



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

**ANEXO I - REQUISITOS TÉCNICOS DA CONTRATAÇÃO**

**PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS**

**1. Estratégia de Comunicação**

**1.1. Avaliação da Percepção de Imagem**

Descritivo: Planejamento e execução de estudo ou levantamento para avaliação de percepção de imagem do CONTRATANTE pelos seus públicos de relacionamento, bem como para identificação de temas sensíveis e de tendências. A avaliação será realizada a partir de *briefing* com o CONTRATANTE e as entrevistas regionais devem, preferencialmente, representar todas as localidades definidas pelo CONTRATANTE. Devem ser realizadas atividades para: seleção de entrevistados, elaboração de roteiro de entrevistas, realização de entrevistas, consolidação de informações e análise de dados e resultados.

Entregas:

- Relatório do estudo ou levantamento, contendo análise do *briefing*, detalhamento da proposta, lista dos entrevistados, roteiro das entrevistas.
- Entrevistas gravadas em áudio e transcritas.
- Relatório com a consolidação das informações levantadas e a análise dos dados e resultados, contemplando diagnósticos e recomendações, se for o caso.
- Apresentação ao CONTRATANTE sobre a percepção de sua imagem ou dos temas de sua atuação.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Acuidade demonstrada na análise do *briefing*.
- Adequação da proposta e dos entrevistados selecionados.
- Pertinência do roteiro de entrevistas.
- Consistência da análise dos resultados.
- Assertividade das conclusões.
- Exequibilidade das recomendações.
- Organização, clareza e objetividade das informações e dados apresentados.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de entrevistas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

|       |                      |
|-------|----------------------|
| Baixa | Até 100 entrevistas. |
|-------|----------------------|



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

|       |                                                              |
|-------|--------------------------------------------------------------|
|       | Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.                         |
| Média | Até 300 entrevistas.<br>Prazo de entrega: Até 40 dias úteis. |
| Alta  | Até 500 entrevistas.<br>Prazo de entrega: Até 60 dias úteis. |

## 1.2. Mapa de Mídia e Influenciadores

Descritivo: Identificação, quantificação e qualificação de jornalistas e outros formadores de opinião (como as lideranças locais) que influenciam as percepções do cidadão por meio da divulgação de informações sobre o Confea e suas temáticas.

Entregas: Planilha contendo relação dos formadores de opinião, com nome do influenciador, seu perfil, histórico profissional, síntese de seu posicionamento e os assuntos sensíveis aos quais está relacionado, canais e veículos de comunicação (*on-line* e *off-line*) que atua podendo ser de sua autoria ou de terceiros, com as respectivas estatísticas de audiência e recomendações de ação de relacionamento e de distribuição de informação personalizada.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Consistência da indicação dos influenciadores em relação ao Confea e suas temáticas.
- Qualidade da apresentação das informações, quanto à organização, clareza e objetividade.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de influenciadores mapeados.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

|       |                                                                         |
|-------|-------------------------------------------------------------------------|
| Baixa | Até 300 influenciadores.<br>Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.        |
| Média | De 301 a 600 influenciadores.<br>Prazo de entrega: Até 30 dias úteis.   |
| Alta  | De 601 a 1.000 influenciadores.<br>Prazo de entrega: Até 60 dias úteis. |

## 1.3. Diagnóstico e Matriz Estratégica

Descritivo: Levantamento de informações e análise do ambiente e dos cenários internos e externos do CONTRATANTE e de suas temáticas que subsidiará o plano de ação de comunicação corporativa do órgão/entidade, contemplando:

- Identificação de públicos internos e externos relevantes para o órgão/entidade em relação às suas temáticas.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

- Planejamento e realização de entrevistas exploratórias de imersão, presenciais, gravadas em áudio e transcritas, com os públicos identificados.
- Realização de *benchmarking* junto a órgãos/entidades que atuem de forma exemplar.
- Levantamento de informações sobre o CONTRATANTE e suas temáticas em outras fontes, tais como: livros, *websites*, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, auditorias de imagem, entre outras.
- Levantamento de insumos relevantes relacionados ao CONTRATANTE, tais como missão, visão de futuro, matriz *swot* (pontos fortes, pontos fracos, ameaças e oportunidade).
- Definição dos objetivos da comunicação corporativa do CONTRATANTE em suas temáticas de atuação.
- Desenvolvimento de matriz estratégica dos objetivos da comunicação institucional do CONTRATANTE em suas temáticas de atuação.
- Indicação dos potenciais parceiros, recursos, gestores e ferramentas necessárias para o sucesso da atuação em comunicação institucional do CONTRATANTE.

Entregas:

- Relatório com o roteiro das entrevistas, lista dos entrevistados, entrevistas transcritas e demais informações identificadas em outras fontes.
- Relatório analítico da matriz *swot* (pontos fortes e pontos fracos do CONTRATANTE e ameaças e oportunidades).
- Relatório com a estratégia proposta na matriz estratégica.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência e consistência do diagnóstico.
- Confiabilidade das fontes pesquisadas.
- Qualidade da apresentação das informações dos relatórios.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de entrevistas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

|       |                                                              |
|-------|--------------------------------------------------------------|
| Baixa | Até 10 entrevistas.<br>Prazo de entrega: Até 15 dias úteis.  |
| Média | Até 50 entrevistas.<br>Prazo de entrega: Até 25 dias úteis.  |
| Alta  | Até 100 entrevistas.<br>Prazo de entrega: Até 35 dias úteis. |

#### **1.4. Plano Estratégico de Comunicação Institucional**

Descritivo: Plano estratégico de comunicação institucional do CONTRATANTE, baseado no diagnóstico e na matriz estratégica, abrangendo os seguintes pontos:



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

- Definição dos objetivos estratégicos do plano.
- Proposição e validação das mensagens-chave a serem transmitidas pelo órgão/entidade junto a seus públicos.
- Proposição e validação de política de porta-vozes: identificação dos membros da instituição que poderão representá-la formalmente; dos temas a serem abordados pelos porta-vozes; da abrangência das informações a serem repassadas e das formas de aplicação das mensagens-chave.
- Recomendação de ações e eventos com vistas a atingir os objetivos do CONTRATANTE.
- Recomendação de treinamento de porta-vozes e indicação do escopo do treinamento.
- Cronograma de realização das ações propostas.

Entregas: Plano estratégico de comunicação institucional do CONTRATANTE, nas versões impressa e digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência e alinhamento do Plano às diretrizes do Confea;
- Abrangência e sua aplicabilidade.
- Qualidade da apresentação das informações nos documentos.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.

### **1.5. Plano de Ação de Comunicação Interna**

Descritivo: O Plano de Ação voltado para Comunicação Interna/Endomarketing, deve abranger e partir dos tais temas:

**- Aprimoramento de conteúdos em plataformas internas exclusivas**

Como primeiro passo para fortalecer o corpo de colaboradores e aumentar o apreço pela cultura da empresa, necessário produzir conteúdos exclusivos e informativos para as intranets dos funcionários. O objetivo é estimular a discussão e aproximação de diversos temas, gerando engajamento e produtividade e evitando assim, ruídos capazes de impactar, de maneira negativa, a imagem deste Conselho.

**- Gerar ações de integração**

Com o objetivo de administrar uma comunicação plena, sem grupos privados ou limitados, este Conselho necessita de ações integrativas para o seu corpo de funcionários. Diante da grandeza desta autarquia, se faz essencial a apresentação de toda estrutura organizacional, ações e benefícios, apresentação de toda a estrutura técnica e papel na sociedade, para um novo



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

colaborador. Eliminar dúvidas, falar sobre a história deste Conselho e explicitar os valores e culturas, se fazem de extrema importância.

**- Fortalecimento da cultura organizacional deste Conselho**

Na clareza do corpo funcional ter o mesmo discurso e o mesmo alinhamento de comunicação, elenca-se princípios a serem trabalhados de maneira interna, nesta autarquia: Inspirar, falar, escutar, desenvolver, cuidar, aproximar. Se faz necessário a realização de palestras, workshops, eventos, capacitação. Desenvolvendo então, habilidades dos colaboradores e conselheiros do Confea, de forma contínua, a fim de modernizar a cultura organizacional.

**Entregas:**

- Relatório com a quantidade, complexidade, de conteúdos criados exclusivamente, bem como as ações.
- Plano de ação com a estratégia proposta para aperfeiçoar tal comunicação.
- Plano de ação de comunicação para crises internas.

**Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:**

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência e consistência dos conteúdos.
- Confiabilidade das fontes pesquisadas e mencionadas para eventos e capacitação.
- Qualidade no relatório estratégico para aperfeiçoamento de tal comunicação.
- Qualidade da apresentação das informações dos relatórios.

**Características consideradas na classificação da complexidade:**

- Quantidade de conteúdos gerados.
- Prazo de entrega.
- Qualidade na estratégia proposta.

**Complexidade: não se aplica.**

**2. Assessoria de Imprensa**

**2.1 Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação**

Descritivo: Desenvolvimento contínuo de atividades nas dependências do CONTRATANTE, com período de execução mensal, no atendimento, recebimento, tratamento e resposta às solicitações de veículos de comunicação nacionais, regionais e internacionais. Inclui as seguintes atividades:

- Atendimento telefônico, por e-mail ou por outros meios eletrônicos.
- Atendimento presencial.
- Consulta a fontes.
- Elaboração de *press-releases*, notas, artigos, respostas e outros conteúdos.
- Envio de *press-releases*, notas, artigos, respostas e outros conteúdos;
- Atualização do *mailing* a partir do contato realizado.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

Entregas: Relatórios mensais da quantidade de solicitações atendidas, com identificação dos veículos de comunicação e dos jornalistas solicitantes, o teor de cada demanda e respectiva resposta.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Alinhamento da resposta ao posicionamento estratégico, ao discurso institucional e às mensagens-chave do CONTRATANTE.
- Amplitude das informações repassadas.
- Comparativo entre o relatório mensal apresentado com o resultado de auditoria de imagem, no mesmo período.

Características consideradas na classificação da complexidade: Perfil das equipes (formação acadêmica, qualificação, experiência profissional e idiomas) para o atendimento da demanda.

Complexidade:

|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Baixa     | Profissional de Comunicação Júnior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 1 ano de experiência na área de Comunicação, com atuação em agências/ empresas. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação. Habilidade na apuração de informações, elaboração de relatórios, monitoramento de <i>clipping</i> e realização de <i>follow-up</i> com jornalistas.                                                                                                                                                                                                                                              |
| Média     | Profissional de Comunicação Pleno: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 5 anos de experiência na área de Comunicação, com atuação em assessorias de órgãos públicos, agências/empresas ou em veículos de comunicação, e atuação como analista em órgãos públicos, agências, e/ou repórter, e/ou editor assistente. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação e, ainda, bons conhecimentos de inglês.                                                                                                                                                                                                |
| Alta      | Profissional de Comunicação Sênior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 8 anos de atuação em assessorias de imprensa de órgãos públicos, agências, empresas ou em veículos de comunicação de abrangência nacional, ou ter atuado como gerente ou coordenador de atendimento em assessorias de imprensa pública ou agência. Experiência em administração e coordenação das atividades de Comunicação, redação e edição de textos, discursos e artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definir divulgações e programas de relacionamento com jornalistas. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes. Domínio do idioma inglês. |
| Altíssima | Profissional de Comunicação Master: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 10 anos de atuação em órgãos públicos/agências/empresas ou veículos de comunicação de abrangência nacional; experiência como chefe ou coordenador de assessoria de imprensa privada ou                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | governamental, gerente de atendimento em órgão público, agências, e/ou redator chefe, e/ou editor. Conhecimento amplo das ferramentas de gestão e habilidades para elaboração de proposta de trabalho de Comunicação e de orçamentos, definição e implantação de planejamentos, projetos de Comunicação, formulação de políticas e estratégias de Comunicação e de relacionamento com formadores de opinião, condução de <i>media training</i> e gestão de eventos. Responsável por gerenciar e liderar equipes para execução das ações do planejamento de Comunicação. Domínio do idioma inglês. |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## **2.2 Contatos Proativos com Veículos de Comunicação**

Descritivo: Desenvolvimento contínuo de atividades nas dependências do CONTRATANTE, com período de execução mensal, na realização de contatos proativos para articulação com veículos de comunicação - nacionais, regionais e internacionais -, com o objetivo de gerar pautas de interesse, divulgar ações e promover a imagem institucional do CONTRATANTE, incluindo as seguintes atividades:

- Contatos telefônicos, por e-mail ou por outros meios eletrônicos.
- Contatos presenciais.
- Envio de *press-releases*, notas e outros conteúdos.
- Atualização do *mailing* a partir do contato realizado.

Entregas: Relatórios mensais com as quantidades das pautas geradas, os respectivos temas e conteúdos e os dados dos veículos de comunicação e dos jornalistas responsáveis pelas matérias.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Relevância do veículo de comunicação e do profissional de mídia contatado, em termos do alcance de público e do seu potencial como formador de opinião.
- Espaço editorial obtido (mídia espontânea).
- Alinhamento da pauta às prioridades estratégicas do CONTRATANTE.
- Comparativo entre o relatório mensal apresentado com o resultado de auditoria de imagem, no mesmo período.

Características consideradas na classificação da complexidade: Perfil das equipes (formação acadêmica, qualificação, experiência profissional e idiomas) para o atendimento da demanda.

Complexidade:

|       |                                                                                                                                                       |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Baixa | Profissional de Comunicação Júnior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 1 ano de experiência na área de |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|           | Comunicação, com atuação em agências/ empresas. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação. Habilidade na apuração de informações, elaboração de relatórios, monitoramento de <i>clipping</i> e realização de <i>follow-up</i> com jornalistas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Média     | Profissional de Comunicação Pleno: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 5 anos de experiência na área de Comunicação, com atuação em assessorias de órgãos públicos, agências/empresas ou em veículos de comunicação, e atuação como analista em órgãos públicos, agências, e/ou repórter, e/ou editor assistente. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação e, ainda, bons conhecimentos de inglês.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Alta      | Profissional de Comunicação Sênior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 8 anos de atuação em assessorias de imprensa de órgãos públicos, agências, empresas ou em veículos de comunicação de abrangência nacional, ou ter atuado como gerente ou coordenador de atendimento em assessorias de imprensa pública ou agência. Experiência em administração e coordenação das atividades de Comunicação, redação e edição de textos, discursos e artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definir divulgações e programas de relacionamento com jornalistas. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes. Domínio do idioma inglês.                                                                                                                                                        |
| Altíssima | Profissional de Comunicação Master: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 10 anos de atuação em órgãos públicos/agências/empresas ou veículos de comunicação de abrangência nacional; experiência como chefe ou coordenador de assessoria de imprensa privada ou governamental, gerente de atendimento em órgão público, agências, e/ou redator chefe, e/ou editor. Conhecimento amplo das ferramentas de gestão e habilidades para elaboração de proposta de trabalho de comunicação e de orçamentos, definição e implantação de planejamentos, projetos de comunicação, formulação de políticas e estratégias de comunicação e de relacionamento com formadores de opinião, condução de <i>media training</i> e gestão de eventos. Responsável por gerenciar e liderar equipes para execução das ações do planejamento de comunicação. Domínio do idioma inglês. |

Prazo de entrega: Execução continuada mensal.

### **3. Treinamento**

#### **3.1 Planejamento e Execução de Media Training**

Descritivo: Treinamento de porta-vozes para relacionamento com a imprensa, mediante apresentação de perfil dos veículos de comunicação e de jornalistas de diferentes mídias, orientações e procedimentos para o contato adequado com jornalistas, havendo, se necessário,



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

acompanhamento de fonoaudiólogo, atividades práticas, por meio da simulação de entrevistas, análise e avaliação conjunta da postura dos participantes em situações diversas, simulação de entrevistas com gravação de vídeos, análise de performance com identificação e definição de responsabilidades do grau de autonomia de cada um dos porta-vozes, em relação às temáticas relacionadas ao Confea.

Entregas: Planejamento e estruturação do *media training* e relatórios de avaliação com informações relativas ao evento e ao desempenho de cada participante, acompanhado dos DVDs com gravações realizadas no decorrer do treinamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Desempenho dos instrutores.
- Relevância das informações repassadas.
- Pertinência das atividades práticas e simulações realizadas no treinamento com as situações reais vivenciadas pelo CONTRATANTE.
- Avaliação dos participantes.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de participantes, tipo do treinamento com base nos meios de comunicação (Eletrônicos: TV, e Rádio, Impressos: Jornal e Revista e Digitais: Mídias *on-line*/sociais).
- Carga horária do treinamento.

Complexidade:

|       |                                                                                                                                                       |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Baixa | Treinamento de 1 porta-voz para os meios TV e Impressos.<br>Carga horária de até 4 horas.                                                             |
| Média | Treinamento de até 4 porta-vozes para os meios TV, Rádio e Impressos.<br>Carga horária de até 6 horas.                                                |
| Alta  | Treinamento de até 4 porta-vozes para os meios TV, Rádio, Impressos e Digitais, com acompanhamento de fonoaudiólogo.<br>Carga horária de até 8 horas. |

Prazo de entrega: Até 5 dias após o treinamento.

### **3.2 Media Training em Situações de Crise**

Descritivo: Treinamento de porta-voz para relacionamento com a imprensa em situação de crise. O treinamento deve propor situações em que o participante deve fazer declarações sobre temas da crise em questão. As orientações e procedimentos para o contato com jornalistas – ensinados durante o treinamento - serão colocados em prática em simulações de entrevistas devidamente documentadas (gravação de áudio e/ou vídeo). Durante a performance dos executivos, os



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

instrutores farão sugestões de correção de postura e/ou ajuste de discurso, havendo, se necessário, acompanhamento de fonoaudiólogo.

Entregas: Planejamento e estruturação do *media training* e relatórios de avaliação com informações relativas ao evento e ao desempenho de cada participante, acompanhado de mídia física ou digitais (DVD ou outros) com gravações realizadas no decorrer do treinamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Desempenho dos instrutores; consistência e alinhamento do programa e roteiro de treinamento com os dispositivos preventivos de crise (manuais, perguntas e respostas, fluxogramas); relevância das informações repassadas.
- Pertinência das atividades práticas e simulações realizadas no treinamento com as situações reais de crise.
- Avaliação dos participantes.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de participantes.
- Tipo do treinamento (entrevista coletiva, entrevista exclusiva, quebra-queixo, debate, oitiva, entre outros) com base nos meios de comunicação (Eletrônicos: TV, e Rádio, Impressos: Jornal e Revista e Digitais: Mídias *on-line*/sociais).
- Carga horária do treinamento.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

|       |                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Baixa | Treinamento de 1 porta-voz.<br>Meios de comunicação: TV e Impressos.<br>Carga horária mínima de até 4 horas.<br>Prazo de entrega: Até 5 dias após o treinamento.                                                                              |
| Média | Treinamento de até 4 porta-vozes.<br>Meios de comunicação: TV, Rádio e Impressos.<br>Carga horária mínima de 4 horas e máxima de 6 horas.<br>Prazo de entrega: Até 10 dias após o treinamento.                                                |
| Alta  | Treinamento de até 4 porta-vozes.<br>Meios de comunicação: TV, Rádio, impressos e Digitais, com acompanhamento de fonoaudiólogo.<br>Carga horária mínima de 5 horas e máxima de 8 horas.<br>Prazo de entrega: Até 15 dias após o treinamento. |

### 3.3 Treinamento para Apresentações



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

Descritivo: Capacitação de 01 porta-voz em tema específico para realização de apresentações diversas, incluindo audiências públicas, palestras, exposições sobre planos, ações e resultados de programas e projetos, campanhas, entre outras. As atividades incluem:

- Definição do direcionamento do discurso no contexto político, com indicação das mensagens pertinentes aos públicos-alvo das apresentações.
- Simulação da performance para treinamento de lideranças e defesa de posicionamento institucional em ambiente contraditório, como audiências públicas e comissões do Confea.
- Laboratório de fonoaudiologia com profissional especialista, com o objetivo de aprimorar a dicção, a postura e o discurso.

Entregas:

- Relatório com o roteiro do treinamento.
- Avaliação do desempenho do participante.
- Recomendações.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Pertinência do roteiro, das especificidades e das atividades propostas para o treinamento.

Características consideradas na classificação da complexidade: Carga horária.

**Complexidade:**

|       |                                             |
|-------|---------------------------------------------|
| Baixa | Treinamento de até 3 horas.                 |
| Média | Treinamento acima de 3 horas e até 5 horas  |
| Alta  | Treinamento acima de 5 horas e até 8 horas. |

**Prazo de entrega:** Até 5 dias após o treinamento.

**4. Monitoramento e Análise**

**4.1 Auditoria de Imagem**

Descritivo: Auditoria mensal de exposição do Confea e de suas temáticas a partir de análise quantitativa e qualitativa da sua presença nos meios de comunicação monitorados (jornais, revistas, portais de notícias, TV, rádio, *blogs* e redes sociais). A auditoria deverá apontar os principais temas publicados/veiculados na imprensa, por tipo de veículo e impacto para a imagem do Confea.

Entregas: Relatório analítico (quantitativo e qualitativo), com apresentação presencial, da forma como os públicos estratégicos os meios/veículos de comunicação monitorados constroem a imagem do Confea e de suas temáticas, os atributos positivos e negativos e as principais



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

percepções sobre sua atuação. O relatório deve ser entregue na forma impressa e em formato digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Consistência das análises quantitativas e qualitativas.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Mensal.

#### **4.2 Análise de Imprensa em seus canais (Jornais, Revistas, Redes Sociais e Portais de Notícias)**

Descritivo: Síntese analítica diária do conteúdo monitorado em jornais, revistas, *blogs*, redes sociais e portais de notícias, com alertas sobre temas que ofereçam oportunidades ou riscos de comunicação à imagem do Confea e recomendações de medidas a serem adotadas.

Entregas:

- 02 relatórios eletrônicos diários, enviados por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pelo CONTRATANTE. O primeiro boletim deverá ser enviado até às 8h30. O segundo relatório até às 16h, inclusive nos finais de semana e feriados.
- Alertas – mensagem eletrônica (em formato previamente acordado) sobre fatos de impacto e de interesse do CONTRATANTE, noticiados nos intervalos entre o envio dos relatórios.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Atendimento dos prazos estipulados com tolerância de até 30 minutos.
- Qualidade das análises.
- Relevância e coerência dos alertas efetuados.
- Aderência aos temas do Confea.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tipo de circulação (nacional, regional ou internacional).
- Quantidade de veículos monitorados.

Complexidade:

|                             |                               |
|-----------------------------|-------------------------------|
| Baixa – Nacional e Regional | Até 100 veículos monitorados. |
| Média – Nacional e Regional | Até 250 veículos monitorados. |
| Alta – Nacional e Regional  | Até 500 veículos monitorados. |

#### **4.3 Clipping Regional - Jornais, Revistas, e Portais de Notícias**



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

Descritivo: *Clipping* diário de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse do CONTRATANTE e de suas temáticas, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até 10 jornais de relevância nacional, em até 10 revistas de circulação nacional e em até 60 jornais regionais.

Entregas: 01 boletim eletrônico diário com os conteúdos noticiosos identificados, enviado por correio eletrônico até às 7h30, para lista de e-mails definidos pelo CONTRATANTE.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência do monitoramento.
- Aderência aos temas de interesse do Confea.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

#### **4.4 Clipping Nacional - TV**

Descritivo: *Clipping* de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse do Confea, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até 05 emissoras de TV aberta e 05 emissoras de TV fechada, conforme lista a ser definida pelo CONTRATANTE.

Entregas: 03 boletins eletrônicos diários com os conteúdos noticiosos identificados, enviados por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pelo órgão/entidade. O primeiro boletim deverá ser enviado até às 9h30 (conteúdo monitorado a partir de 20h30 do dia anterior até às 8h30 do dia vigente). O segundo boletim até às 14h30 (conteúdo monitorado a partir de 8h30 até às 13h30). O terceiro boletim até às 21h30 (conteúdo monitorado a partir de 13h30 até às 20h30). Os horários de entrega dos boletins poderão sofrer alteração de acordo com a grade de programação das emissoras.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo, com tolerância de até 30 minutos.
- Abrangência do monitoramento.
- Aderência aos temas de interesse do Confea.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

#### **4.5 Clipping Nacional - Rádio**



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

Descritivo: *Clipping* de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse do Confea, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até 100 emissoras de rádio, conforme lista a ser definida pelo CONTRATANTE.

Entregas: 02 boletins eletrônicos diários com os conteúdos noticiosos identificados, enviados por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pelo órgão/entidade. O primeiro boletim deverá ser enviado até às 8h30 (conteúdo monitorado a partir de 18h do dia anterior até às 7h30 do dia vigente). O segundo boletim até às 18h (conteúdo monitorado a partir de 7h30 até às 17h30).

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo, com tolerância de até 30 minutos.
- Abrangência do monitoramento.
- Aderência aos temas de interesse do Confea.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

## **5. Produção de Conteúdo**

### **5.1 Elaboração de Texto em Língua Portuguesa**

Descritivo: Elaboração e revisão de textos jornalísticos ou institucionais direcionados ao público interno ou externo, a partir de consultas a fontes oficiais (autoridades e/ou técnicos de órgãos públicos nas diversas esferas e poderes), representantes do setor privado, especialistas, bem como relatórios e outros documentos governamentais, livros, *websites*, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, pesquisas estatísticas e outros conteúdos e publicações impressos ou eletrônicos. Os textos produzidos poderão ser utilizados como *press-releases*, notas à imprensa, avisos de pauta, artigos de opinião, ambiente digital, posicionamentos (*position paper*), *briefing*, livro branco, manuais, cartilhas, dossiês, textos institucionais para publicações e/ou apresentações, guia de perguntas e respostas, mensagens-chave, entre outros.

Entregas: Texto produzido e revisado com indicação das fontes consultadas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adoção das fontes e insumos fornecidos pelo CONTRATANTE.
- Tempestividade no atendimento e na resposta às necessidades e/ou problemática apresentada pelo CONTRATANTE.
- Qualidade dos textos quanto à ortografia e a legislação.
- Confiabilidade das fontes.

Características consideradas na classificação da complexidade:



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

- Tipo de texto e conteúdo.
- Quantidade de fontes.
- Tipo de apuração.
- Quantidade de laudas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Baixa | Texto original, com conteúdo factual.<br>Formulado a partir de informações obtidas com até 2 fontes.<br>Sem necessidade de consultas externas.<br>Até 1 laudas.<br>Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Média | Texto original, com conteúdo factual e analítico.<br>Formulado a partir de informações obtidas em consulta a 3 ou 4 fontes.<br>Podendo ocorrer pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos.<br>De 2 a 3 laudas.<br>Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Alta  | Texto original, com conteúdo factual e analítico.<br>Formulado a partir de informações obtidas em consulta a 5 ou mais fontes.<br>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.<br>Acima de 3 laudas.<br>Prazo de entrega: Até 7 dias úteis. |

## **5.2 Revisão e Edição de Texto em Língua Portuguesa**

Descritivo: Edição de textos elaborados ou originários de fontes oficiais.

Entregas: Texto editado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo CONTRATANTE.
- Tempestividade no atendimento ou na resposta às necessidades e/ou problemática apontada pelo CONTRATANTE.
- Observância das normas de correção ortográfica e a legislação.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

### 5.3 Fotografia

Descritivo: Produção de fotos de interesse do CONTRATANTE, para utilização junto aos públicos externo e/ou interno.

Entregas: Arquivos digitais das fotos, em alta resolução, e relatório com descrição do material produzido e dos direitos de uso. Deverá ser observada a legislação vigente no que diz respeito a direitos autorais e de cessão de imagem.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial das fotografias.
- Alinhamento das temáticas com o *briefing*.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tempo de produção.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

|       |                                                                                                        |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Baixa | Produção com duração de até 4 horas.<br>Prazo de entrega: Até 1 hora após a produção.                  |
| Média | Produção com duração acima de 4 horas e até 6 horas.<br>Prazo de entrega: Até 2 horas após a produção. |
| Alta  | Produção com duração acima de 6 horas e até 8 horas.<br>Prazo de entrega: Até 4 horas após a produção. |

### 5.4 Reportagem em Vídeo (Vídeo release)

Descritivo: Vídeo reportagem elaborado a partir de *briefing* e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de roteiro criado para a realização do vídeo. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral em arquivo texto. O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo.

Entregas: Arquivo de texto contendo o roteiro aprovado pelo CONTRATANTE, arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para uso em TV e internet, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial do material em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado.

Características consideradas na classificação da complexidade:



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

- Quantidade de dias de captação.
- Equipe utilizada na produção.
- Serviços complementares de pós-produção.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Baixa | 1 dia de captação e produção.<br>Equipe composta de 1 repórter, 1 câmera, 1 assistente.<br>Pós-produção restrita à edição do material captado.<br>Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após a captação.                                                                                           |
| Média | Até 2 dias de captação e produção.<br>Equipe composta de 1 repórter, 1 câmera, 1 produtor, 2 assistentes.<br>Pós-produção com edição do material captado e sonorização.<br>Prazo de entrega: Até 10 dias úteis após encerrada a captação.                                                       |
| Alta  | De 2 a 5 dias de captação e produção.<br>Equipe composta de 1 diretor de fotografia, 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 produtor, 4 assistentes.<br>Pós-produção com edição do material captado, sonorização e computação gráfica.<br>Prazo de entrega: Até 15 dias úteis após encerrada a captação. |

### 5.5 Vídeo Depoimento para Imprensa e Públicos Influenciadores nas Mídias Digitais

Descritivo: Vídeo para captação de um ou mais depoimentos sobre tema específico. Elaborado a partir de *briefing* e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de um roteiro aprovado pelo Confea. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral. O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo.

Entregas: Arquivo de texto contendo o roteiro aprovado pelo Confea, arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para uso em TV e internet, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial do material em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de dias de captação e produção.
- Quantidade de depoimentos.
- Equipe utilizada na produção e serviços complementares de pós-produção.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

|       |                               |
|-------|-------------------------------|
| Baixa | 1 dia de captação e produção. |
|-------|-------------------------------|



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|       | Gravação de até 2 depoimentos com duração individual de até 1 minuto.<br>Equipe composta de 1 repórter, 1 câmera, 1 assistente.<br>Pós produção restrita à edição do material captado.<br>Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após a captação.                                                                                                                                          |
| Média | Até 2 dias de captação e produção.<br>Gravação de até 5 depoimentos com duração individual de até 1 minuto.<br>Equipe composta de 1 repórter, 1 câmera, 1 produtor, 2 assistentes.<br>Pós-produção com edição do material captado e sonorização.<br>Prazo de entrega: Até 10 dias úteis após a captação.                                                                               |
| Alta  | De 2 dias a 5 dias de captação e produção.<br>Gravação acima de 5 até 10 depoimentos com duração individual de até 1 minuto.<br>Equipe composta de 1 diretor de fotografia, 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 produtor, 4 assistentes.<br>Pós-produção com edição do material captado, sonorização e computação gráfica.<br>Prazo de entrega: Até 15 dias úteis após encerrada a captação. |

#### **5.6 Podcast para Imprensa e Públicos Influenciadores nas Mídias Sociais**

Descritivo: Captação e edição de áudio, a partir de *briefing* e pauta previamente aprovados. O áudio poderá ser disponibilizado na internet ou enviado para emissoras de rádio. O custo deve prever repórter, equipe técnica e ferramenta de distribuição.

Entregas: Arquivo de áudio editado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial do áudio em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado.

Características consideradas na classificação da complexidade: Minutos editados.

Complexidade:

|       |                             |
|-------|-----------------------------|
| Baixa | Até 1 minuto.               |
| Média | Acima de 1 e até 3 minutos. |
| Alta  | Acima de 3 e até 5 minutos. |

Prazo de entrega: Até 1 dia útil após a produção.

#### **5.7 Projeto Editorial**

Descritivo: Elaboração de documento com planejamento das diretrizes de um produto editorial (revista, jornal, entre outros). Definição das características do produto (seções, títulos, conteúdos, formatos, imagens), dos objetivos da publicação e temas a serem abordados, da linguagem a ser utilizada, da periodicidade, da distribuição e do cronograma de execução.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

Entregas: Arquivo texto detalhado contendo as normas do Projeto Editorial, com suas características, tipo de conteúdo e plano geral de funcionamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência do projeto às diretrizes de comunicação do Confea.
- Aplicabilidade.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo: até 20 dias úteis

### **5.8 Conteúdo e Design para Apresentação**

Descritivo: Elaboração de conteúdo para apresentação em reunião, seminário, evento, audiência etc, com conteúdo factual e analítico, a partir de informações obtidas de fontes diversas indicadas pelo CONTRATANTE.

Entregas: Apresentação em formato digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo CONTRATANTE.
- Tempestividade no atendimento e nas respostas às necessidades e/ou problemática apresentada pelo CONTRATANTE.
- Observância das normas de correção ortográfica e a legislação.
- Observância da aplicação correta de marcas, contempladas as orientações do CONTRATANTE, a exemplo da acessibilidade.
- Utilização de fontes confiáveis.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tipo de texto e conteúdo.
- Quantidade de fontes.
- Tipo de apuração.
- Quantidades de laudas elaboradas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

|       |                                                                                                                                                                                                                   |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Baixa | Texto original, com conteúdo factual.<br>Formulado a partir de informações obtidas com até 1 fonte.<br>Sem necessidade de consultas externas.<br>Até 10 laudas produzidas.<br>Prazo de entrega: Até 2 dias úteis. |
| Média | Texto original, com conteúdo factual e analítico.                                                                                                                                                                 |



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

|      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|      | Formulado a partir de informações obtidas a partir de 2 a 3 fontes.<br>Com pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos.<br>De 11 a 50 laudas produzidas.<br>Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Alta | Texto original, com conteúdo factual e analítico.<br>Formulado a partir de informações obtidas a partir de 4 ou mais fontes.<br>Comparação e checagem entre informações divergentes; consulta a um número de fontes superior a 4; entrevistas com especialistas em determinado assunto, ou com conhecimento especializado em determinado tema, acima do conhecimento curricular do profissional padrão e, ainda, necessidade de consultar materiais de referência escritos em outras línguas.<br>Acima de 50 laudas produzidas.<br>Prazo de entrega: até 7 dias úteis. |

### 5.9 Gestão de Banco de Mídias

Descritivo: Criação, gerenciamento e armazenamento, por meio de sistema *on-line*, da produção de vídeos, fotografias e áudios, que incluem as seguintes atividades:

- Montagem de estrutura operacional visando disponibilizar todos os arquivos no Banco de Mídias;
- Disponibilização, durante o contrato, de acesso ao *software* com funcionalidades para a gestão dos arquivos do Banco de Mídias;
- Disponibilização de *storage* em rede com arranjo redundante, conteúdos espelhados e backups em nuvem e/ou HD externo, como forma de garantir a integridade dos conteúdos arquivados;
- Disponibilização de *download* e conteúdo do Banco de Mídias, em formato a ser definido;
- Disponibilização do Banco de Mídias, ao final do contrato, ao CONTRATANTE.

Entregas: Banco de Mídias propriamente dito e relatório mensal, em arquivo texto, contendo toda a movimentação (inclusões, exclusões, consultas, *downloads*).

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade: Não se aplica.

Características consideradas na classificação da complexidade: Volume armazenado.

Complexidade:

|       |                                                                                                                                                                                                     |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Baixa | 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. |
| Média | 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.  |



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

|      |                                                                                                                                                                                              |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Alta | 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. |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Prazo de entrega: Mensal

## **6. Prevenção e Gerenciamento de Crises**

### **6.1 Manual de Crise**

Descritivo: Guia para consulta e formação de lideranças em políticas de prevenção e gestão de crises, no âmbito do Confea, contemplando classificação de crises, processos e procedimentos. Reúne os conceitos teóricos sobre gestão de crise e ferramentas de comunicação a serem utilizadas durante a crise.

Entregas: Manual de crise.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Consistência, organização e clareza das informações e sua aderência às temáticas de atuação do Confea.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

|       |                                                        |
|-------|--------------------------------------------------------|
| Baixa | Até 50 páginas. Prazo de entrega: Até 45 dias.         |
| Média | De 51 até 100 páginas. Prazo de entrega: Até 60 dias.  |
| Alta  | De 101 até 200 páginas. Prazo de entrega: Até 90 dias. |

### **6.2 Formação de Comitês de Crises**

Descritivo: Formação, em conjunto com o CONTRATANTE, de time multidisciplinar de trabalho para analisar os riscos de imagem e definir estratégias de mitigação de riscos e crises. O trabalho inclui avaliação da estrutura organizacional do CONTRATANTE e de suas principais áreas de atuação, para identificar lideranças e setores diretamente envolvidos em uma situação de crise. A partir desta análise, serão indicadas as áreas a ter assento no comitê e o seu modus operandi, sob validação do CONTRATANTE. Também será identificado o local apropriado para formação de sala de crise.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

Entregas: Relatório com a indicação de nomes e atribuições dos membros envolvidos no comitê de crises, por tema.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Pertinência e consistência da formatação proposta para os comitês.
- Adequação das linhas de ação de cada grupo ou tema de risco e das principais atividades e tarefas a serem executadas.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidades de comitês formados.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

|       |                                                                         |
|-------|-------------------------------------------------------------------------|
| Baixa | Até 2 comitês de risco.<br>Prazo de entrega do relatório: Até 30 dias.  |
| Média | Até 5 comitês de risco.<br>Prazo de entrega do relatório: Até 60 dias.  |
| Alta  | Até 10 comitês de risco.<br>Prazo de entrega do relatório: Até 90 dias. |

### **6.3 Fluxograma de Processo para Atuação em Crise**

Descritivo: Orientação passo a passo para situações hipotéticas de crise, com a identificação dos responsáveis pelas informações e dos porta-vozes mais adequados para cada risco identificado.

Entregas: Fluxograma por tipo de risco em arquivo impresso e eletrônico.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Organização do conteúdo.
- Clareza na apresentação dos fluxos das informações e do plano de atuação em situação de crise.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de fluxogramas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

|       |                                                            |
|-------|------------------------------------------------------------|
| Baixa | Até 5 fluxogramas.<br>Prazo de entrega: Até 30 dias.       |
| Média | De 6 até 10 fluxogramas.<br>Prazo de entrega: Até 60 dias. |



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

|      |                                                             |
|------|-------------------------------------------------------------|
| Alta | De 11 até 20 fluxogramas.<br>Prazo de entrega: Até 90 dias. |
|------|-------------------------------------------------------------|

#### **6.4 Mapeamento de Públicos Envolvidos na Crise**

Descritivo: Identificação de públicos potencialmente atingidos pela crise, considerando até 3 públicos por risco. A indicação de cada público envolvido terá uma justificativa, demonstrando o seu grau de envolvimento e de relevância para o agravamento ou redução dos efeitos da crise.

Entregas: Relatório de mapeamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Objetividade na identificação dos riscos.
- Clareza na apresentação dos fluxos de informações.
- Pertinência das ações recomendadas para as situações de crise.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de riscos.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

|       |                                                        |
|-------|--------------------------------------------------------|
| Baixa | Até 10 riscos.<br>Prazo de entrega: até 30 dias.       |
| Média | De 11 até 20 riscos.<br>Prazo de entrega: até 60 dias. |
| Alta  | De 21 até 50 riscos.<br>Prazo de entrega: até 90 dias. |

#### **6.5 Gerenciamento de Crise**

Descritivo: Conjunto de ações deflagradas para administrar uma crise, incluindo o atendimento à imprensa, a produção de conteúdos sobre o tema para abastecer a mídia e a sala de imprensa *on-line*, o acompanhamento de entrevistas e a organização de encontros com a imprensa, com o objetivo de esclarecer o posicionamento do Confea sobre dada situação. A equipe envolvida no gerenciamento deve trabalhar em conjunto com o(s) comitê(s) de crise, a fim de aplacar as demandas internas e externas de comunicação.

Entregas: Relatório de atividades, contendo as medidas internas e externas deflagradas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação das iniciativas tomadas e repercussão na imprensa.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tempo de duração da crise.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

|       |                                                                                               |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| Baixa | Crise de até 10 dias.<br>Prazo de entrega: Relatório entregue em até 10 dias após a crise.    |
| Média | Crise de 11 até 20 dias.<br>Prazo de entrega: Relatório entregue em até 15 dias após a crise. |
| Alta  | Crise de 21 até 30 dias.<br>Prazo de entrega: Relatório entregue em até 20 dias após a crise. |

**7 - Ação de Relações Públicas**

**7.1 Planejamento de Ações Institucionais para Relacionamento com Públicos Influenciadores em Ambientes Digitais**

Descritivo: Planejamento para definição de linha editorial e posicionamento estratégico, com calendário das ações a serem implementadas em cada ambiente digital.

Entregas:

- Documento contendo avaliação de perfil do público-alvo nos ambientes digitais.
- Conjunto de normas com a descrição do objetivo, tipo de conteúdo, público-alvo, linguagem e periodicidade a ser utilizada em cada ambiente e calendário de ações, com frequência de entregas e apresentação de produtos de comunicação digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital do Confea.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Abrangência do planejamento.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

|       |                                                                                          |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| Baixa | Planejamento para períodos inferiores a 3 meses.<br>Prazo de entrega: 5 dias úteis.      |
| Média | Planejamento para períodos entre 3 e 6 meses.<br>Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.    |
| Alta  | Planejamento para períodos superiores a 6 meses.<br>Prazo de entrega: Até 30 dias úteis. |



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

**7.2 Conteúdo Multimídia para Relacionamento em Ambientes Digitais**

Descritivo: Produção e publicação de textos, posts para ambientes digitais tais como redes sociais, *blogs*, sítios, intranet, entre outros, a partir de pauta previamente aprovada. Envolve a criação do texto, edição de imagens, tagueamento.

Entregas: Relatório mensal com listagem e visão consolidada das tarefas realizadas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo CONTRATANTE;
- Tempestividade no atendimento e nas respostas às necessidades e/ou problemática apontada pelo CONTRATANTE;
- Observância das normas ortográficas e da legislação;
- Aderência às diretrizes de comunicação digital do Confea;
- Utilização de fontes confiáveis.

Características consideradas na classificação da complexidade: Volume de produção de conteúdo.

Complexidade:

|       |                                       |
|-------|---------------------------------------|
| Baixa | Produção de 1 a 100 conteúdos.        |
| Média | Produção de 101 a 500 conteúdos.      |
| Alta  | Produção de de 501 a 1.000 conteúdos. |

Prazo de entrega: Mensal.

**8 - Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas**

**8.1 Projeto Gráfico**

Descritivo: Definição das características visuais de uma peça de design, impressa ou eletrônica (Ex: livros, jornais, revistas e suas versões eletrônicas ou *webs*, *newsletters*, entre outras), como formato, elementos gráficos (fotos, ilustrações, grafismos), títulos e fontes utilizadas. Deve organizar o conteúdo e dar destaque à leitura, atendendo às necessidades editoriais indicadas no *briefing* de trabalho.

Entregas: Projeto gráfico detalhado, impresso ou em meio digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

- Aplicabilidade do projeto.
- Adequação aos desafios de comunicação e as necessidades apontadas no *briefing*.
- Qualidade estética.
- Pertinência ao tema.
- Aderência às diretrizes de comunicação do Confea.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

|       |                                                          |
|-------|----------------------------------------------------------|
| Baixa | Até 10 páginas.<br>Prazo de entrega: Até 10 dias.        |
| Média | De 11 até 50 páginas.<br>Prazo de entrega: Até 20 dias.  |
| Alta  | De 51 até 100 páginas.<br>Prazo de entrega: Até 30 dias. |

## 8.2 Diagramação / Editoração de Publicações Impressas

Descritivo: Organização do conteúdo e dos elementos gráficos em espaço determinado, em projeto gráfico (leiaute) previamente aprovado, devendo incorporar os princípios do design gráfico para manter a identidade da peça ou publicação.

Entregas: Peça ou publicação diagramada, em arquivo digital, para impressão.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Fidelidade da diagramação ao projeto gráfico.
- Adequação do conteúdo à proposta de trabalho descrita no *briefing*.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

|       |                                                          |
|-------|----------------------------------------------------------|
| Baixa | Até 50 páginas.<br>Prazo de entrega: Até 10 dias.        |
| Média | De 51 até 100 páginas.<br>Prazo de entrega: Até 20 dias. |



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

|      |                                                           |
|------|-----------------------------------------------------------|
| Alta | De 101 até 200 páginas.<br>Prazo de entrega: Até 30 dias. |
|------|-----------------------------------------------------------|

### 8.3 Diagramação de Apresentações Eletrônicas

Descritivo: Formatação de arquivo de apresentação para projeção ou exibição eletrônica, conforme conteúdo e programação visual estabelecidos previamente. O foco do trabalho está na hierarquia das informações, garantindo equilíbrio entre os recursos visuais, de forma a dinamizar e otimizar a exposição do conteúdo.

Entregas: Apresentação em programa (*software*) previsto no *briefing*, em arquivo digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação visual do conteúdo à proposta de trabalho descrita no *briefing*.
- Qualidade estética e pertinência ao tema.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de lâminas de apresentação.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

|       |                                                         |
|-------|---------------------------------------------------------|
| Baixa | Até 20 lâminas.<br>Prazo de entrega: Até 3 dias.        |
| Média | De 21 até 50 lâminas.<br>Prazo de entrega: Até 5 dias.  |
| Alta  | De 51 até 100 lâminas.<br>Prazo de entrega: Até 7 dias. |

### 8.4 Infográficos Estáticos e/ou Impressos

Descritivo: Utilização de recursos gráficos para o detalhamento de informações, ou seja, junção de textos breves com ilustrações explicativas para a melhor compreensão do conteúdo. Esse tipo de recurso contribui para a melhor compreensão de informações e conceitos complexos e são usados para apoiar exposições de mapas e manuais técnicos, educativos ou científicos. Pode combinar fotografia, ilustração e texto.

Entregas: Infográfico aprovado, em meio digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

- Qualidade do desenho final, após a mescla de todas as variáveis (texto e recursos gráficos usados como ponto de partida, fotos, gráficos e ilustrações).
- Clareza e correta hierarquização dos dados expostos.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tamanho do infográfico, no que se refere aos recursos utilizados (foto ou ilustração).
- Prazo de entrega.

Complexidade:

|       |                                                                                                                         |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Baixa | Infográfico com foto e/ou ilustração existente, mais texto.<br>Prazo de entrega: Até 2 dias.                            |
| Média | Infográfico com foto e/ou ilustração a serem produzidas, mais texto.<br>Prazo de entrega: Até 3 dias.                   |
| Alta  | Infográfico com foto, ilustração e gráfico a serem produzidos e mesclados, mais texto.<br>Prazo de entrega: Até 5 dias. |

### **8.5 Infográfico Dinâmico e/ou Interativo**

Descritivo: Representação visual de informações, com a utilização de recursos gráficos, tais como fotos, gráficos ou ilustrações e textos breves. Inclusão de recursos interativos (áudio e/ou vídeo embedados, animações em flash, em HTML5 ou 3D) para dar dinamismo à apresentação. Pode ser utilizado em eventos, na internet ou em ambientes digitais.

Entregas: Infográfico aprovado, em meio digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade do desenho final, após a mescla de todas as variáveis (texto, recursos gráficos e interativos).
- Clareza e correta hierarquização dos dados expostos.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tamanho do infográfico, considerando a quantidade de informações (texto) e os recursos estáticos (foto ou ilustração) e dinâmicos (áudio e/ou vídeo embedados, animações em flash, em HTML5 ou 3D) utilizados.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

|       |                                                                                                                                      |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Baixa | Infográfico com foto e/ou ilustração existente, breve texto, e animação de áudio e vídeo embedados.<br>Prazo de entrega: Até 5 dias. |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

|       |                                                                                                                          |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Média | Infográfico com foto e/ou ilustração existente, breve texto e animação em flash.<br>Prazo de entrega: Até 10 dias.       |
| Alta  | Infográfico com foto e/ou ilustração existente, breve texto e animação em 3D ou HTML5.<br>Prazo de entrega: Até 15 dias. |

## **9. Atendimento**

### **9.1 Atendimento de Demandas do CONTRATANTE**

Descritivo: Atividades que contemplam gerenciar, articular, documentar, acompanhar e entender plenamente as necessidades do CONTRATANTE, para a proposição do conjunto de produtos e serviços mais adequados para atendimento dessas necessidades, garantindo a manutenção da qualidade técnica da entrega de todos os produtos e serviços executados no âmbito da contratação.

Entregas: Relatório contemplando a listagem das tarefas realizadas, seu detalhamento e status de andamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Indicadores e métricas de mensuração de desempenho (qualidade e eficiência).
- Tempestividade no atendimento.
- Qualidade na interação com o demandante.
- Precisão na documentação das atividades.
- A avaliação do desempenho e do volume de atendimento às demandas será realizada mês a mês.

Características consideradas na classificação da complexidade: Perfil das equipes (formação acadêmica, qualificação, experiência profissional e idiomas) para o atendimento da demanda.

Complexidade:

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Baixa | Profissional de Comunicação Júnior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 1 ano de experiência na área de Comunicação, com atuação em agências/empresas. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação. Habilidade na apuração de informações, elaboração de relatórios, monitoramento de <i>clipping</i> e realização de <i>follow-up</i> com jornalistas. |
| Média | Profissional de Comunicação Pleno: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 5 anos de experiência na área de Comunicação, com atuação em assessorias de órgãos públicos, agências/empresas ou em veículos de comunicação, atuação como analista em órgãos públicos, agências, e/ou repórter, e/ou editor assistente. Conhecimento                                                                                                                                 |



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|           | técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação e, ainda, bons conhecimentos de inglês.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Alta      | Profissional de Comunicação Sênior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 8 anos de atuação em assessorias de imprensa de órgãos públicos, agências, empresas ou em veículos de comunicação de abrangência nacional, ou ter atuado como gerente ou coordenador de atendimento em assessorias de imprensa pública ou agência. Experiência em administração e coordenação das atividades de Comunicação, redação e edição de textos, discursos e artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definir divulgações e programas de relacionamento com jornalistas. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes. Domínio do idioma inglês.                                                                                                                                                        |
| Altíssima | Profissional de Comunicação Master: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 10 anos de atuação em órgãos públicos/agências/empresas ou veículos de comunicação de abrangência nacional; experiência como chefe ou coordenador de assessoria de imprensa privada ou governamental, gerente de atendimento em órgão público, agências, e/ou redator chefe, e/ou editor. Conhecimento amplo das ferramentas de gestão e habilidades para elaboração de proposta de trabalho de Comunicação e de orçamentos, definição e implantação de planejamentos, projetos de Comunicação, formulação de políticas e estratégias de comunicação e de relacionamento com formadores de opinião, condução de <i>media training</i> e gestão de eventos. Responsável por gerenciar e liderar equipes para execução das ações do planejamento de Comunicação. Domínio do idioma inglês. |

Prazo de entrega: Execução continuada mensal.

## **9.2 Acompanhamento de Ordens de Serviço**

Descritivo: Atividades que contemplam gerenciar, articular, documentar, acompanhar e entender plenamente as necessidades do CONTRATANTE, com o objetivo de apresentar uma solução de comunicação corporativa. Deve garantir a qualidade técnica da entrega e da documentação comprobatória da execução dos produtos/serviços.

Entregas: Relatório com indicação das Ordens de Serviço concluídas, bem como seu histórico de execução, com a descrição de todo o andamento, desde o início até a sua finalização.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento dos prazos.
- Alcance dos indicadores e métricas de mensuração de desempenho (qualidade e eficiência).
- Tempestividade no atendimento.
- Qualidade na interação com o demandante.
- Precisão na documentação das atividades.
- Capacidade de atendimento em relação ao volume de demandas.



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA**

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Volume de Ordens de Serviço.
- Nível de detalhamento.
- Prazos estabelecidos.
- Qualificação da equipe de atendimento.
- Tempo de acompanhamento da demanda.

Complexidade:

|       |                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Baixa | Acompanhamento e especificação de 1 Ordem de Serviço simples e de curto prazo.<br>Demanda que exige um nível básico de qualificação no atendimento.<br>Consome até 4h de acompanhamento mensal.                                    |
| Média | Acompanhamento e especificação de 1 Ordem de Serviço que exige maior nível de detalhamento e é de médio prazo.<br>Demanda exige um nível intermediário de qualificação no atendimento.<br>Consome até 8h de acompanhamento mensal. |
| Alta  | Acompanhamento e especificação de 1 Ordem de Serviço complexa, de médio e longo prazo.<br>Demanda exige um nível alto de qualificação no atendimento.<br>Consome até 16h de acompanhamento mensal.                                 |

Prazo de entrega: Execução continuada mensal.



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA

ANEXO II

ESTIMATIVAS DE QUANTIDADES PARA CONTRATAÇÃO

| nº  | Produto / Serviço                                         |       | Quantidade Anual Estimada | Preço Unitário (R\$) |
|-----|-----------------------------------------------------------|-------|---------------------------|----------------------|
| 1.  | <b>Estratégia de Comunicação</b>                          |       |                           |                      |
| 1.1 | <b>Avaliação da Percepção de Imagem</b>                   |       |                           |                      |
|     | Complexidade                                              | Alta  | 1                         | R\$80.053,76         |
| 1.2 | <b>Mapa de Mídia e Influenciadores</b>                    |       |                           |                      |
|     | Complexidade                                              | Alta  | 3                         | R\$41.000,00         |
| 1.3 | <b>Diagnóstico e Matriz Estratégica</b>                   |       |                           |                      |
|     | Complexidade                                              | Alta  | 1                         | R\$43.094,14         |
| 1.4 | <b>Plano Estratégico de Comunicação Institucional</b>     |       | 1                         | R\$53.000,00         |
| 1.5 | <b>Plano de Ação de Comunicação Interna</b>               |       | 1                         | R\$65.000,00         |
| nº  | Produto / Serviço                                         |       | Quantidade Anual Estimada | Preço Unitário (R\$) |
| 2.  | <b>Assessoria de Imprensa</b>                             |       |                           |                      |
| 2.1 | <b>Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação</b> |       |                           |                      |
|     | Complexidade                                              | Alta  | 12                        | R\$35.500,00         |
| 2.2 | <b>Contatos Proativos com Veículos de Comunicação</b>     |       |                           |                      |
|     | Complexidade                                              | Alta  | 12                        | R\$28.229,15         |
| nº  | Produto / Serviço                                         |       | Quantidade Anual Estimada | Preço Unitário (R\$) |
| 3.  | <b>Treinamento</b>                                        |       |                           |                      |
| 3.1 | <b>Planejamento e Execução de <i>Media Training</i></b>   |       |                           |                      |
|     | Complexidade                                              | Baixa | 10                        | R\$23.281,33         |
|     |                                                           | Média | 18                        | R\$31.365,69         |
|     |                                                           | Alta  | 8                         | R\$40.000,00         |
| 3.2 | <b><i>Media Training</i> em Situações de Crise</b>        |       |                           |                      |
|     | Complexidade                                              | Média | 5                         | R\$32.000,00         |
| 3.3 | <b>Treinamento para Apresentações</b>                     |       |                           |                      |
|     | Complexidade                                              | Alta  | 12                        | R\$21.040,47         |
| nº  | Produto / Serviço                                         |       | Quantidade Anual Estimada | Preço Unitário (R\$) |
| 4.  | <b>Monitoramento e Análise</b>                            |       |                           |                      |
| 4.1 | <b>Auditoria de Imagem</b>                                |       | 12                        | R\$33.654,09         |



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA**

|                                        |                                                                                                    |                             |                           |                      |
|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|---------------------------|----------------------|
| 4.2                                    | Análise de Imprensa em seus canais (Jornais, Revistas, Blogs, Redes Sociais e Portais de Notícias) |                             |                           |                      |
|                                        | Complexidade                                                                                       | Baixa – Nacional e Regional | 365                       | R\$1.182,70          |
| 4.3                                    | Clipping Nacional – Jornais, Revistas e Portais de Notícias                                        |                             | 365                       | R\$334,89            |
| 4.4                                    | Clipping Nacional - TV                                                                             |                             | 365                       | R\$541,30            |
| 4.5                                    | Clipping Nacional - Rádio                                                                          |                             | 365                       | R\$390,36            |
| nº                                     | Produto / Serviço                                                                                  |                             | Quantidade Anual Estimada | Preço Unitário (R\$) |
| 5. Produção de Conteúdos               |                                                                                                    |                             |                           |                      |
| 5.1                                    | Elaboração de Texto em Língua Portuguesa                                                           |                             |                           |                      |
|                                        | Complexidade                                                                                       | Baixa                       | 200                       | R\$2.000,00          |
|                                        |                                                                                                    | Média                       | 45                        | R\$2.500,00          |
|                                        |                                                                                                    | Alta                        | 12                        | R\$3.024,00          |
| 5.2                                    | Revisão e Edição de Texto em Língua Portuguesa                                                     |                             | 20                        | R\$1.836,00          |
| 5.3                                    | Fotografia                                                                                         |                             |                           |                      |
|                                        | Complexidade                                                                                       | Alta                        | 20                        | R\$3.339,36          |
| 5.4                                    | Reportagem em Vídeo (Vídeo Release)                                                                |                             |                           |                      |
|                                        | Complexidade                                                                                       | Média                       | 16                        | R\$17.672,31         |
| 5.5                                    | Vídeo Depoimento para Imprensa e Públicos Influenciadores nas Mídias Digitais                      |                             |                           |                      |
|                                        | Complexidade                                                                                       | Média                       | 6                         | R\$12.772,34         |
| 5.6                                    | Podcast para Imprensa e Públicos Influenciadores nas Mídias Sociais                                |                             |                           |                      |
|                                        | Complexidade                                                                                       | Alta                        | 12                        | R\$54.899,49         |
| 5.7                                    | Projeto Editorial                                                                                  |                             | 12                        | R\$26.062,68         |
| 5.8                                    | Conteúdo e Design para Apresentação                                                                |                             |                           |                      |
|                                        | Complexidade                                                                                       | Média                       | 20                        | R\$6.136,18          |
| 5.9                                    | Banco de Mídias                                                                                    |                             |                           |                      |
|                                        | Complexidade                                                                                       | Alta                        | 12                        | R\$11.938,51         |
| nº                                     | Produto / Serviço                                                                                  |                             | Quantidade Anual Estimada | Preço Unitário (R\$) |
| 6. Prevenção e Gerenciamento de Crises |                                                                                                    |                             |                           |                      |
| 6.1                                    | Manual de Crises                                                                                   |                             |                           |                      |
|                                        | Complexidade                                                                                       | Média                       | 1                         | R\$45.264,82         |
| 6.2                                    | Formação de Comitês de Crises                                                                      |                             |                           |                      |
|                                        | Complexidade                                                                                       | Média                       | 3                         | R\$16.000,00         |
| 6.3                                    | Fluxogramas de Processo para Atuação em Crises                                                     |                             |                           |                      |
|                                        | Complexidade                                                                                       | Baixa                       | 5                         | R\$8.000,00          |
| 6.4                                    | Mapeamento de Públicos Envolvidos na Crise                                                         |                             |                           |                      |
|                                        | Complexidade                                                                                       | Baixa                       | 1                         | R\$19.218,91         |



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**  
**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA**

|     |                               |      |   |              |
|-----|-------------------------------|------|---|--------------|
| 6.5 | <b>Gerenciamento de Crise</b> |      |   |              |
|     | <b>Complexidade</b>           | Alta | 1 | R\$86.605,96 |

| nº                                                               | Produto / Serviço                                                                                           |       | Quantidade Anual Estimada | Preço Unitário (R\$) |
|------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---------------------------|----------------------|
| 7. Ação de Relações Públicas Digital                             |                                                                                                             |       |                           |                      |
| 7.1                                                              | Planejamento de Ações Institucionais para Relacionamento com Públicos Influenciadores em Ambientes Digitais |       |                           |                      |
|                                                                  | Complexidade                                                                                                | Alta  | 5                         | R\$29.568,56         |
| 7.2                                                              | Conteúdo Multimídia para Relacionamento em Ambientes Digitais                                               |       |                           |                      |
|                                                                  | Complexidade                                                                                                | Alta  | 12                        | R\$55.023,90         |
| nº                                                               | Produto / Serviço                                                                                           |       | Quantidade Anual Estimada | Preço Unitário (R\$) |
| 8. Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas |                                                                                                             |       |                           |                      |
| 8.1                                                              | Projeto Gráfico                                                                                             |       |                           |                      |
|                                                                  | Complexidade                                                                                                | Alta  | 6                         | R\$16.049,66         |
| 8.2                                                              | Diagramação / Editoração de Publicações Impressas                                                           |       |                           |                      |
|                                                                  | Complexidade                                                                                                | Baixa | 12                        | R\$6.472,94          |
| 8.3                                                              | Diagramação de Apresentações Eletrônicas                                                                    |       |                           |                      |
|                                                                  | Complexidade                                                                                                | Alta  | 25                        | R\$9.292,26          |
| 8.4                                                              | Infográficos Estáticos e/ou Impressos                                                                       |       |                           |                      |
|                                                                  | Complexidade                                                                                                | Média | 12                        | R\$3.429,02          |
| 8.5                                                              | Infográfico Dinâmico e/ou Interativo                                                                        |       |                           |                      |
|                                                                  | Complexidade                                                                                                | Alta  | 5                         | R\$10.147,18         |
| nº                                                               | Produto / Serviço                                                                                           |       | Quantidade Anual Estimada | Preço Unitário (R\$) |
| 9. Atendimento                                                   |                                                                                                             |       |                           |                      |
| 9.1                                                              | Atendimento de Demandas do CONTRATANTE                                                                      |       |                           |                      |
|                                                                  | Complexidade                                                                                                | Alta  | 12                        | R\$21.946,12         |
| 9.2                                                              | Acompanhamento de Ordens de Serviço                                                                         |       |                           |                      |
|                                                                  | Complexidade                                                                                                | Média | 12                        | R\$1.600,00          |



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**

**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA**

**ANEXO III**

**APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

**1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

1.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

| QUESITOS                                            | SUBQUESITOS                                 |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| 1. Plano de Comunicação Institucional               | I. Raciocínio Básico                        |
|                                                     | II. Estratégia de Comunicação Institucional |
|                                                     | III. Solução de Comunicação Institucional   |
|                                                     | IV. Plano de Implementação                  |
| 2. Capacidade de Atendimento                        |                                             |
| 3. Relatos de Soluções de Comunicação Institucional |                                             |

1.1.1 A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

1.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Institucional - Via Não Identificada: para apresentação do Plano, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;



## **SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**

### **CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA**

- d) espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) alinhamento justificado do texto;
- h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho 12 pontos, observados os subitens 1.2.1, 1.2.2 e 1.2.3;
- i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) sem identificação da licitante.

1.2.1 As especificações do subitem 1.2 não se aplicam aos exemplos de ações e/ou materiais de comunicação institucional que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 e à indicação prevista no subitem 1.3.3.9.

1.2.2 Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Institucional poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho de 08 a 12 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
  - c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite máximo previsto no subitem 1.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;
  - c2) impressas na orientação paisagem.

1.2.3 Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Plano de Implementação poderão:



## SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

### CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA

I - ser editados em cores;

II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses recursos;

III - ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

1.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquestito poderão ser impressas na orientação paisagem.

1.2.4 Os exemplos de ações e/ou materiais integrantes do subquestito Solução de Comunicação Institucional deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 1.2.

1.2.4.1 Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 2, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' do subitem 12.1.1.2 do Edital.

1.2.5 O Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 3.

1.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Institucional e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3 estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas.

1.2.7 Os textos, gráficos, quadros, tabelas e planilhas integrantes do Plano de Implementação estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas, cabendo às licitantes atentar especialmente para o disposto na alínea 'c' do subitem 12.1.1.2 e no subitem 18.2.1 do Edital.

1.2.8 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Institucional e seus subquestitos. Essas páginas não serão computadas no limite de páginas previsto no subitem 1.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 1.2, no que couber.

1.3 A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada com base no “Anexo IV Briefing”, observadas as seguintes disposições:



## SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

### CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA

1.3.1 Subquesto 1 – Raciocínio Básico – apresentação em que a licitante descreverá:

- a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação institucional identificadas;
- c) compreensão da relação do CONFEA com seus diferentes públicos;
- d) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

1.3.2 Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Institucional – apresentação e defesa da estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*, compreendendo:

- a) explicitação e defesa das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes do CONFEA no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse, vinculadas à temática do *Briefing*.
- b) proposição e defesa dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; como fazer, quais recursos próprios de comunicação utilizar; que outros recursos ou instrumentos de comunicação institucional utilizar; diretrizes editoriais e de conteúdo a serem adotadas; quais públicos; que ações, instrumentos ou materiais utilizar; e quais efeitos e resultados esperados.

1.3.2.1 A licitante não poderá contemplar na Estratégia de Comunicação Institucional atividades de promoção e a realização de eventos, sem vínculo com a natureza de uma ação de comunicação institucional, de relacionamento com a imprensa e de relações públicas.

1.3.3 Subquesto 3 – Solução de Comunicação Institucional – apresentação das ações e/ou materiais de comunicação institucional de acordo com a estratégia proposta, contemplando:

- a) relação de todas as ações e/ou materiais de comunicação institucional que a licitante julga necessários para superar o desafio e alcançar os



## SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

### CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA

objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*, com o detalhamento de cada uma;

b) exemplos das ações e/ou materiais de comunicação institucional que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para ilustrar sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.

1.3.3.1 O detalhamento mencionado na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deve contemplar a especificação, dinâmica ou mecanismo de cada ação e/ou instrumento de comunicação institucional, a explicitação de sua finalidade, seu público-alvo e suas funções táticas no âmbito da estratégia proposta.

1.3.3.2 Se a proposta da licitante previr número de ações e/ou materiais de comunicação institucional superior ao limite estabelecido no subitem 1.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as ações e/ou materiais apresentados como exemplos e outro para o restante.

1.3.3.3 Os exemplos de ações e/ou materiais de comunicação institucional de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do seu tipo ou de sua característica e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

b) 'monstro' ou leiaute eletrônico, para o meio rádio;

c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;

d) 'boneca' ou leiaute montado dos materiais de não mídia.

1.3.3.4 Os *storyboards* e os leiautes impressos e/ou montados ('boneca') devem preservar a capacidade de leitura dos textos e das mensagens, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passe-partout*, observado o disposto no subitem 1.2.4.

1.3.3.5 No *storyboard* animado ou no *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.



## SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

### CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA

1.3.3.6 Nos 'monstros' ou nos leiautes eletrônicos poderão ser inseridos todos os elementos de referência da ação e/ou materiais de comunicação institucional, como imagens em movimento, trilha sonora, e locução.

1.3.3.7 O 'monstro', o leiaute eletrônico, o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

1.3.3.7.1 Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

1.3.3.8 Os exemplos não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para materiais finalizados, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para apresentação.

1.3.3.9 Para facilitar seu cotejo com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de ação e/ou material de comunicação institucional.

1.3.3.10 Para fins de cômputo das ações e/ou materiais de comunicação institucional que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

a) as variações de abordagem dos textos produzidos serão consideradas como novos exemplos;

b) cada mapa de influenciadores relacionado aos diferentes aspectos do *Briefing* será considerado 01 (um) novo exemplo;

c) um *media training* estruturado em módulos distintos para diferentes públicos será considerado 01 (um) exemplo;

d) um vídeo *release* (ou um *podcast*) e a página na internet onde ficará hospedado serão considerados 02 (dois) exemplos;

e) um manual distribuído em um treinamento serão considerados 02 (dois) exemplos.



## SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

### CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA

1.3.4 Subquesto 4 – Plano de Implementação – a licitante deverá apresentar e defender um plano para desenvolvimento das ações e/ou materiais de comunicação institucional constantes de sua proposta, contemplando:

a) cronograma de produção, implementação, manutenção e conclusão das ações e/ou materiais de comunicação institucional, com os respectivos públicos e períodos;

b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou materiais de comunicação institucional, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica.

1.3.4.1 As licitantes deverão apresentar o orçamento disposto na alínea ‘b’ do subitem 1.3.4, com base:

a) na verba referencial para investimento, estabelecida no “*Anexo IV Briefing*”;

b) nos valores cheios dos preços unitários previstos na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais do “*Anexo II: Estimativa de Quantidades para Contratação*”;

1.3.4.2 Todas as ações e/ou materiais de comunicação institucional que integrarem a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 1.3.3, deverão estar contempladas no Plano de Implementação, tanto no cronograma como no orçamento.

1.4 O Plano de Comunicação Institucional – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Institucional - Via Não Identificada, sem os exemplos de ações e/ou materiais da Solução de Comunicação Institucional, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.5 Quesito 2 – Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, em



## SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

### CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA

formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.5.1 O caderno específico mencionado no subitem 1.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste.

1.5.2 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, para os quais desenvolveu soluções de comunicação institucional, com a especificação do início de atendimento e do objeto do contrato ou do serviço prestado a cada um deles.

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência) dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação.

c) infraestrutura, instalações e recursos materiais da licitante que estarão à disposição do CONTRATANTE.

d) sistemática operacional de atendimento, meios e processos a serem adotados no relacionamento com o CONTRATANTE, considerada a prestação de serviços tanto nas dependências da contratada como nas dependências do CONTRATANTE.

1.6 Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Institucional: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as ações e/ou materiais de comunicação institucional que constituem o quesito, em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.6.1 Os documentos, as informações e as ações e/ou materiais dos relatos mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal,



## SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

### CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA

etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 3.

1.6.2 A licitante deverá apresentar 02 (dois) relatos, cada um com o máximo de 05 (cinco) páginas, em que serão descritas soluções de comunicação institucional propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada relato:

I – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II – deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III - não pode referir-se a ações de comunicação institucional solicitadas ou aprovadas pelo CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos;

IV – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar a sua autenticidade.

1.6.2.1 A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 1.6.2. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

1.6.2.2 Os Relatos de Soluções de Comunicação Institucional, de que trata o subitem 1.6.2 devem ter sido implementados a partir de 01 de janeiro de 2023.

1.6.3 É permitida a inclusão de até 03 (três) ações e/ou materiais de comunicação institucional, independentemente do seu tipo ou de sua característica, em cada relato, observando-se as seguintes regras para sua apresentação:

I – na versão digital: deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.6 ou ser apresentadas soltas;

II – na versão impressa: poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.6, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura dos textos e das mensagens e indicadas suas dimensões originais;



## SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

### CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA

III - para cada ação e/ou material de comunicação institucional, deverá ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

## 2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

2.1 As Propostas Técnicas das licitantes serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Anexo.

2.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

### 2.2.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Institucional

#### 2.2.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do contexto de sua atuação;

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação institucional identificadas;

c) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pelo CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

#### 2.2.1.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Institucional

a) a adequação das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes do CONFEA às suas atividades, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

b) o alcance e as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação institucional do CONTRATANTE no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse;

c) a consistência técnica da apresentação e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Institucional pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*;



## SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

### CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA

d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Institucional proposta e os efeitos e resultados esperados;

e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Institucional, considerada a verba referencial estabelecida no *Briefing*.

#### 2.2.1.3 Subquesto 3 – Solução de Comunicação Institucional

a) o alinhamento das ações e/ou materiais de comunicação institucional com a estratégia proposta;

b) a pertinência das ações e/ou materiais propostos com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*;

c) a adequação das ações e/ou materiais propostos ao perfil dos respectivos públicos e sua compatibilidade com os recursos próprios de comunicação do CONTRATANTE;

d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que as ações e/ou materiais comportam;

e) a funcionalidade das ações e/ou materiais propostos;

f) a exequibilidade das ações e/ou materiais propostos, com base no investimento disponível.

#### 2.2.1.4 Subquesto 4 – Plano de Implementação

a) a adequação do cronograma de produção, implementação, manutenção e conclusão das ações e/ou materiais de comunicação institucional, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no *Briefing*;

b) o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no *Briefing*, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta.

#### 2.2.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento



## **SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**

### **CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA**

- a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação institucional e o período de atendimento a cada um;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação institucional e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do CONTRATANTE;
- c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao CONTRATANTE na execução do contrato;
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o CONTRATANTE e a licitante.

#### **2.2.3      Quesito 4 – Relatos de Soluções de Comunicação Institucional**

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação institucional em cada relato;
- b) a demonstração de que a solução de comunicação institucional contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d) a qualidade da execução das ações e/ou materiais de comunicação institucional desenvolvidos pela licitante para seu cliente;
- e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.

**2.3            A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.**

**2.3.1           Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito deverá ser avaliado o grau de atendimento das Propostas Técnicas ao disposto neste Anexo.**

**2.3.2           Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, pela Subcomissão Técnica, no máximo, os seguintes pontos:**



**SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**

**CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA**

| QUESITOS                                                                     |                                             | PONTUAÇÃO MÁXIMA                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| 1. Plano de Comunicação Institucional                                        |                                             | <b>65%</b>                                                                |
| SUBQUESITOS                                                                  | I. Raciocínio Básico                        | 5%                                                                        |
|                                                                              | II. Estratégia de Comunicação Institucional | 20%                                                                       |
|                                                                              | III. Solução de Comunicação Institucional   | 25%                                                                       |
|                                                                              | IV. Plano de Implementação                  | 15%                                                                       |
| 2. Capacidade de Atendimento                                                 |                                             | <b>20%</b>                                                                |
| 2.1 Relação dos principais clientes (apenas nacional e/ou executivo federal) |                                             | Presença de clientes integrantes do Poder Executivo Federal – <b>2%</b>   |
|                                                                              |                                             | Apenas clientes com atuação nacional – <b>1,5%</b>                        |
| 2.2 Relação dos principais clientes (nacional e regional ou apenas regional) |                                             | Presença de clientes com atuação nacional e regional – <b>3%</b>          |
|                                                                              |                                             | Apenas clientes com atuação regional – <b>1,5%</b>                        |
| 2.3 Quantificação e qualificação dos profissionais (pós graduação)           |                                             | Mais de 02 profissionais com pós-graduação – <b>2,5%</b>                  |
|                                                                              |                                             | Até 02 profissionais com pós-graduação – <b>1,5%</b>                      |
| 2.4 Quantificação e qualificação dos profissionais (experiência)             |                                             | Presença de profissionais com experiência superior a 8 anos – <b>2,5%</b> |
|                                                                              |                                             | Presença de profissionais com experiência de até 8 anos – <b>1%</b>       |
|                                                                              |                                             | Atende – <b>5%</b>                                                        |



## SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

### CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA

|                                                                                  |                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| 2.5 Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante | Atende parcialmente – <b>2%</b> |
|                                                                                  | Não atende – <b>0%</b>          |
| 2.6 Sistemática operacional de atendimento                                       | Atende – <b>5%</b>              |
|                                                                                  | Atende parcialmente – <b>2%</b> |
|                                                                                  | Não atende – <b>0%</b>          |
| 3. Relatos de Soluções de Comunicação Institucional                              | <b>15%</b>                      |
| <b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>                                                           | <b>100%</b>                     |

2.3.2.1 Se a licitante não observar a quantidade estabelecida no subitem 1.6.2 deste Anexo para apresentação dos Relatos de Soluções de Comunicação Institucional, sua pontuação máxima, nesse quesito, será proporcional à quantidade de relatos por ela apresentada, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação à sua pontuação máxima prevista no subitem 2.3.2.

2.3.3 A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

2.3.4 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos no Edital.

2.3.4.1 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

2.3.5 A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 03 (três) quesitos: Plano de Comunicação Institucional; Capacidade de Atendimento; e Relatos de Soluções de Comunicação Institucional.



## **SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**

### **CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA**

2.4 Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação, observado o disposto no subitem 2.5 deste Anexo.

2.5 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 3;

b) não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;

c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

2.5.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência, podendo ser relevados aspectos puramente formais que não comprometam a lisura e o caráter competitivo da concorrência.

2.6 Se houver empate que impossibilite a identificação automática da melhor Proposta Técnica, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Institucional, Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Institucional.

2.7 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado em sessão ou ato público, com data previamente divulgada e participação de todas as licitantes.

# **BRIEFING**

## **ANEXO - TERMO DE REFERÊNCIA**

### **HISTÓRIA**

Após a crise econômica mundial de 1929, o desemprego nos países desenvolvidos provocou a vinda de milhares de trabalhadores estrangeiros, especializados ou não, para o Brasil, atraídos pelas oportunidades geradas pelo processo de industrialização no cenário das grandes cidades. Com as construções se multiplicando rapidamente sob o comando de leigos ou estrangeiros, era preciso garantir espaço para os brasileiros diplomados em engenharia.

Além disso, com o desenvolvimento industrial também se desenvolveu a consciência da importância de que as atividades com potencial de risco às pessoas e ao patrimônio fossem desempenhadas por indivíduos habilitados, daí a exigência da comprovação da habilitação por ente idôneo representante da sociedade. Assim, os usuários dos serviços e produtos da engenharia contariam com garantias de solidez, segurança e qualidade para a sua proteção.

Das profissões abrangidas pelo Sistema Confea/Crea, a primeira a ser regulamentada foi a de engenheiro agrônomo, por meio do Decreto nº 23.196, de 12 de outubro de 1933. Não obstante a regulamentação do exercício da profissão, àquela ocasião os engenheiros agrônomos ficaram desprovidos de um órgão dirigido pela categoria profissional para o ordenamento e a fiscalização profissional, que era exercida pelo Ministério da Agricultura.

Logo em seguida, em razão da necessidade de se coibir o exercício profissional dos fornecedores dos produtos e serviços de engenharia e agronomia leigos e inabilitados e com o apoio de diversas associações, clubes de engenharia, o Sindicato Nacional de Engenheiros e o Instituto de Engenharia de São Paulo – que depois vieram a constituir as chamadas “entidades precursoras” –, ocorreu a promulgação do Decreto nº 23.569, de 11 de dezembro de 1933. Essa norma passou a regular o exercício das profissões de engenheiro, de arquiteto e de agrimensor. Diferentemente da regulamentação profissional dos engenheiros agrônomos, este Decreto criou o Conselho Federal e os Conselhos Regionais de Engenharia e Arquitetura, Confea e Creas respectivamente, sendo que o presidente do Federal seria indicado pelo Governo Federal.

Tão logo foi instalado o Confea, verificou-se que os recursos provenientes das taxas concedidas por lei eram insuficientes para o exercício das competências legais e os trabalhos de fiscalização do exercício profissional. Em virtude disso, foi assinado

o Decreto-Lei nº 3.995, de 31 de dezembro de 1941, que estabeleceu a obrigação do pagamento de anuidade pelos profissionais habilitados aos Conselhos Regionais.

Marco histórico importante, o Decreto-Lei nº 8.620, de 10 de janeiro de 1946, estabeleceu que o Confea e os Creas constituem em seu conjunto uma autarquia, sendo cada um deles dotado de personalidade jurídica de direito público.

Em 24 de dezembro de 1966, ocorreu a sanção da Lei nº 5.194, que veio regulamentar o exercício profissional dos engenheiros, dos arquitetos e dos engenheiros agrônomos. Agregou-se, pois, os engenheiros agrônomos ao sistema profissional já existente, concomitantemente dotando sua profissão do órgão de ordenamento e fiscalização profissional que lhe faltava. Registra-se ainda que a referida Lei, em seu art. 27, conferiu ao Confea a atribuição de baixar resoluções para a sua regulamentação.

Também se pode destacar na história do Sistema Confea/Crea a promulgação da Lei nº 6.496, de 7 de dezembro de 1977, que instituiu a obrigatoriedade de que os profissionais da engenharia e agronomia, e àquela época também da arquitetura, efetuassem junto ao Crea a Anotação de Responsabilidade Técnica – ART, documento formal de fé pública que indica à sociedade os responsáveis pelos produtos e serviços de engenharia e agronomia.

A mesma Lei autorizou a criação de uma Mútua de Assistência dos Profissionais registrados nos Creas, com o objetivo de oferecer a seus associados planos de benefícios sociais, previdenciários e assistenciais, de acordo com sua disponibilidade financeira.

A partir de 1992, cada unidade da federação passou a ter seu próprio Conselho Regional. Antes disso, os Creas respondiam por regiões que podiam contemplar mais de um estado.

Por fim, a Lei nº 12.378, de 31 de dezembro de 2010, regulamenta o exercício da Arquitetura e Urbanismo, bem como criou o Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil – CAU/BR e os Conselhos de Arquitetura e Urbanismo dos Estados e do Distrito Federal – CAUs, de forma que esta profissão deixou de pertencer ao Sistema Confea/Crea desde então. O mesmo está ocorrendo com os técnicos industriais e agrícolas, em virtude da Lei nº 13.639, de 26 de março de 2018, que criou o Conselho Federal dos Técnicos Industriais, o Conselho Federal dos Técnicos Agrícolas, os Conselhos Regionais dos Técnicos Industriais e os Conselhos Regionais dos Técnicos Agrícolas.

A linha do tempo abaixo, resume os principais decretos/leis que marcaram a história do Confea:

**Decreto nº 23.196, de 10/12/1933** - Regulamentou as atividades de Engenheiro Agrônomo, porém, não contemplou a criação de um órgão dirigido pela classe para o ordenamento e a fiscalização profissional, que era exercida pelo Ministério da Agricultura;

**Decreto presidencial nº 23.569, de 11/12/1933** - Regulamentou as profissões de Engenheiro, Arquiteto e Agrimensor, além de criar o Conselho Federal e os Conselhos Regionais de Engenharia e Arquitetura (Creas);

**Decreto-Lei nº 3.995, de 31/12/1941** - Estabeleceu a obrigatoriedade do pagamento de anuidade pelos profissionais habilitados aos Conselhos Regionais;

**Decreto-Lei nº 8.620, de 10/01/1946** - Estabeleceu que o Confea e os Creas constituem em seu conjunto uma autarquia federal e cada um deles foi dotado de personalidade jurídica de direito público;

**Lei nº 5.194, de 24/12/1966** - Regulamentou as atividades dos Engenheiros Agrônomos, vinculando-as ao Confea, que, desde então, passou a ser o órgão de fiscalização do exercício profissional dessa categoria. A Lei também inseriu no Sistema as profissões de Geólogo, de Geógrafo, de Meteorologista, de Tecnólogo e de Técnico. A mesma legislação ainda conferiu ao Confea a atribuição de baixar resoluções para a sua regulamentação;

**Lei nº 6.496, de 07/12/1977** - Tornou obrigatória a emissão da Anotação de Responsabilidade Técnica (ART) pelos profissionais de Engenharia e Agronomia, bem como da Arquitetura. Esse documento, identifica para a sociedade, os responsáveis técnicos pelos serviços prestados em cada uma das áreas. A ART tornou-se um documento de fundamental importância no mercado de trabalho, garantindo a comprovação da capacidade técnica desses profissionais. A mesma Lei autorizou a criação da Caixa de Assistência dos Profissionais dos Creas, a Mútua, que oferece a seus associados planos de benefícios sociais, previdenciários e assistenciais;

**Lei nº 12.378, de 31/12/2010** - Regulamentou o exercício da Arquitetura e Urbanismo, bem como criou o Conselho de Arquitetura e Urbanismo do Brasil (CAU/BR) e os respectivos Conselhos Regionais (CAUs) em todas as Unidades da Federação. Com a mudança, as atividades dos profissionais da Arquitetura deixam de ser fiscalizadas pelo Sistema Confea/Crea;

**Lei nº 13.639, de 26/03/2018** - Institui o Conselho Federal dos Técnicos Industriais e o Conselho Federal dos Técnicos Agrícolas, além dos seus respectivos Conselhos Regionais em todos os estados do país. Até então, os exercícios dessas profissões também eram fiscalizados pelo Sistema Confea/Crea.

## **O CONFEA**

O Conselho Federal de Engenharia e Agronomia (Confea) é o órgão superior de fiscalização das atividades profissionais da Engenharia, da Agronomia e das Geociências no Brasil. Foi instituído juntamente com os Conselhos Regionais de Engenharia e Agronomia (Creas) em 11/12/1933, por meio do Decreto nº 23.569. Trata-se de uma autarquia federal, constituída de personalidade jurídica de direito público e está presente em todo território nacional.

Com mais de um milhão de associados e um protagonismo reconhecido por profissionais da Engenharia, da Agronomia e das Geociências de todo o país, o Confea é também um órgão fundamental para a defesa da sociedade brasileira, tendo em vista uma das suas principais atividades, que é a fiscalização de obras e serviços das profissões regulamentadas.

Para cumprir suas atribuições e responsabilidades junto aos profissionais e à sociedade, a autarquia pauta a sua atuação em princípios e valores fundamentais para a eficiência, a eficácia e a transparência da gestão, dentre os quais estão:

### **PROPÓSITOS**

A defesa dos interesses sociais e humanos diante dos empreendimentos profissionais e a preservação dos preceitos éticos pactuados;

### **VISÃO**

O Confea quer ser reconhecido como um Sistema eficaz e comprometido com a excelência do exercício e das atividades profissionais, em prol da sustentabilidade socioeconômica e ambiental;

### **MISSÃO**

A Missão do Confea é atuar eficiente e eficazmente como a instância superior da verificação, da fiscalização e do aperfeiçoamento do exercício e das atividades profissionais, orientando seus esforços de agente público para a defesa da cidadania e a promoção do desenvolvimento sustentável; e

### **VALORES**

- Integridade, ética e cidadania;
- Ciência & tecnologia e soberania;
- Serviços de excelência à sociedade;
- Valorização profissional e funcional; e
- Participação e posicionamento social.

O Confea é, portanto, um órgão estratégico para a segurança e a qualidade de vida dos brasileiros e para o crescimento das atividades econômicas e sociais do país. Dentre os seus principais objetivos estão o de zelar pela defesa da sociedade e o de contribuir para o desenvolvimento sustentável sempre em observância aos princípios éticos e profissionais. Para tanto, o Confea preconiza uma série de ações essenciais para o funcionamento do Sistema, dentre as quais estão:

- As ações realizadas por meio de resoluções, decisões normativas e decisões plenárias para o cumprimento da legislação referente ao exercício e à fiscalização das profissões;
- Ações que dizem respeito ao julgamento em última instância de processos instaurados pelos Conselhos Regionais;
- Ações que visam criar as condições para o exercício, a fiscalização e o aperfeiçoamento das atividades profissionais. Elas podem ser exercidas, exclusivamente, pelo órgão ou em parcerias com os Creas, entidades representativas de profissionais e de instituições de ensino nele registradas, com órgãos públicos ou com a sociedade civil organizada;
- Ações voltadas para a divulgação e informação da sociedade em temas de interesse público que se articulam com a atuação e atribuições do Sistema Confea/Crea; e
- As iniciativas que tratam da gestão dos seus recursos e patrimônio; da coordenação e supervisão das atividades no âmbito do Sistema Confea/Crea/Mútua sempre em sintonia com o disposto na legislação federal, as resoluções, as decisões normativas e as decisões proferidas por seu Plenário.

## **O SISTEMA CONFEA**

O Sistema é constituído pelo Confea e pelos 27 Creas, os quais atuam em sinergia, tendo cada um a sua personalidade jurídica. O trabalho em conjunto contribui para a unidade de ações do Sistema e potencializa as entregas para os cidadãos e a conquista de resultados importantes em atividades, como fiscalização, formação e registro profissional, bem como de valorização das diversas profissões ligadas ao Sistema. Também está vinculada ao Sistema, a Caixa de Assistência dos Profissionais dos Creas (Mútua), cuja finalidade é proporcionar aos associados planos previdenciários e assistenciais, além de outros benefícios sociais.

A organização das atividades do Confea é orientada, principalmente, pelos seguintes eixos temáticos:

- Formação Profissional;
- Exercício Profissional;
- Organização do Sistema;
- Integração Social e Profissional; e
- Sustentabilidade do Sistema

## **FORMAÇÃO PROFISSIONAL**

As profissões que integram o Sistema Confea/Crea possuem diferentes níveis de formação, caracterizadas pelas diretrizes curriculares, perfis e títulos acadêmicos.

Para o exercício das profissões ligadas ao Sistema, é exigida uma dupla habilitação: a acadêmica, concedida pelas instituições de ensino, e a profissional, concedida pelos conselhos profissionais. Compatibilizar e integrar os elementos acadêmicos e profissionais é uma busca constante de todo Sistema Confea/Crea, tendo em vista, principalmente, as crescentes e diversificadas demandas do mercado de trabalho, bem como a necessidade de avaliar as qualificações profissionais requeridas e a contínua busca de melhor formação ético-cidadã dos profissionais.

## **EXERCÍCIO PROFISSIONAL**

O Exercício Profissional eficiente e eficaz reflete na qualidade indispensável de obras, serviços e produtos colocados à disposição da sociedade. Ele é efetivado por meio de inúmeros mecanismos legais e regulamentado por instrumentos administrativos normativos editados pelo Confea (resoluções e decisões normativas) e pelos Creas (atos).

Cabe ao Confea efetuar a normatização necessária para regulamentar o exercício e as atividades das profissões abrangidas pelo Sistema, acolher recursos, em última instância, bem como atuar em processos de interesse de profissionais fiscalizados, como a homologação de registro de profissionais diplomados no exterior, entre outros.

Já os Creas atuam na ponta do Sistema, procedendo ao registro de profissionais e de empresas, de instituições de ensino e de cursos, bem como da Anotação de Responsabilidade Técnica (ART), além de fiscalizar o exercício das atividades profissionais, a partir da normatização fixada ou homologada pelo Confea, a exemplo dos atos normativos próprios dos Regionais.

## **ORGANIZAÇÃO DO SISTEMA**

A boa gestão das relações entre entidades, instituições de ensino e conselhos de fiscalização é condição fundamental para o alcance da eficiência, eficácia e efetividade do sistema profissional. Apesar de integradas a um mesmo sistema profissional e alinhadas aos objetivos comuns estabelecidos, essas organizações também possuem finalidades próprias e desempenham diferentes papéis. Dentre eles estão:

- As associações profissionais que desenvolvem atividades políticas, sociais, culturais, recreativas, desportivas, etc.;
- Os sindicatos que se incumbem da defesa socioeconômica dos profissionais;
- A Mútua, entidade que oferece serviços de assistência aos profissionais, como planos de benefícios sociais e previdenciários; e
- Os Conselhos Regionais, que são autarquias criadas para a defesa social diante da prestação de serviços nas áreas das profissões regulamentadas e neles registradas.

O Confea é o principal órgão desse sistema profissional, tendo em vista as competências legais que lhe foram atribuídas, as condições e características especiais de seu funcionamento e o âmbito federal de sua atuação. Para auxiliá-lo, foram instituídos os chamados órgãos consultivos. Estes, de caráter técnico-administrativo e político-institucional, são os seguintes:

- O Colégio de Presidentes (CP) do Sistema Confea/Crea, com a representação dos 28 conselhos (regionais e federal) e da Mútua;
- O Colégio de Entidades Nacionais (CDEN), com representação das entidades nacionais credenciadas; e
- As Coordenadorias de Câmaras Especializadas dos Creas (CCEC), com representantes das câmaras especializadas dos Creas.

## **INTEGRAÇÃO SOCIAL E PROFISSIONAL**

A Integração Social trata do relacionamento das organizações do Sistema Confea/Crea com os demais órgãos públicos, empresas privadas e entidades da sociedade, e está ancorada em valores e princípios constitucionais que preconizam os “interesses sociais e humanos” (art. 1º da Lei nº 5.194/1966), mediante a realização dos empreendimentos profissionais.

Para tanto, o Sistema dispõe de canais de acesso da sociedade, em especial, a Ouvidoria, o Serviço de Informações ao Cidadão (SIC), o Portal da Transparência e as mídias institucionais. Soma-se a esses canais, a área de comunicação social integrada que atua na divulgação de ações e resultados, para ampliar a transparência junto à sociedade, principalmente, quanto às informações relativas à gestão, atribuições e competências do Confea e dos Creas.

Em outra frente, a Integração Social também se dá por meio da ativação de uma agenda legislativa estratégica junto ao Congresso Nacional. Neste sentido, a atuação tem como foco o acompanhamento e a manifestação acerca dos projetos de lei e políticas públicas relacionados às profissões do Sistema Confea/Crea, sempre com o compromisso e a defesa de pautas voltadas para o desenvolvimento sustentável do país.

A realização de consulta pública é outro canal importante porque democratiza o acesso dos cidadãos à autarquia e amplia as possibilidades de participação social, por meio de sugestões aos atos de competência do Confea e em projetos de lei de interesse dos profissionais em tramitação no Congresso Nacional. Trata-se de um instrumento que confere ainda mais transparência às normas a serem adotadas pelo Confea e que podem impactar diretamente a sociedade e o universo profissional, além de contribuir para o aumento do número de participações críticas aos anteprojetos propostos, dando espaço à diversidade de visões sobre o assunto.

## **A FISCALIZAÇÃO**

O Confea zela pelos interesses sociais e humanos de toda a sociedade e, com base nisso, regulamenta o exercício profissional, por instrumentos administrativos normativos. Enquanto Conselho Federal, é a instância superior da fiscalização tendo como atribuição julgar em última instância os recursos sobre registros, decisões e penalidades impostas pelos Conselhos Regionais.

Já o ato de verificação e fiscalização das atividades e das profissões reguladas pela Lei nº 5.194/1966 é de competência dos Creas.

A fiscalização é a atividade fim do Sistema Confea/Crea. Com o propósito de proteger a vida e resguardar o interesse público, o Conselho exige a participação efetiva e declarada de profissionais habilitados e/ou empresas regulares na prestação de serviços de assistência, assessoria e consultoria na instalação, montagem, operação, execução, reparo ou manutenção, além de projetos, vistorias, perícias, laudos e pareceres técnicos nas áreas de engenharia, agronomia e geociências, com a devida Anotação da Responsabilidade Técnica (ART).

A Anotação de Responsabilidade Técnica (ART) é o documento que define, para efeitos legais, quem é o responsável técnico por uma atividade no âmbito das

profissões abrangidas pelo Sistema Confea/Crea. Ela deve ser registrada antes do início da atividade técnica, de acordo com os dados do contrato.

Mais do que atender à exigência legal, a presença de profissionais habilitados com a ART na condução de serviços e empreendimentos garante à sociedade e ao contratante as melhores soluções, respeitando o bem-estar social e humano, especialmente o coletivo, além de respeitar os critérios de segurança e o equilíbrio ambiental.

### **COMO É FEITA A FISCALIZAÇÃO**

As ações são realizadas por fiscais dos Creas que observam a existência de profissional legalmente habilitado para acompanhar a execução da obra/serviço, bem como todos os projetos necessários à execução, os respectivos registros da Anotação de Responsabilidade Técnica (ART) e o Livro de Ordem, memória escrita das atividades dos responsáveis técnicos relacionadas à obra ou serviço.

O Sistema Confea/Crea atua, basicamente, com duas formas de fiscalização, são elas:

- a fiscalização de orientação ou preventiva, realizada com o intuito de orientar e informar aos profissionais e empresas, tem como objetivo criar condições para que a situação seja regularizada sem punições.
- a fiscalização punitiva é utilizada quando se esgotaram as possibilidades de orientação e negociação e inicia-se com a aplicação de multa.

### **COMO IDENTIFICAR O FISCAL DOS CREAS?**

O fiscal deve apresentar, se solicitado, carteira de identidade funcional. O documento, assinado pelo presidente do respectivo Crea, tem, além do brasão da República, o nome do funcionário, seu cargo, número de identidade funcional e foto.

### **IMPORTÂNCIA DA FISCALIZAÇÃO**

Por meio da fiscalização, o Sistema Confea/Crea promove a proteção da sociedade, o bem-estar social e humano, e o equilíbrio ambiental.

Com a contratação de profissionais habilitados e empresas regulares, que detêm o conhecimento técnico adequado, os empreendimentos, obras e serviços ganham em qualidade e economicidade. Um outro benefício para os contratantes é a segurança jurídica, uma vez que o profissional que se responsabiliza por um empreendimento responde criminalmente por todas as etapas do serviço.

A fiscalização é um benefício também para os profissionais, pois amplia o mercado de trabalho ao exigir que profissionais habilitados e empresas regulares sejam responsáveis pela condução de empreendimentos e serviços nas áreas de engenharia, agronomia e geociências.

## **A COMUNICAÇÃO DO CONFEA**

O conjunto de diretrizes e princípios da comunicação do Confea está pautado no direito constitucional do cidadão de obter informações sobre atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos e na aplicação dos fundamentos científicos da comunicação, como ciência social, a partir da gestão estrategicamente integrada de suas habilitações essenciais: publicidade e propaganda, marketing, jornalismo, eventos e relações públicas.

Nesse contexto, a comunicação do órgão segue, portanto, os princípios constitucionais da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, previstos no artigo 37 da Constituição Federal:

Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência e, também, ao seguinte:

§ 1º A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

Nesse contexto, o Decreto nº 6.555/2008 estabelece em seu art. 1º que as ações de comunicação do Poder Executivo Federal terão como objetivos principais: I - dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Federal; II - divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição; III - estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas; IV - disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais; e V - promover o Brasil no exterior. Além disso, relaciona as ações de comunicação do Poder Executivo Federal em art. 3º: Comunicação Digital; Comunicação Pública; Promoção; Patrocínio; Publicidade, que se classifica em: a) publicidade de utilidade pública; b) publicidade institucional; c) publicidade mercadológica; e d) publicidade legal; Relações com a Imprensa; e Relações Públicas.

Dentre as diretrizes fixadas para as ações de comunicação do Poder Executivo Federal, a comunicação do Confea reforça: a atenção ao caráter educativo,

informativo e de orientação social; a valorização da diversidade étnica e cultural e respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual; o reforço das atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente; a adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público; uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação do Sistema Confea/Crea.

A Gerência de Comunicação (GCO) é a unidade organizacional do Confea responsável pela proteção e defesa da imagem institucional, bem como pela disseminação de informações para seus públicos de relacionamento. Entre suas competências, estão: desenvolver e coordenar a gestão de comunicação social integrada - jornalismo, publicidade e propaganda, marketing e relações públicas, inclusive as atividades de cerimonial e eventos - do Confea e do Sistema Confea/Crea envolvendo seus principais *stakeholders*, alinhando-as às diretrizes estratégicas.

Além da GCO, o Confea ainda conta com o Conselho de Comunicação de Marketing (CCM). Definido pelo Regimento do Confea (Resolução nº 1.015/2006) como órgão de assessoramento, o Conselho de Comunicação e Marketing - CCM tem como finalidade formular e implementar a política editorial deste Federal.

Cabe ao CCM apreciar e deliberar o plano de comunicação institucional da organização, bem como supervisionar a execução e avaliação dos seus resultados; apreciar projetos editoriais para os veículos de comunicação do Confea a serem encaminhados ao Plenário para aprovação; e decidir sobre programas, projetos e ações submetidas à sua apreciação, de acordo com o plano de comunicação do Confea.

## ANÁLISE SWOT DA COMUNICAÇÃO DA INSTITUCIONAL CONFEA

| FORÇAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | OPORTUNIDADES                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"><li>• História consolidada - 1º Conselho Profissional do Brasil.</li><li>• Credibilidade consolidada que facilita a parceria com instituições e especialistas.</li><li>• Forte relacionamento com profissionais especializados, com amplo conhecimento técnico em sua área e boa desenvoltura para</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Divulgar de forma ampliada e direcionada a relevância de sua atuação e história por meio dos diversos canais de comunicação (mídia offline, digital, comunicação interna e ações junto à sociedade em geral).</li><li>• Ampliar o relacionamento com as entidades de classe e influenciadores de temas correlatos a sua atuação.</li></ul> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>serem instituídos como porta-vozes.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Profissionais na equipe de comunicação com histórico do conselho, conhecimento dos processos e estrutura organizacional.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuar evidenciando as demais áreas de atuação dos profissionais do Sistema (Geociências/tecnólogos).</li> <li>• Estabelecer diálogo com estudantes e universitários, público que domina as redes sociais.</li> <li>• Possibilidade de comunicação direta com o público externo por meio de novas ferramentas tecnológicas e canais digitais de informação.</li> <li>• Fortalecimento da presença digital do Confea.</li> <li>• Integração com as Assessorias de Comunicação dos Creas e da Mútua.</li> </ul>                                                              |
| <b>FRAQUEZAS</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <b>AMEAÇAS</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de conhecimento sobre a relevância da história e atuação do Conselho em prol da sociedade em geral.</li> <li>• Opiniões negativas dos profissionais com relação à atuação do Conselho.</li> <li>• Deficiência no atendimento aos profissionais por meio dos Creas, especialmente em serviços presenciais.</li> <li>• Forte associação da instituição como representante da Engenharia Civil e pouca atuação junto aos profissionais das demais áreas de atuação do Sistema.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pouco conhecimento do público em geral, a respeito da atuação do Conselho em prol da sociedade.</li> <li>• Repercussão negativa em relação ao pagamento das anuidades e taxas de serviço nas redes sociais.</li> <li>• O desconhecimento da sociedade sobre a importância da fiscalização, no exercício das profissões correlatas ao Confea.</li> <li>• Crescimento das manifestações de insatisfação dos profissionais credenciados sobre atuação do órgão.</li> <li>• Criação de novos conselhos, contemplando os profissionais que não se sentem representados.</li> </ul> |

## **DESAFIO DE COMUNICAÇÃO**

Impactar o maior número de pessoas, com o objetivo de reforçar o papel finalístico do Sistema Confea/Crea e Mútua, bem como promover aproximação com profissionais, empresas e instituições de ensino registradas. Neste contexto, o principal desafio dentro da comunicação de utilidade pública é construir narrativas criativas, inovadoras e que sejam de fácil acesso e entendimento para diferentes públicos da sociedade.

## **OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL**

### **GERAL:**

- Elaborar e implantar o plano integrado de Comunicação Corporativa do Confea, com vistas à defesa da sociedade por meio da fiscalização do exercício profissional.
- Reforçar o papel do Confea em garantir o exercício legal da profissão, defendendo a importância de ter um profissional habilitado por trás de cada obra e serviços das áreas de engenharia, agronomia, geociências, design de interiores e tecnólogos.
- Explicar e justificar a existência do Confea e a sua relevância para os profissionais e para a sociedade.
- Dialogar de forma democrática com um público-alvo diverso, de acordo com a Nova Governança Pública.
- Melhorar o diálogo entre o Confea e os meios de comunicação.
- Valorizar o papel do Confea e fortalecer sua imagem institucional.

### **ESPECÍFICOS:**

- Desenvolver um plano de Comunicação Institucional para o Confea.
- Uniformizar a Comunicação Institucional do Confea, promovendo modelos padrões também para os Conselhos Regionais.
- Conscientizar e capacitar integrantes da estrutura do Confea para atuarem em concordância com o Plano de Comunicação Institucional.
- Disseminar o caráter estratégico da Comunicação Institucional por toda a estrutura.
- Ampliar a visibilidade do Conselho frente aos seus diversos públicos.

- Coordenar as etapas de elaboração, implantação, monitoramento e ajustes do Plano de Comunicação do Confea.

### **PÚBLICO-ALVO:**

- Funcionários do Confea (cerca de 200 pessoas);
- Conselheiros Federais
- Profissionais (registrados ou não, em dia ou em débito);
- Empresas de pequeno, médio e grande porte, incluindo startups (registrados ou não, em dia ou em débito);
- Sociedade;
- Entidades de Classe;
- Estudantes e Instituições de Ensino;
- Imprensa, formadores de opinião e
- Poder Público (estadual e municipal).

### **PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO**

#### Profissionais

- Idade: a partir da faixa dos 25 anos (profissionais recém-formados);
- Sexo: ambos;
- Escolaridade: formação universitária (tecnólogo ou bacharel);
- Ocupação: profissional da área tecnológica;
- Localização: Nacional

### **SOCIEDADE**

- Sem recorte de idade, sexo, escolaridade, classe social, ocupação, nível de renda;
- Localização: Nacional

## **IMPRENSA**

- Mídia especializada (área tecnológica) e geral;
- Veículos regionais, nacionais e internacionais que atuem em todo país.

## **EMPRESAS**

- Empresas atuantes na área tecnológica, registrados ou não no Sistema Confea/Crea, com atividade em todo país.

## **ESTUDANTES**

- Universitários de cursos da área tecnológica registrados no Sistema Confea/Crea.

## **AUTORIDADES PÚBLICAS**

- Ocupantes de cargos eletivos (Governador, Prefeitos, Deputados Federais e Estaduais, Vereadores);
- Lideranças classistas;
- Órgãos de fiscalização e controle;
- Autarquias;
- Atuantes em todo país e oriundos da área tecnológica.
- Órgãos de fiscalização e controle;
- Autarquias.

## **PRAÇAS**

Nacional

## **PERÍODO**

A critério das licitantes, a partir da estratégia definida no planejamento.

**VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO:**

No cálculo de alocação de valores para o desenvolvimento do trabalho, a licitante utilizará como referencial a verba de R\$3.5000,00 (três milhões e quinhentos mil reais).

**CANAIS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO:**

Site do Confea: [www.confea.org.br](http://www.confea.org.br);

Instagram: [https://www.instagram.com/confea\\_/](https://www.instagram.com/confea_/)

X: [https://x.com/confea\\_](https://x.com/confea_)

Youtube: [https://www.youtube.com/@confea\\_](https://www.youtube.com/@confea_)

Facebook: <https://www.facebook.com/Confea/>

Linkedin: <https://www.linkedin.com/company/confea/>

Tiktok: <https://www.tiktok.com/@confea>

**PUBLICAÇÕES E INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES:**

Manual de marca Confea: <https://www.confea.org.br/comunicacao/divulgacao-da-marca/identidade-visual-e-campanhas>;

Publicações: <https://www.confea.org.br/publicacoes>



## SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

### CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA

#### ANEXO V

#### APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

##### 1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

###### 1.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta de Preços:

a) em caderno único, em papel que a identifique, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;

b) datada e assinada por quem detenha poderes de representação, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

###### 1.2 A Proposta de Preços deverá ser elaborada conforme o modelo do Anexo V-A, e será constituída de:

a) percentual de desconto;

b) conjunto de declarações;

c) informações sobre a licitante.

1.2.1 O percentual de desconto, a ser concedido ao CONTRATANTE, incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, constante do Anexo II, não poderá ser inferior a **5,11% (cinco inteiros e onze décimos por cento)**.

1.2.1.1 Nos preços unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, elencados no Anexo II, estão incluídos todos os custos internos da licitante, diretos e indiretos, tais como: despesas com planejamento e apresentações; encargos sociais e trabalhistas de mão de obra; equipamentos (*hardware*), programas (*software*); impostos; taxas; seguros; e demais obrigações financeiras, de qualquer natureza, envolvidas na execução do objeto do contrato.

1.3 O percentual de desconto deve ser apresentado em valor numérico, com 2 (duas) casas decimais, e por extenso.



## SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

### CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA

1.4 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 120 (cento e vinte) dias corridos, contados de sua apresentação.

1.4.1 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 1.4 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 ou Permanente de Licitação realizará com ela diligência nos termos do §2º do art.90 da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

1.4.1.1 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.

1.5 Os preços dos Produtos e Serviços Essenciais, decorrentes do percentual de desconto proposto, são de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear nenhuma alteração posterior, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

## 2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

2.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital.

2.2 Os Invólucros com as Propostas de Preços das licitantes desclassificadas ficarão sob a guarda da Comissão Especial ou Permanente de Licitação.

2.3 A Comissão Especial ou Permanente de Licitação verificará o correto preenchimento pela licitante, das informações apresentadas na sua Proposta de Preços, conforme modelo do Anexo V-A.

2.4 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar percentual de desconto baseado em outra Proposta, que contiver qualquer condicionante para a entrega dos produtos e serviços, que não contiver alguma das informações solicitadas neste Anexo, ou que for considerada inexecutável pelo Confea, observada a legislação aplicável.

2.5 Será considerada a Proposta de menor preço a que apresentar:

a) maior percentual de desconto, a ser concedido ao CONTRATANTE, incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de



## **SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL**

### **CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA**

Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, constante do Anexo II.

2.5.1. Se houver empate do maior percentual de desconto, será considerada como a Proposta de menor preço aquela escolhida na forma de sorteio, a ser realizado na mesma sessão de análise e julgamento das Propostas de Preços.

2.6 Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será considerado o preço por extenso.



## SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

### CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA

#### ANEXO V – A

#### MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À

Comissão Permanente de Licitação

1. Declaramos que, caso esta licitante venha a ser contratada pelo CONFEA, como resultado da concorrência em epígrafe, adotaremos os seguintes preços na execução do contrato:

a) percentual de desconto de .....% (.....**por cento**), a ser concedido ao CONTRATANTE, incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de Estimativa de Quantidades para Contratação dos Produtos e Serviços Essenciais, constante dos Apêndices I e II do Edital desta concorrência.

2. Declaramos ainda que:

a) os direitos patrimoniais sobre autoria dos conteúdos, bem como os direitos de uso dos dados coletados, incluídos os estudos, análises e planos elaborados por esta licitante, por meio de nossos empregados ou prepostos, em decorrência da execução do contrato, passam a ser integralmente do Confea;

a1) consideram-se incluídos os valores equivalentes à remuneração desses direitos, mencionados na alínea 'a', na remuneração dos produtos e serviços;

a2) o Confea poderá, a seu juízo, utilizar os direitos referidos na alínea 'a' durante a vigência do contrato a ser celebrado, e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus;

b) nos preços dos Produtos e Serviços Essenciais, decorrentes do percentual de desconto acima proposto, estão incluídos todos os nossos custos internos, diretos e indiretos, tais como: despesas com planejamento e apresentações; encargos sociais e trabalhistas de mão de obra; equipamentos (*hardware*), programas (*software*); impostos; taxas; seguros; e demais obrigações financeiras, de qualquer natureza,



## SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL

### CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA - CONFEA

envolvidas na execução do objeto do contrato e não será pleiteado nenhum ressarcimento relacionado a esses custos;

c) o percentual acima proposto é de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear nenhuma alteração posterior, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto, na vigência do contrato caso seja firmado;

d) comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores especializados, transferindo ao Confea todas as vantagens obtidas;

d1) garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores especializados, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do Confea, nos termos do item 9 do Anexo I do Edital desta concorrência;

e) manteremos, por nós e por nossos prepostos, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer informações que nos sejam fornecidas;

f) estamos cientes de que o Confea procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei;

g) esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital desta concorrência e tem validade de ..... ( ..... ) dias, contados de sua apresentação.

3. Por fim, informamos os seguintes dados:

|                                  |
|----------------------------------|
| Nome empresarial:                |
| Endereço:                        |
| CEP:                             |
| CNPJ:                            |
| Inscrição Estadual ou Municipal: |

local e data

<nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais>