulgação para a transmissão de mensagens publicitárias.

As ações de publicidade deverão vincular-se a objetivos sociais de interesse público e sempre assumir caráter educativo, informativo ou de orientação social, não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

As licitantes deverão apresentar propostas técnicas estruturadas de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Publicitária	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Publicitária
	III. Ideia Criativa
	IV. Estratégia de Mídia e Não Mídia
2. Capacidade de Atendimento	
3. Repertório	
4. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA

As exigências para cumprimento dos quesitos e subquesitos, bem como o *Briefing* (levantamento de informações diversas que norteiam as atividades de comunicação) para o Plano de Comunicação, farão parte do Termo de Referência.

Brasília-DF, 05 de agosto de 2022.

JORDANA DE
CASTRO SALDANHA
REPEZZA:69210632
168

Assinado de forma digital
por JORDANA DE CASTRO
SALDANHA
REPEZZA:69210632168
Dados: 2022.08.05
10:52:52 -03'00'

Jordana de Castro Saldanha

Chefe da Assessoria de Comunicação

RAQUEL
GOMIDE
PEREIRA:698550
80149

Assinado de forma digital por RAQUEL
GOMIDE PEREIRA:69855080149
DN: c=BR, ou=ICP-Brasil, ou=Secretaria da
Receita Federal do Brasil - RFB, ou=RFB
e=CPF A3, ou=VALID, ou=ARRHEDE
CONNECT, ou=Presencial,
ou=31348802000110, cn=RAQUEL
GOMIDE PEREIRA:69855080149
Dados: 2022.08.05 10:55:55 -03'00'

Raquel Gomide Pereira

Analista da Assessoria de Comunicação



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



ANEXO I – CAMPANHA PUBLICITÁRIA “INDISPENSÁVEL” ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

INTRODUÇÃO

Após a decretação da pandemia por COVID-19, o Conselho Federal de Química (CFQ) definiu a importância de mostrar à população brasileira a atuação indispensável do profissional de Química, no combate ao coronavírus, pois são eles que garantem a segurança de tudo o que a sociedade consome. Para tanto, em 2020, por intermédio de agência de publicidade, o CFQ produziu a Campanha Indispensável.

A Campanha Indispensável foi divulgada através de anúncio de página dupla na revista Química e Derivados; da internet, por meio das redes sociais do CFQ (Facebook, LinkedIn e Twitter); das multicategorias (Google, O Globo e UOL); das redes de vídeo (Smartclip e Teads); das redes de conteúdos (Seedtag); do mobile (Logan e Adsmovil) e dos jogos online para dispositivos móveis (Gameloft); e de Hubs de Conteúdo (O Globo e Tech Tudo).

Esse anexo tem o intuito de elucidar a campanha, pontuada no item 2.2.2 do Estudo Técnico preliminar (ETP), trazendo algumas peças veiculadas na época.

ANÚNCIO – ÁLCOOL EM GEL

Produzir álcool em gel é assegurar que o produto atenda aos requisitos sanitários e de eficácia contra microrganismos é indispensável para prevenir infecções.

Os produtos de higiene e limpeza que diariamente você consome passam pelos olhos atentos de um profissional da Química. Tudo para garantir a qualidade e a segurança dos produtos que chegam à sua casa.

- Desenvolve, cria e controla processos industriais, elaborando e implementando procedimentos operacionais adequados às normas e às boas práticas.
- Estudo prático e inspeção de instalações e os equipamentos industriais.
- Processos e sistemas automatizados.
- Realiza análises laboratoriais para controlar e atestar a qualidade dos materiais e do produto acabado.

SISTEMA CFC/CFQ
INDISPENSÁVEL PARA O BRASIL
NOS E SEMPRE

CFQ
Conselho Federal de Química
cfq.org.br



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



ANÚNCIO – PETROQUÍMICO

Operar, monitorar e controlar processos petroquímicos é indispensável ao desenvolvimento do país.

Milhares de profissionais da Química trabalham na extração, refino e transformação de petróleo nos seus mais diversos derivados, como por exemplo, os combustíveis, o gás de cozinha, entre outros, e os polímeros. Essa atuação é fundamental para o progresso do Brasil e para a continuidade de suas atividades diárias.

Desenvolve, monitora e controla processos industriais, elaborando e implementando procedimentos que garantem a conformidade com as normas e as boas práticas.

Realiza, planeja e inspeciona as instalações em empresas industriais.

Responde e apresenta documentação.

Realiza análises laboratoriais para controlar e avaliar a qualidade das matérias-primas e dos produtos acabados.

**PROFISSIONAL DA QUÍMICA
INDISPENSÁVEL**

SISTEMA CFQ/CROA
INDISPENSÁVEL PARA O BRASIL.
HOJE E SEMPRE.

CFQ
Conselho Federal de Química
cfq.org.br

Passo Fidedigno

ANÚNCIO – ALIMENTOS

Fiscalizar a produção dos alimentos é indispensável para proporcionar saúde às pessoas.

Milhares de profissionais da Química seguem trabalhando na produção de alimentos e bebidas para que apenas produtos seguros cheguem até você.

Desenvolve, monitora e controla processos industriais, elaborando e implementando procedimentos que garantem a conformidade com as normas e as boas práticas.

Realiza, planeja e inspeciona as instalações em empresas industriais.

Responde e apresenta documentação.

Realiza análises laboratoriais para controlar e avaliar a qualidade das matérias-primas e dos produtos acabados.

**PROFISSIONAL DA QUÍMICA
INDISPENSÁVEL**

SISTEMA CFQ/CROA
INDISPENSÁVEL PARA O BRASIL.
HOJE E SEMPRE.

CFQ
Conselho Federal de Química
cfq.org.br

Passo Fidedigno



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



ANÚNCIO – TRATAMENTO DE ÁGUA

Tratar a água, removendo contaminantes e ajustando sua composição aos padrões de potabilidade é indispensável para garantir seu consumo saudável.

**PROFISSIONAL DA QUÍMICA
INDISPENSÁVEL**

Desde a captação até o fornecimento na sua casa, todas as etapas do processo de tratamento da água tem a participação dos profissionais da química. Tudo para garantir que a água consumida em sua casa esteja dentro dos parâmetros de qualidade.

- Desenvolve, mantém e controla processos;
- Estuda e implementa procedimentos operacionais adequados às normas e às boas práticas;
- Estuda, projeta e inspeciona as instalações e os equipamentos das estações de tratamento;
- Realiza ensaios laboratoriais para controlar e ajustar a qualidade da água para consumo humano.

SISTEMA CFQ/CROQ
INDISPENSÁVEL PARA O BRASIL
HOJE E SEMPRE.

cfq.org.br

ANÚNCIO – PRODUTOS DE LIMPEZA

Desenvolver formulações eficazes para produtos de limpeza e inspecionar a sua fabricação é indispensável para assegurar saúde às pessoas.

**PROFISSIONAL DA QUÍMICA
INDISPENSÁVEL**

Os produtos de higiene e limpeza que diariamente você consome passam pelos olhos atentos de um profissional da Química. Tudo para garantir a qualidade e a segurança dos produtos que chegam à sua casa.

- Desenvolve, mantém e controla processos industriais, elaborando e implementando procedimentos operacionais adequados às normas e às boas práticas;
- Estuda, projeta e inspeciona as instalações e os equipamentos industriais;
- Pesquisa e aprimora formulações;
- Realiza ensaios laboratoriais para controlar e ajustar a qualidade dos produtos e do seu setor acadêmico.

SISTEMA CFQ/CROQ
INDISPENSÁVEL PARA O BRASIL
HOJE E SEMPRE.

cfq.org.br

Taxas Mensuais de Anuidade



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



ANÚNCIO – LABORATÓRIOS

Desenvolver e fiscalizar a fabricação de medicamentos é indispensável para a saúde das pessoas.

**PROFISSIONAL DE QUÍMICA
INDISPENSÁVEL**

Milhares de profissionais de Química estão agora em um laboratório, trabalhando na criação, produção e fiscalização de medicamentos e vacinas.

- Fiscaliza as instalações e equipamentos dos laboratórios.
- Proíbe que pessoas sem formação trabalhem com química.
- Inspeção em cada processo de um remédio, vacina.
- Estabelece regras técnicas e éticas para os profissionais.

SISTEMA CFQ/CRQS
INDISPENSÁVEL PARA O BRASIL,
HOJE E SEMPRE.

cfq.org.br

Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



REDES SOCIAIS – FEED

A química está presente em tudo na vida

Rafael Vicente Pascho
Rubrica

CFQ
CFQ.ORG.BR

PROFISSIONAL DA QUÍMICA
INDISPENSÁVEL

Profissionais da Química são indispensáveis na produção de álcool gel que você usa para se proteger

Márcia Elias
Técnica em Química

- Responsáveis pela composição e qualidade dos produtos
- Pesquisa e conduz o processo produtivo

CFQ
CFQ.ORG.BR

Profissionais da Química são indispensáveis nos laboratórios, garantindo medicamentos e vacinas para você

Rafael Vicente Pascho
Químico

- Inspecionam a produção de um remédio ou vacina
- Acompanham todos os processos até o fim, garantindo sua segurança

CFQ
CFQ.ORG.BR

Profissionais da Química são indispensáveis na produção de alimentos e bebidas para que produtos seguros cheguem até você

Diana Oliveira
Química

- Inspeciona cada fase da produção
- Avalia as instalações e equipamentos adequados


CFQ
CFQ.ORG.BR



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA




REDES SOCIAIS – STORIES



**PRESENTE NOS
LABORATÓRIOS DE
ANÁLISE E DE
PESQUISA**

SISTEMA CFO/CRQs.
INDISPENSÁVEL PARA O BRASIL.
HOJE E SEMPRE.



**PRESENTE NO
TRATAMENTO
DE ÁGUA E
EFLUENTES**

SISTEMA CFO/CRQs.
INDISPENSÁVEL PARA O BRASIL.
HOJE E SEMPRE.



**PRESENTE NA
INDÚSTRIA DE
COMBUSTÍVEIS**

SISTEMA CFO/CRQs.
INDISPENSÁVEL PARA O BRASIL.
HOJE E SEMPRE.



Viu só? Como a
Química marca
presença no nosso
dia a dia! Não para
por aí, a Química
está em tudo!

PROFISSIONAL DA QUÍMICA
INDISPENSÁVEL

SISTEMA CFO/CRQs.
INDISPENSÁVEL PARA O BRASIL.
HOJE E SEMPRE.



CFQ.ORG.BR



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA




REDES SOCIAIS – STORIES

FAÇA UM PRINT DO PRÓXIMO STORIES!

Selecione os itens que são indispensáveis para você e publique nos seus Stories marcando mais três amigos para fazerem o mesmo.

Não se esqueça de nos marcar e inserir a hashtag **#QuímicaIndispensável** para republicarmos.

SISTEMA CFQ/CRQs. INDISPENSÁVEL PARA O BRASIL. HOJE E SEMPRE.




PRODUTOS E SERVIÇOS
INDISPENSÁVEIS
À MINHA VIDA NESTE MOMENTO

Gasolina	Álcool em Gel	Água Sanitária
Alimentos	Água Potável	Desinfetante
Remédios	Diesel	Água Encanada
Detergente	Vacinas	Bebidas

Desafio vocês a também mostrar o que acham indispensável.

SISTEMA CFQ/CRQs. INDISPENSÁVEL PARA O BRASIL. HOJE E SEMPRE.
#QuímicaIndispensável



OPA, QUAIS VOCÊ MARCOU?

Sabia que todas as opções contam com o trabalho do profissional da Química?!




SISTEMA CFQ/CRQs. INDISPENSÁVEL PARA O BRASIL. HOJE E SEMPRE.



Os profissionais da Química atuam na fabricação de diversos produtos que você consome; têm participação fundamental nos serviços que você utiliza, além de contribuir para o desenvolvimento técnico-científico do Brasil.

SISTEMA CFQ/CRQs. INDISPENSÁVEL PARA O BRASIL. HOJE E SEMPRE.





SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



ANEXO II – MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

1. PREÇOS SUJEITOS A VALORAÇÃO:

1.1 Declaramos que, na vigência do contrato, adotaremos os seguintes preços para os serviços descritos:

I.% (<percentual por extenso>) de honorários, a serem cobrados do CFQ, incidentes sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes:

- a) à renovação do direito de autor e conexos e aos cachês, na reutilização de peça ou material publicitário, exclusivamente quando a distribuição/veiculação da peça ou material não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;
- b) ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento relacionados diretamente a determinada ação publicitária, exceto no tocante a pesquisas de pré-teste realizadas a suas expensas; e
- c) à reimpressão de peças publicitárias, assim entendida a nova tiragem de peça publicitária que não apresente modificações no conteúdo ou na apresentação, em relação à edição anterior, exceto eventuais correções tipográficas ou pequenas atualizações de marcas e datas;

II.% (<percentual por extenso>) de honorários, a serem cobrados do CFQ, incidentes sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, referentes à produção e à execução técnica de peça e material cuja distribuição/veiculação não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965;

III.% (<percentual por extenso>) de honorários a serem cobrados do CFQ, incidentes sobre o volume do investimento aplicado na distribuição de peças por meio de formas inovadoras em plataformas digitais, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão das mensagens e das ações publicitárias, referentes aos serviços que prestamos na intermediação, supervisão, monitoramento de *performance* e otimização dessa distribuição que não nos proporciona o desconto de agência, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965; e

IV.% (<percentual por extenso>) de honorários a serem cobrados do CFQ, incidente sobre os preços de bens e de serviços especializados prestados por fornecedores, com a intermediação e supervisão da licitante, referentes à criação e ao desenvolvimento de outras formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, não enquadradas no inciso anterior, visando à expansão das mensagens e



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA



das ações publicitárias, cuja execução não nos proporcione o desconto de agência concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

V.% (<percentual por extenso>) de repasse ao CFQ correspondente à parcela do desconto-padrão nos concedido pelos veículos de comunicação e divulgação, referentes à compra de tempo e espaço, nos termos do art. 11 da Lei nº 4.680/1965.

1.1.1. Estamos cientes de que os honorários de remuneração de que trata o inciso III do subitem anterior não estão vinculados a serviços externos prestados por fornecedores especializados, nem correspondem ao desconto-padrão não pago pelas plataformas digitais, mas visam nos remunerar devidamente pela intermediação, supervisão, monitoramento de *performance* e otimização da distribuição de peças publicitárias por meio de plataformas digitais.

1.1.2. Também estamos cientes de que na gestão pelo CFQ dos investimentos destinados para distribuição das peças publicitárias de uma campanha em plataformas digitais, a remuneração prevista no inciso III do subitem 1.1, deverá incidir sobre o valor aplicado na plataforma, de modo que o somatório do valor autorizado para essas empresas com o dos referidos honorários não supere o total de investimento proposto para essa distribuição.

1.2 Os preços propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear, na vigência do contrato, nenhuma alteração, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.3 O prazo de validade desta Proposta de Preços é de (quantidade de ias por extenso) dias, contados de sua apresentação, em consonância com o disposto no (número do item) do Edital.

2. OUTRAS DECLARAÇÕES:

2.1 Estamos cientes e de acordo com as disposições alusivas a direitos patrimoniais de autor e conexos.

2.2 Estamos cientes de que o CFQ procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei.

2.3 Comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores de bens e de serviços especializados e a veículos de comunicação e divulgação, transferindo ao CFQ todas as vantagens obtidas, nos termos do disposto no parágrafo único do art. 15 da Lei n.º 12.232/2010.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
CONSELHO FEDERAL DE QUÍMICA**



2.4 Garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores de bens e de serviços especializados e aos veículos de comunicação e divulgação, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do CFQ.

2.5 Estamos cientes de que, em nenhum caso, sobreporemos nossos planos de incentivo aos interesses do CFQ.

2.6 Esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital e seus anexos da Concorrência em referência.