



Conselho Federal de Química

Plenário
Presidência

Assessoria de Comunicação

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR

Processo nº 2800.00.01498.2023

O presente Estudo Técnico Preliminar segue o padrão definido pela Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021 (Art. 18 § 1º, incisos de I até XIII, no que couber), e visa o estabelecimento de critérios e requisitos para o alcance dos objetivos propostos.

1. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

1.1. A comunicação é essencial para construir e manter a imagem de uma organização, promovendo transparência e confiança. Uma boa comunicação contribui para a construção da imagem positiva da entidade. Isso significa que a instituição é vista como confiável, ética e responsável perante a sociedade. Ela ajuda a alinhar a mensagem interna e externa, garantindo que todos estejam na mesma página.

1.2. A Comunicação Institucional refere-se ao conjunto de estratégias e práticas que uma organização utiliza para se comunicar com seus públicos internos e externos. Isso inclui a divulgação de informações, a promoção da identidade da marca e o fortalecimento das relações.

1.3. Ocorre que a Comunicação institucional hoje em dia vai além do propósito de repassar informações e dar publicidade aos atos administrativos da entidade, ela tornou-se fundamental devido a seu poder transformador, agregador e estratégico.

1.4. Pelo exposto e considerando que o Conselho Federal Química conta com um reduzido número de empregados públicos e a inexistência de equipamentos e sistemas necessários à atividade de comunicação institucional, torna-se inviável atender adequadamente as necessidades de comunicação do Sistema CFQ/CRQs sem a contratação de uma empresa especializada, que disponha de infraestrutura e equipe diversificada para a prestação de serviços de comunicação institucional.

1.5. Cabe ressaltar que a contratação de empresa com experiência comprovada e amplo domínio das modernas e eficazes técnicas de comunicação e relacionamento ampliará a capacidade e a eficácia das ações conduzidas pelo CFQ, além de possibilitar maior divulgação nas mídias nacionais e regionais. Portanto, a contratação de empresa especializada em prestação de serviços técnicos de assessoria de comunicação integrada tem por finalidade apoiar o CFQ no cumprimento dos preceitos constitucionais de transparência pública, fortalecendo os canais de diálogo de interesse público para o exercício da cidadania.

1.6. A contratação de uma agência especializada em Comunicação Institucional se faz necessária para apoiar o Conselho Federal de Química (CFQ) no sentido de garantir a eficácia da comunicação com os profissionais da Química e demais partes interessadas, conforme previsto no Mapa Estratégico do Sistema CFQ/CRQs, além de aumentar sua visibilidade e criar uma identidade técnica e clara, visando fortalecer o Sistema CFQ/CRQs como um todo, por meio dos seguintes serviços:

- a) prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação corporativa do CFQ, no relacionamento com a imprensa e na atuação em relações públicas, em território nacional;
- b) criação e execução técnica de ações e/ou materiais de comunicação institucional e de conteúdos multimídia, no âmbito do contrato;
- c) criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação institucional, destinadas a expandir os efeitos da atuação do Conselho Federal de Química (CFQ) junto à imprensa e demais públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias.

1.7. Caberá à Assessoria de Comunicação do CFQ coordenar as ações de comunicação de interesse institucional do Sistema CFQ/CRQs, dar transparência à gestão e democratizar a informação, por meio de prestação de serviços de consultoria, planejamento de comunicação, assessoria de imprensa, relações públicas, entre outros. Além disso, essa assessoria deverá planejar, implantar e gerir as ações de comunicação de interesse institucional do Conselho, prestando serviços de apoio, cobertura de eventos e assessoria na área, desenvolvendo atividades, como:

- a) atendimento adequado ao fluxo de demandas da imprensa - de abrangência nacional e regional;
- b) orientação, provisão, seleção e edição de textos e fotos;
- c) acompanhamento do noticiário de rádio, TV, jornais, revistas e internet para verificar as matérias publicadas relacionadas diretamente às ações do Sistema CFQ/CRQs, bem como as notícias relacionadas ao tema de competência do CFQ com o objetivo de identificar possíveis necessidades de ações de comunicação;
- d) sugestão de pautas para textos, artigos e outros conteúdos de áudio e vídeo a serem distribuídos para a imprensa nacional, regional e internacional e colocados à disposição dos meios de comunicação por meio do site do CFQ;
- e) agendamento e acompanhamento de entrevistas com representantes do Conselho, em Brasília ou em outros locais, de acordo com a demanda da imprensa;
- f) organização, coordenação e cobertura de entrevistas coletivas e solenidades de posse ou de assinatura de acordos e convênios, bem como publicação de iniciativas individuais, conjuntas e intersetoriais;
- g) sugestão de pautas sobre notícias de âmbito interno do Sistema CFQ/CRQs;
- h) acionar cobertura fotográfica e audiovisual de eventos selecionados estrategicamente, organização do banco de imagens e distribuição de fotos quando solicitadas pela imprensa em geral;
- i) divulgação das ações do Sistema CFQ/CRQs;
- j) acompanhamento das atividades dos membros do Conselho;
- k) emissão de pareceres e normas técnicas sobre assuntos de sua competência; e
- l) demais atividades que envolvam atividades de assessoria de comunicação e de comunicação institucional.

1.8. Cumpre esclarecer que, devido ao reduzido número de empregados públicos e a inexistência de equipamentos e sistemas necessários à atividade, na Assessoria de Comunicação do CFQ, torna-se inviável atender adequadamente as necessidades de comunicação do Sistema CFQ/CRQs sem a contratação de uma empresa especializada, que disponha de infraestrutura e equipe diversificada para a prestação de serviços de comunicação institucional. Cabe ressaltar que a contratação de empresa com experiência comprovada e amplo domínio das modernas e eficazes técnicas de comunicação e relacionamento amplia a capacidade e a eficácia das ações conduzidas pelo CFQ, além de possibilitar maior divulgação nas mídias nacionais e regionais. Portanto, a contratação de empresa especializada em prestação de serviços técnicos de assessoria de comunicação integrada tem por finalidade apoiar o CFQ no cumprimento dos preceitos constitucionais de transparência pública, fortalecendo os canais de diálogo de interesse público para o exercício da cidadania. Atualmente a comunicação institucional é realizada por uma equipe composta por 1 (um) gestor, 3 (três) analistas e 1 (um) estagiário, com apoio de agência. A função de analista é exercida pelos empregados públicos admitidos no Concurso CFQ nº 01/2021, com destaque às seguintes atribuições:

- I - Macroprocesso Gestão de Publicidade:
Desenvolvimento dos trabalhos de artes gráficas que sejam demandados pelo CFQ, **acompanhando as produções e a aprovação do material apresentado pelos fornecedores; monitorar a produção de campanhas publicitárias** (realizar briefings, aprovar propostas técnicas de criação e execução, bem como das especificações apresentadas).
- II - Macroprocesso Marketing e Gestão de Eventos
Planejar, promover e realizar eventos internos e/ou externos de interesse do Conselho, preparando materiais e infraestrutura necessária.

1.9. Logo, a estrutura de atividades previstas no Plano de Carreira, Cargos e Salários - PCCR *já possui como pressuposto a terceirização de Comunicação Corporativa/Institucional*. Ademais, a internalização integral da comunicação institucional não está suportada na estrutura de cargos e atividades da Instituição, bem como demandaria um investimento significativo em infraestrutura e tecnologia (que se desatualiza constantemente), Além de uma seleção por concurso público de atividades estritamente técnicas a exemplo de operador de áudio, editor de imagem, roteirista, fotógrafo, cinegrafista, designer, dentre outros.

1.10. Com a contratação da Comunicação Institucional, é esperado que:

- a) atingir a sociedade em geral, de forma estratégica, segmentada e orgânica, por meio das ações de Comunicação que visam divulgar a atuação do Sistema CFQ/CRQs na defesa da sociedade;
- b) produzir conteúdo de qualidade e especializado sobre diversos assuntos que envolvam a atuação dos profissionais da Química;
- c) divulgar os eventos em que haja participação do Sistema CFQ/CRQs, de seus representantes e parceiros;
- d) divulgar assuntos de interesse do Sistema CFQ/CRQs;
- e) aumentar o engajamento dos canais de comunicação do CFQ, levando ao público temáticas atuais, relevantes e técnicas;
- f) produzir conteúdo direcionado para cada meio, tendo em vista suas particularidades;
- g) pautar a imprensa por meio da produção de releases acerca das ações do Sistema;
- h) produzir fotografias, vídeos institucionais, podcasts e demais produtos com fim institucional ou educativo direcionado para a sociedade em geral;
- i) interagir com o público por meio das redes sociais do CFQ e realizar triagem das interações a serem direcionadas a setores do CFQ;
- j) fornecer suporte ao CFQ nas coberturas jornalísticas dos eventos que contam com a participação do Sistema CFQ/CRQs por meio do deslocamento de profissionais qualificados para realizarem as atividades de produção de conteúdo para as redes sociais do CFQ e de produção de matérias para o site; e
- l) promover a comunicação institucional com o foco em respostas/ações efetivas e úteis às demandas de interesse público.

1.11. Considerando a necessidade de dar continuidade à comunicação interna e externa com total transparência, bem como coordenar, formular e implementar ações orientadas para o acesso à informação, o exercício de direitos, o combate à desinformação e a defesa da democracia, pertinente à comunicação pública, faz-se necessário o estudo visando à escolha da melhor solução para a prestação dos serviços de comunicação corporativa/institucional, contribuindo para uma comunicação forte e transparente, promovendo o acesso às políticas ministeriais.

1.12. Diante da necessidade de definir os produtos e serviços a serem executados pela contratada, foi utilizado como base, o catálogo compartilhado pela Secretaria de Comunicação da Presidência (Secom/PR), o qual seria usado pelo órgão em licitação de Comunicação Institucional, ou seja, com objeto similar ao definido para esta contratação, e o catálogo já existente e utilizado nos últimos anos pelo CFQ.

2. DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS NECESSÁRIOS E SUFICIENTES À ESCOLHA DA SOLUÇÃO, PREVENDO CRITÉRIOS E PRÁTICAS DE SUSTENTABILIDADE

2.1. A empresa contratada deverá atender, no que couber, o critério de sustentabilidade ambiental previsto na 6ª edição do Guia Nacional de Contratações Sustentáveis da Advocacia-Geral da União (AGU), sobretudo em relação ao bom senso na utilização de materiais impressos, além de outras exigências legais de Sustentabilidade Ambiental na execução do serviço.

2.2. Não será permitida a subcontratação de fornecedores especializados pela contratada para a execução dos Produtos e Serviços Essenciais, especificados no Apêndice I, exceto quando necessários em eventos externos e em sistemas, desde que aprovada previamente pelo CFQ.

2.3. Haverá necessidade de prestação de garantia contratual.

2.4. Entre os requisitos internos, é fundamental que o Sistema CFQ/CRQs esteja preparado e bem assessorado para dar o atendimento necessário aos veículos de comunicação, visando informar e orientar de forma correta e precisa a sociedade sobre a atuação e as ações do Sistema. Dessa forma, a ASCOM precisa de apoio especializado para cumprir sua missão de informar com propriedade e oportunidade aos diversos públicos (população em geral, imprensa, públicos de interesse), em diversas plataformas de informação.

2.5. Quanto aos requisitos externos, a presente contratação deve observar as seguintes leis e normas: Instrução Normativa nº 05/2017, na Instrução Normativa SECOM/PR nº 01/2023, observadas as regras estabelecidas na Lei nº 12.232/2010 aplicáveis a este objeto, nos termos do Acórdão nº 6.227/2016-TCU-2ª Câmara.

2.6. Para a execução integrada, ágil e moderna, utilizou-se como base os itens de tabela de produtos e serviços desenvolvidos pela SECOM/PR, usados na contratação de empresas de Comunicação Institucional no Governo Federal e a tabela de produtos e serviços já utilizados na contratação atual da Autarquia. Os produtos e serviços foram identificados e adequados à realidade e necessidade do CFQ. Trata-se de conjunto de serviços de comunicação, em que todos os serviços são utilizados como um meio para o atingimento de um objetivo, que é a difusão das informações ao público-alvo.

2.7. A contratada deve possuir entre os objetivos sociais disposto no ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, a execução de atividades de comunicação social ou atividade compatível.

2.8. Cabe à contratada apresentar declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) a prestação de produtos e serviços elencados por esse órgão, nos últimos 36 (trinta e seis) meses.

2.9. Ademais, a contratada deverá comprovar experiência de no mínimo 2 (dois) anos, na execução de pelo menos 50% (cinquenta por cento) de produtos e serviços elencados por esse órgão.

2.10. Os serviços a serem contratados enquadram-se como serviços de comunicação institucional, de natureza intelectual, intangível e indivisível, não se enquadrando no conceito de bens e serviços comuns.

2.11. Trata-se de serviço a ser executado de forma contínua, cuja interrupção compromete a continuidade das atividades inerentes à comunicação corporativa/institucional.

3. DEMONSTRAÇÃO DA PREVISÃO DA CONTRATAÇÃO NO PLANO DE CONTRATAÇÕES ANUAL E SEU ALINHAMENTO COM O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

3.1. A contratação está em conformidade com o Planejamento Estratégico 2018-2028 do Sistema CFQ/CRQs, que estabelece como objetivos: assegurar a Química como uma das estratégias de desenvolvimento da nação e assegurar que a sociedade receba produtos e serviços de qualidade. Já as diretrizes do planejamento estratégico definiram que o CFQ:

- a) garanta a entrega de benefícios econômicos, sociais e ambientais para os cidadãos;
- b) seja transparente, mantendo a sociedade informada acerca das decisões tomadas e dos riscos envolvidos;
- c) garanta que a organização seja, e pareça, responsável para com os cidadãos;
- d) tenha clareza sobre quais os produtos e serviços efetivamente prestados para cidadãos e usuários e mantenha o foco nesse propósito; e
- e) envolva as partes interessadas.

3.2. Tendo em vista os valores constantes no Planejamento Estratégico, desenvolvido em julho de 2018, que são: ética, transparência, inovação, unicidade e atenção a seus públicos, o CFQ listou quatro aspectos primordiais para serem atendidos pela contratada:

- a) foco em ações que transmitam responsabilidade, cuidado, respeito e transparência para com a Sociedade;
- b) utilização de canais modernos de comunicação, chegando assim a todo seu público de forma ágil e transparente;

c) manter relacionamentos institucionais consistentes por meio de processos estruturados, como seus canais de divulgação, encontros com associados e materiais publicitários; e

d) maior fluxo de comunicação, a fim de comunicar mais, melhor, de forma ampla e que atinja a todos os segmentos do seu público-alvo.

3.3. Para o planejamento desta contratação, a missão do Conselho está sendo reforçada, no sentido de garantir a promoção da atividade plena da Química, a fim de contribuir para o desenvolvimento sustentável do Brasil. Como visão, o CFQ possui o objetivo de ser reconhecido como referência no desenvolvimento da Química no Brasil. Como valores, foram definidos a ética, a integridade, a transparência, a unicidade, o foco na sociedade, a inovação, a excelência em gestão e a autorresponsabilidade. Desse modo, a contratação visa contribuir e reforçar a missão, a visão e os valores da Autarquia.

3.4. No Planejamento das Contratações a serem realizadas em 2024 (PAC) e suas revisões, é perceptível o crescimento de demandas que exigem a instrumentalização com ferramentas, serviços e estratégias pertinentes à Comunicação Institucional. Ao mesmo passo, o crescimento de atuações do Sistema CFQ/CRQs também pode ser percebido nos Relatórios de Comunicação, a exemplo do documento [Relatório Anual de Comunicação 2023 \(0100698\)](#), e que demonstra o alcance atingido pela ASCOM do CFQ diante da implementação do serviço de Comunicação Institucional. O Conselho Federal de Química (CFQ) não apenas se manteve ativo, mas também se destacou pela sua série de abordagens e posicionamentos institucionais. Os temas trabalhados abrangeram uma ampla gama de tópicos relevantes, nos quais o CFQ demonstrou sua voz e influência como entidade reguladora e representativa da área da Química. Atendimento e Prospecção com a Imprensa e Cobertura de Eventos estiveram entre as ações de maior presença e retorno da Autarquia; ao longo de 2023, o CFQ foi porta-voz em 237 veículos de comunicação com temáticas relevantes e alinhadas ao Planejamento Estratégico da instituição.

3.5. Diante dos motivos apresentados, este Estudo Técnico Preliminar buscou o alinhamento entre a contratação dos serviços de Comunicação Institucional, o Planejamento Estratégico do Sistema CFQ/CRQs, o Plano Plurianual e o Plano de Contratações Anual.

4. LEVANTAMENTO DE MERCADO

4.1. As alternativas que existem para atender o objeto deste estudo envolvem a contratação de uma empresa para execução do serviço ou que a própria Assessoria de Comunicação do CFQ (ASCOM) execute.

4.2. Conforme já justificado no subitem 1.8, diante da atual estrutura que a ASCOM dispõe, não seria viável a área executar os serviços pretendidos, devido à falta de recursos humanos, sistemas e infraestrutura suficientes. Dessa forma, cabe a escolha pela contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação institucional.

4.3. Com base no inciso XXXVIII, art. 6º, da Lei nº 14.133/2021, será adotada na presente contratação a modalidade concorrência.

4.4. O art. 5º da referida lei, estabelece que as licitações previstas deverão ser processadas com os critérios de julgamento melhor técnica ou técnica e preço, apropriados para a averiguação da capacidade técnica da futura contratada, com a intuito de evitar qualquer prejuízo aos cofres públicos advindas de contratações pautadas somente no preço, em que existe a possibilidade de execução contratual sem o resultado e eficiência aguardado.

4.4.1. No caso do Conselho Federal de Química a opção é pela adoção do critério de julgamento técnica e preço, pois para além do critério de menor preço o nível de qualificação técnica da empresa a ser contratada é requisito essencial para a adequada execução contratual e soberano no processo de identificação da proposta mais vantajosa para a administração.

4.5. Entende-se, pelo volume de ações a serem desenvolvidas, que a contratação de 1 (uma) empresa é suficiente para o atendimento das demandas do Conselho Federal de Química.

4.6. Para chegar a todas essas conclusões, a equipe de planejamento do Conselho Federal de Química, para além de utilizar parâmetros vigentes na contratação atual, examinou contratos mantidos por órgãos e entidades do Poder Público e também realizou pesquisas em empresas privadas que já atuam no mercado público para com o serviço de comunicação institucional. O resultado do estudo de preços está

elencado no documento 0048849.

5. ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES PARA A CONTRATAÇÃO

5.1. Tendo como base as quantidades utilizadas no último Termo de Contrato de Comunicação Corporativa, a análise da demanda, da rotina da ASCOM, do Sistema CFQ/CRQs, bem como dos produtos e serviços que a atual Gestão necessita implementar, foi desenvolvida a tabela abaixo com as estimativas das quantidades para cada produto e serviço.

5.2. As especificações dos produtos e serviços essenciais estão de acordo com documento compartilhado pela equipe da Secom/PR, o qual seria usado na contratação de Comunicação Institucional a ser lançada por eles.

5.3. Os produtos e serviços escolhidos para o catálogo aplicam-se à realidade do CFQ, baseado no cenário apresentado ao longo dos cinco anos de contrato de Comunicação Institucional. As descrições dos produtos foram ajustadas também tendo por base a experiência anterior e para serem melhor compreendidas, de forma a evitar ambiguidades e mal interpretações.

PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS			
ESPECIFICAÇÕES A SEREM UTILIZADAS - PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL			
nº	Produto / Serviço	Quantidade	
1. Estratégia de Comunicação			
1.1	Avaliação da Percepção de Imagem		
	Complexidade	Baixa Regional Até 100 entrevistas – Prazo de entrega: Até 20 dias úteis	0
		Baixa Regional Até 100 entrevistas – Prazo de entrega: Até 20 dias úteis	0
		Média Regional Até 300 entrevistas – Prazo de entrega: Até 40 dias úteis	0
		Média Nacional Até 60 entrevistas – Prazo de entrega: Até 15 dias úteis	0
		Alta Regional Até 500 entrevistas – Prazo de entrega: Até 60 dias úteis	0
Alta Nacional Até 90 entrevistas – Prazo de entrega: Até 20 dias úteis	1		
	Mapa de Formadores de Opinião		
		Baixa Regional Até 150 formadores de opinião – Prazo de entrega: Até 20 dias úteis	0
		Baixa Nacional Até 50 formadores de opinião – Prazo de entrega: Até 10 dias úteis	1

1.2	Complexidade	Média Regional De 151 a 300 formadores de opinião – Prazo de entrega: Até 30 dias úteis	0
		Média Nacional De 51 a 100 formadores de opinião – Prazo de entrega: Até 40 dias úteis	0
		Alta Regional De 301 a 500 formadores de opinião – Prazo de entrega: Até 60 dias úteis	0
		Alta Nacional De 101 a 200 formadores de opinião – Prazo de entrega: Até 20 dias úteis	0
1.3	Complexidade	Matriz Estratégica e Diagnóstico para Comunicação Institucional	
		Baixa Até 10 entrevistas – Prazo de entrega: até 15 dias úteis	0
		Média Até 50 entrevistas – Prazo de entrega: até 25 dias úteis	0
		Alta Até 100 entrevistas – Prazo de entrega: até 35 dias úteis	1
1.4	Plano Estratégico de Comunicação Institucional		1
1.5	Complexidade	Mapa de Temas	
		Baixa até 10 veículos em qualquer de seus canais, com até 5.000 menções/mês 1 tema com até 5 mil menções/mês.	1
		Média até 30 veículos em qualquer de seus canais, com de 5.001 a 20.000 menções/mês.	0
		Alta De 31 a 60 veículos em qualquer de seus canais, com de 20.001 a 40.000 menções/mês.	0
Subtotal			5
2. Atendimento de Demandas e Assessoria de Imprensa			
Gerenciamento de Demandas			

2.1	Complexidade	Altíssima Profissional de Comunicação Master	1
Coordenação de Demandas			
2.2	Complexidade	Alta Profissional de Comunicação Sênior	1
Acompanhamento de Ordens de Serviço			
2.3	Complexidade	Baixa Acompanhamento e especificação de 1 Ordem de Serviço simples e de curto prazo. Demanda que exige um nível básico de qualificação no atendimento. Prazo de entrega: Consome até 4h de acompanhamento mensal.	0
		Média Acompanhamento e especificação de 1 Ordem de Serviço que exige maior nível de detalhamento e é de médio prazo. Demanda exige um nível intermediário de qualificação no atendimento. Prazo de entrega: Consome até 8h de acompanhamento mensal.	12
		Alta Acompanhamento e especificação de 1 Ordem de Serviço complexa, de médio e longo prazo. Demanda exige um nível alto de qualificação no atendimento. Prazo de entrega: Consome até 16h de acompanhamento mensal.	0
Atendimento de Demandas para desenvolvimento de ações de comunicação institucional			
2.4	Complexidade	Baixa Profissional de comunicação junior – Prazo de entrega: mensal	0
		Média Profissional de comunicação pleno – Prazo de entrega: mensal	24
		Alta Profissional de comunicação sênior – Prazo de entrega: mensal	12

		Altíssima Profissional de comunicação máster – Prazo de entrega: mensal	0
2.5	Entrevista Coletiva		
	Complexidade	Baixa Até 10 jornalistas convidados para coletiva local, com antecedência de até 1 dia	1
		Média Até 30 jornalistas convidados para coletiva local, com antecedência de até 3 dias	0
		Alta Até 50 jornalistas convidados para coletiva local, com antecedência de até 5 dias	0
2.6	Entrevista Coletiva não presencial		1
2.7	Planejamento Press Trip/Tour		
	Complexidade	Baixa Até 2 jornalistas, com duração de 2 dias.	1
		Média De 3 a 4 jornalistas, com duração de 3 dias.	0
		Alta Até 5 jornalistas, com duração de 6 dias.	0
2.8	Acompanhamento de Presstrip/tour		
	Complexidade	Baixa Viagem com duração de 2 dias.	1
		Média Viagem com duração de 3 dias.	0
		Alta Viagem com duração de 6 dias.	0
Subtotal			54
3. Treinamento			
	Planejamento e Execução de Media Training		
		Baixa Treinamento de 1 a 4 porta-vozes para os meios TV e Impressos.; carga horária até 4 horas.	0

3.1	Complexidade	Média Treinamento de 5 a 10 porta-vozes para os meios TV, Rádio e Impressos. Carga horária de até 5 horas.	0
		Alta Treinamento de 11 a 21 porta-vozes para os meios TV, rádio, impressos e digitais; carga horária até 8 horas.	1
		Altíssima Treinamento de 22 a 42 porta-vozes para os meios TV, rádio, impressos e digitais; carga horária até 8 horas.	1
3.2	Media Training em Situações de Crise		
	Complexidade	Baixa Treinamento de 1 porta-voz. Meios de comunicação: TV e Impressos. Carga horária mínima de até 4 horas. Prazo de entrega: Até 5 dias após o treinamento.	0
		Média Treinamento de até 4 porta-vozes. Meios de comunicação: TV, Rádio e Impressos. Carga horária mínima de 4 horas e máxima de 6 horas. Prazo de entrega: Até 10 dias após o treinamento.	0
		Alta Treinamento de até 4 porta-vozes. Meios de comunicação: TV, Rádio, Impressos e Digitais, com acompanhamento de fonoaudiólogo. Carga horária mínima de 5 horas e máxima de 8 horas. Prazo de entrega: Até 15 dias após o treinamento.	1
Media Training a Distância			
		Baixa Treinamento de até 10 porta-vozes. Meios de comunicação: TV e Impressos. Carga horária mínima de até 4 horas. Prazo de entrega: Até 5 dias após o treinamento.	0

3.3	Complexidade	Média Treinamento de 11 a 20 porta-vozes. Meios de comunicação: TV, Rádio e Impressos. Carga horária mínima de 4 horas e máxima de 6 horas. Prazo de entrega: Até 10 dias após o treinamento.	0
		Alta Treinamento de 21 a 40 porta-vozes. Meios de comunicação: TV, Rádio, Impressos e Digitais, com acompanhamento de fonoaudiólogo. Carga horária mínima de 5 horas e máxima de 8 horas. Prazo de entrega: Até 15 dias após o treinamento.	1
Treinamento para Apresentações			
3.4	Complexidade	Baixa Treinamento de até 3 horas.	1
		Média Treinamento de 3 até 5 horas	0
		Alta Treinamento acima de 5 até 8 horas	0
Workshops / Seminários para Jornalistas			
3.5	Complexidade	Baixa Até 20 jornalistas convidados. Evento com até 5 atores externos envolvidos. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 5 dias.	1
		Média Acima de 20 e até 30 jornalistas convidados. Evento com até 7 atores externos envolvidos. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 7 dias.	0
		Alta Acima de 30 e até 50 jornalistas convidados. Evento com até 10 atores externos envolvidos. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 10 dias.	0
		Subtotal	6
4. Levantamento de Informação e Análise			

4.1	Clipping Nacional – Jornais, Revistas e Portais de Notícias		365
4.2	Clipping Nacional - TV		0
4.3	Clipping Nacional - Rádio		0
4.4	Análise de Imprensa em seus canais (Jornais, Revistas e Portais de Notícias)		0
4.5	Monitoramento de Conteúdo em Redes Sociais, Blogs e Portais de Notícias		
	Complexidade	Baixa Monitoramento de 1 a 100 mil menções/mês.	365
		Média Monitoramento de 101 mil a 500 mil menções/mês.	0
Alta Monitoramento de 501 mil a 1 milhão de menções/mês.		0	
4.6	Auditoria de Imagem		0
Subtotal			730
5. Produção de Conteúdos			
5.1	Elaboração de Texto em Língua Portuguesa		
	Complexidade	Baixa Texto original, com conteúdo factual. Formulado a partir de informações obtidas com até 2 fontes. Sem necessidade de consultas externas. Até 1 lauda. Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.	50
		Média Texto original, com conteúdo factual e analítico. Formulado a partir de informações obtidas em consulta a 3 ou 4 fontes. Podendo ocorrer pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos. De 2 a 4 laudas. Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.	150

		<p style="text-align: center;">Alta</p> <p>Texto original, com conteúdo factual e analítico. Formulado a partir de informações obtidas em consulta a 5 ou mais fontes. Recomendações: comparação e checagem entre informações divergentes; entrevistas com especialistas em determinado assunto ou com conhecimento especializado em determinado tema, acima do conhecimento curricular do profissional padrão e, ainda, a possibilidade de consulta a materiais de referência escritos em outras línguas. De 5 a 8 laudas. Prazo de entrega: Até 7 dias úteis.</p>	0
5.2	Edição de Texto em Língua Portuguesa		0
5.3	Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Fotografia		
	Complexidade	<p style="text-align: center;">Baixa</p> <p>Produção com duração de até 4 horas. Prazo de entrega: Até 1 hora após a produção.</p>	30
		<p style="text-align: center;">Média</p> <p>Produção com duração acima de 4 horas e até 6 horas. Prazo de entrega: Até 2 horas após a produção.</p>	20
<p style="text-align: center;">Alta</p> <p>Produção com duração acima de 6 horas e até 8 horas. Prazo de entrega: Até 4 horas após a produção.</p>		20	
	Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Vídeo Release		
		<p style="text-align: center;">Baixa</p> <p>1 dia de captação e produção. Equipe composta de 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 assistente. Pós-produção restrita à edição do material captado. Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após a captação.</p>	10
		<p style="text-align: center;">Média</p> <p>Até 2 dias de captação e produção. Equipe composta de 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 assistente. Pós-produção com edição do material captado e sonorização. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis após encerrada a captação.</p>	2

5.4	Complexidade	<p>Alta</p> <p>De 2 a 5 dias de captação e produção. Equipe composta de 1 apresentador, 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 produtor, 1 assistente. Pós-produção com edição do material captado, sonorização e computação gráfica. Prazo de entrega: Até 15 dias úteis após encerrada a captação.</p>	6
		<p>Altíssima</p> <p>1 dia de captação - Captação em estúdio com previsão de teleprompter e cromaqui. Equipe composta de 1 apresentador, 1 diretor, 1 roteirista, 1 diretor de fotografia, 1 operador de iluminação. Pós-produção com edição do material captado, sonorização e computação gráfica. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis após encerrada a captação.</p>	10
5.5	Complexidade	Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Vídeo Personagem	
		<p>Baixa</p> <p>1 dia de captação e produção. Gravação de até 2 depoimentos com duração individual de até 1 minuto. Equipe composta de 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 assistente. Pós produção restrita à edição do material captado. Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após a captação.</p>	16
		<p>Média</p> <p>Até 2 dias de captação e produção. Gravação de até 5 depoimentos com duração individual de até 1 minuto. Equipe composta de 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 assistente. Pós-produção com edição do material captado e sonorização. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis após a captação.</p>	0

		<p style="text-align: center;">Alta</p> <p>De 2 dias a 5 dias de captação e produção. Gravação acima de 5 até 10 depoimentos com duração individual de até 1 minuto. Equipe composta de 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 produtor, 1 assistente. Pós-produção com edição do material captado, sonorização e computação gráfica. Prazo de entrega: Até 15 dias úteis após encerrada a captação.</p>	0
5.6	Cobertura Jornalística e/ou Institucional – Vídeo Animação		
	Complexidade	<p style="text-align: center;">Baixa</p> <p>2D e duração de até 1 minuto. Prazo de entrega: Até 5 dias úteis.</p>	2
		<p style="text-align: center;">Média</p> <p>2D e duração de até 2 minutos. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.</p>	2
<p style="text-align: center;">Alta</p> <p>3D e duração de até 1 minuto. Prazo de entrega: Até 15 dias úteis.</p>		2	
5.7	Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Vídeo Chamada		
	Complexidade	<p style="text-align: center;">Baixa</p> <p>Até 30 segundos. Até 30 minutos de captação. Prazo de entrega: até 1 dia útil após a captação e/ou produção, inclusive para vídeos que envolvam animação simples.</p>	10
		<p style="text-align: center;">Média</p> <p>Até 1 minuto. Até 60 minutos de captação. Prazo de entrega: até 2 dias úteis após a captação e/ou produção, inclusive para vídeos que envolvam animação simples.</p>	10

		<p>Alta</p> <p>Até 1 minuto e 30 segundos. Até 90 minutos de captação. Prazo de entrega: até 2 dias úteis após a captação e/ou produção, inclusive para vídeos que envolvam animação simples.</p>	15
5.8	Vídeo com captação de curta duração		
	Complexidade	Baixa Um dia de captação. Prazo de entrega: 5 (cinco) dias úteis após a captação por vídeo finalizado.	80
		Média Dois dias de captação. Prazo de entrega: 5 (cinco) dias úteis após a captação por vídeo finalizado.	0
		Alta Três dias de captação. Prazo de entrega: 5 (cinco) dias úteis após a captação por vídeo finalizado.	0
5.9	Edição de Vídeos		
	Complexidade	Baixa Material bruto até 1 hora de duração. Duração do vídeo editado até 2 minutos. Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.	3
		Média Material bruto até 1 hora de duração. Duração do vídeo editado até 3 minutos. Prazo de entrega: Até 5 dias úteis.	0

		Alta Material bruto maior que 1 hora de duração. Duração do vídeo editado até 5 minutos. Prazo de entrega: Até 7 dias úteis.	0
5.10	Captação e Edição de áudio para Imprensa e Públicos Formadores de Opinião		
	Complexidade	Baixa Até 1 minuto. Prazo de entrega: Até 1 dia útil.	0
		Média Acima de 1 e até 3 minutos. Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.	10
		Alta Acima de 3 e até 5 minutos. Prazo de entrega: Até 5 dias úteis.	20
		Altíssima Acima de 5 minutos. Prazo de entrega: Até 5 dias úteis.	10
5.11	Projeto Gráfico		
	Complexidade	Baixa Até 10 páginas. Prazo de entrega: Até 10 dias.	15
		Média De 11 até 50 páginas. Prazo de entrega: Até 20 dias.	5
		Alta De 51 até 100 páginas. Prazo de entrega: Até 30 dias.	0
5.12	Diagramação / Editoração de Publicações Impressas		
	Complexidade	Baixa Até 50 páginas. Prazo de entrega: Até 10 dias.	80
		Média De 51 até 100 páginas. Prazo de entrega: Até 20 dias.	0

		Alta De 101 até 200 páginas. Prazo de entrega: Até 30 dias.	2
5.13	Diagramação de Apresentações Eletrônicas		
	Complexidade	Baixa Até 20 lâminas. Prazo de entrega: Até 3 dias	200
		Média De 21 até 50 lâminas. Prazo de entrega: Até 5 dias	10
		Alta De 51 até 100 lâminas. Prazo de entrega: Até 7 dias	0
5.14	Infográficos Estáticos e/ou Impressos		
	Complexidade	Baixa Infográfico com foto e/ou ilustração existente, mais texto. Prazo de entrega: Até 2 dias.	0
		Média Infográfico com foto e/ou ilustração a serem produzidas, mais texto. Prazo de entrega: Até 3 dias.	0
		Alta Infográfico com foto, ilustração e gráfico a serem produzidos e mesclados, mais texto. Prazo de entrega: Até 5 dias.	0
5.15	Infográfico Dinâmico e/ou Interativo		
	Complexidade	Baixa Infográfico com foto e/ou ilustração existente, breve texto, e animação de áudio e vídeo embedados. Prazo de entrega: Até 5 dias.	70
		Média Infográfico com foto e/ou ilustração existente, breve texto e animação em flash. Prazo de entrega: Até 10 dias.	20
		Alta Infográfico com foto e/ou ilustração existente, breve texto e animação em 3D ou HTML5. Prazo de entrega: Até 15 dias.	0
	Banco de Mídias		

5.16	Complexidade	<p>Baixa</p> <p>Inserção e guarda de até 2 horas de vídeo bruto/mês; 10 minutos de peças em vídeo prontas/mês; 2 horas de áudio sem edição/mês; 10 minutos de peças em áudios prontos/mês; 180 imagens de foto/mês.</p>	12
		<p>Média</p> <p>Inserção e guarda de até 10 horas de vídeo bruto/mês; 30 minutos de peças em vídeo prontas/mês; ; 10 horas áudio sem edição/mês; 30 minutos de peças em áudios prontos/mês; 600 imagens de foto/mês.</p>	0
		<p>Alta</p> <p>Inserção e guarda de até 30 horas de vídeo bruto/mês; 1 hora de peças em vídeo prontas/mês; 30 horas áudio sem edição/mês; 1 hora de peças em áudios prontos/mês; 1.200 imagens de foto/mês.</p>	0
5.17	Projeto Editorial		0
Subtotal			892
6. Prevenção e Gerenciamento de Crises			
6.1	Formação de Comitês de Crises		
	Complexidade	<p>Baixa</p> <p>Até 2 comitês de risco. Prazo de entrega do relatório: Até 30 dias.</p>	0
		<p>Média</p> <p>Até 5 comitês de risco. Prazo de entrega do relatório: Até 60 dias.</p>	0
		<p>Alta</p> <p>Até 10 comitês de risco. Prazo de entrega do relatório: Até 90 dias.</p>	0
6.2	Fluxograma de Processo para Atuação em Crise		
	Complexidade	<p>Baixa</p> <p>Até 5 fluxogramas. Prazo de entrega: Até 30 dias.</p>	0
		<p>Média</p> <p>De 6 até 10 fluxogramas. Prazo de entrega: Até 60 dias.</p>	0
		<p>Alta</p> <p>De 11 até 20 fluxogramas. Prazo de entrega: Até 90 dias.</p>	0

6.3	Mapeamento de Públicos Envolvidos na Crise		
	Complexidade	Baixa Até 10 riscos. Prazo de entrega: até 30 dias.	0
		Média De 11 até 20 riscos. Prazo de entrega: até 60 dias.	0
Alta De 21 até 50 riscos. Prazo de entrega: até 90 dias.		0	
6.4	Manual de Crise		
	Complexidade	Baixa Até 50 páginas. Prazo de entrega: Até 45 dias	0
		Média De 51 até 100 páginas. Prazo de entrega: Até 60 dias.	0
Alta De 101 até 200 páginas. Prazo de entrega: Até 90 dias.		0	
6.5	Gerenciamento de Crise Regional		
	Complexidade	Baixa Crise de até 10 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 10 dias após a crise.	0
		Média Crise de 11 até 20 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 15 dias após a crise.	0
Alta Crise de 21 até 30 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 20 dias após a crise.		0	
6.6	Gerenciamento de Crise Nacional		
	Complexidade	Baixa Crise de até 10 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 10 dias após a crise	0
		Média Crise de 11 até 20 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 15 dias após a crise.	0

		Alta Crise de 21 até 30 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 20 dias após a crise.	0
Subtotal			0
7. Ação de Relações Públicas Digital			
	Planejamento de Ações Institucionais para Relacionamento com Públicos Influenciadores em Ambientes Digitais		
7.1.	Complexidade	Baixa Planejamento para períodos inferiores a 3 meses. Prazo de entrega: 5 dias úteis.	0
		Média Planejamento para períodos entre 3 e 6 meses. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.	2
		Alta Planejamento para períodos superiores a 6 meses. Prazo de entrega: Até 30 dias úteis.	0
	Conteúdo Multimídia para Relacionamento em Ambientes Digitais		
7.2.	Complexidade	Baixa (produção de 1 a 20 posts / publicações com conteúdos diferentes e inéditos)	0
		Média (produção de 21 a 60 posts / publicações com conteúdos diferentes e inéditos)	0
		Alta (produção de 61 a 100 posts/publicações com conteúdos diferentes e inéditos)	66
	Ações de Relacionamento com Públicos Influenciadores em Ambientes Digitais		
7.3.	Complexidade	Baixa Moderação de até 100 mil comentários por mês	12
		Média Moderação de 101 mil comentários até 500 mil comentários por mês	0
		Alta Moderação de 501 mil comentários até 1 milhão de comentários por mês	0
Subtotal			80

6. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

6.1. A partir das quantidades estabelecidas para os produtos e serviços, a Equipe de Planejamento da Contratação realizou pesquisa de preços nos mercados público e privado.

6.2. A pesquisa de mercado público apresenta os preços atualmente vigentes nos contratos de Comunicação Institucional nos órgãos da Administração Pública. Quanto à pesquisa de mercado privado, foi enviada uma planilha com os produtos e as quantidades estimadas para que empresas atuantes no mercado de Comunicação Institucional pudessem responder com os preços praticados por elas. Entes públicos e empresas consultadas, bem como os respectivos valores fornecidos, estão alocados/relacionados em Relatório de Pesquisa de Preços (0048849). É importante ressaltar que os preços praticados atualmente no contrato vigente de Comunicação Corporativa também foram considerado na análise que preconizou o menor preço em todos os itens.

6.3. O Mapa de Produtos e Serviços, considerando as descrições, complexidades e entregas está alocado no Apêndice I do Termo de Referência (0092936), assim como a lista simplificada de produtos e serviços.

6.4. O valor total estimado da contratação é de R\$ 6.345.507,96 (seis milhões, trezentos e quarenta e cinco mil, quinhentos e sete reais e noventa e seis centavos), conforme resultado da pesquisa de preço constante nos autos do processo.

6.5. Quanto ao valor da proposta apresentada ao CFQ, observa-se na tabela abaixo que está compatível com as contratações firmadas com outros órgãos públicos:

Órgão	Ano	Valor total estimado da contratação (R\$)
Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI)	2022	R\$ 8.144.080,33
Ministério das Cidades (MCID)	2023	R\$ 82.066.104,91
Ministério das Comunicações (MCOM)	2021	R\$ 38.776.095,43
Ministério do Desenvolvimento Regional (MDR)	2020	R\$ 7.990.145,26
Ministério da Infraestrutura (MINFRA)	2019	R\$ 8.648.039,04
Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal (SECOM/DF)	2023	R\$ 10.107.076,76

7. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

7.1. Conforme já vivenciado na contratação anterior de empresa especializada na prestação de serviços de Comunicação Corporativa, os resultados apresentados ao longo dos quase cinco anos de contrato puderam comprovar o aumento da capacidade e eficácia das ações conduzidas pelo Sistema CFQ/CRQs e a realização de maior divulgação nas mídias regionais, nacionais e internacionais.

7.2. Devido à disponibilização de reduzidos recursos humanos na equipe de Comunicação do CFQ, essa força de trabalho atualmente demonstra-se insuficiente para atender de forma adequada o volume de tarefas e de demandas recebidas diariamente pela ASCOM. A contratação permite que o trabalho de Comunicação Institucional seja feito de forma especializada e profissional, compensando a falta de profissionais, sistemas e infraestrutura na equipe da ASCOM. Ademais, confere resultados expressivos em relação à valoração de mídia, por meio de equipe direcionada para o atendimento à imprensa para, assim, obter espaços na mídia pela publicação de matérias de forma gratuita e espontânea, contribuindo para uma imagem positiva do CFQ, mediante credibilidade obtida pela oferta de conteúdos relevantes, confiáveis e de qualidade.

7.3. A contratada produzirá e apoiará o Conselho Federal e o Sistema CFQ/CRQs, no desenvolvimento dos seguintes produtos e serviços, essenciais para os resultados de Comunicação Institucional esperados:

- a) atendimento à imprensa regional e nacional;
- b) construção da imagem do CFQ entre formadores de opinião e influenciadores digitais;
- c) produção e divulgação de releases para a imprensa com conteúdo relevante e linguagem acessível;
- d) cobertura jornalística de eventos a nível nacional e internacional;
- e) organização e condução de entrevistas, coletivas ou exclusivas;
- f) formação de porta-vozes por meio de media training;
- g) produção de artigos em periódicos informativos e técnicos;
- h) cobertura por meio de foto e vídeo;
- i) prevenção e gerenciamento de crise;
- j) apoio às relações institucionais;
- k) produção de materiais impressos e publicações;
- l) confecção do Relatório de Gestão dirigido à sociedade;
- m) produção anual do plano estratégico de comunicação;
- n) presença nas redes sociais por meio de produção de conteúdo especializado para cada tipo de mídia social; e
- o) entre outros produtos e serviços que fazem parte do mapa de produtos.

7.4. Para realização e fornecimento desses serviços, a contratada deve dispor profissionais experientes e competentes em seus quadros funcionais para identificar oportunidades de pauta, estratégias de divulgação adequadas para cada situação e gerenciar possíveis crises. Trata-se de um serviço eminentemente intelectual, da expertise no atendimento e de rede de relacionamento no mercado específico de Comunicação Social.

7.5. Os serviços mencionados e previamente calculados têm como objetivo fornecer suporte às tarefas de gestão e liderança da ASCOM/CFQ, através da disponibilização de recursos que facilitem a coordenação e execução das atividades, bem como a adoção de estratégias e tomadas de decisão para a implementação dos processos e projetos da Autarquia. Além disso, procuram fornecer ferramentas e equipamentos que permitam uma execução eficiente, otimizando as atividades para atender às necessidades e demandas de forma eficaz.

7.6. A contratação dos serviços tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações de comunicação institucional que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral.

7.7. As demandas serão atendidas por meio da combinação dos produtos e serviços mais adequados para apoiar o órgão na superação de seus desafios e alcance dos seus objetivos de comunicação.

8. JUSTIFICATIVAS PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA CONTRATAÇÃO

8.1. O objeto não admite parcelamento, pois não se mostra tecnicamente e nem economicamente viável diante da natureza do serviço que será prestado. É do interesse do CFQ que os profissionais da futura contratada acumulem experiências e conhecimentos acerca das ações e do planejamento estratégico do Conselho.

8.2. A ASCOM entende que o parcelamento da contratação seria um risco ao erário e poderia ser prejudicial à eficiência e à qualidade que se pretende na execução do contrato, com vistas ao atendimento dos princípios da razoabilidade e da economicidade. Para a prestação dos serviços aos quais refere-se este Estudo, seria necessário que a contratada montasse uma estrutura e alocasse profissionais para a sua execução, por isso, tal divisão não se mostra razoável do ponto de vista da eficiência, nem tampouco financeiramente.

8.3. Caso o objeto do contrato fosse dividido entre diversas empresas, o Conselho teria de lidar com várias pequenas estruturas que prestariam os serviços. Essa forma de trabalho poderia trazer prejuízos à unicidade da Comunicação e comprometer a execução em termos de qualidade técnica. Ademais, o custo

unitário, ao invés de reduzir, poderia aumentar, por perder o ganho de escala.

8.4. A coexistência de mais de uma empresa poderia causar prejuízo ao conjunto da prestação de serviços, que tem uma natureza de perfil integrado. Por exemplo, no processo de construção de plano de comunicação cada uma tentaria incluir na estratégia a execução dos seus produtos. Dessa forma, o interesse público da comunicação estaria comprometido pelos interesses privados das contratadas, traria dificuldades e prejuízos à execução, e o CFQ perderia em agilidade e em eficiência.

8.5. A Comunicação Integrada pressupõe um planejamento conjunto das atividades relacionadas à comunicação. Embora a comunicação do Sistema ocorra por diferentes meios, espaços e veículos, a mensagem institucional deve ser uníssona, coesa e coerente. A Comunicação Integrada consiste no conjunto articulado de esforços, ações, estratégias e produtos de comunicação, planejados e desenvolvidos por uma instituição, com o objetivo de agregar valor à marca ou de consolidar a imagem junto a públicos específicos ou à sociedade como um todo. Os produtos e serviços a serem contratados são de natureza técnica e intelectual, em que a metodologia empregada na sua elaboração admite variação de execução, com repercussões significativas nos resultados alcançados.

8.6. Por fim, a convivência diária e o relacionamento da equipe alocada para a prestação dos serviços com as necessidades, projetos e ações do CFQ proporcionará ganho de eficiência, qualificando em termos de credibilidade a fonte do Conselho na relação com os formadores de opinião e jornalistas, aproximando-os e mitigando danos de imagem e evitando crises.

9. DEMONSTRATIVO DOS RESULTADOS PRETENTIDOS

9.1. Com a contratação, é esperado atingir a sociedade em geral, de forma estratégica, segmentada e orgânica, por meio de ações de Comunicação Institucional e Integrada que visam divulgar a atuação do Sistema CFQ/CRQs na defesa da sociedade. Além disso, visa o fortalecimento do Sistema, aproximando-o dos profissionais e da sociedade.

9.2. Dessa forma, os resultados pretendidos estão diretamente relacionados ao atingimento dos objetivos. Entre eles estão o aumento do engajamento nas redes sociais, a maior presença na imprensa e nas mídias em geral, a produção de registros de todas as presenças do Sistema e de seus representantes em eventos no Brasil ou no exterior, além de maior destaque nas mídias aos projetos estratégicos da Comunicação e maior aproximação com os veículos de comunicação.

10. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO

10.1. Previamente à contratação, será necessário realizar procedimentos relacionados à transição do contrato. A transição contratual deve ocorrer de forma organizada, transparente e planejada entre a Contratante, o atual Contratada e o futuro contratado. Dessa forma, evitam-se prejuízos em relação à unicidade da informação e da comunicação e à adequação à forma e aos fluxos de trabalho já estabelecidos.

10.2. Assim que formalizada a intenção pelo encerramento do contrato de serviços de comunicação institucional ou pela sua não prorrogação, o atual 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 produzidos pelo Contratado, em benefício do Contratante, durante a vigência do tratado.

10.3. 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".

11. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

11.1. O objeto desta contratação não está relacionado com os demais processos de contratação do Conselho Federal de Química.

12. DESCRIÇÃO DOS POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS E RESPECTIVAS MEDIDAS MITIGADORAS

12.1. 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.

12.2. No tocante à prestação de serviços de Comunicação Institucional, 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:

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

12.3. 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.

13. POSICIONAMENTO CONCLUSIVO SOBRE A ADEQUAÇÃO DA CONTRATAÇÃO PARA O ATENDIMENTO DA NECESSIDADE A QUE SE DESTINA

13.1. Por fim, certificamos que existe a necessidade institucional claramente definida, há condições de atendê-la e considera-se que a contratação apresenta-se viável em todos os aspectos, na medida em que será utilizado orçamento específico alocado na ASCOM para esse fim e que o objeto da contratação é compatível com as competências institucionais da área, que possui em sua estrutura interna, área técnica, preparada para a condução dos serviços a serem prestados por intermédio da empresa contratada, bem como para a gestão e fiscalização do contrato.

13.2. Diante do exposto, a Equipe de Planejamento da Contratação declara ser viável a contratação da solução pretendida.

Brasília, 02 de outubro de 2024.

LAILA KUDSI
Integrante Técnico

DEBORAH KADJA DA SILVA ALENCAR
Integrante Administrativo

De acordo. Encaminha-se para apreciação da Gerência-Executiva.

JORDANA DE CASTRO SALDANHA
Integrante Requisitante

De acordo. Encaminha-se para apreciação da Presidência.

RENATO MELO
Gerente-Executivo do CFQ

De acordo. Encaminhe-se à Coordenação de Compras, Licitações e Contratos para providências.

JOSÉ DE RIBAMAR OLIVEIRA FILHO
Presidente do CFQ



Documento assinado eletronicamente por **Laila Kudsi, Analista**, em 04/10/2024, às 16:25, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no [Decreto nº 10.543, de 15 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Jordana de Castro Saldanha, Chefe da Assessoria de Comunicação**, em 04/10/2024, às 16:47, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no [Decreto nº 10.543, de 15 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Deborah Kadja da Silva Alencar, Analista**, em 06/10/2024, às 08:07, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no [Decreto nº 10.543, de 15 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Renato de Melo Teixeira, Gerente**, em 07/10/2024, às 17:49, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no [Decreto nº 10.543, de 15 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **José de Ribamar Oliveira Filho, Presidente**, em 07/10/2024, às 22:28, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no [Decreto nº 10.543, de 15 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.cfq.org.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0103163** e o código CRC **BC3B77D7**.

Referência: Processo nº 2800.00.01498.2023

SEI nº 0103163

SCS Quadra 09, Edifício Parque Cidade Corporate, Torre B, 9º andar
Brasília/DF, CEP 70.308-200
Telefone: (61) 2099-3300 - www.cfq.org.br