**ESP-SUBSECRETARIA DE GESTÃO CORPORATIVA**

# Estudo Técnico Preliminar 14/2026

## 1. Informações Básicas

Número do processo: 005.00000108/2026-17

## 2. Descrição da necessidade

2.1. A Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo é responsável pela execução da política estadual nas áreas de agricultura e abastecimento, abrangendo a promoção do desenvolvimento rural sustentável, o incentivo à inovação no setor agropecuário, a proteção e recuperação dos recursos naturais, bem como o uso sustentável e a conservação da biodiversidade. Nesse contexto, a Pasta atua por meio da articulação com o setor produtivo, da geração e difusão de conhecimento técnico e científico e da implementação de ações voltadas ao fortalecimento das atividades agropecuárias e do abastecimento.

2.2. Além disso, a Secretaria promove estratégias e ações que visam ampliar a efetividade da das políticas públicas de agricultura e abastecimento, fomentar o desenvolvimento do agronegócio sustentável, assegurar a qualidade dos produtos agropecuários e contribuir para a segurança alimentar e nutricional. Exerce, assim, papel relevante na articulação entre o Estado, os produtores rurais e os diversos agentes da cadeia produtiva, com vistas ao desenvolvimento econômico e social.

2.3. A Assessoria de Comunicação da Secretaria de Agricultura e Abastecimento tem como atribuições principais planejar, divulgar e garantir ampla publicidade às ações, programas e iniciativas da Pasta.

2.4. Essa assessoria desempenha um papel importante na conexão entre a Secretaria de Agricultura e Abastecimento, a população e os profissionais do setor agropecuário, garantindo que as políticas públicas e ações institucionais sejam comunicadas de forma clara, transparente e acessível

2.5. Por meio da divulgação de informações sobre programas de desenvolvimento rural, ações de assistência técnica e extensão rural, pesquisas científicas e tecnológicas, iniciativas de inovação, campanhas educativas, dados socioeconômicos e ações relacionadas à segurança alimentar e à sustentabilidade, a Assessoria de Comunicação amplia o acesso às políticas públicas e aos serviços disponibilizados pela Pasta. Esse processo contribui para a integração entre o poder público e o setor produtivo, bem como para a disseminação de práticas voltadas ao desenvolvimento sustentável.

2.6. A adequada comunicação dos resultados das políticas de agricultura e abastecimento contribui para o aprimoramento da transparência da gestão pública, bem como para a ampliação do alcance das ações institucionais, com reflexos na produção agropecuária, na preservação ambiental e nas condições de vida da população.

2.7. A atuação contínua da Assessoria de Comunicação, em articulação com os meios de comunicação, instituições de pesquisa, entidades representativas do setor e a sociedade civil, contribui para a difusão das políticas públicas e para o fortalecimento das iniciativas voltadas ao desenvolvimento rural, à inovação e à sustentabilidade.

2.8. No contexto do Sistema de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo (SICOM) e conforme o Decreto Estadual nº 69.745/2025, a Secretaria de Comunicação é responsável por conduzir os processos licitatórios e pela gestão da prestação dos serviços contratados.

2.9. A necessidade de contratação atende aos objetivos previstos no Art. 28 do Anexo I ao Decreto Estadual nº 69.745/2025, que incluem:

> I - difundir informações institucionais e de utilidade pública relacionadas aos órgãos e autarquias da administração direta e indireta;
>
> II - divulgar, de forma clara e objetiva, projetos e ações desenvolvidos pelo Poder Executivo do Estado de São Paulo nas diversas áreas de interesse da sociedade, de forma a facilitar seu entendimento;
>
> III - estimular a sociedade a participar do debate e do aprimoramento das políticas públicas do Poder Executivo do Estado de São Paulo;
>
> IV - atender às necessidades de informações operacionais e mercadológicas de usuários das entidades da Administração Indireta que prestam serviços ao público;
>
> V - garantir eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos disponíveis;
>
> VI - adequar as mensagens aos segmentos sociais com os quais se pretenda comunicar;
>
> VII - promover avaliação sistemática dos resultados;
>
> VIII - promover estudos, desenvolvimento e adoção de novas tecnologias de comunicação que permitam atuação mais eficiente, eficaz e efetiva dos órgãos integrantes do SICOM, de modo sistemático e colaborativo.

2.10. Por meio de ações de comunicação direta, a Secretaria amplia o acesso à informação e promove a divulgação de programas, serviços e iniciativas relacionadas ao desenvolvimento rural sustentável, à produção agropecuária e à segurança alimentar.

2.11. Identificou-se, no entanto, a necessidade de reestruturar o atual contrato, que abrange exclusivamente a assessoria de imprensa. O modelo vigente não contempla serviços de comunicação digital e multimídia, essenciais para garantir uma comunicação moderna, integrada e eficaz, alinhada às demandas atuais.

2.12. A inclusão de serviços digitais e multimídia no contrato oferece diversos benefícios:

> I. Conteúdos multimídias geram maior engajamento, facilitando a compreensão das iniciativas e incentivando a participação cidadã.
>
> II. A ampliação da presença digital garante maior alcance das mensagens, democratizando o acesso à informação.
>
> III. O uso de vídeos e fotografias institucionais aumenta a transparência e fortalece a confiança pública nas ações governamentais.
>
> IV. A comunicação alinhada às tendências contemporâneas assegura a relevância e a eficácia das campanhas institucionais.

2.13. A integração de serviços de comunicação digital e multimídia é uma medida estratégica para modernizar a comunicação da Secretaria de Agricultura e Abastecimento, promovendo maior impacto e eficiência na relação do governo com a sociedade.

2.14. A Secretaria de Comunicação elaborou um novo modelo de contratação, ora adotado pela Secretaria de Agricultura e Abastecimento, que abrange coordenação, planejamento, produção de conteúdo multimídia, gestão de redes sociais, monitoramento de imagem e diagnóstico em veículos de comunicação. Essa abordagem integrada otimiza recursos públicos e eleva a qualidade do serviço prestado.

2.15. Tais atividades, por serem delegáveis, podem ser terceirizadas, uma vez que não integram o núcleo essencial da Administração Pública. Além disso, as Secretarias e a própria SECOM não possuem estrutura suficiente para atender às demandas descritas.

2.16. As funções exercidas pela empresa contratada, resultante do novo processo licitatório, estarão alinhadas ao princípio constitucional da publicidade, contribuindo para uma comunicação mais ampla, eficiente e acessível, sem se caracterizar como atividade-fim da Administração.

## 3. Área requisitante

| Área Requisitante | Responsável |
|---|---|
| Subsecretaria de Comunicação Integrada | Flávio Henrique Benvenuto Garcia Vaz |

## 4. Descrição dos Requisitos da Contratação

4.1. A empresa Contratada deverá oferecer uma solução completa, disponibilizando profissionais para atuação remota para atividades que não exigem presença física ou para funções de backoffice (departamento administrativo), garantindo a prestação dos serviços de comunicação corporativa integrada.

4.2. A empresa Contratada deverá estar plenamente apta e preparada para a prestação de serviços da forma como prevê este Estudo Técnico Preliminar o que inclui:

> 4.2.1. Planejamento, proposição, implementação, execução e monitoramento de soluções de comunicação integrada considerando os diversos públicos-alvo do órgão Contratante;
>
> 4.2.2. Assegurar a produção de conteúdos diversos, com estratégias e linguagem específicas de acordo com cada meio de comunicação: veículos de comunicação (imprensa), redes sociais, ferramentas de comunicação com o público interno;
>
> 4.2.3. Proporcionar a utilização de ferramentas e instrumentos para a promoção de uma comunicação pública de qualidade, com o objetivo de assegurar uma constante prestação de contas e divulgação de informações de interesse e de utilidade pública à população.

4.3. Será de responsabilidade da Contratada assegurar a unificação das informações a partir dos briefings e demandas da Contratante, de modo que seja uma comunicação única, com os conteúdos adaptados para os diversos produtos deste Estudo Técnico Preliminar, tais como: releases, notas para a imprensa, textos para as redes sociais, criação de peças visuais para redes sociais; captação de imagens e edição de vídeos, entre outros.

4.4. A empresa Contratada também deverá possuir condições e equipe necessária para elaborar outros serviços e produtos. Como exemplo, podemos citar auditoria de imagem; planejamento de comunicação; planos de ações para divulgação de projetos ou temas específicos; realização de media training; diagnóstico e mapeamento de presença digital ou de saúde digital de marca ou tema.

4.5. A prestação dos serviços deve assegurar o atendimento em relação a assessoria de comunicação, de acordo com os produtos e serviços deste Estudo Técnico Preliminar, aos porta-vozes e autoridades máximas do órgão.

4.6. O vínculo de contratação dos serviços deste Estudo Técnico Preliminar é entre Contratante e Contratada, sendo que quaisquer relações e vínculos entre a Contratada e os prestadores de serviços devem eximir a Contratante de qualquer responsabilidade.

4.7. É indispensável que a empresa Contratada assegure a confiabilidade e a confidencialidade de todas as informações acessadas no âmbito do Contrato, garantindo a integridade dos dados e o cumprimento das normas aplicáveis.

4.8. A Contratada deve garantir a continuidade e a consistência da prestação do serviço ao longo do tempo e comprometer-se a manter a qualidade e a eficiência do serviço durante toda a duração do contrato, estando ciente de que passará, mensalmente, por avaliação de desempenho a ser realizado pelo gestor direto do contrato.

4.9. A Contratada é a responsável por orientar os seus prestadores de serviços quanto às suas tarefas e funções, de acordo com esse Estudo Técnico Preliminar, bem como a respeito da elaboração de relatórios para a prestação de contas e das autorizações de uso de imagem e voz, no caso da produção de conteúdo multimídia.

4.10. A Contratada é, também, responsável por fornecer aos seus prestadores de serviços os equipamentos, soluções tecnológicas, bem como softwares que garantam a perfeita execução dos serviços contratados.

4.11. A empresa também deve disponibilizar ferramenta de mailling jornalístico para distribuição de releases, pesquisas e relacionamento com veículos de comunicação.

**Justificativa da adoção da forma presencial de processamento da licitação**

4.12. A seleção da empresa para prestação dos serviços se dará pelo critério de julgamento de técnica e preço e pela forma presencial, é certo que a Lei federal n. 14.133/2021 passou a qualificar a forma eletrônica de realização das licitações como preferencial, admitindo sua não utilização desde que motivada.

> 4.12.1. A opção pela forma presencial no procedimento de licitação na modalidade concorrência, com adoção do critério de julgamento pela técnica e preço, se mostra razoável na hipótese, pois para a participação no certame as empresas interessadas deverão amealhar um grande volume de documentos técnicos, cujo upload para o site compras.gov.br para fins de realização da disputa pode comprometer a qualidade dos arquivos e até mesmo inviabilizar a participação de interessados, dadas as limitações de tamanho dos arquivos causando prejuízos à competitividade.
>
> 4.12.2. A importância da apresentação física: o conteúdo e a apresentação das propostas são elementos fundamentais na avaliação do certame. A forma presencial permite que os licitantes apresentem seus trabalhos de maneira mais impactante, considerando que até mesmo a embalagem e o design dos materiais sejam cuidadosamente elaborados para cativar a atenção dos avaliadores (Proposta Técnica).
>
> 4.12.3. Trata-se, a bem da verdade, de objeto específico, consubstanciado em serviços técnicos especializados de caráter essencialmente intelectual, em razão disso, a Lei 12.232/2010 sofreu alterações para a inclusão do art. 20-A, no seguinte sentido:
>
> > Art. 20-A. A contratação de serviços de comunicação institucional, que compreendem os serviços de relação com a imprensa e de relações públicas, deverá observar o disposto no art. 5º desta Lei (incluído pela Lei nº 14.356, de 2022).
> >
> > § 1º Aplica-se o disposto no caput deste artigo à contratação dos serviços direcionados ao planejamento, criação, programação e manutenção de páginas eletrônicas da administração pública, ao monitoramento e gestão de suas redes sociais e à otimização de páginas e canais digitais para mecanismos de buscas e produção de mensagens, infográficos, painéis interativos e conteúdo institucional.

4.12.4. O supracitado Art. 5º determina a adoção dos tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço” para o objeto em questão, senão vejamos:

> Art. 5º. As licitações previstas nesta Lei serão processadas pelos órgãos e entidades responsáveis pela contratação, respeitadas as modalidades definidas no art. 22 da Lei no 8.666, de 21 de junho de 1993, adotando-se como obrigatórios os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

4.12.5. O processamento desta licitação de técnica e preço deverá correr na forma presencial a fim de garantir:

> I. A apresentação de um número maior de propostas participantes;
>
> II. A segurança da informação;
>
> III. A celeridade do certame, uma vez que a abertura dos envelopes com as propostas de preços ocorre logo após a divulgação da análise da Proposta Técnica, em sessão pública única. Esse procedimento permite o avanço imediato para a verificação das condições de habilitação e, em seguida, para a fase recursal.

4.12.6. O critério de julgamento "Capacidade de Atendimento" (constante do Anexo III do Edital) exige uma apresentação detalhada da capacidade operacional das concorrentes, incluindo textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos multimídia. Tal exigência também pode gerar arquivos de tamanho superior ao limite suportado pelo sistema, restringindo a possibilidade de os licitantes apresentarem sua proposta de forma completa e adequada.

4.12.7. Para demonstrar sua capacidade de atendimento, as empresas concorrentes podem valer se de diversos meios, como recursos visuais, planilhas, prints de sistemas etc. Impor limitações ao tamanho dos arquivos pode restringir e prejudicar a qualidade das propostas.

4.12.8. De igual modo, no que se refere às peças da ideia criativa, é esperado que as licitantes apresentem materiais gráficos, audiovisuais e digitais que ilustrem de forma concreta a concepção proposta. Tais peças demandam, por sua natureza, arquivos de maior dimensão e diversidade de formatos, como artes em alta resolução e protótipos digitais. A limitação de tamanho ou formato de envio pode comprometer a fidelidade da apresentação, restringindo a avaliação plena da criatividade, da qualidade técnica e da viabilidade de execução das soluções propostas.

4.12.9. Considerando que a licitação em questão adota a modalidade de técnica e preço, qualquer restrição que não possua fundamentação sólida pode resultar em limitações desnecessárias aos participantes. A experiência da Secretaria de Comunicação (SECOM) evidencia que licitações presenciais contam com ampla participação, como ocorreu na licitação de Comunicação Corporativa Integrada da Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação, que contou com 9 proponentes, da Secretaria de Segurança Pública com 8 proponentes e da Secretaria da Pessoa com Deficiência com 10 participantes.

4.12.10. Como referência, foram analisados os tamanhos dos arquivos relativos às Propostas Técnicas apresentadas na licitação de Comunicação Corporativa Integrada da Secretaria de Ciência, Tecnologia e Inovação, o levantamento demonstra que as propostas técnicas usualmente ultrapassam os limites do sistema Compras.gov.br. (15MB). Senão, vejamos:

- Agência FR de Comunicação LTDA - 36,1MB;
- C.A da Silva - 59,6MB;
- CDI Comunicação Corporativa LTDA - 17,3MB;
- Consórcio Cult SP - 27,4MB;
- Consórcio YPA - 9,90MB;

- Fator F Inteligência em Comunicação LTDA - 115MB;
- Pridea Comunicação LTDA - 147MB;
- VFR Serviços de Comunicação LTDA - 31,3MB;
- YAD Comunicação e Marketing LTDA - 65,2MB.

4.12.11. Alternativas como a utilização de armazenamento em nuvem (OneDrive, Google Drive) apresentam riscos quanto à segurança e sigilo das propostas, além de incertezas sobre sua compatibilidade com o sistema Compras.gov.br. Cogitamos a entrega presencial de mídias eletrônicas contendo os documentos, porém, é uma solução que se assemelha à adoção do formato presencial.

4.12.12. Acreditamos que não se pode comprometer a segurança do certame para atender a uma preferência de formato, sobretudo quando há justificativas técnicas que respaldam a necessidade da modalidade presencial. A experiência da SECOM indica que licitações presenciais ocorrem de forma ampla e sem prejuízos aos participantes, reforçando a adequação dessa escolha para apresente contratação.

4.12.13. Portanto, a Secretaria de Comunicação opta pela realização em formato presencial, decorrente da prerrogativa fixada pela Lei n° 14.133/21.

4.12.14. Conforme estabelece o parágrafo 5º, do artigo 17, a sessão pública de apresentação de propostas deverá ser gravada em áudio e vídeo, e a gravação será juntada aos autos do processo licitatório depois de seu encerramento.

4.12.15. Por fim, à luz da ampliação da competitividade, da garantia da melhor qualidade técnica das propostas e da celeridade do processo, sem comprometer a escolha da proposta mais vantajosa, destacamos a relevância de se optar pela modalidade presencial nos procedimentos para seleção da empresa que atenderá às demandas de Comunicação Corporativa Integrada da Secretaria de Agricultura e Abastecimento. Essa modalidade se revela um instrumento essencial para uma contratação mais ágil e eficiente por parte da Administração Pública, configurando-se como a alternativa mais vantajosa em comparação com as demais previstas na Lei nº 14.133/21.

**Justificativa dos critérios de pontuação e julgamento das propostas técnicas**

4.13. A licitação deverá adotar critério de avaliação em que a proposta técnica possua peso de 70% e a proposta de preços, de 30%. Essa proporção reflete a natureza essencialmente intelectual dos serviços de comunicação, em que a capacidade técnica da equipe é crucial para a qualidade dos serviços prestados. Restam resguardados, na proporção ideal, os atributos da proposta técnica, sem que se invalide totalmente a relevância das propostas de preços.

4.14. A avaliação da proposta técnica será realizada com base em critérios definidos no Anexo III do Edital, que asseguram a seleção de uma equipe qualificada, de uma proponente com porte adequado à prestação dos serviços e atendimento a preceitos de sustentabilidade. A formação técnica e acadêmica e a experiência dos profissionais são aspectos relevantes para a pontuação, considerando que a especialização e experiência na área são fundamentais para a execução eficaz dos serviços.

4.15. Em conformidade com a Instrução Normativa Seges/MGI N º 2, de 7 de fevereiro de 2023, os critérios de pontuação e julgamento das propostas técnicas serão delineados conforme descrito no Anexo III do Edital. Esses critérios visam garantir, de forma isonômica e objetiva, a seleção da proposta mais vantajosa para o Contratante, na qualidade de órgão setorial do Sistema de Comunicação do Estado de São Paulo (SICOM).

4.16. Os critérios objetivos foram elaborados com o intuito de avaliar a qualidade e a adequação técnica das propostas, assegurando que as licitantes possuam a capacidade necessária para atender eficazmente aos requisitos

do contrato. Cada critério possui uma escala de pontuação pré-definida, e as notas atribuídas serão rigorosamente justificadas pela Banca Avaliadora, eliminando qualquer subjetividade e pautando o julgamento exclusivamente em critérios técnicos e objetivos.

4.17. Um destaque especial foi dado à análise do Raciocínio Básico e do Plano de Ação e Estratégia de Relacionamento com a mídia, desenvolvidos pelos proponentes no contexto do exercício criativo. Esta avaliação é fundamental para identificar o nível de qualidade do trabalho apresentado e a eficácia das estratégias de relacionamento com a mídia. A avaliação técnica também possibilita identificar propostas que ofereçam inovação, melhores práticas e soluções criativas, o que pode resultar em maior eficiência e economia de recursos públicos. Os critérios técnicos foram ajustados para atender às necessidades específicas da Contratante, garantindo que o objeto do contrato seja fornecido de forma precisa e alinhada às metas e objetivos do órgão.

4.18. A definição clara dos critérios técnicos contribui para aumentar a transparência do processo de seleção, assegurando que todos os licitantes sejam tratados de maneira justa e igualitária. Além disso, essa clareza ajuda a garantir a conformidade da licitação com as leis e regulamentos aplicáveis, promovendo a integridade do processo. É importante destacar a inserção de critérios que consideram a qualificação da equipe de profissionais da empresa licitada e sua capacidade de atendimento. Dado que o objeto em questão consiste em serviços técnicos de natureza intelectual, é essencial valorizar, por meio da atribuição de pontuação, as iniciativas que envolvam a alocação de profissionais com formação superior ao mínimo exigido para o desenvolvimento dos trabalhos. Profissionais mais capacitados tendem a entregar produtos de maior qualidade ao Contratante.

4.19. Adicionalmente, a avaliação da experiência e da adequação das instalações e infraestrutura disponíveis para a prestação dos serviços, permite reconhecer sua capacidade operacional. Aqueles com maior experiência e estrutura adequada receberão maior pontuação nesse quesito.

4.20. A análise de peças da ideia criativa como critério de julgamento, abrangendo mídias tradicionais e digitais, encontra respaldo na necessidade de avaliar, de forma objetiva e prática, a capacidade criativa, conceitual e técnica das licitantes em atender às demandas estratégicas da Contratante.

4.21. No campo da comunicação institucional, especialmente em ambiente digital, a qualidade criativa é elemento determinante para o alcance das mensagens. Não basta apenas avaliar a proposta de estratégias em nível teórico; é fundamental verificar, mediante a apresentação de peças concretas (tais como posts, banners digitais, impressos, entre outros), a habilidade da agência em transformar conceitos em entregas criativas consistentes, inovadoras e alinhadas ao posicionamento institucional.

4.22. A análise de peças criativas permite aferir a capacidade da licitante em interpretar corretamente os objetivos e as diretrizes estratégicas propostas, a aptidão para transmitir mensagens institucionais de interesse público de maneira compreensível e atrativa especialmente no ambiente digital, que exige adaptação a linguagens visuais, interativas e multiplataforma, bem como a competência em propor peças que dialoguem com públicos diversos.

4.23. Dessa forma, a análise das propostas técnicas não apenas garante a isonomia entre os concorrentes, por submeter todas as licitantes ao mesmo desafio, mas também confere à Administração um instrumento concreto de comparação, assegurando que a empresa vencedora possua efetiva capacidade de entregar soluções criativas com impacto, relevância social e eficiência comunicacional – atributos indispensáveis para o êxito da comunicação institucional contemporânea.

4.24. A escolha de critérios técnicos apropriados pode resultar em projetos de alta qualidade, que não apenas atendam às necessidades da população, mas também contribuam para a disseminação de informações de interesse público e garantam a disponibilização eficiente de serviços à sociedade. Entre os critérios, está previsto o compromisso com práticas de sustentabilidade adotadas pela licitante, incluindo o cumprimento de metas e a existência de certificações ou selos que comprovem seu desempenho na proteção do meio ambiente.

4.25. Por fim, os critérios de pontuação e julgamento das propostas técnicas são fundamentais para garantir que o órgão público selecione a proposta que melhor atenda aos requisitos da licitação, respeitando as normas legais e promovendo transparência, eficiência e economia de recursos públicos na execução do contrato.

**Dos elementos essenciais à habilitação**

4.26. O Edital deverá exigir a apresentação de balanço patrimonial para garantir que a futura contratada tenha estabilidade financeira, prevenindo riscos à continuidade da prestação dos serviços objeto do contrato, com índices adequados à praxe de mercado.

4.27. Considerando que, conforme a Instrução Normativa Seges/MGI nº 2, de 7 de fevereiro de 2023, a experiência da proponente será avaliada por meio da Proposta Técnica, e que a Súmula nº 22 do Tribunal de Contas do Estado de São Paulo veda a exigência cumulativa de Atestados de Capacidade Técnica na fase de Habilitação, conclui-se que, para fins de Habilitação, não devem ser solicitados quaisquer atestados ou declarações referentes à Capacidade Técnica ou Operacional das interessadas.

4.28. A contratação exige uma estrutura mínima, com equipamentos, instalações e equipe de profissionais e corpo técnico para a execução do objeto o que a torna incompatível com a natureza profissional da pessoa física e do Microempreendedor Individual - MEI. Assim, não será permitida a participação de pessoas físicas e Microempreendedores Individuais no certame, devendo os requisitos de habilitação estarem adequados a esta imposição.

**Da exigência de garantia**

4.29. No instrumento convocatório deverá constar cláusula de garantia para assegurar o cumprimento integral do contrato e proteger a Administração contra eventuais prejuízos decorrentes de descumprimento ou má execução do objeto contratual.

**Da atenção à LGPD**

4.30. No instrumento convocatório e nos anexos que o compõem, deve-se promover as adequações necessárias às disposições relativas ao tratamento de dados pessoais, visando à proteção dos direitos de liberdade e privacidade dos titulares dos dados dos indivíduos de que trata a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD, Lei federal nº 13.709/2018.

**Dos consórcios**

4.31. O Edital da licitação deverá prever a possibilidade de as proponentes se reunirem em consórcios visando o aumento da competitividade, pois empresas que, individualmente, não teriam condições de atender aos requisitos técnicos ou financeiros podem se associar para competir. Fica autorizada a soma de capital técnico e de recursos financeiros para a participação no certame em qualquer fase.

**Da caracterização da prestação de serviços contínuos**

4.32. Considerando a necessidade constante de relacionamento com a mídia e comunicação estratégica. É essencial garantir à população a divulgação contínua de informações de seu interesse. Veículos de comunicação frequentemente buscam informações, entrevistas e posicionamentos oficiais. Eventos, campanhas e ações de comunicação precisam ser planejados e executados ao longo do tempo, além de serem ajustados conforme mudanças no cenário político, econômico ou social. A agenda de autoridades ou órgãos públicos é dinâmica, e situações imprevistas demandam uma pronta reorganização da comunicação, incompatíveis com a sistemática de contratações por escopo. Para manter uma comunicação que atenda aos princípios da Administração, é necessário um fluxo contínuo de informações com diferentes públicos, incluindo cidadãos, imprensa, parceiros e servidores, o que enquadra a prestação como serviço contínuo.

**Da não caracterização da dedicação exclusiva de mão-de-obra**

4.33. O mercado dos serviços pretendidos é predominantemente composto por freelancers e profissionais autônomos, e não por trabalhadores vinculados exclusivamente a uma única empresa ou contrato. Observa-se que esses profissionais, em geral, não têm interesse em se dedicar exclusivamente a um único Contratante, devido à alta demanda no setor, impulsionada, inclusive, por plataformas de intermediação de serviços autônomos. Além disso, considerando a natureza sazonal das necessidades da Secretaria, não se faz necessário que os profissionais designados ao contrato atuem de forma exclusiva. A empresa contratada poderá alocar a mão de obra também em outras demandas de seu interesse, desde que assegure a pronta resposta às solicitações da Pasta. Isso é essencial, pois a agenda das autoridades é frequentemente sujeita a mudanças, o que exige do prestador de serviços uma elevada capacidade de adaptação e flexibilidade operacional. Os serviços serão prestados, predominantemente, nas dependências da Contratada. Assim, não se caracteriza o regime de dedicação exclusiva de Mão-de-Obra. Ressalta-se, ainda, que as especificidades do mercado aplicável, bem como a dinâmica de composição da força de trabalho nesse segmento, serão melhor detalhadas no item 5 deste ETP, destinado ao levantamento de mercado.

**Da não incidência do regime de reajustamento/exequibilidade previsto para atividade com predominância de mão-de-obra**

4.34. No mercado de comunicação, a mão de obra especializada das empresas que o compõem é formada, preponderantemente, por freelancers. Na acepção do dicionário Michaelis online, a palavra freelance" possui as seguintes acepções:

> 1. Que ou aquele que trabalha por conta própria, sem vínculo empregatício, geralmente para agências de publicidade, empresas jornalísticas etc., e recebe pagamento pelo trabalho executado; freelancer, frila.
>
> 2. Diz-se de ou tipo de trabalho sem vínculo empregatício; frila.

4.35. Sendo assim, o reajustamento de preços pelo critério da repactuação não se impõe. Com efeito, por não haver relação de emprego, à mão de obra alocada à contratação e, por conseguinte, à empresa não se aplicam as disposições de acordo, convenção coletiva ou dissídio coletivo, condição necessária exigida pelo artigo 135 da Lei federal nº 14.133/2021, que trata da aplicação do critério da repactuação previsto no inciso I do § 8º do artigo 25 e no § 4º do artigo 92 da referida lei.

4.36. Como cediço, os artigos da lei devem ser interpretados em conjunto, de modo a compatibilizá-los. É dizer, um artigo não é um fim em si mesmo, devendo ser interpretado em harmonia com o todo no qual está inserido. Assim, à luz dos sobreditos artigos da Lei federal nº 14.133/2021, a incidência da repactuação requer a existência de relação de emprego, pois somente nessa hipótese a empresa estará submetida ao acordo coletivo, à convenção coletiva ou ao dissídio coletivo. Ausente a relação de emprego, não há que se falar em repactuação, e sim em reajustamento em sentido estrito, pois, nessa situação, por ausência de requisito essencial, a predominância de mão de obra se torna irrelevante para o fim colimado pela Lei federal nº 14.133/2021. De todo modo, a estrutura do mercado fornecedor, inclusive quanto à predominância de profissionais autônomos, será analisada de maneira mais aprofundada no item 5 deste ETP, relativo ao levantamento de mercado.

**Do regime de execução**

4.37. O regime de execução, considerando a eficiência na gestão contratual, embora bem definidas as características qualitativas e quantitativas do objeto, permitindo-se aos licitantes a elaboração de proposta fundada em dados objetivos e seguros, deverá ser a empreitada por preço unitário, em que o preço é fixado por unidade determinada e os pagamentos correspondem à medição dos serviços efetivamente executados, de modo que os riscos dos Contratantes em relação a diferenças de quantitativos são menores. A execução das "unidades" se dará

de acordo com a necessidade observada, com a realização de medições periódicas a fim de quantificar os serviços efetivamente executados e os correspondentes valores devidos. Assim, haverá a execução do contrato conforme a demanda.

**Da distinção entre serviços de design gráfico e serviços de publicidade**

4.38. Esclarece-se que os serviços de design gráfico previstos neste item não se confundem com os serviços de publicidade disciplinados pelo artigo 2º da Lei Federal nº 12.232/2010. Nos termos do referido dispositivo legal, consideram-se serviços de publicidade o conjunto integrado de atividades voltadas ao estudo, planejamento, conceituação, criação, execução, intermediação, supervisão da execução externa e distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com finalidade promocional, mercadológica ou de difusão estratégica de mensagens ao público em geral.

4.39. Diversamente, os serviços de design gráfico ora descritos possuem natureza técnica, instrumental e acessória, restringindo-se à criação, adaptação e desenvolvimento de peças gráficas e elementos visuais de suporte à comunicação institucional, interna e digital do órgão Contratante, sem envolver atividades de conceituação publicitária, planejamento de campanhas, definição de estratégias de mídia, intermediação com veículos de divulgação ou distribuição de publicidade.

4.40. No contexto desta contratação, o design gráfico opera como meio de materialização visual de conteúdos previamente definidos pela Administração, não havendo autonomia criativa típica de campanhas publicitárias, tampouco finalidade mercadológica ou promocional, nos termos do artigo 2º da Lei Federal nº 12.232/2010.

4.41. Dessa forma, os serviços de design gráfico previstos no presente Estudo Técnico Preliminar configuram atividades técnicas específicas e delimitadas, voltadas ao apoio à comunicação institucional e informativa da Secretaria, compatíveis com o objeto da contratação e com o regime de execução por empreitada por preços unitários.

## 5. Levantamento de Mercado

5.1. A presente iniciativa de levantamento de mercado visou prospectar alternativas viáveis que possam atender de forma eficiente e eficaz as necessidades da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo. A iniciativa foi realizada pela Secretaria de Comunicação, no âmbito do Sistema de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo (SICOM).

5.2. Diante do cenário dinâmico e desafiador da comunicação institucional, é imperativo assegurar a disponibilidade de serviços especializados que empreguem os meios, ferramentas e tecnologias mais avançados.

5.3. A comunicação eficiente exige não apenas a adoção das práticas mais recentes, mas também a capacidade de se adaptar rapidamente às mudanças tecnológicas e às novas demandas do público. Portanto, é crucial que os serviços contratados estejam alinhados com as inovações do setor, garantindo a eficácia das estratégias de comunicação e a relevância das mensagens transmitidas pela Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo.

5.4. A importância dos serviços propostos reside na sua ampla capacidade de planejar e traçar estratégias, bem como produzir conteúdo multimídia para alcançar os veículos de comunicação e a população por todos os meios possíveis e disponíveis na atualidade. Tudo isso mantendo uma linguagem estratégica linear, com conteúdo adaptado para o meio em que será divulgado, com apuração e redação de qualidade.

5.5. Além disso, o serviço é fundamental para assegurar o atendimento à imprensa, garantindo máxima transparência e prestação de contas nas ações do governo.

5.6. A modelagem contratual de serviços de comunicação adotada pelo Governo do Estado de São Paulo nos últimos dez anos tornou-se inadequada para atender às demandas contemporâneas de comunicação. Essa estrutura, que se concentra predominantemente na assessoria de imprensa tradicional, exclui componentes essenciais como a comunicação digital, interna, e a produção de conteúdo multimídia.

5.7. Além disso, os serviços contratados têm se mostrado excessivamente limitados, incapazes de acompanhar a rápida evolução tecnológica e as novas exigências do mercado. Dessa forma, torna-se necessário revisar e atualizar o modelo contratual para garantir que ele abranja todas as vertentes da comunicação institucional moderna e esteja alinhado com as inovações tecnológicas e as melhores práticas do setor.

5.8. O segmento de comunicação evoluiu significativamente, e os profissionais de jornalismo e relações públicas que atuam em assessoria passaram a desempenhar funções que exigem conhecimento especializado e capacidade de produção de conteúdo multimídia, utilizando diversos meios como jornal, televisão, rádio e internet.

5.9. Essa mudança reflete a transformação da sociedade, que demanda que as organizações se adaptem e proporcionem informações adequadas aos diversos públicos e à comunidade em geral. A empresa contratada deve possuir expertise em todos os meios de comunicação. O campo do jornalismo abrange múltiplos segmentos, e essa mudança de perfil profissional deve ser refletida nos contratos administrativos do Governo do Estado. É essencial que os contratos de assessoria incluam a produção de conteúdo conforme os parâmetros jornalísticos, atendendo também às novas mídias, como a internet.

5.10. Outra dificuldade identificada, que necessitou de análise para a formulação de uma nova abordagem para a modelagem de contratação, refere-se ao tipo de unidade de medida empregado para os serviços, que são complexos e influenciados por diversos fatores. No modelo atualmente utilizado pelo Governo do Estado de São Paulo, os serviços de assessoria de imprensa são avaliados com base nas horas corridas de prestação de serviços. No entanto, esse método é questionável tanto do ponto de vista qualitativo quanto quantitativo, pois cada atividade ou produto possui especificidades que podem exigir tempos variados, dependendo de sua complexidade e do perfil profissional do jornalista. Consequentemente, a administração pública enfrenta dificuldades para mensurar de forma precisa as horas executadas, conforme reportado mensalmente pelas empresas contratadas.

5.11. Adicionalmente, foi realizado levantamento de mercado junto a agências atuantes no setor de comunicação corporativa integrada, a fim de compreender a estrutura predominante de composição da força de trabalho nesse segmento. Como resultado, três agências consultadas informaram operar com coexistência de profissionais contratados sob regime celetista (CLT) e prestadores de serviço autônomos/freelancers, com variações conforme fatores como senioridade, especialização técnica e demanda específica dos projetos. Uma quarta agência declarou atuar majoritariamente com profissionais autônomos/freelancers, mantendo apenas um núcleo reduzido de profissionais celetistas. De forma geral, o levantamento confirmou que o mercado adota estruturas flexíveis, combinando equipes fixas e contratações sob demanda, conforme documentação comprobatória constante nos e-mails anexos a este ETP.

5.12. A Secretaria de Comunicação (SECOM) também avaliou a importância de alinhar adequadamente os perfis técnicos dos profissionais à prestação dos serviços. Certas atividades e conteúdos requerem perfis de maior experiência, como profissionais master ou sêniores. No modelo atual, a administração pública não consegue exigir que as empresas forneçam os perfis mais adequados para a realização de atividades específicas, o que compromete frequentemente a qualidade da execução dos serviços.

5.13. Nesse contexto, a adequação ao nível de complexidade permite que atividades mais complexas sejam realizadas por profissionais com maior experiência e qualificação, garantindo a qualidade e a eficiência dos serviços prestados. Profissionais com perfis mais experientes têm habilidades e conhecimentos especializados que contribuem para a excelência na execução das atividades.

5.14. Além disso, a gestão dos contratos segmentados anteriormente utilizados apresenta desafios adicionais do ponto de vista administrativo. Manter vários contratos distintos para cada segmento dos serviços de comunicação dos órgãos do Sistema de Comunicação do Estado (SICOM) requer uma quantidade significativa de recursos e tempo por parte da Secretaria, devido à necessidade de gerenciamento contínuo e detalhado desses contratos.

5.15. Durante o estudo, concluiu-se ser necessário substituir as técnicas identificadas como ineficientes, que lidam com estes serviços de forma desarticulada, fragmentando o esforço de comunicação e deixando de alcançar os melhores resultados. Sem um novo modelo de contratação com gestão integrada, a SECOM e os órgãos do SICOM podem não obter resultados satisfatórios na promoção da transparência dos atos públicos, prestação de contas à população e na gestão de crises.

5.16. Para a nova contratação, propõe-se a adoção de um contrato integrado, que visa simplificar e otimizar a gestão, reduzindo a sobrecarga administrativa e melhorando a eficiência operacional.

5.17. Levantamento

5.17.1. **Opção 1 - Contratação avulsa dos produtos/serviços/objetos:**

5.17.1.1. Benefícios identificados:

I. A opção por trabalhar com diversas empresas especializadas em diferentes segmentos de comunicação pode enriquecer a abordagem criativa e estratégica da Secretaria. Essa diversidade de fornecedores permite que múltiplas perspectivas e ideias inovadoras sejam incorporadas às campanhas e projetos, resultando em uma comunicação abrangente e eficaz para atender às demandas do setor público.

II. A segmentação dos serviços de comunicação entre várias empresas também contribui para a mitigação de riscos. Em situações em que ocorra algum problema ou falha com um dos fornecedores, o impacto sobre o Governo do Estado de São Paulo tende a ser restrito ao serviço específico contratado, sem comprometer a integridade e a continuidade dos demais aspectos do contrato. Essa distribuição de responsabilidades assegura maior estabilidade na execução dos projetos.

III. Com a contratação de diferentes empresas para eventos específicos, os profissionais envolvidos podem concentrar toda sua expertise e atenção em cada projeto, garantindo um trabalho detalhado e de alta qualidade. Esse enfoque especializado possibilita que cada evento seja tratado com o rigor e a precisão necessários, resultando em uma comunicação mais eficiente e impactante.

IV. A utilização do modelo de contratação baseado em horas corridas oferece uma maior flexibilidade na prestação dos serviços. Esse tipo de métrica permite ajustes dinâmicos e rápidos, especialmente em situações emergenciais, onde a desvinculação do perfil profissional do serviço contratado pode ser vantajosa para atender a demandas imprevistas da Secretaria. Tal flexibilidade contribui para garantir a agilidade na resposta às necessidades emergentes, sem comprometer a qualidade do serviço prestado.

5.17.1.2. Aspectos negativos:

I. A gestão de vários contratos segmentados para cada órgão integrante do Sistema de Comunicação do Governo de São Paulo (SICOM) implicaria um consumo substancial de recursos administrativos e de tempo por parte da Secretaria. A complexidade inerente a essa gestão diária e mensal exigiria a formação de uma equipe robusta de gestores e servidores, exclusivamente designados para essa tarefa. Tal estruturação administrativa poderia sobrecarregar a Secretaria.

II. Dada a diversidade e a alta frequência das atividades de comunicação corporativa, que envolvem uma vasta gama de produtos, serviços e objetos, a gestão individualizada de cada contratação se torna inviável. A volatilidade das demandas, associada à necessidade de adaptações frequentes, aumentaria o grau de

complexidade na administração dos contratos, resultando em potenciais ineficiências e gargalos na execução dos serviços.

III. O atual modelo de segmentação contratual exigiria a realização de aproximadamente 200 contratos distintos para atender, de forma segmentada, as 28 secretarias de estado, incluindo a Procuradoria Geral do Estado (PGE) e a Corregedoria Geral do Estado (CGE), além dos mais de 45 órgãos da administração indireta, como empresas e autarquias, todos no âmbito do SICOM. Essa proliferação de contratos não só incrementaria a carga burocrática, mas também complicaria o monitoramento e a coordenação das atividades, comprometendo a eficiência do sistema.

IV. A fragmentação dos serviços entre diferentes empresas pode resultar em esforços redundantes e superpostos, além de gerar incoerências nas estratégias e mensagens veiculadas.

V. A falta de uniformidade no enfrentamento dos desafios de comunicação, exacerbada pelas diferenças culturais e de visão entre os diversos fornecedores, pode levar à prestação de serviços ineficazes e, em alguns casos, inviabilizar a resolução de problemas de comunicação de forma integrada e consistente.

VI. A métrica de contratação por horas corridas para profissionais de comunicação apresenta limitações tanto qualitativas quanto quantitativas. Cada produto ou serviço possui especificidades que podem demandar tempos variados de execução, dependendo da complexidade da tarefa e do perfil profissional do jornalista envolvido. A dificuldade em mensurar de forma precisa as horas efetivamente trabalhadas, conforme apresentadas pelas agências, compromete a transparência e a eficácia do controle sobre a qualidade dos serviços prestados e pode comprometer a eficiência econômica do ajuste.

VII. A adequação dos perfis profissionais para a prestação dos serviços contratados é um aspecto crítico que pode ser comprometido no modelo atual. Atividades que exigem maior expertise, como as realizadas por profissionais master ou sênior, podem não ser executadas com a devida competência caso não haja garantia de que esses perfis sejam efetivamente disponibilizados. Essa falha pode prejudicar diretamente a qualidade dos serviços prestados, impactando negativamente os resultados esperados pela administração pública.

VIII. A contratação de diferentes fornecedores para cada serviço acarreta o risco de inconsistências nos padrões de qualidade e excelência. Sem uma uniformidade rigorosa, podem surgir disparidades na produção, edição e apresentação dos conteúdos, o que afeta diretamente a imagem e a credibilidade do Governo perante a população.

IX. A ausência de um contrato consolidado com uma empresa especializada pode resultar em abordagens estéticas divergentes entre os prestadores de serviço, prejudicando a consistência visual e narrativa dos materiais produzidos. Tal incoerência compromete a identidade visual e a coesão das mensagens comunicadas pelo Estado, diluindo a efetividade das campanhas e projetos de comunicação pública.

5.17.2. **Opção 2 - Contratação de empresa especializada em serviços de comunicação corporativa integrada (Solução Identificada).**

5.17.2.1. Benefícios identificados:

I. Com base no levantamento realizado, a contratação de uma empresa especializada em comunicação corporativa integrada configura-se como uma das alternativas mais sólidas e confiáveis para satisfazer as demandas da Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo, bem como dos órgãos do Sistema de Comunicação Governamental (SICOM).

II. A escolha por uma empresa especializada assegura à Secretaria o acesso a uma equipe composta por profissionais altamente qualificados e com vasta experiência nas diversas subáreas e produtos de

comunicação: assessoria de imprensa, comunicação digital, produção de conteúdo multimídia (vídeo e fotografia), além do desenvolvimento de planejamentos estratégicos de comunicação, gestão de crises, media training, entre outros.

III. A comunicação integrada envolve a utilização de múltiplos canais, meios e ferramentas de comunicação, permitindo um diálogo eficaz com os diversos públicos, tanto internos quanto externos – incluindo servidores, imprensa, usuários de mídias digitais e a população em geral. A contratação de serviços sob um único contrato proporciona maior precisão na unificação e alinhamento das informações e estratégias em todas as áreas abrangidas pela comunicação.

IV. A centralização de todos os serviços e produtos em um único contrato, sob uma gestão unificada, resulta na otimização da prestação de serviços, uso eficiente dos equipamentos, racionalização dos deslocamentos da equipe, e melhorias significativas no produto final entregue.

V. As empresas especializadas devem assegurar a disponibilização de uma equipe técnica de elevada competência, com experiência comprovada na execução de projetos similares, o que garante um padrão superior de qualidade e eficiência na prestação dos serviços contratados.

VI. Um benefício adicional identificado é a oferta, por parte das empresas especializadas, de equipamentos de última geração, o que assegura a prestação de serviços com maior qualidade e celeridade, especialmente na área multimídia.

VII. Ao contratar uma empresa especializada, a Secretaria pode exigir o cumprimento rigoroso dos prazos estabelecidos para a entrega dos serviços, proporcionando maior previsibilidade e eficiência no planejamento das atividades de comunicação.

VIII. As empresas especializadas possuem a capacidade de oferecer soluções personalizadas que atendam às necessidades específicas da Secretaria, garantindo uma abordagem sob medida para cada demanda.

IX. A expertise das empresas especializadas transcende a execução técnica, abrangendo também o planejamento criativo e a concepção de conteúdos inovadores, fatores que contribuem para a diferenciação e o impacto das iniciativas de comunicação.

X. A integração das estratégias, ações e planejamentos de comunicação propiciada pela centralização dos serviços otimiza não apenas os recursos financeiros, mas também a gestão dos produtos e serviços prestados, tornando mais eficiente o alinhamento e a unificação das mensagens e informações veiculadas.

XI. A contratação de uma empresa especializada assegura uma articulação fluida e eficaz entre os diversos elementos da estratégia de comunicação, resultando em uma entrega coesa e impactante para o público-alvo.

XII. Finalmente, a contratação de uma empresa especializada representa, além de um investimento em serviços de alta qualidade, uma contribuição significativa para o desenvolvimento e fortalecimento do setor de comunicação audiovisual. Esse movimento estimula a inovação e a excelência em toda a cadeia produtiva, refletindo diretamente na elevação dos padrões do mercado.

5.17.2.2. Aspectos negativos:

I. No início da prestação dos serviços, é possível que a empresa especializada apresente uma limitada familiaridade com os processos e as particularidades operacionais da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo. Esse fator pode implicar em uma curva de aprendizado inicial, gerando desafios na adaptação às especificidades e às necessidades institucionais.

II. A centralização dos serviços de comunicação sob a responsabilidade de uma única empresa pode, em determinadas situações, restringir a flexibilidade da Secretaria para demandas particulares, limitando a capacidade de optar por soluções alternativas em áreas de nicho.

5.18. **Conclusão:**

5.18.1. Após analisar os benefícios e os aspectos negativos das opções disponíveis no mercado, a SECOM entende que a melhor opção é contratar uma empresa especializada em comunicação corporativa integrada, que ofereça diversos produtos e serviços de comunicação no mesmo contrato. Vale lembrar que vários desses serviços, essenciais para assegurar transparência e prestação de contas de forma ampla e acessível, não são contemplados pelo antigo contrato, a exemplo de comunicação digital e produção de conteúdo multimídia.

5.18.2. Outra conclusão é que a melhor modelagem de precificação é utilizar a quantidade de profissionais – vinculando-os ao perfil desejado pela Contratante – para alguns itens específicos, tais como gerência de comunicação no âmbito de todo o objeto; assessoria de imprensa; gestão e produção de conteúdo para comunicação digital; e designers. Essa solução se apresentou como melhor opção em relação ao modelo atualmente utilizado pelo Governo do Estado de São Paulo, em que a precificação é calculada por horas de prestação de serviços, trazendo inúmeras fragilidades na gestão do contrato e do serviço, conforme colocado anteriormente neste documento.

5.18.3. Outros itens do objeto, após estudo de viabilidade técnica e de mercado, a SECOM avalia que a melhor precificação é contratação por quantidades e complexidades do serviço/produto. A exemplo os serviços de audiovisual, cuja contratação seguirá por quantidade de captações de imagem – tanto fotográfica quanto vídeo – e com diferenciação nas complexidades vinculadas à duração de horas da captação. O mesmo modelo será utilizado para as edições dos vídeos, cujas complexidades solicitadas dependerão do tempo em minutos de cada um deles e, também, se exigirem edição mais simples ou mais complexas, com animação por motion.

5.18.4. A SECOM analisou que outros serviços/produtos de comunicação são mais esporádicos, solicitados conforme demanda, e, por esse motivo, também concluiu que a melhor modelagem de contratação e precificação é conforme a demanda. Alguns exemplos são o media training para porta vozes; planejamento de comunicação integrada; plano de ações de divulgação; diagnóstico de imagem e de saúde de marca. Todos esses itens serão classificados com complexidades diferentes, de acordo com necessidade, demanda, bem como perfil do órgão Contratante.

5.18.5. Ao optar por uma empresa especializada, a Secretaria de Comunicação pode ter confiança na qualidade e consistência dos produtos de comunicação produzidos. Uma empresa com experiência e expertise na área é capaz de garantir altos padrões de qualidade técnica, estética e narrativa nos materiais produzidos.

5.18.6. A contratação de uma empresa especializada em comunicação corporativa integrada possibilitará que o Governo do Estado cumpra seu papel de promover a transparência a prestação de contas, levando informações aos mais diversos públicos, utilizando todos os meios de comunicação disponíveis na atualidade.

5.18.7. Uma única empresa coordenando, planejando estratégias e prestando todos os serviços de comunicação para determinado órgão traz unidade nas informações e na identidade, fundamentais para a consolidação da imagem.

5.18.8. A contratação de uma empresa especializada reduz significativamente os riscos associados à interrupção de serviços, coberturas, falta de padronização estética e comprometimento da qualidade dos produtos. Com um prestador de serviços confiável e dedicado, a Secretaria pode minimizar imprevistos e assegurar uma comunicação institucional eficaz e de alto impacto.

5.18.9. Portanto, a Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo concluiu que a contratação de uma empresa especializada em comunicação corporativa integrada é a melhor estratégia para atender as necessidades de comunicação audiovisual de forma eficiente, confiável e sustentável, garantindo assim uma comunicação institucional de excelência e impacto.

## 6. Descrição da solução como um todo

6.1. **Do objeto e detalhamento dos serviços**

6.1.1. A presente concorrência tem por objeto a prestação de serviços de comunicação pública integrada para a Secretaria de Agricultura e Abastecimento, órgão setorial do Sistema de Comunicação do Estado de São Paulo (SICOM).

6.1.2. O Governo do Estado de São Paulo atua para melhorar a vida de todos os cidadãos no território paulista. Parte fundamental deste trabalho está na forma como o Governo se comunica com diversos públicos, pelos mais variados meios. É atribuição de todos os órgãos que compõem o SICOM garantir a qualidade da informação disseminada.

6.1.3. Fazem parte do SICOM todas as equipes dedicadas à comunicação nos órgãos da administração direta e indireta do Governo. Na coordenação de toda esta estrutura está a Secretaria de Comunicação (SECOM) do Estado de São Paulo.

6.1.4. A comunicação pública realizada de forma integrada prevê a utilização de ferramentas e estratégias de comunicação em vários meios, como veículos de comunicação (emissoras de televisão, rádios, jornais, revistas e portais de notícias), ambientes digitais (redes sociais, aplicativos e plataformas) e outras ferramentas.

6.1.5. A integração do planejamento, das ações e das estratégias de comunicação otimiza os recursos financeiros e a gestão dos produtos e serviços prestados, além de tornar mais eficiente o alinhamento e unificação das informações e mensagens divulgadas.

6.1.6. Os objetivos deste contrato são:

a. Planejamento, proposição, implementação, execução e monitoramento de soluções de comunicação integrada considerando os diversos públicos-alvo do órgão Contratante;
b. Criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação pública integrada com a finalidade de ampliar o alcance da atuação do Contratante junto à imprensa, funcionalismo público, população e demais públicos de interesse, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias de comunicação;
c. Assegurar a produção de conteúdos diversos, com estratégias e linguagem específicas de acordo com cada meio de comunicação: veículos de comunicação (imprensa), redes sociais, ferramentas de comunicação com o público interno;
d. Proporcionar a utilização de ferramentas e instrumentos para a promoção de uma comunicação pública integrada de qualidade, com o objetivo de assegurar uma constante prestação de contas e divulgação de informações de interesse e de utilidade pública à população.

6.1.7. A contratação dos serviços tem por finalidade o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, insculpidos no art. 37, caput e 5º, XXXIII, respectivamente, ambos da Constituição Federal de 1988, por meio de ações de comunicação corporativa integrada que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas ou informar e orientar o público em geral.

6.1.8. O planejamento previsto no objeto da contratação objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações de comunicação integrada para alcance dos objetivos e superação dos desafios apresentados. Além disso, deve prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de performance e de resultados.

6.1.9. Para a execução do objeto deste contrato, as demandas serão atendidas por meio da combinação dos produtos e serviços especificados a partir do Item 6.2.

6.2. **Produtos e serviços**

6.2.1. **Estratégia de comunicação**

6.2.1.1. **GERÊNCIA, PLANEJAMENTO E COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA** – **Descritivo:** Execução de atividades gerenciais de comunicação integrada (comunicação corporativa /relacionamento com a mídia e interna), tais como: planejamento de ações semanais e mensais; coordenação da execução e entregas dos demais serviços e produtos previstos neste Estudo Técnico Preliminar; orientações e diretrizes para a elaboração de conteúdo para os diversos meios e estratégias de comunicação; articulação e relacionamento com os principais porta-vozes e interlocutores do Contratante, incluindo treinamento de porta-vozes para entrevistas; assessoria de autoridades do órgão.

6.2.1.2. Acompanhamento contínuo do cliente, incluindo participação em reuniões estratégicas e eventos institucionais para a proposição do conjunto de produtos e serviços mais adequados ao atendimento das necessidades.

6.2.1.3. Acompanhar e atuar para assegurar o cumprimento das estratégias e diretrizes elaboradas e sugeridas em outros produtos deste contrato.

6.2.1.4. Realizar constante articulação e alinhamento com os demais órgãos do SICOM.

6.2.1.5. Entregas: Relatório mensal com o descritivo das atividades e ações gerenciais, de planejamento e coordenação, acompanhamento, articulação e relacionamento; e avaliação da prestação dos serviços e entrega dos produtos do âmbito do contrato naquele período em questão. Eventuais produtos e/ou serviços que não forem apresentados em outros itens desse contrato podem ser apresentados como anexos comprobatórios de atividades.

> 6.2.1.5.1. Para fins de prestação de contas mensal, o profissional designado para a função de gerência deverá apresentar relatório gerencial consolidado, contemplando as atividades de planejamento, coordenação e acompanhamento desenvolvidas no período.

6.2.1.6. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

> I. Cumprimento dos prazos solicitados pelo Contratante;
> II. Gerência adequada da equipe de prestação dos serviços de modo que o Contratante seja plenamente atendido em suas demandas dentro dos prazos solicitados;
> III. Precisão na documentação das atividades;
> IV. Eficiência na interação com o demandante.

6.2.1.7. Características consideradas na classificação da complexidade: Perfil profissional.

6.2.1.8. Especificações:

| | |
|---|---|
| **Altíssima Complexidade** | Perfil Profissional de Comunicação - Master: nível superior concluído na área de Comunicação Social – Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas ou Marketing (reconhecido pelo Ministério da Educação), com no mínimo 15 anos de experiência na área de comunicação de órgãos públicos, privados e/ou de veículos de comunicação.<br><br>O profissional deve possuir, no mínimo, 15 anos de experiência, com pelo menos 5 anos como coordenador ou líder de equipe na área de comunicação e 5 anos em assessoria de imprensa. É essencial que tenha experiência em comunicação integrada e serviços que serão necessários para o órgão no âmbito deste contrato. |
| **Alta Complexidade** | Perfil Profissional de Comunicação – Sênior: nível superior concluído na área de Comunicação Social – Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas ou Marketing (reconhecido pelo Ministério da Educação), com no mínimo 10 anos de experiência na área de comunicação, incluindo atuação em órgãos públicos, privados e/ou veículos de comunicação.<br><br>O profissional deve possuir, no mínimo, 10 anos de experiência comprovada, sendo exigido que tenha atuado por pelo menos 3 anos em funções de liderança, coordenação ou supervisão de equipes ou projetos de comunicação, além de 3 anos em assessoria de imprensa ou relações com a mídia. |

6.2.1.9. Prazo de entrega: Execução continuada mensal, com entregas diárias de acordo com as demandas da Contratante.

6.2.1.10. **ANÁLISE DE IMAGEM** – **Descritivo:** Análise da exposição do órgão Contratante e de suas temáticas a partir de análise quantitativa e qualitativa da sua presença nos meios de comunicação monitorados por empresa de clipagem contratada pela Secretaria de Agricultura e Abastecimento ou pela Secretaria de Comunicação do Estado (jornais, revistas, portais de notícias, TV, rádio, sites e blogs).

6.2.1.11. A Contratada poderá, também, considerar o monitoramento digital das mídias sociais realizado pela própria contratada neste mesmo contrato. Não havendo, portanto, a obrigatoriedade de contratação de serviços de clipagem (TV, rádio, impresso e portais na web) à parte pela Contratada, tal custo não deve ser incorporado a esse serviço.

6.2.1.12. Entretanto, caso a Contratada já disponha de serviço de clipagem e opte por utilizá-lo na auditoria, será permitido, desde que não haja acréscimo nos custos. A auditoria deverá apontar os principais temas publicados /veiculados na imprensa, por tipo de veículo, e nas mídias sociais, e impacto para a imagem do órgão.

6.2.1.13. Entregas: Relatório analítico (quantitativo e qualitativo), com apresentação presencial, da forma como os públicos estratégicos e os meios/veículos de comunicação monitorados constroem a imagem do órgão e de suas temáticas, os atributos positivos e negativos e as principais percepções sobre sua atuação. O relatório deve ser entregue na forma impressa e em formato digital.

6.2.1.14. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

I. Cumprimento do prazo;
II. Qualidade das análises;
III. Assertividade das conclusões.

6.2.1.15. Características consideradas na classificação da complexidade: Produto – Média Complexidade.

6.2.1.16. Especificações:

| | |
|---|---|
| **Produto** | Período de avaliação da imagem: publicações monitoradas no período de 5 meses.<br>1 (uma) auditoria a cada 5 (cinco) meses (3 vezes no período de 15 meses). |

6.2.1.17. Prazo de entrega: 30 dias – sob demanda.

6.2.1.18. **PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA – Descritivo:** Elaboração de plano estratégico de comunicação integrada da Secretaria que abranja as temáticas prioritárias a serem abordadas ao longo do período solicitado, ações de divulgação estratégicas de comunicação, pontos de alerta, mensagens- chave e outras diretrizes que irão nortear as ações gerais de divulgação.

6.2.1.19. **Estrutura geral norteadora do Plano Estratégico** (a-h):

a. Realizar reunião com a equipe do Contratante para discussão do briefing, esclarecimento dos pontos de atenção e definição sobre os resultados a serem obtidos, levantamento de insumos disponíveis e necessários;
b. Análise e identificação dos diversos públicos internos e externos;
c. Análise e identificação dos diversos canais, ferramentas e instrumentos de comunicação utilizados pelo Contratante para se comunicar com os diversos públicos;
d. Identificação da missão, visão e valores do órgão Contratante;
e. Análise de Matriz Swot;
f. Proposição de parâmetros de avaliação de atingimento de metas e objetivos;
g. Definição de estratégias para alcançar as metas e objetivos, tento em vista uma comunicação estratégica (corporativa, interna e digital);
h. Proposição de conteúdos, mensagens-chave e narrativas para os diversos públicos identificados: a partir da identificação de oportunidades e de fragilidades na Matriz Swot realizada, propor estratégias, mensagens-chave e/ou narrativas aos porta-vozes e para a produção de conteúdos diversos para divulgação por meio de canais oficiais;

6.2.1.20. **Eixo 1 - Planejamento Estratégico para Comunicação Corporativa** (i-l)

i. Proposição de ações e estratégias para melhorar, facilitar e aproximar a comunicação com os veículos de comunicação que integram o público-alvo, incluindo a sugestão de criação de novos canais ou ferramentas, realização de projetos, eventos e outras ações;
j. Proposição de estratégias para os principais porta-vozes do órgão: 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;
k. Proposição de plano de ações estratégicas para posicionamento de imagem do órgão;
l. Cronograma de realização/implementação das ações propostas;

6.2.1.21. **Eixo 2 - Comunicação interna** (m-q)

m. Proposição de ações, estratégias, novos produtos/canais para aproximar, facilitar e agilizar a chegada da mensagem do órgão Contratante aos seus diferentes públicos internos;
n. Proposição de campanhas e eventos para o fortalecimento da cultura organizacional e/ou celebração e reconhecimento;
o. Proposição de plano de ações para a divulgação de temas de interesse dos públicos internos;
p. Proposição de ações para melhoria de fluxos de comunicação com os demais órgãos do SICOM;
q. Cronograma de realização/implementação das ações propostas;

6.2.1.22. **Eixo 3 - Comunicação digital** (r-z)

r. Proposição de ações e estratégias, novos produtos/canais para ampliar e fortalecer a presença digital do órgão Contratante nas mídias sociais;
s. Proposição de estratégias para posicionar o Contratante em sites de busca mais qualificadas, melhorando o posicionamento orgânico em buscadores ao gerar tráfego e autoridade digital;
t. Caso o plano identifique a necessidade de outros canais além dos já existentes, propor de criação de novas ferramentas de comunicação digital;
u. Proposição de plano de ação contemplando os canais a serem envolvidos e tipos de conteúdo a serem utilizados, com recomendações de linguagem e formatos;
v. Elaboração de diretrizes editoriais gerais para criação de títulos chamadas, tratamento de textos e aplicação de políticas de tagueamento;
w. Definição de macrotemas e construção de mapa de conteúdo;
x. Definição de linguagem para públicos indicados na etapa de planejamento estratégico;
y. Proposição de indicadores de avaliação de performance (KPI´s);
z. Cronograma de realização/implementação das ações propostas.

6.2.1.23. Entregas: Arquivo em texto e de apresentação, contendo a proposta de planejamento estratégico.

6.2.1.24. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

I. Cumprimento do prazo de entrega;
II. Consistência técnica e coerência com o briefing da Contratante nas estratégias, ações e proposições;
III. Aplicabilidade do planejamento proposto e exequibilidade das ações e/ou materiais propostos, com base no investimento disponível, número de profissionais que executarão os serviços e prazo de execução;
IV. Qualidade da apresentação das informações nos documentos.

6.2.1.25. Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

6.2.1.26. Especificações:

| | |
|---|---|
| **Produto** | Planejamento Estratégico.<br>1 (um) planejamento estratégico deve ser entregue a cada 5 (cinco) meses, totalizando 3 entregas ao longo dos 15 meses de vigência contratual. |

6.2.1.27. Prazo de entrega: Até 30 dias após a solicitação do Contratante.

6.2.2. **Assessoramento**

6.2.2.1. **ASSESSORIA DE IMPRENSA E COMUNICAÇÃO INTERNA – Descritivo:** Execução de ações gerais de assessoria de imprensa, que incluem atendimento às demandas de jornalistas dos veículos de comunicação; apuração de informações ou cobertura de eventos/agendas para elaboração de textos para divulgação de ações do Governo do Estado de São Paulo, tais como notas, releases, avisos de pauta, respostas, além de conteúdo para comunicação interna e os canais do órgão, entre outros; elaboração de briefings para porta-vozes e outras finalidades, incluindo treinamento de porta-vozes para entrevistas; acompanhamento de entrevistas de porta-vozes do órgão; realização de contatos proativos para prospecção de pautas positivas e sugestão e proposição de pautas/entrevistas a respeito do órgão assessorado; validação das informações levantadas junto aos responsáveis antes da divulgação.

6.2.2.2. É fundamental realizar constante articulação e alinhamento com os demais órgãos do SICOM.

6.2.2.3. Inclui as seguintes atividades:

6.2.2.3.1. **Item 1 – Atendimento à imprensa**

a. Atendimento aos jornalistas dos veículos de comunicação – presencial, telefônico, por e-mail ou por outros meios eletrônicos;
b. Consulta e articulação junto às fontes do órgão Contratante para solicitação e alinhamento de respostas, dados, posicionamentos e informações diversas que vão compor as notas;
c. Elaboração e/ou edição de notas/respostas e envio aos jornalistas demandantes;
d. Acompanhamento da veiculação das notícias referentes ao atendimento para conferência da publicação das informações enviadas;
e. Atualização constante do mailing do órgão Contratante a partir do contato realizado;
f. Arquivamento e organização de banco de respostas e notas.

6.2.2.3.2. **Item 2 – Elaboração de textos de assessoria de imprensa**

a. Apuração de informações, realização de entrevistas com porta-vozes do órgão e/ou cobertura de eventos, agendas e reuniões do Contratante para elaboração de textos como notas, releases, avisos de pauta, respostas, artigos etc.;
b. Revisão e edição dos textos.

6.2.2.3.3. **Item 3 – Contatos proativos**

a. Promover contatos proativos com profissionais de comunicação, criando oportunidades de pautas e promovendo as ações e a imagem institucional do órgão junto aos veículos de imprensa;
b. Envio de press-releases para divulgação proativa;
c. Realização de follow-ups junto às redações para divulgação de pautas;
d. Utilização de outros meios/canais disponíveis do órgão para a divulgação proativa;
e. Contatos com veículos de comunicação para sugestão de entrevistas com porta-vozes do órgão para divulgação de ações, projetos, obras de interesse público.

6.2.2.3.4. **Item 4 – Assessoria de imprensa de porta-vozes do órgão**

a. Acompanhar porta-vozes da Secretaria em eventos em que haja interesse e/ou necessidade para atendimento à imprensa;
b. Preparar prévia de informações pertinentes para o porta-voz, como briefings, discursos, pontos de fala, papers temáticos, factsheet, ou perfis de veículos, de formadores de opinião e demais públicos de interesse ou profissionais de comunicação;
c. Promover encontros de representantes e porta-vozes com profissionais da imprensa nacional e regional.

6.2.2.3.5. **Item 5 – Comunicação interna**

a. Elaboração e/ou edição de conteúdo para as diversas mídias de comunicação interna;
b. Acompanhar, gravar, transcrever, editar conteúdos e divulgar informações sobre eventos corporativos;
c. Acompanhar executivos em eventos, reuniões, entre outras atividades, em que haja interesse e/ou necessidade para acompanhamento da Comunicação interna;
d. Propor pautas e calendário de cobertura corporativa;
e. Realizar entrevistas, apurar fatos para desenvolvimento de conteúdo interno.

6.2.2.4. Entregas: Um relatório único por perfil profissional, com a descrição das atividades diárias (timesheets) detalhando as tarefas e ações realizadas bem como anexos com as comprovações dos conteúdos produzidos com as seguintes informações:

I. Descrição diária das atividades de assessoria de imprensa executadas, tais como atendimentos de jornalistas, contatos proativos realizados para prospecção das pautas; acompanhamentos de reuniões ou entrevistas com fontes ou porta-vozes, entre outras;
II. Em casos de respostas à imprensa, incluir a demanda e a resposta encaminhada, juntamente com a

identificação do jornalista;
III. Em casos de elaboração de textos para divulgação, incluir o texto ou o link do mesmo em canal oficial do órgão;
IV. Resumo e estatísticas numéricas sobre os atendimentos e contatos proativos realizados pelo profissional, conforme modelo de planilha fornecido pelo Contratante.

6.2.2.5. Aspectos a serem considerados na avaliação:

I. Consistência, precisão e assertividade nas informações apuradas e divulgadas;
II. Interação adequada com a imprensa, as fontes e porta-vozes do órgão Contratante;
III. Tempestividade no atendimento e na resposta às necessidades e/ou problemática apresentada pelo órgão;
IV. Qualidade do texto quanto às regras gramaticais, ortográficas e a legislação vigente.

6.2.2.6. Características consideradas na classificação da complexidade: perfil dos profissionais.

6.2.2.7. Complexidade:

| | |
|---|---|
| **Baixa Complexidade** | Profissional de Comunicação Júnior: conclusão de curso de nível superior na área de comunicação social - jornalista (reconhecido pelo Ministério da Educação).<br><br>Possuir, de um (1) a cinco (5) anos de experiência na área de comunicação, com atuação em assessorias de órgãos públicos, agências/empresas e/ou em veículos de comunicação.<br><br>Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing e divulgação. |
| **Média Complexidade** | Profissional de Comunicação Pleno: conclusão de curso de nível superior na área de comunicação social- jornalista (reconhecido pelo Ministério da Educação) há, pelo menos, cinco (5) anos.<br><br>Possuir, de cinco (5) a dez (10) anos de experiência na área de comunicação com atuação em assessorias de órgãos públicos, agências/empresas e/ou em veículos de comunicação.<br><br>Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing. |
| **Alta Complexidade** | Profissional de Comunicação Sênior: conclusão de curso de nível superior na área de comunicação social – jornalista (reconhecido pelo Ministério da Educação) há, pelo menos, dez (10) anos.<br><br>Possuir, no mínimo, dez (10) anos de experiência na área de comunicação, com atuação comprovada em assessorias de órgãos públicos, agências/empresas e/ou em veículos de comunicação.<br><br>O profissional deve ter atuado, por pelo menos três (3) anos, em funções de liderança, coordenação ou supervisão de equipes ou projetos de assessoria de imprensa. |

6.2.2.8. Prazo de entrega: Execução continuada mensal, com entregas diárias de acordo com as demandas da Contratante.

6.2.3. **Produção, organização e gestão de banco de imagens**

6.2.3.1. **PRODUÇÃO, SELEÇÃO E EDIÇÃO DE FOTOGRAFIA E GESTÃO DE BANCO DE IMAGENS – Descritivo:** Cobertura fotográfica de agendas institucionais de interesse do Contratante, para utilização junto aos públicos externo e/ou interno, e para compor banco de imagens do órgão. As imagens deverão ser selecionadas, editadas, tratadas e disponibilizadas em formato e tempo a ser acordado com o Contratante. Após a edição, as imagens deverão ser armazenadas, por meio de sistema on-line, nuvem ou outro tipo de software com separação de imagens.

6.2.3.2. A finalidade do serviço é promover, por meio de conteúdo multimídia a ser utilizado em ambientes digitais, a divulgação de ações, projetos, obras e entregas do órgão Contratante, com características de utilidade pública, serviços e/ou prestação de contas à sociedade.

6.2.3.3. Características consideradas na classificação da complexidade: não se aplica.

6.2.3.4. **Perfil repórter fotográfico:** Possuir registro profissional (DRT) e, no mínimo, 5 (cinco) anos de experiência em fotografia de eventos institucionais, corporativos e/ou do setor público e conhecimento em técnicas fotográficas, equipamentos e softwares de edição de imagens.

6.2.3.5. Características consideradas na classificação da complexidade: duração da captação das imagens fotográficas.

6.2.3.6. Especificações:

| | |
|---|---|
| **Captação Diária de Média Complexidade** | Produção de até 4 horas. As contratações mensais podem variar para atender as demandas da Pasta, mas respeitando o saldo contratual do período anual.<br>Prazo de entrega: Até 2 horas após a produção. |
| **Captação Diária de Alta Complexidade** | Produção de até 8 horas. As contratações mensais podem variar para atender as demandas da Pasta, mas respeitando o saldo contratual do período anual.<br>Prazo de entrega: Até 2 horas após a produção. |

6.2.3.7. Especificações técnicas da prestação do serviço:

a. Os serviços de cobertura fotográfica serão solicitados à Contratada, por escrito, mediante Ordem de Serviço emitida pelo órgão demandante, podendo ser encaminhada via e-mail ou outro meio de comunicação, preferencialmente de segunda à sexta-feira, em horário comercial, podendo haver casos de situações não previsíveis solicitadas e negociadas junto à Contratada;
b. As captações de coberturas poderão ocorrer a qualquer dia da semana, inclusive sábados, domingos e feriados, e também em períodos noturnos. Durante o período da captação, o prestador de serviços poderá executar a cobertura fotográfica de pautas/agendas diversas, desde que cumpram o período da complexidade solicitada pela Contratante;
c. A Contratada deverá indicar um funcionário com o papel de preposto do contrato para que seja o responsável por atender e gerenciar as demandas da Contratante – que poderá ser o mesmo preposto responsável pelo item – CAPTAÇÃO, ROTEIRIZAÇÃO, EDIÇÃO E ORGANIZAÇÃO DE CONTEÚDO AUDIOVISUAL;
d. Os arquivos digitalizados deverão ser disponibilizados em meio eletrônico para a Contratante, imediatamente ao término da cobertura, com prazos máximos estipulados de acordo com o período das captações. Entregável em plataforma de hospedagem de fotos com armazenamento ilimitado;
e. As fotografias deverão ser produzidas em alta resolução, de modo a permitir grandes ampliações sem perda de qualidade, por máquina fotográfica de categoria profissional, do tipo câmeras Mirrorlens Full Frame, com resolução mínima de 48 megapixel, com a utilização de lentes claras de alta performance, (aberturas 1.4, 1.8 e 2.8) grande angular, normal e teleobjetiva de no mínimo 400mm; flash externo de modelo atualizado, tripés para câmeras e peças de iluminação de estúdio com respectivos acessórios compatíveis com o trabalho profissional;
f. Eventualmente poderão ser requisitadas fotografias de autoridades do Estado feitas em estúdio, ou em local determinado pela Contratante, com iluminação especial e fundo próprio para retratos em estúdio;

g. Os serviços devem ser realizados com a aplicação de software atualizado para tratamento/edição de imagens específico para fotografias, de propriedade da Contratada, com o fornecimento de mídias (SSD Externo, leitura mínima de 520MB/s) de qualidade superior, a serem utilizados para gravação/reprodução de imagens;
h. Autorização de uso: Todas as fotos com personagens devem conter autorização para uso de imagem; A Contratada será responsável pela obtenção de autorização para gravação nas locações escolhidas e também das autorizações para utilização pelo Governo do Estado de São Paulo de nome, imagem e voz, captados por qualquer meio de filmagem, fotografia e/ou gravação de áudio, que serão utilizadas na produção do conteúdo audiovisual objeto da contratação, se responsabilizando integralmente perante os titulares e terceiros, em todas as esferas, inclusive judicial;
i. Caso sejam constatadas falhas ou imperfeições nas imagens, a Contratada terá o prazo de 24 (vinte e quatro) horas para realizar as correções necessárias, ou realização de novo serviço, substituindo, por sua conta, o material defeituoso, sob pena de, após este prazo, serem aplicadas as penalidades contratuais previstas;
j. Já em caso de perda das imagens captadas, em caso de possibilidade de realização da mesma agenda /pauta para nova captação, a Contratada terá o prazo de 24 (vinte e quatro) horas para refazer a cobertura. Caso não seja possível por ter sido agenda única temporal com presença de autoridades, a Contratante não pagará pela captação correspondente e, ainda, caso a situação se repita por mais de 3 vezes no mesmo mês, poderá aplicar as penalidades contratuais previstas.

6.2.3.8. Entregáveis:

a. Arquivos digitais das fotos, em alta resolução, e relatório com descrição do material produzido. Todo o material produzido deverá ser entregue, no final de cada mês, em mídia (Pen-drives) com identificação por data, evento e nome do fotógrafo. Uma planilha com detalhamento das atividades executadas também deverá ser entregue para a Contratante como comprovação das tarefas executadas para prestação de contas;
b. A entrega das imagens deverá ser feita por meio da disponibilização instantânea dos arquivos digitais finais em plataformas online do órgão (como Flickr PRO, Google Drive ou similares), seguindo orientação do Contratante;
c. Organização de arquivos, visando disponibilizar e classificar todas as fotografias e Banco de Imagens;
d. Os arquivos digitais a serem disponibilizados terão o padrão JPEG-fine, em alta resolução de, no mínimo, 4 megabits por imagem ou, quando solicitado, em padrão TIFF ou RAW;
e. Os arquivos constantes dos HDs, a serem entregues mensalmente, deverão ser identificados com legendas com os seguintes elementos: local do evento, assunto – síntese da representação da foto, personalidades – identificação dos personagens que compõem a foto (com indicação de posição = C – centro, E – esquerda, D – direita), nome do fotógrafo (autor da imagem), data e informações complementares, caso necessárias;
f. Disponibilização, durante o contrato, de acesso ao software com funcionalidades para a gestão dos arquivos do Banco de Imagens;
g. Os arquivos devem ser gravados mensalmente em mídia adequada (HD externo) e disponibilizados em rede com arranjo redundante, conteúdos espelhados e backups em nuvem para envio exclusivo, e conforme demanda, para alimentação do banco de imagens da Contratante, como forma de garantir a integridade dos conteúdos arquivados;
h. Manutenção do banco de imagens na plataforma do Contratante;
i. Disponibilização do Banco de Imagens, ao final do contrato, ao Contratante;
j. Autorizações: As autorizações de uso de imagem devem ser anexadas aos entregáveis contendo a indicação das imagens;
k. Na prestação de contas, a empresa contratada deverá entregar a seguinte quantidade de fotos brutas conforme as especificações: para captação com duração de até 4 (quatro) horas, anexar no mínimo 80 (oitenta) fotos brutas; e, para captação com duração de até 8 (oito) horas, anexar no mínimo 160 (cento e

sessenta) fotos brutas. As fotos devem ser encaminhadas juntamente com as demais comprovações dos serviços.

6.2.3.9. Aspectos a serem considerados na avaliação:

I. Cumprimento dos prazos;
II. Qualidade técnica e editorial das fotografias;
III. Qualidade técnica da plataforma utilizada.

6.2.3.10. Prazo de entrega: Entregas diárias das imagens captadas, além da entrega mensal do relatório e comprovações dos serviços.

6.2.3.11. **CAPTAÇÃO, ROTEIRIZAÇÃO, EDIÇÃO E ORGANIZAÇÃO DE CONTEÚDO AUDIOVISUAL – Descritivo:** Captação de imagens e sonoras em vídeo, seguindo as especificações exigidas neste Estudo Técnico Preliminar, para utilização em ambientes digitais, eventos e/ou para divulgação junto aos veículos de comunicação. As agendas para cobertura terão caráter institucional e poderão ser realizadas nas dependências do próprio órgão; em agendas externas no território do Estado de São Paulo; e, eventualmente, em viagens fora do Estado, em território nacional. A Contratada deve seguir o briefing, as diretrizes e orientações da Contratante.

6.2.3.12. As captações deverão atender as especificações de qualidade e que possibilitem a variedade de usos na edição. As edições das imagens deverão resultar em vídeos, de acordo com as solicitações do Contratante, variando nos mais diversos formatos como reportagens, notas cobertas, notas simples, entrevistas, locuções, vídeo-release, entre outros.

6.2.3.13. **Perfil obrigatório do prestador de serviços para as captações audiovisuais:** o profissional deverá ter perfil de operador de câmera com acúmulo da função de edição – **VIDEOMAKER –** com plena capacidade para cumprir todas as etapas de uma produção audiovisual. Possuir experiência, de, no mínimo cinco (5) anos na função e ter, no mínimo, uma (1) formação técnica na área audiovisual. O profissional será responsável pela filmagem, edição e compartilhamento rápido das imagens captadas para que elas sejam utilizadas tanto para uma edição mais complexa (tratada no próximo item deste contrato) ou para divulgação e disponibilização das imagens para veículos de comunicação.

6.2.3.14. Especificações:

| | |
|---|---|
| **Captação Diária de Média Complexidade** | Produção de até 4 horas. As contratações mensais podem variar para atender as demandas da Pasta, mas respeitando o saldo contratual do período anual.<br>Prazo de entrega: Até 3 horas após a produção. |
| **Captação Diária de Alta Complexidade** | Produção de até 8 horas. As contratações mensais podem variar para atender as demandas da Pasta, mas respeitando o saldo contratual do período anual.<br>Prazo de entrega: Até 3 horas após a produção. |

6.2.3.15. Especificações técnicas da prestação do serviço:

a. Equipamentos: Utilização de todos os equipamentos necessários para a adequada execução do serviço de captação [câmeras mirrorless full frame 4K de última geração com lentes claras de alta performance (aberturas 1.4, 1.8 e 2.8)], grande angular, normal e teleobjetiva – acessórios, gimbal, celular, tripés, microfones de lapela sem fio e microfones dinâmicos e equipamentos de iluminação adequados para as locações indicadas, entre outros; edição rápida usando notebook de última geração e compartilhamento por

internet modem portátil de última geração. Os vídeos deverão ser captados com utilização de softwares e equipamentos que garantam a qualidade técnica e estética do produto final;
b. Diversos ângulos: Durante as coberturas, a equipe deverá realizar a captação de imagens na vertical e horizontal. Deste modo, o Contratante terá diversas opções de uso;
c. Captação de imagem e áudio de autoridade: As captações que tiverem a presença de autoridade do governo estadual devem incluir a captação da sonora e/ou discurso do mesmo na íntegra, com áudio de qualidade, que apresente um som claro, nítido e livre de distorções ou ruídos indesejados, captado direto da mesa de áudio ou utilizando gravador digital. para utilização em diversos meios de comunicação;
d. Captação de imagem e sonoras: Os áudios das captações com sonoras de fontes como beneficiários, especialistas, personagens, entre outros, devem estar com qualidade, som claro, nítido e livre de distorções ou ruídos indesejados, captado direto da mesa de áudio ou utilizando gravador digital para utilização em diversos meios de comunicação;
e. Autorização de uso: As sonoras de entrevistas com personagens devem conter autorização para uso de imagem; A Contratada será responsável pela obtenção de autorização para gravação nas locações escolhidas e também das autorizações para utilização pela Contratante de nome, imagem e voz, captados por qualquer meio de filmagem, fotografia e/ou gravação de áudio, que serão utilizadas na produção do conteúdo audiovisual objeto da contratação, se responsabilizando integralmente perante os titulares e terceiros, em todas as esferas, inclusive judicial.

6.2.3.16. Entregáveis:

a. Especificações dos vídeos: Arquivo de vídeo editado em alta resolução para uso em TV e Internet e, ainda, em outros formatos;
b. Material para utilização imediata, logo após a captação: Compilado de imagens com edição simples para compartilhamento rápido. O material utilizado deverá estar de acordo com a necessidade da Contratante ou para os critérios de edição descritos neste Estudo Técnico Preliminar;
c. Material bruto para arquivo: Imagens brutas, tendo passado por simples edição em caso de necessidade de cortes por repetição, má qualidade, falhas como ausência de som, entre outras situações;
d. Sonoras: Nas captações com a presença de autoridade estadual, em caso de demanda por parte do Contratante, o discurso ou sonora deve ser disponibilizado em formato de vídeo com corte simples separado do restante das imagens coletadas, com áudio de qualidade, que apresente som claro, nítido e livre de distorções ou ruídos indesejados, captado direto da mesa de áudio ou utilizando gravador digital. Os arquivos de áudio deverão estar em MP3 - gravação de 16bits/44.100hz) e, ainda, em outros formatos (. wmv ou extensão compatível) para uso em rádio, Internet ou outros meios. Todo o material deverá ser gravado em mídias adequadas HD ou disponibilizado em servidor cloud (Cloud Server) para envio exclusivo, e conforme demanda da Contratante;
e. Autorizações: As autorizações de uso de imagem devem ser anexadas aos entregáveis contendo a indicação do vídeo em que cada sonora/imagem foi utilizada.

6.2.3.17. Aspectos a serem considerados na avaliação:

I. Prazo de entrega;
II. Qualidade técnica e editorial do produto;
III. Atendimento ao briefing do Contratante.

6.2.3.18. Prazos de entrega: As imagens das captações deverão ser disponibilizadas o mais rapidamente possível à Contratante, logo após o término daquela gravação/cobertura de agenda para que possam ser utilizadas em divulgações em ambientes digitais ou serem disponibilizadas à veículos de comunicação.

6.2.3.19. **EDIÇÃO DE IMAGENS EM VÍDEO – Descritivo:** Roteirização de imagens, produção e edição de vídeos com tratamento de imagem quando necessário e seguindo as especificações exigidas no contrato. As

imagens utilizadas poderão ser a partir das captadas pelos prestadores de serviços deste contrato ou outras provenientes de banco de imagens da Contratada.

6.2.3.20. **Perfil obrigatório do prestador de serviços para as edições: EDITOR DE MÍDIA AUDIOVISUAL** (com DRT). Deve possuir experiência na área de edição de vídeos de, no mínimo, cinco (5) anos, bem como capacidade técnica para cumprir todas as etapas de edição e finalização. Deve ter experiência com tecnologias digitais e pacotes de software de edição, como, por exemplo, Adobe Premiere Pro e Audition. Para as edições de Alta Complexidade, é necessário que o prestador de serviços possua experiência e capacidade para desenvolver motion design, a fim de conferir movimento a elementos gráficos nos vídeos.

6.2.3.21. Especificações:

| | |
|---|---|
| **Edição de até 1'30" para utilização em perfis institucionais de redes sociais** | Compilado de imagens e/ou sonoras ou vídeo depoimento – na vertical ou horizontal, conforme solicitação da CONTRATANTE - com no máximo 1 (um) minuto e 30 segundos.<br><br>Pode conter ou não, sempre de acordo com a demanda da CONTRATANTE: legenda e letterings em português para destacar a mensagem a ser passada, trilha.<br><br>Prazo de entrega: até 3 (três) horas após a solicitação. |

6.2.3.22. Especificações técnicas da prestação do serviço:

6.2.3.22.1. Os prestadores de serviços devem seguir o briefing e as diretrizes da Contratante para a produção de vídeos que podem variar nos mais diversos formatos como reportagens, notas cobertas, notas simples, entrevistas, locuções, vídeo-release, compilado de imagens e/ou sonoras, vídeo depoimento, entre outras. Poderá, ainda, haver variações nos formatos entre vertical ou horizontal.

6.2.3.22.2. Os prestadores de serviços da Contratada devem possuir as competências necessárias para as entregas, tais como entendimento sobre roteirização, linearidade, um olhar artístico sobre a obra e, principalmente, afinidade com as tecnologias disponíveis no mercado para realizar a edição de vídeos.

6.2.3.22.3. Edição do material bruto (a gravação sem cortes) e lapidação desse material, isto é, tirar as falhas, cortar os excessos, estruturar a sequência de cenas, integrar o áudio com a imagem, e montar o vídeo final de modo que ele tenha continuidade, mantendo o sentido e o contexto dos acontecimentos. Fundamental sempre seguir o briefing da Contratante e quando for a orientação, inserir personagens, textos explicativos, infográficos, animações, entre outros elementos. Os recursos visuais utilizados devem ser obtidos exclusivamente através de assinaturas válidas em bancos de imagens autorizados.

6.2.3.22.4. Utilização de trilhas: Em caso de utilização de trilha sonora, a faixa escolhida deve ser compatível com o tema tratado no vídeo e ter coerência e afinidade com o perfil do Contratante. A contratada também deverá garantir a correta utilização de trilhas de acordo com as leis de proteção de propriedade intelectual. Além disso, a trilha sonora deve ser adquirida legalmente através de serviços de licenciamento de música.

6.2.3.22.5. Legendas: Todos os vídeos devem conter legendas em português. Em caso de legenda em língua estrangeira, a Contratante fornecerá o texto traduzido para que a contratada utilize na edição.

6.2.3.22.6. A inserção de legendas em português deverá ser realizada pela Contratada de forma sincronizada com o áudio do vídeo. A legenda consistirá na transcrição integral e fiel de áudio com a devida correção ortográfica e gramatical. Quando a inserção de legendas em língua estrangeira for demandada, a Contratada deverá encaminhar previamente à Contratante, o texto do roteiro final, bem como a transcrição de todas as sonoras, locuções, letterings, créditos e qualquer outro elemento que necessite de

tradução. A Contratante enviará o texto traduzido para a Contratada, que será responsável pela inserção das legendas e a sincronização do texto inserido com o áudio.

6.2.3.22.7. Logomarcas: todos os vídeos devem conter a logomarca da Secretaria, e/ou de outros órgãos públicos estaduais ou parceiros determinados pela Contratante.

6.2.3.22.8. Equipamentos: A Contratada deverá dispor de todo o ferramental necessário à prestação dos serviços entre eles equipamentos, espaço para armazenamento em nuvem, softwares etc. Os equipamentos utilizados devem estar em boas condições de uso e ser compatíveis com os mais modernos utilizados no mercado.

6.2.3.22.9. Direitos patrimoniais: A Contratada deverá ceder a totalidade dos direitos patrimoniais relativos à produção e edição dos vídeos à Contratante resultantes da prestação dos serviços objeto do Contrato, sem qualquer remuneração adicional, de forma exclusiva, plena, definitiva e permanente, em caráter irrevogável e irretratável, para toda e qualquer utilização, disposição e fruição, para qualquer finalidade e por qualquer meio, a qualquer tempo e em qualquer lugar, e para qualquer forma de arquivamento, por tempo indeterminado.

6.2.3.22.10. A prestação do serviço deve considerar a parte de finalização da produção de vídeo, com a realização de ajustes finais atendendo às validações de conteúdo pelo Contratante.

6.2.3.22.11. A Contratada é exclusiva e pessoalmente responsável pela originalidade de tais produtos, declarando ser o autor e/ou titular dos direitos cedidos, obrigando-se a indenizar a Contratante pelas perdas e danos que vier a sofrer em caso de contestação.

6.2.3.22.12. A Contratada deverá providenciar e apresentar, sem qualquer remuneração adicional, termos de cessão dos direitos do autor e uso de imagem, inclusive, se houver, dos direitos conexos, atinentes aos produtos e/ou imagens, que o autorize a cedê-los à Contratante.

6.2.3.22.13. É proibida a utilização ou transferência a terceiros sem a expressa autorização da Contratante de todo material audiovisual, finalizado ou não, produzido no âmbito do contrato.

6.2.3.23. Entregáveis:

6.2.3.23.1. Especificações dos vídeos: Arquivo de vídeo editado em alta resolução para uso em TV e Internet e, ainda, em outros formatos para uso em outros meios, como em ambientes e plataformas digitais;

6.2.3.23.2. Material bruto para arquivo: Imagens brutas, tendo passado por simples edição em caso de necessidade de cortes por repetição, má qualidade, falhas como ausência de som, entre outras situações. As imagens poderão ser disponibilizadas de acordo com a necessidade da Contratante, mas deverão, obrigatoriamente, estar nos materiais entregáveis mensais para a prestação de contas;

6.2.3.23.3. Áudio: Em qualquer tipo de captação, caso seja solicitado pelo Contratante, a Contratada deverá disponibilizar o arquivo de áudio de qualidade, que apresente som claro, nítido e livre de distorções ou ruídos indesejados, captado direto da mesa de áudio ou utilizando gravador digital, sem imagens, conforme as especificações a seguir: Arquivos de áudio em MP3 - gravação de 16bits/44.100hz) e, ainda, em outros formatos (.wmv ou extensão compatível) para uso em rádio, Internet ou outros meios. Todo o material deverá ser gravado em mídias adequadas HD ou disponibilizado em servidor cloud (Cloud Server) para envio exclusivo, e conforme demanda da Contratante;

6.2.3.23.4. Autorizações: As autorizações de uso de imagem devem ser anexadas aos entregáveis contendo a indicação do vídeo em que cada sonora/imagem foi utilizada;

6.2.3.23.5. Armazenamento: Os arquivos devem ser gravados mensalmente em mídia adequada (HD externo) e disponibilizados em servidor cloud (Cloud Server) para envio exclusivo, e conforme demanda, para alimentação do banco de imagens da Contratante;

6.2.3.23.6. Plataforma de hospedagem: As mídias também devem ser disponibilizadas em plataforma de hospedagem de vídeos online que comporte a transmissão de arquivo em alta resolução (4k) com 4096 × 2160 pixels para uso em TV (1920 x 1080) e Internet e, ainda, em outros formatos.

6.2.3.24. Aspectos a serem considerados na avaliação:

I. Prazo de entrega;
II. Qualidade técnica e editorial do produto;
III. Atendimento ao briefing do Contratante;
IV. Realização dos ajustes solicitados pelo Contratante.

6.2.4. **Treinamento**

6.2.4.1. **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, 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 Contratante.

6.2.4.2. Entregas: Planejamento e estruturação do media training e relatórios de avaliação com informações relativas ao evento e ao desempenho de cada participante, acompanhado dos arquivos em formato digital em Memória USB Flash Drive com gravações realizadas no decorrer do treinamento.

6.2.4.3. Aspectos a serem considerados na avaliação:

I. Relevância das informações repassadas;
II. Pertinência das atividades práticas e simulações realizadas no treinamento com as situações reais vivenciadas pelo Contratante;
III. Avaliação dos participantes.

6.2.4.4. Características consideradas na classificação da complexidade:

a. 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);
b. Carga horária do treinamento.

6.2.4.5. Complexidade:

| | |
|---|---|
| **Baixa Complexidade** | Treinamento de 1 porta-voz para os meios TV, Rádio, Digital e Impressos.<br>Carga horária até 4 horas.<br>Prazo de entrega do relatório: Até 3 dias após o treinamento. |
| **Média Complexidade** | Treinamento de até 4 porta-vozes para os meios TV, Rádio e Impressos.<br>Carga horária de até 6 horas.<br>Prazo de entrega do relatório: Até 7 dias após o treinamento. |

6.2.5. **Comunicação digital**

6.2.5.1. **DIAGNÓSTICO E MAPEAMENTO DE PRESENÇA DIGITAL – Descritivo:** Elaboração de diagnóstico sobre a propriedade digital utilizada pelo Contratante para expor sua marca, projetos e ações na internet (mídias sociais e sites). Deve-se considerar, como propriedade digital, o acervo digital do órgão – perfis nas mídias digitais, sites e blogs.

6.2.5.2. O mapeamento compreende as seguintes atividades:

a. Identificação, junto com a equipe da Contratante, dos principais assuntos tratados pela Pasta (demandante), seus públicos-alvo e necessidades de comunicação;
b. Desenvolvimento de matriz estratégica (análise SWOT) do órgão Contratante;
c. Análise editorial das propriedades digitais;
d. Análise da arquitetura de informação – como é a apresentação e disposição das informações nesses ambientes digitais;
e. Análise da presença digital do órgão em ferramentas de busca;
f. Análise da atuação da ativação nas mídias sociais e do nível de penetração dos ambientes digitais da Contratante - desempenho dos diversos canais junto aos seus públicos;
g. Recomendação de boas práticas;
h. Sugestão de mensagens-chave para as propriedades digitais da Contratante.

6.2.5.3. Entregas:

a. Arquivo de apresentação gráfica contendo a síntese das análises realizadas e recomendações para cada uma das propriedades digitais, com exemplos de boas práticas e sugestões de melhoria na forma de atuação do Contratante;
b. Arquivo texto com detalhamento do mapeamento e diagnósticos realizados, recomendações para cada uma das propriedades digitais, com exemplos de boas práticas e sugestões de melhoria na forma de atuação do Contratante.

6.2.5.4. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

I. Cumprimento do prazo;
II. Consistência do diagnóstico;
III. Precisão nas informações apresentadas;
IV. Adequação e aplicabilidade das recomendações.

6.2.5.5. Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de propriedades digitais levantadas e analisadas.

6.2.5.6. Especificações:

| | |
|---|---|
| **Baixa Complexidade** | Análise e monitoramento de até 6 (seis) canais digitais.<br>Serão realizadas 5 (cinco) contratações anuais, prevendo a entrega de 1 (um) diagnóstico a cada 3 (três) meses, para fins de análise trimestral. |

6.2.5.7. **PLANEJAMENTO, GESTÃO E CRIAÇÃO DE CONTEÚDO PARA AS MÍDIAS SOCIAIS DO ÓRGÃO – Descritivo:** Planejamento, produção e disseminação de conteúdos diversos e multimídia nas redes sociais do Contratante. Gerenciamento dos canais digitais e perfis das redes sociais institucionais, incluindo a moderação. Envolve a criação do texto, edição de imagens, tagueamento.

6.2.5.8. Inclui as seguintes atividades:

6.2.5.8.1. **Item I. Planejamento de conteúdo para as redes sociais:**

a. Elaborar semanalmente, quinzenalmente e mensalmente um planejamento de conteúdo e o calendário das publicações nas redes sociais;
b. Observar datas importantes para a localidade e/ou órgão Contratante;
c. Propor ações de oportunidade para participação em discussões que estão em andamento nas redes sociais.

6.2.5.8.2. **Item II. Redação e edição de textos para as redes sociais:**

a. Apuração de informações, redação e edição de textos para as redes sociais do Contratante;
b. Adequação da linguagem dos textos para cada plataforma digital, levando-se em consideração suas especificidades, públicos, entre outras.

6.2.5.8.3. **Item III. Gestão, publicação, interação e moderação das redes sociais:**

a. Acompanhamento permanente dos perfis e canais internos e externos indicados pelo Contratante (24 horas, 7 dias por semana);
b. Publicação e tagueamento de conteúdo (foto e legenda, fotolegenda, áudio, vídeo, infográfico, arquivo digital, banner, texto, dados e informação) de acordo com planejamento do calendário e demandas do Contratante;
c. Publicação de outros conteúdos multimídia, como carrossel, animações, stories com imagens e/ou vídeos;
d. Moderação com o objetivo de atender os usuários das redes sociais, com intervenções pontuais e de rápida execução;
e. Avaliação da necessidade (ou não) de algum tipo de ação como resposta do comentário, respondendo as dúvidas e os questionamentos dos usuários de maneira rápida e efetiva;
f. Identificação, análise, resposta ou exclusão de posts considerados ofensivos ou impróprios para o ambiente;
g. Articulação com interlocutores do Contratante para solicitação de parcerias na divulgação de conteúdos específicos ou para a elaboração de respostas.

6.2.5.9. Entregas: um relatório único mensal por perfil, com a descrição das atividades diárias (timesheets) detalhando as tarefas e ações realizadas bem como anexos com as comprovações dos conteúdos produzidos em formato digital, com as seguintes informações:

a. Item I – Apresentar o anexo, em forma de comprovação, dos planejamentos de calendário, mesmo que alguns dos posts planejados não tenha sido publicado por motivos diversos;
b. Item II – Anexar os conteúdos publicados e tagueados;
c. Item III - Descrição e comprovação e análise das tarefas realizadas.

6.2.5.10. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

I. Planejamento, consistência, precisão e assertividade nas informações apuradas e divulgadas;
II. Utilização de linguagem adequada para cada rede social de acordo com sua especificidade;
III. Não conter erros gramaticais, recomendações que ferem a legislação pública e/ou aplicação equivocada de termos.

6.2.5.11. Características consideradas na classificação da complexidade: perfil dos profissionais:

| | |
|---|---|
| **Média Complexidade** | **Profissional de Comunicação Pleno:** nível superior concluído na área de comunicação (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com no mínimo 5 (cinco) anos de experiência na área de comunicação, com atuação em relacionamento com públicos através de canais próprios de comunicação (chats, blogs e redes sociais). |
| **Alta Complexidade** | **Profissional de Comunicação Sênior:** nível superior concluído na área de comunicação (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com no mínimo 10 (dez) anos de experiência na área de comunicação, com atuação em relacionamento com públicos através de canais próprios de comunicação (chats, blogs e redes sociais). |

6.2.5.12. Prazo de entrega: Execução continuada mensal, com entregas diárias de acordo com as demandas da Contratante.

6.2.5.13. **DESIGN GRÁFICO – Descritivo:** Criação desenvolvimento de peças visuais para usos diversos e para ambientes offline e/ou online. As criações serão executadas a partir de briefings elaborados pelo Contratante e/ou pela equipe contratada.

6.2.5.14. Inclui as seguintes atividades:

a. Criação de projetos de comunicação visual para offline, tais como panfletos, banners, fundos de palco, apresentações, entre outros;
b. Criaçaõ e Producaõ de ícones;
c. Criação de projetos de comunicação visual para ambientes digitais: sites, portais, aplicativos móveis, infográficos estáticos, cards, gifs, perfis nas mídias sociais e qualquer outra propriedade digital do Contratante interna e/ou externa.

6.2.5.15. Entregas:

a. Relatório mensal por perfil, com a descrição das atividades diárias (timesheets) detalhando as tarefas e ações realizadas bem como anexos com as comprovações dos conteúdos produzidos, em formato digital, contando também com listagem das tarefas realizadas e visão consolidada;
b. Arquivos finais e arquivos digitais abertos (arquivos fonte) de todos os conteúdos produzidos.

6.2.5.16. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

I. Criação de peças que correspondam e estejam alinhadas à identidade visual da Contratante;
II. Concordância com as regras gramaticais, seguir as recomendações da legislação vigente, aplicar corretamente as marcas da Contratante;
III. Contemplar as fontes, insumos e briefing fornecidos pelo Contratante.

6.2.5.17. Características consideradas na classificação da complexidade: perfil profissional do designer:

| | |
|---|---|
| **Média Complexidade** | **Designer Pleno:** nível superior concluído nas áreas de Design Gráfico; Comunicação – Publicidade, Jornalismo ou Marketing; ou Tecnológico em Design Gráfico, Arquitetura, Desenho Industrial, entre outras formações correlatas (reconhecidas pelo Ministério da Educação), com no mínimo 5 (cinco) anos de experiência na área. Obrigatório conhecimento específico de softwares de tratamento e edição de imagens e ilustração. |
| **Alta Complexidade** | **Designer Sênior:** nível superior concluído nas áreas de Design Gráfico; Comunicação – Publicidade, Jornalismo ou Marketing; ou Tecnológico em Design Gráfico, Arquitetura, Desenho Industrial, entre outras formações correlatas (reconhecidas pelo Ministério da Educação), com no mínimo 10 (dez) anos de experiência comprovada na área. Obrigatório conhecimento específico de softwares de tratamento e edição de imagens e ilustração. O profissional deve ter, no mínimo, 3 (três) anos de experiência em funções de liderança ou coordenação de projetos ou equipes de design. |

6.2.5.18. Prazo de entrega: Execução continuada mensal, com entregas diárias de acordo com as demandas da Contratante.

6.2.6. **Monitoramento, métricas e avaliações**

6.2.6.1. **MONITORAMENTO ONLINE – Descritivo:** Monitorar de forma permanente (24 horas, 7 dias da semana) a imagem do Contratante nas redes sociais proprietárias e externas, incluindo perfis de veículos de comunicação nas redes sociais, publicações e comentários identificados. A partir do monitoramento realizado, a empresa deve apresentar relatórios analíticos diários classificando as interações de usuários (neutra, positiva e negativa), indicando sua repercussão, reputação, evolução de sentimento e demais informações estratégicas para a tomada de decisões.

6.2.6.2. Inclui as seguintes atividades:

6.2.6.2.1. **Item 1: Monitoramento de forma permanente**

a. Monitorar de forma permanente (24 horas, 7 dias da semana) a imagem do Contratante nas redes sociais proprietárias e externas, incluindo perfis de veículos de comunicação nas redes sociais, publicações e comentários identificados;
b. Realizar o envio de alertas ao longo do dia – por e-mail ou grupos/listas de transmissão em aplicativo de mensagens instantâneas (modelo e meio do envio a serem acertados com o Contratante) com temas que possam gerar repercussões com alto volume, especialmente aqueles que possam gerar crise.

6.2.6.2.2. **Item 2: Relatórios analíticos com informações quantitativas e qualitativas no período analisado (de acordo com a entrega - diário, semanal ou mensal):**

a. Indicação do volume total de menções nas redes sociais no período analisado (diário, semanal ou mensal);
b. Regionalização e origens das menções;
c. Temas predominantes - assuntos mais e menos comentados;
d. Levantamento dos principais temas ligados a serviços, projetos, obras, atendimento entre outros assuntos ligados à atuação do Contratante. O levantamento deve ser entregue separado por temas, contendo volume de menções e o alcance das publicações para ajudar a determinar as ações de comunicação e respostas aos cidadãos;
e. Classificar as interações de usuários (neutra, positiva e negativa), indicar sua repercussão, reputação, evolução de sentimento e demais informações estratégicas para a tomada de decisões.

6.2.6.3. Entregas:

a) Envio do relatório, cujo modelo deverá ser acordado entre Contratante e Contratado, de acordo com as entregas abaixo, por e-mail e/ou aplicativo de mensagens instantâneas – a ser combinado com a Contratante;
b) RELATÓRIO DIÁRIO (inclusive sábados, domingos e feriados) às 8h por e-mail e/ou aplicativo de mensagens instantâneas. Deve trazer um resumo dos fatos do dia anterior e do dia (assuntos de maior relevância, positiva ou negativa), tendências de temas relevantes para o dia e temas com potencial para continuar na pauta (por exemplo, tema que esteja repercutindo nas redes sociais). Em casos de temas relevantes, com grande repercussão, indicar dados importantes, como volume total de menções nas redes sociais no período analisado, regionalização, entre outros;
c) RELATÓRIO DIÁRIO (inclusive sábados, domingos e feriados) às 14h por e-mail e/ou aplicativo de mensagens instantâneas. Deve trazer um resumo dos fatos do dia anterior e do dia (assuntos de maior relevância, positiva ou negativa), tendências de temas relevantes para o dia e temas com potencial para continuar na pauta (por exemplo, tema que esteja repercutindo nas redes sociais). Em casos de temas relevantes, com grande repercussão, indicar dados importantes, como volume total de menções nas redes sociais no período analisado, regionalização, entre outros;
d) RELATÓRIO DIÁRIO (inclusive sábados, domingos e feriados) às 18h por e-mail e/ou aplicativo de mensagens instantâneas. Deve trazer os temas de maior repercussão no dia. Em casos de temas relevantes, com grande repercussão, indicar dados importantes, como volume total de menções nas redes sociais no período analisado, regionalização, entre outros. Também pode incluir sugestões de ações nas redes sociais sobre temas do dia;
e) RELATÓRIO SEMANAL em arquivo de apresentação por e-mail e/ou aplicativo de mensagens instantâneas. Recorte com uma visão geral dos principais temas e o que mais repercutiu, positiva e negativamente, entre os itens monitorados. Deve ter conteúdo direto e objetivo, resumindo de forma clara as ocorrências da semana e utilizar recursos gráficos com comparativos relevantes (crescimento, queda etc.);
f) RELATÓRIO MENSAL em arquivo de apresentação (quinto dia útil após o encerramento do mês). Consolidado objetivo das informações e análise macro do ocorrido no mês, apresentando um recorte com uma visão geral dos principais temas e o que mais repercutiu, positiva e negativamente, entre os itens monitorados. Deve ter conteúdo direto e objetivo, resumindo de forma clara as ocorrências do mês e utilizar recursos gráficos com comparativos relevantes (crescimento, queda etc.).

6.2.6.4. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

I. Cumprimento dos horários dos envios diários, com tolerância de até 30 minutos;
II. Qualidade das análises e precisão nos dados;
III. Consistência, relevância e tempestividade dos alertas apresentados.

6.2.6.5. Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de menções. Complexidade:

| | |
|---|---|
| **Baixíssima Complexidade** | Monitoramento de até 60 mil menções/mês. |

6.2.6.6. Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

6.3. **Da execução dos serviços**

6.3.1. Os serviços objeto da contratação serão prestados na forma do estabelecido no objeto da licitação, as quais deverão ser prontamente atendidas, devendo a Contratada garantir os meios para a comunicação adequada entre seus prepostos e a Contratante, representada pelo seu gestor, utilizando-se de todos os meios de comunicação disponíveis, tais como telefones fixos, celulares, vias eletrônicas como internet e demais similares.

6.3.2. Os itens constantes deste Estudo Técnico Preliminar serão estrategicamente combinados pela empresa Contratada no decorrer da execução contratual, com a anuência da Contratante, com vistas a formatar a melhor solução de ação de comunicação, e superar os desafios necessários para atingir os objetivos de comunicação do Contratante.

6.3.3. Para garantir a celeridade e a qualidade na prestação dos serviços, a Contratada disponibilizará equipe técnica responsável para eventual atendimento tanto na sede da Contratada, como da Contratante, quando necessário.

6.3.4. Para a execução, a contratada deve obrigatoriamente possuir, além de estrutura administrava habilitada, quantitativo suficiente de profissionais que deverão estar disponíveis para a execução dos produtos e serviços, objeto da contratação.

6.3.5. Será de responsabilidade da Contratada prover aos profissionais envolvidos na execução contratual, dentro e fora de suas dependências, a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de acesso à Internet por meio de banda larga (com e sem fio), microcomputadores, softwares, celulares (smartphone) com tecnologia 5g, plano de dados de telefonia móvel, equipamento de videoconferência, ferramentas tecnológicas e demais recursos de ponta, de forma a garantir a perfeita execução contratual.

6.3.6. A Contratada deverá alocar a quantidade de prepostos necessária para garantir a melhor intermediação com o Contratante, observados os perfis necessários para cada atividade prevista neste Estudo Técnico Preliminar.

6.3.7. Para a execução dos serviços a licitante deve considerar a estimativa projetada para eventuais deslocamentos indicada abaixo:

| Modalidade dos deslocamentos | Estimativa | Estimativa Pernoites/Diárias por profissional |
|---|---|---|
| Estadual: podendo ocorrer para qualquer um dos 645 municípios de São Paulo | 15 mensais | 2 diárias, com 1 pernoite |
| Nacional: todos os estados | 5 para o período de 15 meses | 2 diárias, com 1 pernoite |

6.3.8. Para a execução dos serviços, a licitante deverá considerar a necessidade de manter, às suas expensas, assinaturas na versão digital de jornais e revistas de grande circulação, abrangendo veículos de alcance nacional, regional e local, tanto da capital quanto do interior, sempre que necessário à plena execução do objeto contratado e à adequada cobertura das demandas de comunicação.

6.3.9. A contratada não possui direito patrimonial sobre a propriedade intelectual ou autoral de qualquer material criado/produzido em razão desta contratação, sendo a Contratante detentora de todos os direitos autorais patrimoniais, caracterizando a cessão de direitos em caráter irretratável e irrevogável.

6.4. **Das condições para execução dos serviços**

6.4.1. Caso ocorra o desligamento de qualquer profissional da equipe técnica inicial, a Contratada deverá substituí-lo por outro profissional que possua o mesmo nível de experiência profissional e formação exigidos neste Estudo Técnico Preliminar ou superior conforme oferecido na Proposta Técnica.

6.4.2. Deverá ainda a Contratada cumprir rigorosamente com todas as programações e atividades do objeto do Contrato.

6.4.3. Prestar todos os esclarecimentos que forem solicitados sobre a gestão do contrato, atendendo de imediato as solicitações da Contratante.

6.4.4. Guardar o mais absoluto sigilo em relação às informações ou documentos de qualquer natureza de que venham a tomar conhecimento, respondendo, administrativa, civil e criminalmente por sua indevida divulgação e /ou incorreta ou inadequada utilização.

6.4.5. O início da execução do objeto deste instrumento somente será autorizado após a assinatura de Termos de Confidencialidade, Sigilo e Uso a ser disponibilizado pela Contratante, comprometendo-se a observar as normas de segurança, privacidade e proteção de dados e informações.

6.4.6. Após a assinatura do contrato, a Contratante se compromete a fornecer todas as informações necessárias para a adequada prestação de contas dos serviços. Isso inclui orientações específicas e manual complementar que facilite o acompanhamento e registro das atividades realizadas.

6.4.6.1. Na prestação de contas, a empresa deverá entregar a seguinte quantidade de fotos brutas conforme as especificações: para captação com duração de até 4 (quatro) horas, anexar no mínimo 80 (oitenta) fotos brutas; e, para captação com duração de até 8 (oito) horas, anexar no mínimo 160 (cento e sessenta) fotos brutas. As fotos devem ser encaminhadas juntamente com as demais comprovações dos serviços.

6.4.6.2. Para fins de prestação de contas mensal, os profissionais designados com perfis técnicos deverão entregar relatório com a descrição das atividades diárias (timesheets) detalhando as tarefas e ações realizadas bem como anexos com as comprovações dos conteúdos produzidos, conforme constam nos entregáveis de cada item no Estudo Técnico Preliminar. Esse requisito aplica-se a todas as funções não categorizadas como produtos da Tabela Geral dos Serviços, são elas: itens 1, 4, 10 e 11.

6.4.6.3. Para atividades identificadas como produtos, ou que não se enquadram nos perfis profissionais técnicos, a empresa deverá anexar comprovantes das atividades realizadas, tais como amostras das produções fotográficas, dos conteúdos audiovisuais captados, dos vídeos editados, dos planejamentos ou diagnósticos realizados, entre outros, conforme contam nos entregáveis de cada item no Edital.

6.5. **Da avaliação de desempenho**

6.5.1. A Contratante irá avaliar o desempenho da contratada quanto ao planejamento e à execução dos produtos e serviços objeto do contrato a ser firmado.

6.5.2. A avaliação será considerada pelo Contratante para: apurar a necessidade de solicitar correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela contratada, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

6.5.3. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada à equipe de fiscalização do contrato a ser firmado e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

## 7. Estimativa das Quantidades a serem Contratadas

7. **Estimativa das Quantidades a Serem Contratadas**

7.1. Diante da crescente demanda por conteúdo digital, audiovisual e multimídia, bem como da necessidade de ampliar a transparência, a prestação de contas e o relacionamento institucional com os diversos públicos atendidos pela Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo, entende-se como essencial a contratação dos serviços propostos e nas quantidades estimadas, não apenas para suprir limitações operacionais atualmente

verificadas, mas para estruturar de forma permanente, integrada e estratégica a comunicação institucional da Pasta. A estrutura proposta foi dimensionada para atender às necessidades da Secretaria durante os 15 (quinze) meses de vigência contratual, contemplando atividades de planejamento, execução, monitoramento e avaliação das ações de comunicação, assegurando maior eficiência na divulgação das políticas públicas, programas, projetos e serviços desenvolvidos pela Pasta.

7.1.1. A Secretaria de Agricultura e Abastecimento exerce papel importante no desenvolvimento econômico e social do Estado de São Paulo, sendo responsável pela formulação, coordenação e implementação de políticas públicas voltadas ao fortalecimento do agronegócio paulista, ao desenvolvimento sustentável da produção agropecuária, à segurança alimentar, ao abastecimento, à pesquisa científica, à inovação tecnológica, à assistência técnica e extensão rural, à defesa agropecuária e à regularização fundiária. Sua atuação possui elevada capilaridade territorial, alcançando os 645 municípios paulistas por meio de coordenadorias, institutos de pesquisa, órgãos vinculados e unidades descentralizadas, mantendo relacionamento permanente com produtores rurais, cooperativas, associações, agroindústrias, universidades, centros de pesquisa, entidades representativas do setor, administrações municipais e sociedade em geral.

7.1.2. A amplitude temática e territorial das competências da Secretaria exige uma estrutura de comunicação capaz de atender simultaneamente demandas institucionais, técnicas e operacionais, contemplando diferentes públicos, múltiplos canais de comunicação e ações desenvolvidas em todas as regiões do Estado. Além da divulgação de políticas públicas e programas governamentais, compete à comunicação institucional promover a difusão de conhecimento técnico, orientar produtores rurais, divulgar pesquisas científicas, fortalecer campanhas educativas, ampliar a transparência administrativa e assegurar respostas rápidas em situações que possam impactar a produção agropecuária, o abastecimento, a sanidade animal e vegetal ou a imagem institucional da Pasta.

7.2. Com o objetivo de comprovar a viabilidade, a razoabilidade e a compatibilidade dos quantitativos propostos, foi elaborado detalhado estudo técnico considerando as demandas atuais e projetadas da Secretaria de Agricultura e Abastecimento, bem como a evolução dos serviços de comunicação pública e as novas necessidades decorrentes da transformação digital da Administração Pública. O prognóstico foi desenvolvido a partir de criteriosa análise conduzida conjuntamente pelas equipes técnicas da Secretaria de Comunicação do Estado e da Secretaria de Agricultura e Abastecimento, considerando o histórico de execução contratual, as demandas atualmente atendidas, aquelas executadas por meios internos e as necessidades ainda não contempladas pelo contrato vigente.

7.3. Na definição dos quantitativos foram considerados, entre outros aspectos:

a) o histórico das demandas de comunicação institucional da Pasta;
b) a ampliação da produção de conteúdo digital e audiovisual na comunicação pública;
c) a necessidade crescente de comunicação direta com produtores rurais, cooperativas, agroindústrias, municípios, instituições de pesquisa e sociedade;
d) o fortalecimento das políticas públicas voltadas à inovação, sustentabilidade, defesa agropecuária, assistência técnica e abastecimento;
e) a necessidade de divulgação permanente das ações desenvolvidas pelos órgãos vinculados;
f) o crescimento da utilização das redes sociais como principal canal de comunicação entre Estado e cidadão;
g) a necessidade de produção de conteúdos acessíveis, educativos e informativos;
h) o histórico de limitações operacionais do contrato vigente;
i) o planejamento institucional de campanhas, eventos técnicos, feiras, seminários, dias de campo, programas de extensão rural e demais ações desenvolvidas pela Secretaria.

7.3.1. Também foram considerados o elevado grau de descentralização das atividades desenvolvidas pela Pasta e a diversidade dos públicos atendidos, fatores que demandam produção contínua de conteúdos jornalísticos, audiovisuais, gráficos e digitais, além de cobertura simultânea de agendas realizadas em diferentes regiões do Estado.

7.3.2. A Secretaria coordena políticas públicas executadas diretamente por suas unidades e em conjunto com importantes órgãos e instituições vinculadas, entre elas a Agência Paulista de Tecnologia dos Agronegócios (APTA) e os institutos de pesquisa vinculados, a Diretoria de Assistência Técnica Integral (CATI), a Diretoria de Defesa Agropecuária (DEFESA), e a Fundação Instituto de Terras do Estado de São Paulo (ITESP), ampliando significativamente o volume de ações institucionais, projetos, pesquisas, eventos técnicos e programas governamentais que demandam comunicação especializada.

7.3.3. Esse cenário evidencia crescimento contínuo da demanda por comunicação pública integrada, exigindo estrutura técnica compatível com a dimensão institucional da Pasta, capaz de assegurar tempestividade, qualidade, transparência, padronização da informação e fortalecimento do relacionamento institucional com todos os públicos estratégicos.

7.4. **Justificativa Técnica por Itens**

7.4.1. **Item 1 – Gerência, Planejamento e Coordenação de Comunicação Integrada**

7.4.1.1. Quantidade prevista: 2 profissionais/mês, ao longo de 15 meses - 1 Alta/Sênior e 1 Altíssima/Master.

7.4.1.2. O Gerente de Comunicação executa a coordenação e a supervisão de todas as atividades de comunicação da Secretaria. Este profissional deve possuir habilidades excepcionais de articulação, além de uma compreensão profunda das necessidades e objetivos da Secretaria. A dinâmica desse trabalho envolve: elaboração de estratégias de comunicação; relação com a imprensa, supervisão da criação de materiais visuais e gráficos, monitoramento e análise do desempenho das ações de comunicação; gestão de crises de imagem e outras demandas relativas ao objeto do atual contrato.

7.4.1.3. A concentração dessas atribuições em um único profissional poderia comprometer a eficiência administrativa; aumentaria o risco institucional; reduziria a capacidade de resposta em situações críticas; contrariaria o princípio da segregação funcional por complexidade. A gestão simultânea do ordinário e do extraordinário evita sobrecarga decisória em temas sensíveis. Daí a necessidade de dois profissionais com distintos perfis:

a) Altíssima Complexidade: executa a gestão estratégica, institucional e de risco da comunicação da Pasta, atuando diretamente na articulação com a Secretaria de Comunicação do Estado, Ministério da Agricultura e Pecuária, órgãos federais, entidades representativas do agronegócio, cooperativas, associações de produtores, universidades, centros de pesquisa e demais instituições parceiras. Também coordena a comunicação institucional relacionada aos órgãos vinculados da Secretaria, assegurando alinhamento estratégico, gestão de crises e comunicação integrada em temas de elevada sensibilidade institucional, como sanidade animal e vegetal, segurança alimentar, abastecimento, eventos climáticos extremos e políticas públicas de impacto econômico e social.

b) Alta Complexidade: está voltado à gestão operacional, coordenação de campanhas, ações e cronogramas; integração entre comunicação interna, externa, digital e assessoria de imprensa; interface com diversas áreas da Secretaria de Agricultura e Abastecimento; monitoramento de indicadores, relatórios e ajustes táticos; gestão de fornecedores e equipes operacionais.

7.4.1.4. Conclui-se, portanto, que não há sobreposição de funções, mas sim complementaridade técnica diante da complexidade institucional e temática da Secretaria de Agricultura e Abastecimento. Enquanto o

perfil de Alta Complexidade atua na coordenação estratégica e operacional das ações integradas de comunicação, o perfil de Altíssima Complexidade dedica-se à condução de temas sensíveis, gestão de crises e apoio direto à alta administração, assegurando maior eficiência, especialização e mitigação de riscos institucionais.

7.4.2. **Item 2 – Análise de Imagem**

7.4.2.1. Quantidade prevista: 1 auditoria a cada 5 meses (3 vezes no período de 15 meses).

7.4.2.2. A análise de imagem consiste em uma auditoria do conteúdo publicado sobre a Pasta. É uma ferramenta estratégica que permite ao órgão público não apenas entender sua posição na mídia, mas também aprimorar sua comunicação e fortalecer sua imagem institucional. Os resultados apurados contribuem com a identificação de riscos e com o alinhamento da estratégia de comunicação estabelecida.

7.4.2.3. A imagem institucional de uma instituição é construída de forma contínua, especialmente em ambientes digitais e midiáticos. Para a Secretaria de Agricultura e Abastecimento, cuja atuação envolve temas sensíveis e de alto interesse público, torna-se necessário acompanhar sistematicamente a aceitação e eventual rejeição de suas ações pela sociedade.

7.4.2.4. A periodicidade de uma auditoria a cada cinco meses é necessária para o balanço de resultados e o aprimoramento das estratégias pré-definidas, maximizando recursos. Essa percepção pública não é estática e sofre variações frequentes em função de: divulgação de programas, campanhas e serviços institucionais; repercussão de temas relacionados à defesa agropecuária, segurança alimentar, abastecimento, sustentabilidade, pesquisa científica, inovação tecnológica, sanidade animal e vegetal e demais políticas públicas executadas pela Pasta.

7.4.2.5. Portanto, a periodicidade de uma auditoria a cada cinco meses permite a identificação de mudanças de percepção, o acompanhamento de tendências e recorrências e a correção de rumos antes da consolidação de percepções negativas.

7.4.3. **Item 3 – Plano Estratégico de Comunicação Integrada**

7.4.3.1. Quantidade prevista: 1 plano a cada 5 meses, totalizando 3 produções ao longo de 15 meses

7.4.3.2. A produção de um Plano de Comunicação Integrada com intervalos de cinco meses permite uma abordagem dinâmica e adaptativa, garantindo que a comunicação da Pasta esteja alinhada com suas diretrizes institucionais e prioridades estratégicas. As agendas da Secretaria de Agricultura e Abastecimento são altamente dinâmicas, sendo influenciadas pela sazonalidade das atividades agropecuárias, pelas políticas públicas voltadas ao setor produtivo, pelas campanhas sanitárias, pelos eventos climáticos, pela evolução das pesquisas científicas, pela execução de programas governamentais, pelas demandas relacionadas ao abastecimento alimentar e pelas constantes transformações do agronegócio paulista.

7.4.3.3. Nesse contexto, um único plano de comunicação de longo prazo não é suficiente para responder de forma adequada às mudanças do cenário institucional. O intervalo de cinco meses entre os Planos de Comunicação Integrada permite a análise e atualização de dados sobre a eficácia das ações de comunicação implementadas. A avaliação contínua ajuda a identificar o que funcionou bem e o que precisa ser melhorado, possibilitando ajustes nas estratégias com base em indicadores de desempenho. Esse modelo favorece a gestão por resultados, alinhada às boas práticas da Administração Pública.

7.4.4. **Item 4 – Assessoria de Imprensa e Comunicação Interna**

7.4.4.1. Quantidade prevista: 8 profissionais/mês, ao longo de 15 meses - 1 Baixa/Júnior, 4 Média/Plenos e 3 Alta/Seniores.

7.4.4.2. Para definição dos quantitativos propostos foram considerados os resultados quantitativos e qualitativos do contrato vigente, bem como a ampliação do escopo contratual, que passa a contemplar, além da assessoria de imprensa, ações estruturadas de comunicação interna. Os indicadores consolidados do contrato atual demonstram elevada demanda por atendimento à imprensa e produção de conteúdo institucional, cujos quantitativos serão atualizados após consolidação das informações estatísticas do período.

7.4.4.3. Em 2025 foram registrados 379 atendimentos à imprensa, com elaboração de 915 releases, notas, artigos, avisos de pauta e materiais de apoio. Também foram realizados 76 agendas por mês (acompanhamentos de porta-vozes, eventos e entrevistas concedidas por representantes da Secretaria).

7.4.4.4. Apenas no primeiro semestre de 2026 foram registrados 219 atendimentos à imprensa, produzidos 446 releases e materiais jornalísticos e realizados 74 eventos ao mês, entre acompanhamentos de porta-vozes e entrevistas institucionais.

7.4.4.5. Os dados consolidados evidenciam demanda contínua e crescente por comunicação institucional especializada. A atuação da Secretaria envolve políticas públicas diretamente relacionadas ao agronegócio, abastecimento alimentar, defesa agropecuária, pesquisa científica, inovação tecnológica, extensão rural e sustentabilidade, temas de elevado interesse público e forte repercussão econômica e social.

7.4.4.6. Além do relacionamento permanente com a imprensa estadual e regional, a Pasta mantém interlocução frequente com veículos especializados no setor agropecuário, entidades representativas, cooperativas, produtores rurais, universidades, centros de pesquisa e administrações municipais, ampliando significativamente a complexidade da comunicação institucional.

7.4.4.7. A incorporação da Comunicação Interna ao escopo contratual representa expansão efetiva das atividades desenvolvidas, contemplando campanhas voltadas aos servidores, divulgação de programas institucionais, ações de integração organizacional e apoio à gestão.

7.4.4.8. O dimensionamento da equipe permite atendimento simultâneo às demandas de imprensa, comunicação interna, agendas institucionais, gerenciamento de crises e ações extraordinárias, reduzindo riscos operacionais e assegurando continuidade dos serviços durante todo o período contratual.

7.4.4.9. Dessa forma, a ampliação da estrutura mostra-se tecnicamente proporcional às necessidades institucionais da Secretaria, não configurando superdimensionamento, mas adequação da capacidade operacional à demanda efetivamente existente.

7.4.5. **Item 5 – Produção, Seleção, Edição de Fotografias e Gestão de Imagens**

7.4.5.1. Quantidade prevista: 10 produções/mês, totalizando 150 ao longo de 15 meses.

7.4.5.2. A estimativa de 10 produções fotográficas mensais baseia-se na média histórica e na rotina operacional da Secretaria, considerando: eventos oficiais; coletivas e entrevistas à imprensa; ações simultâneas em diferentes localidades; produção de conteúdo para releases, notas oficiais, redes sociais, comunicação interna, relatórios e apresentações institucionais.

7.4.5.3. O quantitativo considerou, também, a média de eventos oficiais promovidos ou apoiados pelo Estado, incluindo agendas com autoridades, inaugurações, lançamentos de programas e campanhas, além de coberturas sazonais.

7.4.5.4. A definição de 10 entregas mensais visa cobrir uma média de dois a três eventos por semana, com entrega completa dos materiais (captação, seleção, edição e organização em banco de imagens), assegurando a preservação da memória institucional e a disponibilidade de acervos padronizados e acessíveis às equipes de comunicação.

7.4.5.5. Apesar de ser um serviço novo no contrato, a demanda é recorrente na prática da comunicação governamental, sendo que, anteriormente, sua execução era pulverizada entre equipes internas, sem padronização ou armazenamento estruturado. A consolidação desse serviço permitirá centralização, escalabilidade e eficiência.

7.4.5.6. Cada produção não se limita ao ato de fotografar, mas compreende um conjunto de ações, incluindo: curadoria, seleção e tratamento de imagens; edição conforme identidade visual institucional; indexação, catalogação e armazenamento no banco de imagens. A gestão estruturada de banco de imagens possibilita: reutilização eficiente de conteúdos; padronização visual; controle de direitos autorais e de uso de imagem; redução de custos com contratações emergenciais ou compra de imagens avulsas. A produção fotográfica também contempla o registro de atividades desenvolvidas pelos institutos de pesquisa, unidades experimentais, propriedades rurais assistidas, ações de extensão rural, campanhas sanitárias, fiscalizações agropecuárias, eventos científicos e iniciativas de inovação tecnológica, contribuindo para a documentação histórica e para a divulgação das políticas públicas executadas pela Pasta.

7.4.5.7. As captações de até 8 horas correspondem a agendas extensas e complexas, como inaugurações, eventos com múltiplas etapas, ações descentralizadas em campo, coberturas simultâneas ou atividades que exigem maior deslocamento, acompanhamento contínuo e diversidade de registros.

7.4.5.8. Ao longo dos 15 meses de vigência, a previsão de 150 produções fotográficas garante: cobertura contínua da agenda institucional; disponibilidade imediata de imagens para demandas emergenciais da imprensa; atualização permanente do banco de imagens institucional.

7.4.5.9. Dessa forma, a previsão contratual de produção de imagens, que inclui ações de Comunicação Interna é proporcional e complementar ao volume de produtos já comprovadamente executados.

7.4.5.10. Diante da natureza contínua das atividades da Secretaria de Agricultura e Abastecimento, da necessidade de documentação visual própria, da integração direta com a Assessoria de Imprensa e Comunicação Interna e da média mensal compatível com a rotina administrativa, a contratação de serviços de Produção, Seleção, Edição de Fotografias e Gestão de Banco de Imagens, na quantidade de 10 produções mensais ao longo de 15 meses, revela-se tecnicamente justificada, proporcional e alinhada à demanda real e recorrente da Secretaria. Portanto, o quantitativo estimado demonstra compatibilidade com a intensidade das atividades da Pasta, não configurando superdimensionamento, mas sim dimensionamento técnico adequado à demanda institucional.

7.4.6. **Item 6 – Captação de Imagens em Vídeo**

7.4.6.1. Quantidade prevista: 10 produções/mês, total de 150 produções em 15 meses.

7.4.6.2. A captação de imagens em vídeo constitui ferramenta essencial de comunicação institucional contemporânea, sendo amplamente utilizada pela Administração Pública para facilitar a compreensão de conteúdos técnicos por meio de linguagem acessível. A produção própria de vídeos institucionais reduz dependência de material externo e assegura controle sobre conteúdo, narrativa e direitos autorais; previne riscos de uso indevido de imagem ou som; permite rápida resposta em situações emergenciais ou de crise. Além disso, garante padronização estética e técnica e a reutilização do material em campanhas futuras.

7.4.6.3. Na Secretaria de Agricultura e Abastecimento, o conteúdo em vídeo possui papel ainda mais relevante por possibilitar a demonstração prática de tecnologias desenvolvidas pelos institutos de pesquisa, a divulgação de orientações técnicas aos produtores rurais, o registro de ações de extensão rural, campanhas sanitárias, programas de inovação, ações de fiscalização e eventos institucionais. Os conteúdos audiovisuais produzidos também poderão ser utilizados em ações de educação sanitária, difusão tecnológica, capacitação de produtores e divulgação de boas práticas agropecuárias.

7.4.6.4. A integração do contrato com Comunicação Interna gerou novas demandas, ampliando a necessidade de produções específicas com ações para os servidores.

7.4.6.5. No contexto da Secretaria de Agricultura e Abastecimento, o vídeo é especialmente relevante por permitir: a divulgação clara e acessível de políticas agrícolas, programas de incentivo ao produtor rural, ações de defesa agropecuária, abastecimento e segurança alimentar; o registro fiel de ações em campo, eventos, feiras, pesquisas e iniciativas desenvolvidas em todo o Estado; além de contribuir para a transparência e a prestação de contas, reduzindo riscos de desinformação ou interpretações equivocadas.

7.4.6.6. Ao longo dos 15 meses de vigência contratual, a previsão de 150 produções de vídeo assegura: cobertura contínua da agenda institucional e disponibilidade de material audiovisual próprio para diferentes formatos e canais.

7.4.6.7. A contratação visa garantir equipe técnica para atender eventos com planejamento prévio e gravações espontâneas, ajustando-se às pautas institucionais. O modelo proposto permite a realização de até 10 coberturas audiovisuais mensais — volume considerado adequado frente ao porte da Pasta.

7.4.6.8. A estimativa foi baseada na necessidade de cobertura em vídeo de eventos institucionais com captação externa e entrevistas, bem como na produção de materiais por meio de linguagens audiovisuais.

7.4.6.9. As captações de até 8 horas estão associadas a produções extensas e complexas, que envolvem acompanhamento integral de agendas, múltiplos ambientes de gravação, necessidade de captação de imagens de apoio (imagens de cobertura), deslocamentos, além de maior exigência técnica quanto à captação de áudio, iluminação e enquadramento.

7.4.7. **Item 7 – Edição de Imagens em Vídeo para Redes Sociais.**

7.4.7.1. Quantidade prevista: 15 edições/mês, totalizando 225 entregas em 15 meses.

7.4.7.2. A estimativa se baseia em análise de engajamento de conteúdos multimídia nas redes sociais dos órgãos estaduais. O comportamento de consumo de informação demonstra preferência crescente por conteúdos curtos, dinâmicos e com recursos como legendas, letterings, trilha e formatos adaptados às redes sociais.

7.4.7.3. Mesmo sem histórico de execução anterior via contrato, esse serviço já é realizado de forma improvisada e com ferramentas limitadas. Com a estrutura contratual proposta, busca-se garantir a qualidade técnica das edições, agilidade de entrega, padronização visual, acessibilidade por meio de legendas e finalmente, aumento do alcance e engajamento do conteúdo. As edições contemplam inserção de legendas, recursos gráficos, identidade visual institucional, adaptação aos diferentes formatos das plataformas digitais, acessibilidade, trilhas sonoras, animações e demais elementos necessários para ampliar o engajamento e facilitar a compreensão das informações. A edição dos conteúdos permite adaptar informações altamente técnicas para linguagem acessível ao produtor rural, ao cidadão e aos diversos segmentos da cadeia produtiva, ampliando significativamente o alcance das políticas públicas.

7.4.7.4. A previsão de 15 edições mensais possibilita o atendimento de 3 a 4 produções semanais, contemplando vídeos institucionais, informativos e de prestação de contas, mantendo fluxo contínuo de publicação e regularidade na presença digital da Pasta.

7.4.8. **Item 8 – Planejamento e Execução de Media Training**

7.4.8.1. Quantidade prevista: até 5 treinamentos no período de 15 meses.

7.4.8.2. O Media Training (treinamento de mídia) capacita os titulares da Pasta para interações com a mídia, ajudando-os a entender como funcionam as entrevistas, as perguntas mais comuns e as melhores práticas

para se comunicar de forma clara e eficaz. Foram considerados treinamentos individuais e coletivos para otimizar a prestação do serviço.

7.4.8.3. A realização do treinamento junto aos porta-vozes são fundamentais para garantir que eles estejam bem-preparados para se comunicar com a mídia. Os treinamentos capacitam os profissionais a promover a transparência e a prestação de contas do órgão, contribuindo para a confiança da sociedade nas ações do governo. A qualificação desses agentes reduz riscos de ruído comunicacional, interpretações equivocadas e exposição institucional indevida.

7.4.8.4. Os porta-vozes atendidos possuem diferentes níveis de experiência em comunicação pública e distintos graus de exposição à imprensa e à sociedade. Essa diversidade exige formatos de capacitação diferenciados, tanto em conteúdo quanto em metodologia e complexidade.

7.4.8.5. Diante da diversidade de perfis e níveis de exposição dos porta-vozes, justifica-se a contratação de profissionais especializados em treinamento de comunicação, distribuídos conforme o grau de complexidade das demandas.

7.4.9. **Item 9 – Diagnóstico e Mapeamento de Presença Digital**

7.4.9.1. Quantidade prevista: 5 diagnósticos no período de 15 meses (1 a cada 3 meses).

7.4.9.2. A evolução dos números de alcance e crescimento de seguidores nas principais redes sociais também evidencia a necessidade de intensificação e diversificação dos esforços de comunicação digital.

7.4.9.3. Em 2025, o perfil no Instagram da Secretaria de Agricultura e Abastecimento alcançou 618.449 contas, com 10.634 novos seguidores e cerca de 1.700 visualizações.

7.4.9.4. Enquanto isso, o Facebook da Pasta saltou para 17.269 seguidores em 2025. No LinkedIn, só em 2025, foram registradas 162.404 impressões em publicações, com o acréscimo de 2.250 novos seguidores. Em 2026, o perfil da Pasta no Instagram alcançou mais de 21.000 novos seguidores.

7.4.9.5. Os indicadores demonstram crescimento da presença digital da Secretaria e reforçam a necessidade de acompanhamento permanente do desempenho das ações de comunicação, permitindo identificar oportunidades de melhoria, avaliar resultados e aperfeiçoar continuamente as estratégias adotadas.

7.4.10. **Item 10 – Planejamento, Gestão e Criação de Conteúdo para as Mídias Sociais**

7.4.10.1. Quantidade prevista: 2 profissionais/mês - 15 meses, 1 Média/Pleno e 1 Alta/Sênior.

7.4.10.2. A Secretaria de Agricultura e Abastecimento atua em áreas estratégicas e sensíveis, como fortalecimento do agronegócio, desenvolvimento rural sustentável, defesa agropecuária, abastecimento alimentar, segurança alimentar e apoio à produção agrícola, com impacto direto na vida da população.

7.4.10.3. Nesse contexto, as mídias sociais configuram-se como canal prioritário de comunicação, permitindo diálogo direto, ágil e transparente com a sociedade, além de ampliar o alcance das informações sobre serviços públicos, campanhas institucionais e ações voltadas ao fortalecimento do agronegócio, da segurança alimentar, da pesquisa científica, da assistência técnica e da sustentabilidade.

7.4.10.4. A gestão estratégica das redes exige produção de conteúdo segmentado, definição e aplicação de calendário editorial e ações coordenadas, que envolvem adequação de linguagem para diferentes canais, monitoramento de engajamento e interações e respostas a comentários e mediação de crises. A ausência desse planejamento reduz o alcance e enfraquece o papel educativo e informativo da Secretaria de Agricultura e Abastecimento.

7.4.10.5. A atuação contínua e planejada nas mídias sociais permite esclarecimento rápido de informações incorretas. Além disso, essa gestão promove maior eficiência operacional, ao centralizar planejamento, execução e avaliação das ações digitais.

7.4.10.6. Apesar de não existir um registro de execução anterior por meio de contrato, esse serviço já é realizado por equipes internas, com o uso de ferramentas restritas. A intenção de estabelecer uma nova estrutura contratual é garantir a excelência técnica das edições, a rapidez nas entregas, a uniformidade visual e a ampliação do alcance do conteúdo.

7.4.11. **Item 11 – Design Gráfico**

7.4.11.1. Quantidade prevista: 2 profissionais/mês, ao longo de 15 meses - 1 Média/Pleno e 1 Alta/Sênior.

7.4.11.2. A comunicação visual é instrumento estratégico para o Estado, pois garante clareza, acessibilidade e padronização das informações públicas.

7.4.11.3. As demandas de design gráfico não são homogêneas e variam quanto a: grau de complexidade técnica; impacto institucional e necessidade de conceituação, estratégia visual e inovação. Daí a necessidade da diferenciação de perfis.

7.4.11.4. O designer gráfico sênior cria identidade visual das campanhas, atua na coordenação, supervisão, aprovações e, ainda, faz o planejamento estratégico e gestão das equipes; enquanto designer gráfico de perfil pleno faz ajustes de layout, criação de materiais simples e apoio em projetos maiores. Todas as atividades incluem elaboração de relatórios de métricas e reuniões de planejamento.

7.4.11.5. A complementariedade dos perfis permite distribuição adequada das demandas, conforme grau de complexidade. A contratação segmentada por perfis evita sobrecusto ao utilizar profissionais de alta complexidade em demandas simples.

7.4.11.6. Tendo em vista a diversidade, o volume e o grau de complexidade das demandas de comunicação visual da Secretaria de Agricultura e Abastecimento e seus órgãos vinculados, justifica-se a contratação de serviços especializados de design gráfico com perfis diferenciados — pleno, para atendimento de demandas recorrentes de média complexidade, e sênior, para desenvolvimento de projetos estratégicos e de alta complexidade, assegurando eficiência, qualidade técnica, economicidade e adequada comunicação das políticas públicas.

7.4.12. **Item 12 – Monitoramento on-line**

7.4.12.1. Quantidade prevista: 1 produção/serviço mensal, totalizando 15 entregas.

7.4.12.2. O monitoramento contínuo dos ambientes digitais constitui ferramenta estratégica para acompanhamento da repercussão das ações governamentais, identificação de tendências, avaliação da efetividade das campanhas institucionais e prevenção de riscos reputacionais. No contexto da Secretaria de Agricultura e Abastecimento, esse acompanhamento assume especial relevância diante da ampla circulação de informações relacionadas à produção agropecuária, sanidade animal e vegetal, abastecimento, sustentabilidade, eventos climáticos, mercados agrícolas e políticas públicas voltadas ao setor.

7.4.12.3. O monitoramento contínuo, ao longo de 15 meses, consegue capturar: evolução de discursos ao longo do tempo; mudanças de comportamento de perfis monitorados; surgimento de novos riscos, crises ou oportunidades.

7.4.12.4. O escopo inclui a análise de alcance, engajamento e conversão; sugestões para otimização de performance e insights para definição de novas estratégias a partir da avaliação da efetividade das

campanhas e publicações. Além disso, o monitoramento contínuo permite: identificação precoce de menções negativas, desinformação ou ataques coordenados; acompanhamento da propagação de conteúdos sensíveis; atuação preventiva e redução de riscos reputacionais.

## 8. Estimativa do Valor da Contratação

**Valor (R$):** 15.389.624,54

8.1. A Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo realizou uma análise detalhada das necessidades institucionais da Secretaria de Agricultura e Abastecimento, identificando quantitativa e qualitativamente os serviços de comunicação corporativa integrada necessários ao adequado atendimento das demandas estratégicas do órgão. Essa análise seguiu as diretrizes previstas no Decreto n.º 68.017/2023 e contemplou:

8.1.1. A motivação da contratação, fundamentada na necessidade de garantir comunicação pública integrada, transparente, eficiente e alinhada às diretrizes governamentais;

8.1.2. A definição do problema a ser solucionado, relacionado à inadequação do modelo anteriormente adotado, caracterizado pela fragmentação dos serviços e pela limitação à assessoria de imprensa tradicional, sem a integração plena entre planejamento estratégico e comunicação integrada;

8.1.3. A avaliação preliminar das alternativas existentes, considerando cenário de execução interna, contratação segmentada por objeto e contratação integral de serviços especializados sob modelo integrado.

8.2. Após essa análise, concluiu-se que o modelo de serviço integrado é o mais alinhado à resolução do problema identificado, pois:

8.2.1. Garante maior eficiência operacional e unidade estratégica na comunicação institucional;

8.2.2. Atende às especificidades técnicas exigidas pela comunicação pública contemporânea;

8.2.3. Permite flexibilidade para adaptação às demandas variáveis da Pasta;

8.2.4. Otimiza custos administrativos e operacionais, assegurando melhor relação custo-benefício em comparação com modelos fragmentados anteriormente utilizados.

8.3. Definido o modelo de solução mais adequado, passou-se à etapa de levantamento de parâmetros de mercado para estimativa preliminar de valor, a fim de subsidiar a decisão quanto à viabilidade técnica e econômica da futura contratação.

8.4. Realizou-se pesquisa complementar no Portal Nacional de Contratações Públicas – PNCP, utilizando o código aproximado do CATSER 15601 (Serviços de publicidade e propaganda), 3778 (Serviços de assessoria e consultoria em comunicação social) e 10219 (Produção e edição de conteúdo audiovisual).

8.4.1. Entretanto, tais códigos não representam de forma precisa o escopo integrado previsto neste Estudo Técnico Preliminar, pois são utilizados de forma ampla para serviços isolados e específicos, que divergem quanto ao tipo, complexidade e abrangência do modelo proposto. Dessa forma, torna-se inviável utilizá-los para comparação direta, uma vez que se referem a contratos que não possuem equivalência com o objeto pretendido, o que acarretaria estimativa subjetiva e indireta.

8.4.2. Por essa razão, optou-se por realizar pesquisa direta junto ao mercado especializado, como forma mais confiável de obter parâmetros realistas para a estimativa preliminar.

8.5. Foram então consultadas empresas especializadas em comunicação corporativa integrada. Das empresas contatadas, três responderam formalmente, apresentando propostas alinhadas ao modelo de serviço definido neste Estudo Técnico Preliminar.

8.6. Ressalta-se que o escopo ora proposto configura modelo integrado de comunicação, combinando estratégias de planejamento de comunicação integrada, análise de imagem, plano estratégico de comunicação integrada, assessoria de imprensa e comunicação interna e media training sob demanda em um único contrato. Por esse motivo, não foram encontrados modelos plenamente comparáveis no PNCP ou em registros de contratações anteriores, reforçando a necessidade da pesquisa direta junto às empresas do setor.

8.7. Para esta fase preliminar, foi adotada a média aritmética simples dos valores apresentados, sem exclusão de propostas, uma vez que a finalidade é apenas obter parâmetro geral de mercado suficiente para demonstrar a viabilidade técnica e econômica da contratação do modelo mais adequado para solucionar a demanda, conforme autoriza o art. 7º do Decreto n.º 68.017/2023.

8.8. A seguir, apresenta-se o quadro item a item, com os valores obtidos para cada componente do serviço e a respectiva média aritmética preliminar:

| ITEM | DESCRIÇÃO | UNIDADE DE MEDIDA | QUANTIDADE ESTIMADA MENSAL | QUANTIDADE ESTIMADA PARA 15 MESES | Empresa 01 | Empresa 02 | Empresa 03 | Empresa 04 | Empresa 05 | MÉDIA | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | VALOR UNITÁRIO | VALOR UNITÁRIO | VALOR UNITÁRIO | VALOR UNITÁRIO | VALOR UNITÁRIO | VALOR UNITÁRIO | VALOR TOTAL |
| **ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO** | | | | | | | | | | | |
| **1** | **GERÊNCIA, PLANEJAMENTO E COORDENAÇÃO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA** | Prestação de serviço por Profissional com perfil de Altíssima Complexidade (Master) | 1 (um) profissional com o perfil correspondente contratado para a execução mensal | 15 | R$ 65.000,00 | R$ 91.204,98 | R$ 45.000,00 | R$ 33.000,00 | R$ 34.859,13 | R$ 53.812,82 | R$ 807.192,33 |
| | | Prestação de serviço por Profissional com perfil de Alta Complexidade (Sênior) | 1 (um) profissional com o perfil correspondente contratado para a execução mensal | 15 | R$ 55.000,00 | R$ 119.893,50 | R$ 42.000,00 | R$ 25.000,00 | R$ 35.000,00 | R$ 55.378,70 | R$ 830.680,50 |
| **2** | **ANÁLISE DE IMAGEM** | Produto - Média Complexidade - Período de avaliação da imagem: publicações monitoradas no período de 5 meses | 1 (uma) auditoria a cada 5 (cinco) meses (3 vezes no período de 15 meses) | 3 | R$ 175.000,00 | R$ 92.149,64 | R$ 65.000,00 | R$ 56.700,00 | R$ 34.250,00 | R$ 84.619,93 | R$ 253.859,78 |
| | | | 1 (um) plano estratégico a | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **3** | **PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA** | Produto - Planejamento Estratégico /documento | cada 5 (cinco) meses (3 vezes no período de 15 meses) | 3 | R$ 55.000,00 | R$ 124.639,00 | R$ 105.000,00 | R$ 54.900,00 | R$ 41.476,39 | R$ 76.203,08 | R$ 228.609,23 |
| **ASSESSORAMENTO** | | | | | | | | | | | |
| **4** | **ASSESSORIA DE IMPRENSA E COMUNICAÇÃO INTERNA** | Prestação de serviço por Profissional com perfil de Alta Complexidade (Sênior) | 3 (três) profissionais com o perfil correspondente contratados para a execução continuada mensal | 45 | R$ 55.000,00 | R$ 81.058,57 | R$ 42.000,00 | R$ 18.000,00 | R$ 29.898,81 | R$ 45.191,48 | R$ 2.033.616,42 |
| | | Prestação de serviço por Profissional com perfil de Média Complexidade (Pleno) | 4 (quatro) profissionais com o perfil correspondente contratados para a execução continuada mensal | 60 | R$ 44.000,00 | R$ 88.058,67 | R$ 35.000,00 | R$ 14.600,00 | R$ 20.732,82 | R$ 40.478,30 | R$ 2.428.697,88 |
| | | Prestação de serviço por Profissional com perfil de Baixa Complexidade (Júnior) | 1 (um) profissional com o perfil correspondente contratado para a execução continuada mensal | 15 | R$ 25.000,00 | R$ 61.261,27 | R$ 25.000,00 | R$ 11.230,00 | R$ 12.998,14 | R$ 27.097,88 | R$ 406.468,23 |
| **PRODUÇÃO, ORGANIZAÇÃO E GESTÃO DE BANCO DE IMAGENS** | | | | | | | | | | | |
| **5** | **PRODUÇÃO, SELEÇÃO E EDIÇÃO DE FOTOGRAFIA E GESTÃO DE BANCO DE IMAGENS** | Captação Diária de Média Complexidade - Produção de até 4 horas. As contratações mensais podem variar para atender as demandas da Pasta, mas respeitando o saldo contratual do período anual | 5 | 75 | R$ 2.400,00 | R$ 12.886,06 | R$ 10.500,00 | R$ 5.600,00 | R$ 4.300,00 | R$ 7.137,21 | R$ 535.290,90 |
| | | Captação Diária de Alta Complexidade - Produção de até 8 horas. As contratações mensais podem variar para | 5 | 75 | R$ 3.800,00 | R$ 18.258,93 | R$ 15.700,00 | R$ 7.300,00 | R$ 6.609,62 | R$ 10.333,71 | R$ 775.028,25 |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | atender as demandas da Pasta, mas respeitando o saldo contratual do período anual | | | | | | | | | | |
| **6** | **CAPTAÇÃO DE IMAGENS EM VÍDEO** | Captação Diária de Média Complexidade - Produção de até 4 horas. As contratações mensais podem variar para atender as demandas da Pasta, mas respeitando o saldo contratual do período anual | 5 | 75 | R$ 3.100,00 | R$ 8.892,06 | R$ 12.500,00 | R$ 6.100,00 | R$ 4.700,00 | R$ 7.058,41 | R$ 529.380,90 |
| | | Captação Diária de Alta Complexidade - Produção de até 8 horas. As contratações mensais podem variar para atender as demandas da Pasta, mas respeitando o saldo contratual do período anual | 5 | 75 | R$ 5.000,00 | R$ 13.016,71 | R$ 17.500,00 | R$ 8.300,00 | R$ 7.204,36 | R$ 10.204,21 | R$ 765.316,05 |
| **7** | **EDIÇÃO DE IMAGENS EM VÍDEO PARA REDES SOCIAIS** | Compilado de imagens e/ou sonoras ou vídeo depoimento – na vertical ou horizontal, conforme solicitação da CONTRATANTE - com no máximo 1 (um) minuto e 30 (trinta) segundos. Pode conter ou não, sempre de acordo com a demanda da CONTRATANTE: legenda e letterings em português para destacar a mensagem a ser passada, trilha | 15 | 225 | R$ 5.000,00 | R$ 18.481,94 | R$ 6.500,00 | R$ 3.400,00 | R$ 4.335,90 | R$ 7.543,57 | R$ 1.697.302,80 |
| **TREINAMENTO** | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **8** | **PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO DE MEDIA TRAINING** | Baixa Complexidade - Treinamento de um (1) porta-voz | Não se aplica | 3 | R$ 30.000,00 | R$ 77.558,87 | R$ 65.000,00 | R$ 58.900,00 | R$ 24.762,51 | R$ 51.244,28 | R$ 153.732,83 |
| | | Média Complexidade - Treinamento de até quatro (4) porta-vozes | Não se aplica | 2 | R$ 45.000,00 | R$ 94.550,18 | R$ 85.000,00 | R$ 62.000,00 | R$ 42.414,39 | R$ 65.792,91 | R$ 131.585,83 |
| **COMUNICAÇÃO DIGITAL** | | | | | | | | | | | |
| **9** | **DIAGNÓSTICO E MAPEAMENTO DE PRESENCA DIGITAL** | Baixa Complexidade - análise e monitoramento de até 6 (seis) canais digitais | Serão 5 (cinco) contratações anuais, a cada 3 (três) meses, para análise do trimestre | 5 | R$ 45.000,00 | R$ 114.791,80 | R$ 55.000,00 | R$ 11.000,00 | R$ 21.296,55 | R$ 49.417,67 | R$ 247.088,35 |
| **10** | **PLANEJAMENTO, GESTÃO E CRIAÇÃO DE CONTEÚDO PARA AS MÍDIAS SOCIAIS DO ÓRGÃO CONTRATANTE** | Prestação de serviço por Profissional com perfil de Alta Complexidade (Sênior) | 1 (um) profissional com o perfil correspondente contratado para a execução continuada mensal | 15 | R$ 55.000,00 | R$ 122.115,60 | R$ 42.000,00 | R$ 17.300,00 | R$ 31.250,00 | R$ 53.533,12 | R$ 802.996,80 |
| | | Prestação de serviço por Profissional com perfil de Média Complexidade (Pleno) | 1 (um) profissional com o perfil correspondente contratado para a execução continuada mensal | 15 | R$ 44.000,00 | R$ 88.370,00 | R$ 35.000,00 | R$ 13.500,00 | R$ 19.710,53 | R$ 40.116,11 | R$ 601.741,59 |
| **11** | **DESIGN GRÁFICO** | Prestação de serviço por Profissional com perfil de Alta Complexidade (Sênior) | 1 (um) profissional com o perfil correspondente contratado para a execução continuada mensal | 15 | R$ 55.000,00 | R$ 45.349,54 | R$ 42.000,00 | R$ 13.400,00 | R$ 36.250,00 | R$ 38.399,91 | R$ 575.998,62 |
| | | Prestação de serviço por Profissional com perfil de Média Complexidade (Pleno) | 1 (um) profissional com o perfil correspondente contratado para a execução continuada mensal | 15 | R$ 44.000,00 | R$ 48.795,99 | R$ 35.000,00 | R$ 12.300,00 | R$ 20.010,16 | R$ 32.021,23 | R$ 480.318,45 |
| **MONITORAMENTO, MÉTRICAS E AVALIAÇÕES** | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **12** | **MONITORAMENTO ONLINE** | Baixíssima Complexidade - Monitoramento de perfis de redes sociais - total de até 60 mil menções/mês | 1 | 15 | R$ 65.000,00 | R$ 106.819,44 | R$ 155.000,00 | R$ 8.900,00 | R$ 32.520,16 | R$ 73.647,92 | R$ 1.104.718,80 |
| **VALOR TOTAL EM REAIS** | | | | | | | | | | | **R$ 15.389.624,54** |

8.9. A média aritmética dos valores coletados para todos os itens resultou em um valor total preliminar de **R$ 15.389.624,54** (quinze milhões, trezentos e oitenta e nove mil, seiscentos e vinte e quatro reais e cinquenta e quatro centavos), demonstrando que a solução escolhida é tecnicamente viável e economicamente compatível com os preços praticados no mercado para serviços de mesma natureza e complexidade. Essa estimativa confirma que o modelo definido neste Estudo Técnico Preliminar atende de forma adequada às necessidades da Secretaria de Agricultura e Abastecimento e permite a adoção de uma estratégia integrada de comunicação de forma planejada e eficiente.

8.10. Importa destacar que a pesquisa de preços realizada no âmbito deste Estudo Técnico Preliminar observa o disposto no Decreto n.º 68.017/2023 e tem por finalidade exclusiva subsidiar a análise da viabilidade técnica e econômica do modelo de solução proposto, constituindo etapa preparatória essencial para a adequada motivação da contratação.

8.11. Na fase subsequente, correspondente à elaboração do Termo de Referência, será promovida nova pesquisa de preços, em conformidade com o Decreto n.º 67.888/2023, a qual possui natureza distinta e caráter complementar, sendo destinada à definição do valor estimado definitivo da contratação, com detalhamento do escopo e das condições de execução.

8.12. Por serem etapas distintas, os valores apurados poderão divergir, pois a estimativa do ETP é preliminar e baseada em parâmetros gerais de mercado, enquanto a pesquisa do Termo de Referência é mais minuciosa e reflete com maior precisão o custo da execução.

8.13. Essa pesquisa definitiva seguirá a metodologia prevista no Decreto n.º 67.888/2023, observando todos os ritos pertinentes e demais exigências normativas. Assim, as duas pesquisas possuem finalidades específicas e se complementam no processo, assegurando o integral atendimento aos princípios da motivação, economicidade, planejamento e eficiência previstos na Lei n.º 14.133/2021.

## 9. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

9.1. Serviços semelhantes ao do objeto deste estudo Técnico Preliminar são prestados à Secretaria de Comunicação há muitos anos da forma como foram detalhados no item 6, salvo alterações para contemplar os avanços vivenciados pelos meios de comunicação.

9.2. Determina o art. 47, da Lei n. 14.133/2021, inciso II, que as licitações de serviços atenderão aos princípios do parcelamento, quando for tecnicamente viável e economicamente vantajoso, e prossegue explicando em seu §1º que na aplicação do princípio do parcelamento deverão ser considerados:

> I - a responsabilidade técnica;
>
> II - o custo para a Administração de vários contratos frente às vantagens da redução de custos, com divisão do objeto em itens;

III - o dever de buscar a ampliação da competição e de evitar a concentração de mercado.

9.3. Pois, bem, todos os serviços que integram o escopo contratual são prestados pelas empresas que atuam nesse nicho de mercado. A prestação dos serviços foi planejada para possibilitar o compartilhamento de equipamentos, softwares e equipe, permitindo que um mesmo profissional possa atender a várias demandas.

9.4. As cotações obtidas demonstram a veracidade dessa afirmação, não existindo nenhum insurgimento das empresas consultadas que evidencie a necessidade de dissociar qualquer um deles a fim de obter alguma ampliação da competitividade que se espera do certame.

9.5. Ao optar por uma contratação única, estamos promovendo a simplificação e a agilidade nos procedimentos, reduzindo a burocracia e os custos administrativos associados à gestão de contratos fragmentados.

9.6. Ao optar pela contratação integral da solução, estamos promovendo uma gestão eficiente e transparente dos recursos públicos, garantindo que as necessidades da Secretaria sejam atendidas de forma abrangente e sustentável ao longo do contrato. Essa abordagem também contribui para a otimização dos processos internos, permitindo que a equipe da Secretaria concentre em suas atividades, sem a necessidade de lidar com a complexidade e os desafios administrativos associados a múltiplos contratos e parcelamentos.

9.7. O Edital da futura contratação deverá prever autorização para a reunião de empresa em consórcio para a prestação dos serviços visando ampliar a competitividade do certame, sem perder os benefícios identificados no item 5 deste Estudo Técnico Preliminar.

9.8. Autorizar a reunião de empresas em consórcio em uma licitação que envolve um conjunto de serviços como assessoria de imprensa, design gráfico, planejamento estratégico, mídia training, manutenção e organização de banco de imagens etc. é essencial na medida em que um consórcio permite que empresas com diferentes áreas de expertise se unam para oferecer uma solução mais completa, atendendo de forma mais eficiente aos diversos aspectos do contrato.

9.9. Ao permitir a formação de consórcios, abre-se espaço para que pequenas e médias empresas que, isoladamente, não conseguiriam atender a todo o escopo, possam participar da licitação em conjunto com outras. Isso aumenta a competitividade e pode resultar em propostas mais inovadoras e com bom custo-benefício.

9.10. Além disso, a execução de um contrato de grande porte envolve riscos, como atrasos, falhas na entrega ou imprevistos operacionais, como foi detalhadamente exposto no item 5 deste Estudo Técnico Preliminar. A formação de consórcios permite a distribuição desses riscos entre as empresas participantes, reduzindo a responsabilidade isolada de cada uma e fortalecendo a capacidade de execução global.

9.11. Do ponto de vista da qualificação técnica e financeira necessárias à participação no certame, a reunião em consórcio permite que as empresas somem suas capacidades possibilitando a execução de um contrato de grande vulto, maior e mais complexo. Empresas que talvez não tivessem capacidade individual para arcar com todos os requisitos podem se associar para cumprir as exigências.

9.12. Da forma como foi apontado no item 5 deste Estudo Técnico Preliminar, a união de empresas com diferentes experiências e abordagens pode resultar em soluções mais criativas e diversificadas para o Contratante. Empresas com expertise em áreas distintas podem trazer novas ideias para problemas complexos e criar uma oferta mais robusta.

9.13. Assim, considerando os benefícios identificados, é necessário que o Termo de Referência e/ou o Edital do certame contenham cláusulas que permitam a associação.

9.14. Em razão do exposto, está garantida a competitividade do futuro processo licitatório, sem comprometimento das necessidades da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Estado de São Paulo.

## 10. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

10.1. A contratação de uma empresa especializada visa principalmente a obtenção de serviços de comunicação corporativa integrada que utilizem os meios e ferramentas de comunicação para dialogar com os mais diversos públicos internos e externos – servidores, imprensa, usuários de mídias digitais e população em geral.

10.2. Não há contratações correlatas ou interdependentes, uma vez que o serviço pretendido é autônomo e independente de outros serviços ou fornecedores.

## 11. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

11.1. A presente contratação encontra-se devidamente prevista no Plano de Contratações Anuais (PCA) do exercício de 2026, conforme dispõe o art. 11 do Decreto nº 10.947/2022.

11.2. As informações cadastrais relativas à contratação no PCA são as seguintes:

Unidade Demandante: Unidade de Comunicação.

Código da Unidade no PCA: 290122.

ID do Item no PCA: 39.

Classe-Grupo: 831 – Serviços de Consultoria e de Gerência/Gestão.

Identificador da Futura Contratação: 290122-11/2026.

Data Desejada para a Contratação: 31/12/2026.

11.3. A contratação pretendida reflete um alinhamento cuidadoso entre a contratação e o planejamento estratégico da Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo (Órgão Central do SICOM) e da Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Governo do Estado de São Paulo (Órgão Setorial do SICOM).

11.4. É importante ressaltar que os serviços delineados neste estudo já são atualmente utilizados pela Pasta, são essenciais e mantém uma relação direta com as necessidades do órgão. As soluções apresentadas atenderão as necessidades da Secretaria de Comunicação na qualidade de Órgão Central do SICOM e da Secretaria de Agricultura e Abastecimento na qualidade de Órgão Setorial do SICOM, contribuindo para a transmissão de informações de forma clara, acessível e envolvente aos cidadãos. Os diversos formatos e diferentes plataformas auxiliam no processo de democratização das informações conforme amplamente apresentados nos itens 2 e 4 deste Estudo Técnico Preliminar.

## 12. Benefícios a serem alcançados com a contratação

12.1. Diante do cenário dinâmico e em constante transformação da comunicação pública, a Secretaria de Comunicação do Estado de São Paulo reconhece a necessidade de adotar ferramentas estratégicas que acompanhem as demandas crescentes e assegurem a efetividade da comunicação governamental.

12.2. Nos termos do Anexo I, Artigo 1º do Decreto nº 69.745, de 28 de julho de 2025, são atribuições da Secretaria de Comunicação impactadas diretamente pela contratação pretendida abaixo destacadas:

"Artigo 1º - Constituem o campo funcional da Secretaria de Comunicação, além de outras funções compatíveis com o escopo da Pasta:

I - formular a política de comunicação social do Poder Executivo do Estado de São Paulo, assegurando o princípio da publicidade, a plena transparência e o amplo acesso à informação quanto aos atos do Poder Executivo Estadual;

II - propor políticas, diretrizes, normas, sistemas e procedimentos voltados à eficiência da comunicação pública;

III - implementar, coordenar e executar:

a) as ações de comunicação do Poder Executivo do Estado de São Paulo;

b) a utilização de meios, canais, ferramentas e ações de comunicação pública e governamental;

c) a divulgação de temas de interesse público;

d) o atendimento à imprensa e a divulgação de informações de utilidade pública;

e) as diretrizes para a utilização da identidade visual do Governo do Estado de São Paulo;

f) a uniformização da comunicação, no âmbito da Administração Pública estadual, nos portais governamentais sob o domínio “sp.gov.br”;

IV - supervisionar, acompanhar, gerir e avaliar as diretrizes e as ações de comunicação executadas no âmbito da Administração Direta e das assessorias de comunicação dos órgãos integrantes do Sistema de Comunicação do Governo do Estado de São Paulo - SICOM;

V - acompanhar os gastos com serviços de publicidade e de divulgação das ações governamentais da Administração Direta e Indireta;

VI - assessorar o Governador do Estado e o Vice-Governador nos assuntos relacionados à comunicação;

VII - gerenciar e operar a Agência de Notícias do Estado de São Paulo - Agência SP;

VIII - planejar, administrar e supervisionar os processos de licitação da Administração Direta para as contratações de serviços de publicidade, assessoria de imprensa, comunicação digital e demais atividades voltadas à comunicação institucional e de utilidade pública;

IX - apoiar e acompanhar os processos de licitação de serviços de comunicação dos órgãos, desde a elaboração dos documentos técnicos até a realização do certame, no âmbito do SICOM."

12.3. Nesse contexto, a contratação de uma empresa especializada em comunicação corporativa é uma medida crucial para atender às exigências contemporâneas de uma comunicação pública e eficiente.

12.4. Ao implementar esse serviço, A Secretaria almeja promover transparência, fortalecendo a imagem institucional e otimizando o uso dos recursos públicos. Neste contexto, destaca-se a importância dos ganhos diretos e indiretos proporcionados pela contratação desse serviço, os quais são apresentados detalhadamente a seguir:

12.4.1. Ganhos Diretos:

12.4.1.1. A contratação de uma empresa especializada permite que a Secretaria atue de forma mais ágil e precisa, com campanhas e mensagens adaptadas às demandas do público. Isso resulta em uma

comunicação mais eficaz, que alcança de maneira assertiva os diversos segmentos da população, promovendo maior engajamento e compreensão das atividades desenvolvidas pela Pasta.

12.4.1.2. A centralização dos serviços de comunicação em uma única empresa permite melhor planejamento e coordenação das ações, reduzindo desperdícios e duplicações de esforços. Isso contribui para uma gestão mais eficiente dos recursos públicos, com campanhas e estratégias que maximizam o retorno sobre o investimento.

12.4.1.3. Ao melhorar a comunicação institucional, a Secretaria fortalece a transparência e a prestação de contas ao público. As informações sobre as ações da pasta são disseminadas de forma clara e acessível, permitindo à população acompanhar e avaliar as iniciativas governamentais, o que é fundamental para a construção de uma relação de confiança entre o governo e os cidadãos.

12.4.1.4. A empresa contratada terá a responsabilidade de garantir que a comunicação seja uniforme e coerente em todos os canais, alinhando as mensagens institucionais e assegurando que a imagem da Pasta seja consistentemente representada em todas as suas comunicações.

12.4.2. Ganhos Indiretos:

12.4.2.1. Através de uma comunicação mais clara e acessível, a população é melhor informada sobre as políticas públicas, o que facilita a participação cidadã nos processos democráticos.

12.4.2.2. Uma comunicação eficaz contribui para a educação e conscientização da população sobre temas de interesse público. Campanhas bem planejadas podem influenciar comportamentos e atitudes, promovendo o bem-estar social.

12.5. Pelo exposto, a prestação dos serviços de comunicação corporativa se configura como uma ferramenta estratégica de grande importância para a Secretaria. O serviço permitirá o fortalecimento da transparência governamental, aprimoramento a qualidade da comunicação pública e otimizando a gestão dos recursos disponíveis.

## 13. Providências a serem Adotadas

13.1. Considerando que os serviços que se pretende contratar já são atualmente prestados para a Secretaria de Comunicação na qualidade de Órgão Central do SICOM e para a Secretaria de Agricultura e Abastecimento na qualidade de Órgão Setorial do SICOM não há novas providências a serem adotadas.

13.2. Embora o escopo contratual tenha se modernizado para atender melhor às necessidades das Secretarias, em termos de estrutura não há modificações que precisam de maiores cautelas.

## 14. Possíveis Impactos Ambientais

14.1. Ao avaliar os possíveis impactos ambientais decorrentes da contratação do serviço de comunicação integrada, é importante ressaltar que nossas conclusões são fundamentadas na análise das nossas contratações atuais, das quais possuem uma semelhança substancial com a contratação futura que está sendo considerada.

14.2. A contratação desses serviços desempenha um papel crucial na minimização dos impactos ambientais associados às atividades de comunicação. A Secretaria adota práticas sustentáveis ao integrar serviços de comunicação com amplo foco no digital, reduzindo significativamente o consumo de recursos naturais e a geração de resíduos.

14.3. Um dos benefícios ambientais mais evidentes da contratação de uma empresa de comunicação integrada é a diminuição do uso de papel. Grande parte do conteúdo gerado, como releases, relatórios e materiais de comunicação, é digitalizado e distribuído eletronicamente, eliminando a necessidade de impressão em papel físico. Isso não só economiza recursos naturais, como também reduz a quantidade de resíduos sólidos produzidos.

14.4. A comunicação digital integrada favorece o armazenamento e compartilhamento de arquivos pela rede, eliminando a necessidade de espaços físicos para armazenamento de materiais e documentos. Isso reduz o uso de recursos para construção e manutenção de infraestruturas físicas, além de minimizar o impacto ambiental relacionado ao consumo de energia para climatização e iluminação desses espaços.

14.5. Em conclusão, a contratação de uma empresa especializada em comunicação corporativa integrada não só atende às demandas da Secretaria de maneira eficiente, mas também oferece oportunidades significativas para promover a sustentabilidade ambiental. Ao adotar práticas tecnológicas e sustentáveis, a Secretaria contribui para a preservação do meio ambiente, garantindo que suas ações de comunicação sejam realizadas com o menor impacto ambiental possível.

14.6. De se ressaltar que a sustentabilidade ambiental faz parte de um dos critérios técnicos de Julgamento da licitação que será processada para a contratação decorrente deste Estudo Técnico Preliminar, de tal sorte que possíveis impactos ambientais serão devidamente mitigados pelas proponentes interessadas.

## 15. Declaração de Viabilidade

Esta equipe de planejamento declara **viável** esta contratação.

**15.1. Justificativa da Viabilidade**

**1. Relevância da Contratação:**

O objeto proposto é imprescindível para a continuidade dos serviços de comunicação e da forma como foram modelados haverá um incremento de qualidade durante a execução contratual.

**2. Conformidade Legal e Normativa:**

O estudo foi desenvolvido em observância às disposições da Lei nº 14.133/2021 e do DECRETO N° 68.017, DE 11 DE OUTUBRO DE 2023, garantindo a adequação técnica e legal do processo.

**3. Análise do Mercado:**

A pesquisa preliminar de mercado indicou a existência de fornecedores e soluções capazes de atender às necessidades especificadas.

**4. Viabilidade Técnica e Econômica:**

A solução proposta foi avaliada com base em critérios de custo-benefício, alinhamento técnico e impacto econômico, sendo demonstrada sua viabilidade em comparação com outras alternativas analisadas.

**5. Impacto Esperado:**

Com a implementação da solução, será possível promover a transparência, fortalecendo a imagem institucional e otimizando o uso dos recursos públicos.

**Conclusão:**

Diante das análises realizadas, conclui-se que o presente Estudo Técnico Preliminar atende aos critérios de viabilidade técnica, econômica e operacional, apresentando-se como a melhor alternativa para suprir a necessidade identificada. Assim, recomenda-se o prosseguimento do processo para a elaboração do Termo de Referência.

## 16. Responsáveis

Todas as assinaturas eletrônicas seguem o horário oficial de Brasília e fundamentam-se no §3º do Art. 4º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020.

**JAMILY NORMANDO AMARAL**

Assessora Especial III

*Assinou eletronicamente em 03/08/2026 às 17:38:46.*

**FLAVIO HENRIQUE BENVENUTO GARCIA VAZ**

Subsecretário de Comunicação Integrada

*Assinou eletronicamente em 04/08/2026 às 17:49:31.*

**CAIQUE SILVA ANUNCIACAO DE ARAUJO**

Coordenador

*Assinou eletronicamente em 03/08/2026 às 14:48:39.*