



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
CONSELHO FEDERAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA – CONFEA

**Processo:** 00.001781/2024-35

**Tipo de Processo:** Comunicação: Edital de Patrocínio

**Assunto:** Edital de Patrocínio 2024

**Interessado:** Confea

**Relator:** Eng. Mec. Lucas Carneiro

**DECISÃO CD Nº 37/2024**

Propõe ao Plenário do Confea aprovar a minuta de Edital de Seleção Pública de Projetos para Patrocínio Confea 2024 (0928296); o Anexo IA – Plano de Trabalho - Evento (0929664); o Anexo IB – Plano de Trabalho - Publicação (0929666); o Anexo IIA – Relatório de Execução - Evento (0929675); o Anexo IIB - Relatório de Execução - Publicação (0929689); o Anexo III - Declaração de Entidade sem fins lucrativos (0929689); o Anexo IV - Declaração junto à Administração Pública (0929696) e o Anexo V - Minuta de Contrato (0929770), cujos recursos para o exercício 2024 estão disponíveis no Centro de Custo 3.1.03 - PAT Atividades de Patrocínio e Promoção, na rubrica de 6.2.2.1.1.01.04.09.054 - Patrocínios (0931949); e determina providências.

Considerando que tratam os presentes autos do Processo 00.001781/2024-35 no qual foram juntados inicialmente os seguintes documentos no âmbito do Setor de Patrocínio – Sepat:

Decreto 6555/2008- Ações de Comunicação (0924527)  
Acórdão 2770/2018-Plenário TCU (0924528)  
Instrução Normativa 01/2017-SECOM (0924534)  
Instrução Normativa 02/2019-SECOM (0924536)  
Documento Política de Concessão de Patrocínio do Confea 2019 (0924540)  
Apresentação Gestão de Patrocínio do Sistema Confea/Crea (0924544)  
Parecer ADCON nº 13/2024 (0924545)  
Minuta Edital de Patrocínio 2024-Proposta SEPAT (0924546)

Considerando que por meio do Despacho SEPAT 0924547, de 07 de março de 2024, o Setor de Patrocínio – Sepat encaminhou os autos ao Setor de Comunicação Digital – Sedig, nos seguintes termos:

Considerando reunião realizado no Gabinete da Presidência, datada de 06/03/2024;

Considerando solicitação ao Setor de Patrocínio - Sepat.

Encaminhamos anexo, **minuta de Edital de Patrocínio 2024 (SEI nº 0924546)**, com os apontamentos feitos e registrados em amarelo (inclusões e alterações) e vermelho (exclusões).

À disposição para informações adicionais.

Considerando que por meio do Despacho SEDIG 0926011, de 11 de março de 2024, o Setor de Comunicação Digital – Sedig restituiu os autos ao Setor de Patrocínio – Sepat, nos seguintes termos:

Obrigado pelo trabalho realizado na minuta de Edital de Patrocínio 2024. Deixo aqui as minhas sugestões para serem incluídas e/ou alteradas no corpo do documento:

**1. Quantidade estimada de participantes:**

Para que o Edital contemple, também, eventos de pequeno porte, sugiro inserirmos uma faixa de participantes de 30 a 100 pessoas.

**2. Carga horária:**

Nesse item, sugiro uma faixa de 4 a 8 horas.

**3. Dos recursos a serem concedidos:**

No objeto **Evento híbrido**, minha sugestão é adicionarmos 20% acima do valor concedido, uma vez que essa modalidade engloba todos os custos de um evento presencial, além das ferramentas para ter, também, a opção do online.

**4. Do Objeto 2.3**

É vedado o patrocínio de projeto de cunho religioso ou político-partidário, que estimule trabalho análogo à escravidão, à violência contra a mulher ou contra crianças e adolescentes em todas as suas ramificações, **bem como para fins de formação profissional**.

Como sugestão, retiraria a parte: "bem como para fins de formação profissional", pois acredito que pode ser de interesse do Conselho contribuir com iniciativas que conversem com futuros profissionais do Sistema.

## 5. Do pagamento da cota de patrocínio

- 40% da cota aprovada, após a assinatura do contrato e apresentação parcial das contrapartidas oferecidas.

- 60% remanescente da cota aprovada após apresentação de Relatório de Execução de Patrocínio instruído com a comprovação da aplicação da cota de patrocínio na realização do objeto e a execução total das contrapartidas contratadas.

Sugiro alterarmos a porcentagem de pagamento para: 60% do total antes do evento, para que as entidades tenham orçamento para a construção e o restante após a finalização e prestação de contas.

Esses são meus apontamentos neste primeiro momento. Vocês podem validar e enviara minuta com as alterações? Muito obrigada.

Considerando que na sequência foram juntados aos autos os seguintes documentos no âmbito do Setor de Patrocínio – Sepat:

Minuta - Edital de Patrocínio SEPAT 0928296

Modelo Análise Técnica EVENTO e PUBLICAÇÃO (0929462)

Anexo I A-Plano de Trabalho-EVENTO (0929664)

Anexo IB-Plano de Trabalho - PUBLICAÇÃO (0929666)

Anexo IIA - Relatório de Execução - EVENTO (0929675)

Anexo IIB - Relatório de Execução - PUBLICAÇÃO (0929678)

Anexo III - Declaração de Entidade sem fins lucrativos (0929689)

Anexo IV - Declaração junto à Administração Pública (0929696)

Anexo V - Minuta Contrato (a ser atualizada- GEC) (0929770)

Considerando que por meio do Despacho SEPAT 0929771, de 15 de março de 2023, o Setor de Patrocínio – Sepat encaminhou os autos ao Setor de Comunicação Digital – Sedig, nos seguintes termos:

Considerando despacho SEDIG (SEI nº 0926011), datado de 11/03/2024;

Considerando reunião realizada na sala 2A, datada de 13/03/2024;

Encaminhamos anexo, **minuta de Edital de Patrocínio 2024 (SEI nº 0928296)**, e seus anexos (I a V) com as devidas validações realizadas.

**Obs: Quanto ao Anexo V - Minuta de Contrato, registramos a necessidade de atualização junto à Unidade Organizacional competente.**

À disposição para informações adicionais.

Considerando que por meio dos Despachos SEDIG 0930858, 0930862, 0930913 e 0930945, de 18 de março de 2023, o Setor de Comunicação Digital – Sedig encaminhou os autos concomitantemente nos seguintes termos:

Despacho SEDIG 0930858:

À Advocacia Geral do Sistema,

Solicito, por favor, um parecer jurídico para que possamos dar andamento na publicação do Edital de Patrocínios.

Despacho SEDIG 0930862:

À Advocacia Consultiva,

Senhor Dr. João Lima,

Por favor, solicito um parecer jurídico para darmos continuidade na publicação do Edital de Patrocínios.

Despacho SEDIG 0930913:

À Gerência de Contratações,

Atendendo o pedido do Setor de Patrocínios, que elaborou o novo Edital de Patrocínios, solicito, por favor, que a Minuta de Contrato seja atualizada pela unidade.

Despacho SEDIG 0930945:

Ao Conselho Diretor,

Senhores Conselheiros Federais,

Buscando aprimorar os modelos e formatos de patrocínio do Confea, o Setor de Comunicação Digital, em conjunto com o Setor de Patrocínios, realizou uma análise das mudanças necessárias para tornar o novo Edital mais eficiente e com uma contribuição mais efetiva na comunicação, valorização da área tecnológica, bem como a conscientização da atividade finalística deste Conselho. Com esse objetivo, a nova minuta foi idealizada e enviado esse despacho para solicitar que o processo seja pautado na reunião do Conselho Diretor, que acontece amanhã, dia 19 de abril.

Tendo ciência que a solicitação está fora do prazo estipulado, solicito essa excepcionalidade perante a urgência da publicação, para que o mais rápido possível consigamos atender as entidades e profissionais que aguardam o patrocínio.

Considerando que por meio da Decisão Plenária nº PL-1106/2018 (0093010), de 16 de julho de 2018, o Confea aprovou a "Política de Concessão de Patrocínios pelo Conselho Federal de Engenharia e Agronomia – Confea";

Considerando que por meio da Portaria 250 (0095043) foi instituído o Comitê responsável pela Política de Concessão de Patrocínio do Confea;

Considerando que por meio do Estudo Técnico CPAT 0205391, o supracitado Comitê apresentou ao Conselho Diretor do Confea proposta de Regulamento que disciplinava a concessão de patrocínio pelo Confea (0205393) a ser encaminhada ao Plenário para aprovação, em substituição à Política de concessão de patrocínio vigente, aprovada pela Decisão nº 1106/2018, que deveria ser revogada;

Considerando que por meio da Decisão Plenária nº PL-1144/2019 (0228892), de 30 de julho de 2019, foi aprovada a "Política que disciplina a concessão de patrocínio pelo Confea";

Considerando que no bojo dos autos do Processo 01490/2020 foi juntado o Relatório 0923275, exarado no âmbito do Setor de Patrocínio, retratando o resultado da execução dos projetos de patrocínio relativos ao Edital de Seleção Pública de Projetos de Patrocínio do Confea nº 001/2023, aprovado por meio da Decisão Plenária nº PL-1098/2023, de 30 de junho de 2023:

**RELATÓRIO**

**Resultado da Execução dos Projetos de Patrocínio**

**EDITAL DE SELEÇÃO PÚBLICA DE PROJETOS DE PATROCÍNIO DO CONFEA Nº 001/2023**

Trata-se do Edital de Seleção Pública de Projetos de Patrocínio nº 001/2023 do Conselho Federal de Engenharia e Agronomia – Confea, o qual contemplou ciclo único de seleção pública de projetos cuja realização do objeto foi compreendida entre as seguintes datas: 01 de setembro de 2023 e 20 de dezembro de 2023.

Para conferir objetividade à avaliação dos projetos, foi verificado o atendimento dos quesitos técnicos fixados pelo Edital considerando, principalmente, o alcance dos objetivos de comunicação do patrocínio, conforme disposto na IN SECOM-PR nº 09/2014:

Art. 34. Para a avaliação de resultados alcançados com os patrocínios, os patrocinadores deverão adotar critérios objetivos em consonância com:

- I - os objetivos de comunicação;
- II - a natureza e a diversidade das ações previstas;
- III - o público-alvo;
- IV - as diretrizes e estratégias do patrocinador;
- V - o volume de recursos despendidos.

O Conselho Federal de Engenharia e Agronomia (Confea), com esteio na Política que disciplina a concessão de patrocínio, aprovada pela Decisão Plenária nº 1098/2023, observada, subsidiariamente, a Instrução Normativa SECOM-PR nº 02/2019, torna pública a abertura do processo para seleção de projetos a serem patrocinados no exercício 2023 que têm por objeto a realização de evento ou de publicação relacionada a temas de interesse das áreas da engenharia, da agronomia e das geociências.

**Objetivos de comunicação**

Cabe esclarecer que a comunicação deixou de ser vista apenas como ferramenta de gestão e passou a ser considerada como área estratégica nas organizações. Trata-se, fundamentalmente, de ser estratégico redirecionar o processo de comunicação para "oportunizar uma mudança, um novo comportamento e não simplesmente informar o que acontece na organização" (Marchiori, 2008).

Segundo o Plano de Comunicação do Confea (2021-2023), aprovado pela Decisão nº PL-2023/2020, o público prioritário de suas ações de comunicação é estruturado da seguinte forma:

- **Interno:** a. Conselheiros; b. Empregados, Estagiários e Colaboradores.
- **Externo:** a. Profissionais; b. Creas; c. Mútua; d. Colégio de Entidades Nacionais – Cden; e. Coordenadorias de Câmaras Especializadas dos Creas; f. Coordenação das Comissões de Ética; g. Entidades Precursoras; h. Estudantes - Instituições de Ensino, de nível médio e superior, formandos, Crea Jovem, Crea Júnior e Jovens Engenheiros; i. Veículos de Comunicação; e j. Sociedade organizada como um todo.

Considerando o poder da informação como forma de conscientizar a sociedade sobre a importância dos profissionais e do próprio Sistema Confea/Crea;

Considerando que, nessa esteira, é importante ressaltar que nos últimos anos, a comunicação do Confea vem se transformando e deixando de ser apenas institucional para se tornar uma comunicação de utilidade pública, demonstrando para a população a importância da atuação da instituição na defesa da sociedade;

Considerando que se denota dos autos que para os próximos anos, o Confea pretende continuar ampliando a comunicação de utilidade pública, com o objetivo de mostrar a importância da sua atuação e da engenharia, da agronomia e das geociências como um todo;

Considerando também que o Plano de Comunicação é um documento vivo, que funciona como norteador das ações da Gerência de Comunicação do Confea - GCO, sem deixar de considerar que novos fatos acontecerão e exigirão reavaliação e reorganização de prioridades. Como exemplo, citamos a pandemia da Covid-19, que motivou o cancelamento de eventos, impôs novas formas de trabalho e impulsionou a comunicação via redes sociais e outros canais de comunicação;

Considerando que a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social;

Neste sentido, a ação de patrocínio, alinhada aos objetivos de longo prazo do Confea, tem posição de destaque nessa estratégia. Este alinhamento pode ser garantido pela conexão entre o conteúdo que o objeto do patrocínio pretende gerar e a imagem pretendida pela organização.

A título de informação da marca Confea, o Edital de Patrocínio 001/2023 foi realizado de acordo com as seguintes contrapartidas:

a) **contrapartida de imagem:** inserção da logomarca, citação ou menção do Confea como Patrocinador, tais como:

- exposição da marca do patrocinador e/ou de seus produtos e serviços nas peças de divulgação do projeto;
- citação do patrocinador e/ou de seus produtos e serviços nas peças de divulgação ou durante a realização do projeto;

b) **contrapartida negocial:** iniciativas negociais oriundas dessa parceria, de acordo com a disponibilidade do Federal e em comum acordo entre as partes;

c) **contrapartida de sustentabilidade:** adoção pelo patrocinado de práticas voltadas ao desenvolvimento social e ambiental.

Por meio da Política de Patrocínio, o Confea pretende divulgar sua marca junto a públicos que usualmente não são alcançados por outros meios de comunicação:

a) **geração de valor:** estar próximo ao patrocinado pode reforçar na marca Confea atributos que ela necessita agregar, a exemplo de eventos como o "Show Rural". A cada ano, o evento aborda temas importantes que merecem a atenção quanto a sua relevância, como preservação, recuperação, defesa e conservação do meio ambiente e da melhoria da qualidade de vida. Nesta situação, o patrocínio do Confea possibilita agregar à sua marca valores relacionados aos temas previstos no art. 1º da Lei nº 5.194/1966 e que constantemente constituem pauta das ações dos Creas:

Art. 1º- As profissões de engenheiro, arquiteto e engenheiro-agrônomo são caracterizadas pelas realizações de interesse social e humano que impõem na realização dos seguintes empreendimentos: a) aproveitamento e utilização de recursos naturais; b) meios de locomoção e comunicações; c) edificações, serviços e equipamentos urbanos, rurais e regionais, nos seus aspectos técnicos e artísticos; d) instalações e meios de acesso a costas, cursos, e massas de água e extensões terrestres; e) desenvolvimento industrial e agropecuário.

b) **alcance da marca sobre público regionalizado:** a ação de patrocínio irá alcançar um público no qual a marca Confea tem atualmente baixa penetração;

c) **alcance da marca sobre público específico:** os eventos são um meio de comunicação dirigida, isto é, uma forma de atingir um público específico. Assim, ao patrocinar um evento, formam-se três ciclos: a) o primeiro, centrado no evento, tendo como base sua audiência direta (as pessoas presentes) ou indireta (os espectadores da mídia transmissora do

evento); b) o segundo, criador de sinergia, maximizando os benefícios do evento, ampliando a divulgação "boca a boca", pelo uso de outras ferramentas do composto de comunicações; e c) por último, prolongador do evento, via exploração da mídia, criação de vídeos etc.;

d) **uniformidade de conteúdo:** entende-se que ao se estabelecer um discurso alinhado e uníssono, é possível ampliar a eficiência e a eficácia das ações de comunicação, marketing e de divulgação dos serviços e ações realizadas pelo Confea, consolidando posicionamento do Sistema Confea/Crea e Mútua.

#### **Natureza e diversidade das ações previstas**

O Edital de Patrocínio nº 01/2023 selecionou os projetos de patrocínio que, alinhados à missão, aos valores e/ou à estratégia do Confea, abarcam ações de interesse das áreas da engenharia, da agronomia e das geociências desenvolvidas por meio dos seguintes objetos:

a) evento, no formato presencial, on-line ou híbrido: congresso, conferência, encontro, fórum, seminário ou workshop realizado no país que estimule a inovação, atualização e geração de conhecimento técnico-científico, divulgue ações e/ou projetos voltados ao desenvolvimento tecnológico e discuta ações e estudos relacionados ao exercício, regulamentação ou fiscalização profissional; e

b) publicação: livro, revista em suporte tradicional (papel), digital ou e-book sobre temas relacionados à inovação, à atualização e à geração de conhecimento técnico-científico e à divulgação de ações e/ou projetos voltados ao desenvolvimento tecnológico ou ao exercício, regulamentação ou fiscalização profissional, de cunho histórico, acadêmico, científico ou tecnológico.

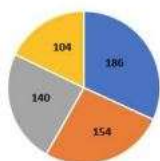
Em 2023, o Edital 01/2023 contemplou ciclo único, no qual foram aportados recursos no valor total de **R\$ 8.000.000,00 (oito milhões de reais)** destinados a projetos cuja execução ocorreu da seguinte forma:

Considerando a PL-1415/2023 – aprova a ordem de classificação e a seleção dos projetos (SEI nº 08012/99), cujas cotas de patrocínio foram apuradas conformes os critérios estabelecidos no edital nº 001/2023 – Doc. SEI nº 0778727.

#### **Demonstrativo dos projetos/processos protocolados, habilitados e classificados referentes ao Edital nº 01/2023**

Projetos Protocolados	Projetos Habilitados	Projetos Classificados	Projetos Executados
186	154	140	104

**Demonstrativo de projetos/processos  
Edital 2023**



■ Projetos Protocolados ■ Projetos Habilitados  
■ Projetos Classificados ■ Projetos Executados

**Demonstrativo de investimento/orçamento realizado pelo Confea  
destinado ao Edital de Patrocínio 2023**

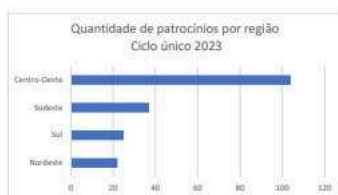
Projetos Executados (Eventos e Publicações)	Valor Empenhado	Valor Pago
104	R\$ 8.000.000,00	R\$ 3.385.000,00

**Demonstrativo de investimento/orçamento  
destinado ao Edital de Patrocínio 2023**



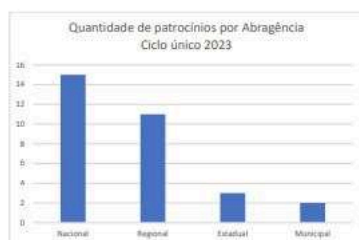
Da análise da dispersão geográfica dos projetos patrocinados, a concentração nas regiões Nordeste, Sul, Sudeste e Centro-Oeste denota a necessidade de melhorar a divulgação do processo seletivo na região Norte, com objetivo de atender à premissa de ampliar o alcance da marca Confea sobre seu público externo.

Região	Quantidade de patrocínios - Ciclo único 2023
Norte	-
Nordeste	22
Sul	25
Sudeste	37
Centro-Oeste	104



Assim, sugere-se que sejam avaliados os mecanismos de divulgação das informações do Confea por região geográfica, bem como dos projetos patrocinados, de modo a comunicar sua realização (evento), os produtos gerados (publicações) e os resultados alcançados.

Abraçência	Quantidade de patrocínios - ciclo único 2023
Nacional	15
Regional	11
Estadual	3
Municipal	2



Todos os projetos abordaram temas de interesse da engenharia, da agronomia e das geociências, sendo maior a ocorrência de temas de âmbito Nacional, o que demonstra coerência com a premissa do processo seletivo de incentivar projetos nas duas modalidades: Eventos e Publicações. O quadro abaixo demonstra a estimativa de participantes e quantidades de exemplares com relação as duas modalidades do Edital nº 001/2023:

Quantidade de Participantes - Patrocínio de Evento	Quantidade de Exemplares publicados - Patrocínio Publicação
69.389	50.750



As contrapartidas também foram quesito de apuração com relação aos projetos/processos executados:



#### Cota de patrocínio por objeto

O Edital de Seleção Pública de Projetos de Patrocínio nº 001/2023 previu a inscrição de projetos para a realização dos objetos Evento e Publicação, fixando, a partir de benchmarking realizado em outros editais de patrocínio, os seguintes critérios para a definição das cotas de patrocínio a serem pleiteadas pelo proponente:

- Evento, valor máximo de **R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais)** por projeto inscrito.

- Publicação, o valor máximo de **R\$ 30.000,00 (trinta mil reais)** por projeto inscrito.

#### Conclusão

Diante do exposto, observa-se que a Política de Concessão de Patrocínio do Confea atendeu às expectativas iniciais para este processo seletivo, a partir do qual foram revisados entendimentos, implantados procedimentos e atualizados normativos de modo a melhorar o desempenho do processo no Confea:

- Aprovação de novo Edital de Seleção Pública de Projetos de Patrocínio Confea nº 001/2024;
- Elaboração de cronograma do ciclo do processo de patrocínio 2024.

Com relação ao usuário desta Política, com objetivo de proporcionar adequada apresentação de projetos de patrocínio, foram revisados modelos e formulários, bem como mais bem divulgadas as regras e características do patrocínio do Confea por meio do site eletrônico do Confea (<http://www.confea.org.br/comunicacao/patrocinios>).

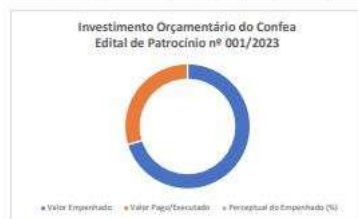
Por fim, a Política de Patrocínio do Confea observa o interesse público ao selecionar projetos relacionados a temas das áreas abrangidas pelo Sistema Confea/Crea relevantes para a sociedade, a economia e o desenvolvimento do país, demonstrando sua conexão com os posicionamentos, programas e ações institucionais do Confea, o que confere valor à sua marca.

Quanto à participação do Confea em eventos de interesse da Engenharia, Agronomia e Geociências por meio de Editais Patrocínios, podemos afirmar que esta ação de comunicação também se mostra adequada e eficiente para o alcance dos objetivos do marketing de organizações e serviços.

Assim, do valor empenhado para o exercício de 2023, no montante de R\$ 8.000.000,00 (oito milhões de reais), registra-se que contemplou não só o Edital de Patrocínio 001/2023, mas também os projetos de Locação de Estandes.

Quanto aos 104 projetos de patrocínio executados, o valor **utilizado** foi de **R\$ 3.385.000,00 (três milhões, trezentos e oitenta e cinco mil reais)**, correspondente a **42,31 %** do valor destinado aos projetos/processos do Edital nº 01/2023.

Valor Empenhado (Patrocínio e Locação Estande)	Valor Pago/Executado	Percentual do Empenhado (%)
R\$ 8.000.000,00	R\$ 3.385.000,00	42,31%

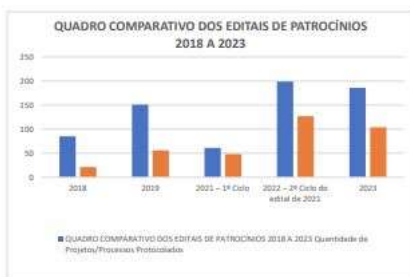


Sob o aspecto da efetividade tanto do orçamento quanto das ações de patrocínio, podemos mensurar as informações apresentadas a seguir:

Ano	Quantidade de Projetos/Processos Protocolados	Quantidade de Projetos/Processos Executados
2018	85	21
2019	151	56
2021 – 1º ciclo	61	48
2022 – 2º ciclo	199	127
2023	186	304

Obs: O Edital de Patrocínio referente ao exercício de 2021 contemplou dois ciclos de seleção pública de projetos cuja realização do objeto foi compreendida entre as seguintes datas:

- 1º Ciclo: 1º de setembro de 2021 a 18 de dezembro de 2021, para publicações e eventos realizados até o dia 18 de dezembro de 2021 e
- 2º Ciclo: 1º de fevereiro de 2022 a 17 de dezembro de 2022, para publicações e eventos realizados até o dia 17 de dezembro de 2022.



#### Encaminhamento

Encerrado o período de execução dos projetos de patrocínio relativos ao Edital de Seleção Pública de Projetos de Patrocínio nº 001/2023, e considerando o art. 29, inciso IV, da Política de Concessão de Patrocínio do

Confea, encaminha-se o presente relatório pelo Setor de Patrocínio e Promoção - Sepat, visando à posterior apresentação ao Conselho Diretor (CD).

Respeitosamente,  
Setor de Patrocínio e Promoções (SEPAT)

Considerando que por meio do Parecer 33 0931879, de 19 de março de 2024, o Setor de Advocacia Consultiva – Adcon manifestou-se nos seguintes termos:

#### I - RELATÓRIO

1. Trata-se de processo administrativo encaminhado a este Setor de Advocacia Consultiva, para análise e manifestação sobre a minuta de Edital de Patrocínio (0928296), elaborada pela equipe do SEPAT, que visa tornar pública a abertura do processo para seleção de projetos a serem patrocinados no exercício 2024, que tenham por objeto a realização de evento ou de publicação relacionada a temas de interesse das áreas da engenharia, da agronomia e das geociências.
2. O processo administrativo em epígrafe está instruído, entre outros elementos, com os seguintes documentos:
  - 1) Decreto nº 6.555/2008, que dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal e dá outras providências (0924527);
  - 2) Acórdão nº 2770/2018 - Plenário - TCU (0924528);
  - 3) Instrução Normativa 01/2017 SECON (0924534);
  - 4) Instrução Normativa 02/2019 SECON (0924536);
  - 5) Anexo da Decisão Plenária nº 1144/2019 (0924540);
  - 6) Parecer nº 13/2024 ADCON (0924545);
  - 7) Despacho SEDIG (0926011);
  - 8) Estudo Técnico SEPAT (0931439);

3. É o que importa relatar.

## II - FUNDAMENTAÇÃO

4. Inicialmente, cumpre-nos salientar que a presente manifestação jurídica toma por base, exclusivamente, os elementos que constam, até a presente data, nos autos do processo em epígrafe, limitando-se à análise dos aspectos legais envolvidos no procedimento trazido a exame, não cabendo a esta Advocacia Consultiva- ADCON adentrar nos aspectos técnicos e econômicos, nem no juízo de oportunidade e conveniência da ação pretendida.

5. O processo foi instruído com as instruções Normativas da SECON nº 01/2017 (0924534) e 02/2019 (0924536), contudo, vale destacar que tais instrumentos, embora destinados ao Executivo Federal, não são vinculantes em relação ao Sistema Confea/Crea, embora representem importante referência normativa para estruturação da ação por meio de patrocínios no âmbito do sistema.

6. Outra importante referência, que se mostra essencial à presente análise, esta consubstanciada no Acórdão nº 2770/2018 - Plenário - TCU (0924528), de onde destacamos as partes que mais significativas para presente análise:

*"764. Por fim, é fundamental que, considerando o caráter social de atuação destas autarquias, cujas atribuições envolvem a fiscalização da atividade profissional em defesa da sociedade, a concessão de patrocínios e apoios a eventos deve ser avaliado de forma rigorosa sobre o retorno esperado da ação que de fato resultará em benefício para sua finalidade institucional.*

*765. Assim, na esteira do exposto anteriormente em relação aos convênios, o entendimento desta equipe é de que não há óbice à realização de patrocínios ou apoios financeiros por parte dos conselhos de fiscalização profissional, desde que amparado em normativo que o regulamente, os quais devem obedecer aos princípios que regem a administração pública, utilizando os parâmetros relativos às relações contratuais definidas na Lei 8.666/1993.*

(...)

*767. Das evidências acima, verifica-se que, além de alguns conselhos não possuírem normativo que regulamente a realização de patrocínios ou apoios financeiros a eventos e mesmo assim transferirem recursos a este título, são realizados diversas transferência de recursos para eventos e atividades que não possuem qualquer relação com a atividade finalística destas autarquias. O CFBio, por exemplo, não possui norma regulamentadora, entretanto, realizou diversos aportes de recursos como para o 11º Expoprag 2016 (R\$ 37.200,00).*

*768. Contudo, a maioria das falhas verificadas está relacionada à realização de transferência financeiras que não possuem qualquer relação com os objetivos institucionais destas entidades, como por exemplo a previsão constante da Res. CFC 878/2000 (p. 353 e 354, peça 64), que permite o repasse para cursos de mestrado e doutorado. Conforme será detalhado em item mais adiante neste relatório, estas autarquias exercem atividade típica de Estado a elas delegados por lei federal. Suas atribuições, além daquelas de cunho relativo à sua organização interna e ao seu funcionamento administrativo, estão relacionadas às funções de registro, normatização, fiscalização, julgamento e orientação.*

*769. Não está entre suas atribuições patrocinar ou realizar apoios financeiros a instituições de ensino e, tampouco, realizar a formação do profissional, mediante transferência de recursos para a realização de cursos. Sua principal finalidade é fiscalizar o exercício profissional e zelar pela atuação ética dos profissionais em defesa da sociedade.*

*770. Cabe, neste caso, determinar aos conselhos de fiscalização profissional que a concessão de patrocínio ou apoio financeiro a terceiros deve ser amparada em normativo interno que a regulamente, o qual exija: a análise dos benefícios esperados da ação e o seu alinhamento aos objetivos institucionais; a natureza contratual; e a aplicação da Lei 8.666/1993 no que for cabível.*

7. Os trechos acima transcritos trazem consigo quatro premissas essenciais para a análise de legalidade e juridicidade da minuta de edital, sendo a primeira delas a possibilidade da atuação por meio de patrocínio no âmbito dos sistemas de fiscalização profissional (item 765), a segunda no sentido de que tais ações devem ser formalizadas por meio de contrato administrativo, e a terceira que indica que as ações devem ser direcionadas em confluência com objetivos institucionais da organização, ou seja, devem guardar um vínculo com as atividades finalísticas, além da necessidade de avaliação sobre o retorno esperado.

8. Além do Acórdão nº 2770/2018 - Plenário - TCU (0924528), a análise deve ser realizada à luz da Política de Patrocínio atualmente vigente (Anexo da Decisão Plenária nº 1144/2019 0924540), que apresenta parâmetros mínimos para a concessão de patrocínio no âmbito do Sistema Confea/Crea.

9. Esclarecida a questão da possibilidade de atuação por meio de patrocínio no âmbito do sistema profissional, é pertinente a avaliação do edital em face das demais premissas anteriormente indicadas.

### Forma Contratual

10. O Edital, além das condições para a participação na seleção pública, traz disposições expressas sobre a forma pela qual o ajuste deve ocorrer, que, no caso, assume a forma contratual. O item 13 e seus subitens trazem o seguinte conteúdo:

#### 13. DA CONTRATAÇÃO

13.1. Concluído o processo público de seleção em cada ciclo, será formalizado o patrocínio mediante contrato, elaborado conforme minuta constante do Anexo II deste Edital, a ser assinado eletronicamente pelo patrocinado e pelo Confea por meio do Sistema Eletrônico de Informações (SEI).

13.1.1. A vigência do contrato de patrocínio inicia-se na data de sua assinatura e encerra-se 30 (trinta) dias após a data de realização do evento ou publicação.

13.1.2. A minuta do Contrato de Patrocínio encontra-se disponível no sítio do Confea na Internet <http://www.confea.org.br/comunicacao/patrocínios>.

13.2. A assinatura eletrônica do contrato será realizada após liberação do cadastro do representante legal da pessoa jurídica a ser patrocinada como usuário externo do Sistema Eletrônico de Informações (SEI), conforme procedimentos apresentados no Portal do Processo Eletrônico do Confea na Internet <http://processoeletronico.confea.org.br/usuarioexterno/>.

13.3. A pessoa jurídica a ser patrocinada deverá manter conta corrente ativa, informada no ato de inscrição do projeto, na qual será efetuado o crédito referente à cota de patrocínio aprovada, não sendo exigida conta exclusiva para essa finalidade.

13.3.1. Os dados bancários e CNPJ correspondente devem ser da mesma titularidade da pessoa jurídica a ser patrocinada.

13.4. No ato da contratação será conferida a validade e realizada a atualização das provas de regularidade jurídica, fiscal e trabalhista.

13.5. O Confea poderá consultar a regularidade do proponente em cadastros restritivos e solicitar a atualização dos documentos cuja validade tenha expirado, bem como de outros documentos necessários à formalização do contrato de patrocínio.

13.6. O projeto homologado cujo proponente não apresentar regularidade jurídica, fiscal e trabalhista na data da formalização da concessão do patrocínio restará pendente de contratação até sua esmerita regularização no prazo de 30 (trinta) dias.

11. Não obstante a documentação obrigatória seja, em um primeiro momento, para participar da seleção, nota-se o item 8 traz um rol de documentos necessários para uma possível contratação, indicativo de que serão realizadas contratações específicas por meio de inexigibilidade.

### Relação com as atividades finalísticas

12. É possível perceber, por meio da minuta de edital, uma especial preocupação no sentido de estabelecer um vínculo direto entre as atividades de patrocínio com as atividades institucionais do Sistema Confea/Crea. É cediço que o edital deve contemplar, ainda que de forma abstrata, possíveis vias para o incremento das atividades finalísticas, que estão relacionadas à fiscalização e verificação do exercício profissional, julgamento de processos administrativos, normatização e cumprimento da legislação profissional entre outros.

13. Tais direcionamentos ficam evidenciados logo no item 1 "DA APRESENTAÇÃO":

1.1.0 Confea tem como missão institucional proteger a sociedade, assegurando o exercício legal e o desenvolvimento das atividades de profissionais e de empresas da engenharia, da agronomia e das geociências, visando à saúde, à segurança e à proteção da vida.

1.2. A estratégia do Confea será direcionada por sua visão, que busca o reconhecimento como a instância superior de um Sistema comprometido em proteger a sociedade, assegurando o exercício legal e o desenvolvimento das atividades de profissionais e de empresas da engenharia, da agronomia e das geociências em prol da sustentabilidade socioeconômica e ambiental, do desenvolvimento nacional e da promoção do respeito, da dignidade e da valorização profissional.



1.3. Compõem valores do Confea: integridade, ética e cidadania; ciência & tecnologia e soberania; excelência dos serviços prestados à sociedade; valorização profissional e funcional; participação e posicionamento social; e inovação.

1.4. A comunicação do Confea, no âmbito externo, visa atender ao dispositivo constitucional de publicidade e transparência de atuação da Administração Pública, com foco em campanhas de caráter educativo, informativo ou de orientação social, visando divulgar suas atribuições de fiscalização e regulamentação do exercício profissional definidas na Lei 5.194, de 24 de dezembro de 1966.

**1.5. Como ação de comunicação, o patrocínio do Confea, busca consolidar posicionamentos sobre as atividades finalísticas, ampliar o alcance dos serviços, e divulgar programas e políticas de atuação, por meio da aquisição do direito de associação da imagem do Conselho, enquanto patrocinador de projetos de iniciativa de terceiros.**

14. A apresentação deixa clara a intenção de incremento das atividades finalísticas, especialmente por meio do item 1.5., e serve como parâmetro e referência para a interpretação e aplicação do restante das disposições do edital.

15. Além disso, as contrapartidas estabelecidas no item 5 também são indicativos da aptidão do Edital para impulsionar, ainda que em abstrato, as atividades finalísticas:

**5.2.1. A proponente deverá ofertar ao Confea a participação de representante na mesa de abertura.**

**5.2.2. No caso de eventos, a proponente, obrigatoriamente, deverá distribuir e exibir materiais relacionados à área finalística do Confea. Esse conteúdo institucional será fornecido pela contratante**

5.3. Considera-se contrapartida a obrigação contratual do patrocinado que expressa o direito de associação da marca do patrocinador ao projeto, de acordo com as seguintes categorias:

I - Contrapartida de imagem: inserção da logomarca, citação ou menção do Confea como Patrocinador, tais como:

a) exposição da marca do patrocinador e/ou de seus produtos e serviços nas peças de divulgação do projeto;

b) citação do patrocinador e/ou de seus produtos e serviços nas peças de divulgação ou durante a realização do projeto;

**c) distribuição e ou exibição de material institucional do Confea, reforçando o papel finalístico deste Conselho**

II - Contrapartida negocial: iniciativas negociais oriundas dessa parceria, de acordo com a disponibilidade do Federal e em comum acordo entre as partes;

a) **Cessão de estande**, participação na programação e/ou atuação do Confea como patrocinador durante a realização do projeto (no mínimo 9m<sup>2</sup>, paredes e ou conceito aberto adesivados com painéis, iluminação com spots, dois pontos de energia, móveis: uma mesa, duas cadeiras e um balcão e uma testeira e ou identificação visual na frente do estande com a logomarca do Confea), entre outras

16. Nesta linha, infere-se que o edital apresenta elementos indicativos de que as ações de patrocínio terão uma relação de pertinência com as atividades finalísticas.

#### **Avaliação sobre o retorno esperado**

17. A minuta de edital proposta foi objeto de apreciação por parte do SEPAT, por meio do Estudo Técnico SEPAT (0931439), que fez considerações sobre o retorno esperado em face das ações de patrocínio, nos termos da minuta de edital (0928296). Sobre o referido aspecto, o documento trouxe as seguintes considerações:

Diante do exposto, entendemos que as fases de regulamentação, planejamento e avaliação de resultados das ações de comunicação de patrocínio, notadamente em face dos termos da minuta de edital sob análise, atende aos princípios administrativos da **eficiência**, do **interesse público** e da **economicidade**, uma vez que visam impulsionar as atividades institucionais do Confea – seus posicionamentos, serviços, programas e ações - para diferentes públicos de interesse a partir de temas relacionados às profissões da engenharia, agronomia e geociências e às atribuições previstas na Lei nº 5.194/1966.

Podemos considerar que esta proposta de Edital de Patrocínio 2024 está **consolidada com o posicionamento sobre a aplicação da Lei nº 5.194/66, gerando identificação e reconhecimento da fiscalização e dos serviços prestados pelo sistema, estreitar relacionamento com públicos de interesse para conhecimento dos serviços e da legislação, divulgar programas e políticas de atuação entre outros**, tendo em vista o volume e o foco dos resultados obtidos por meio da realização dos projetos patrocinados, e sua aderência aos objetivos consignados no Plano de Comunicação e no edital de seleção pública de projetos de patrocínio.

Uma vez caracterizada sua eficiência, conforme disposto na IN-SECOM nº 02/2019, o princípio da economicidade é atendido na medida em que alcança de modo direcionado os públicos de interesse desejados, otimizando a aplicação do recurso investido e potencializando a qualidade da comunicação institucional.

A minuta do edital (Sei nº 0928296) observa o interesse público ao selecionar projetos relacionados a temas das áreas abrangidas pelo Sistema Confea/Crea relevantes para a sociedade, a economia e o desenvolvimento do país, demonstrando sua conexão com os posicionamentos, programas e ações institucionais do Confea, o que confere valor à sua marca, e busca agregar valor à marca Confea, **sempre associado ao cumprimento da missão institucional do Sistema Confea/Crea**.

Sua eficácia tem sido comprovada com o número significativo de público potencial ao qual a marca Confea tem sido exposta e sua efetividade demonstrada pela excelente média obtida na taxa de conhecimento sobre a atuação do Confea e os produtos e serviços do Sistema Confea/Crea.

18. Tanto a conclusão, como o corpo da análise promovida pelo SEPAT, indicam a aptidão dos termos insculpidos na minuta de edital, para o incremento e fortalecimento das atividades institucionais do Sistema Confea/Crea. Foi demonstrado que as ações precedentes promoveram um aumento do conhecimento dos participantes dos eventos patrocinados, sobre a atuação, serviços e produtos do Sistema Confea/Crea, o que converge com a necessidade de cumprimento da legislação e divulgação dos serviços disponibilizados aos profissionais.

#### **Alinhamento com a estratégia de comunicação da instituição**

19. Além da avaliação sobre os resultados esperados, o Estudo Técnico SEPAT (0931439) também avaliou o alinhamento das ações propostas pela minuta de edital, em face da estratégia de comunicação adotada pela organização. O estudo técnico formulou as seguintes considerações:

Fundamentado pelos diagnósticos e orientações constantes da Política de Comunicação do Confea e do Plano de Comunicação do Confea 2021-2023, o **planejamento das ações de patrocínio**, bem como da participação do Confea em eventos da engenharia, agronomia e geociências por meio da locação de estande, conforme orienta IN-SECOM nº 2/2019, é realizado de modo complementar às formas de comunicação mais tradicionais, como publicidade e marketing.

(...)

Balizador, o Plano de Comunicação do Confea 2021-2023 delimita os temas das ações de comunicação ao disposto no art. 1º da Lei nº 5.194/1966 e nos arts. 2º e 3º do Regimento do Confea, aprovado pela Resolução nº 1.015/2006, o que é garantido na Política de Patrocínio do Confea por meio do alinhamento dos objetos a serem patrocinados aos direcionadores estratégicos do Confea, bem como aos temas de interesse das áreas da Engenharia, da Agronomia e das Geociências, conforme descrição dos seguintes objetos:

(...)

Além disso, a Política de Patrocínio do Confea atende aos **princípios da comunicação pública** ao internalizar os aspectos educativo, informativo e de orientação social por meio da valorização da diversidade étnica e cultural e respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual; do reforço às atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente; da adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público; da valorização das estratégias de comunicação regionalizada e da uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação do Sistema Confea/Crea.

20. Nestes termos, a partir da análise técnica, infere-se que o conteúdo da minuta de edital apresenta convergência com a estratégia de comunicação adotada pelo Confea e pelo Sistema Confea/Crea.

#### **Dos Demais Aspectos Jurídico-Formais**

21. A minuta de edital apresentada contempla os objetivos do patrocínio estabelecidos pelo Anexo da Decisão PL nº 1144/2019, nos termos do art. 2º:

Art. 2º O patrocínio pelo Confea tem como objetivos:

I - gerar identificação e reconhecimento do Confea por meio da iniciativa patrocinada;

II - ampliar relacionamento do Confea com públicos de interesse;

III - divulgar marcas, produtos, serviços, posicionamentos, programas e políticas de atuação do Confea; e

IV - agregar valor à marca Confea.

22. É possível verificar que todos os objetivos contemplados pelo art. 2º são passíveis de atingimento por meio dos termos observados na minuta de edital, especialmente no tocante ao inciso III, que é justamente aquele que apresenta, maior afinidade com a própria natureza dos conselhos de fiscalização. Embora em alguma medida todos os objetivos estejam sendo perseguidos, a ênfase repousa justamente no inciso III, o que é salutar.

23. O capítulo II traz a disciplina sobre a seleção pública de projetos, e o seu art. 7º as fases que devem permear a seleção pública. O edital permite aferir que a seleção pública de projetos de patrocínio contempla as etapas de inscrição dos projetos (item 7), de habilitação documental (itens 8 e 9), de classificação técnica (item 10) e de aprovação (item 11), e homologação e divulgação dos projetos selecionados (item 12), o que demonstra o atendimento ao art. 7º da Política de Patrocínio.

24. Art. 7º O processo de seleção pública de projetos de patrocínio contempla as etapas de inscrição dos projetos, de habilitação documental, de classificação técnica e de aprovação, homologação e divulgação dos projetos selecionados. Parágrafo único. O processo de seleção pública de projetos de patrocínio do Confea não prevê a realização de diligência por parte do patrocinador ou de interposição de recurso por parte do proponente em qualquer de suas etapas.

25. O art. 8º traz a necessidade de alinhamento à missão, aos valores e/ou à estratégia do Confea e abranger ações de interesse das áreas da engenharia, da agronomia e das geociências, nos seguintes termos:

Art. 8º Os projetos de patrocínio devem estar alinhados à missão, aos valores e/ou à estratégia do Confea e abranger ações de interesse das áreas da engenharia, da agronomia e das geociências que apresentem os seguintes temas:

I - inovação, atualização e geração de conhecimento técnico-científico;

II - desenvolvimento tecnológico; e

III – exercício, regulamentação ou fiscalização profissional.

§ 1º Os projetos de patrocínio devem, de acordo com suas características, observar os seguintes aspectos:

I - promoção da igualdade étnica, de gênero e de oportunidades e combate a quaisquer formas de discriminação ou violência; e

II - promoção da acessibilidade de idosos e de pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida aos ambientes dos eventos ou aos produtos e serviços decorrentes do projeto patrocinado.

§ 2º É vedado o patrocínio de projetos de cunho religioso ou político-partidário ou de caráter meramente comemorativo.

26. Embora tais preceitos devam ser avaliados especialmente no momento de apresentação dos projetos, ou seja, na análise individual das propostas, nota-se que a minuta de edital dirige a atuação em maior medida ao disposto no inciso III do art. 8º, que diz respeito ao exercício, regulamentação ou fiscalização profissional. O item 2.2 do edital trazem justamente as diretivas insculpidas nos dois incisos do § 1º do art. 8º, motivo pelo qual infere-se que tais aspectos foram devidamente atendidos.

27. O art. 9º traz outros requisitos para a seleção pública por meio de edital:

Art. 9º O edital de seleção pública de projetos de patrocínio deve fixar prazo e documentos para inscrição dos projetos, condições para habilitação de projetos e proponente, critérios para classificação dos projetos, prazos para aprovação dos projetos e divulgação de resultados e condições para contratação, comprovação da execução e pagamento do patrocínio contratado.

28. Vale destacar que o art. 10 da Política de Patrocínio demanda que a divulgação do edital deva ser previamente apreciada pelo Plenário do Confea, o que deverá ser feito em momento oportuno.

#### Da previsão orçamentária

29. Não foi identificada nos autos a documentação relacionada à disponibilidade orçamentária, o que é indispensável para a apreciação do Conselho Diretor, notadamente pelo vulto dos valores estabelecidos pelo edital para as ações de patrocínio no item 4, cujos termos a seguir transcrevemos:

#### 4. DOS RECURSOS A SEREM CONCEDIDOS

4.1. Este Edital contará com recursos no valor total de R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais) destinados a projetos para o exercício de 2024.

30. Nesta linha, faz-se necessário o saneamento da instrução processual, com a verificação da disponibilidade orçamentária

#### III - CONCLUSÃO

31. Ante o exposto, considerando os elementos que constam nos autos até o momento, ressaltando-se os aspectos de conveniência e oportunidade não sujeitos ao crivo da presente análise, conclui-se, do ponto de vista estritamente jurídico, **pela legalidade e juridicidade das disposições contidas na minuta de edital**, notadamente em seu aspecto formal, **o que não dispensa a análise individual das ações de patrocínio decorrentes da adoção do referido instrumento**. Na oportunidade, destacamos a necessidade de verificação prévia da disponibilidade orçamentária para instruir a deliberação do Conselho Diretor.

[1] CARVALHO FILHO, José dos Santos. *Manual de Direito Administrativo*. 33. ed. – São Paulo: Atlas, 2019, p. 118.

Considerando que por meio do Estudo Técnico SEPAT 0931439, de 19 de março de 2024, o Setor de Patrocínio – Sepat acostou aos autos as seguintes informações:

Considerando o [Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008](#), que dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal e dá outras providências;

Considerando a [Instrução Normativa da Presidência da República/Secretaria-Geral nº 1, de 27 de julho de 2017](#), que dispõe sobre a conceituação das ações de comunicação do Poder Executivo Federal e dá outras providências;

Considerando a [Instrução Normativa da Presidência da República/Secretaria de Governo nº 2, de 23 de dezembro de 2019](#), que disciplina o patrocínio dos órgãos e entidades do Poder Executivo federal e dá orientações complementares;

Considerando a [Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021](#) - Lei de Licitações e Contratos Administrativos;

Considerando a Portaria nº 78/2024 (SEI 0895676), que trata da estrutura organizacional do Confea; e

Considerando Parecer SUCON nº 81/2023 (SEI nº 0758440), em que foi formalizada manifestação jurídica que solicitou posicionamento das instâncias deliberativas e decisórias do Confea acerca da continuidade da política de divulgação da marca do Confea por meio de patrocínio de projetos e de locação de estande convalidando sua efetividade como ação de comunicação. Com objetivo de esclarecer o atendimento aos princípios administrativos da **eficiência**, do **interesse público** e da **economicidade**, apresentamos manifestação técnica tomando por base a relação entre os instrumentos legais que regem a administração pública e os instrumentos técnicos acerca da comunicação institucional.

Segundo [textos de linguagem mais coloquial acerca do assunto](#), a administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, **publicidade e eficiência** conforme explicita o art. 37 da Constituição Federal, cujos conceitos podem ser apresentados da seguinte forma:

O **princípio da eficiência** objetiva a realização das atribuições públicas com rapidez, perfeição e rendimento. Quando se fala em eficiência na administração pública, significa que o gestor público deve gerir a coisa pública com efetividade, **economicidade**, transparência e moralidade visando cumprir as metas estabelecidas. Segundo Maria Sylvia Zanella Di Pietro, “o princípio apresenta-se sob dois aspectos, podendo tanto ser considerado em relação à forma de atuação do agente público, do qual se espera o melhor desempenho possível de suas atuações e atribuições, para lograr os melhores resultados, como também em relação ao modo racional de se organizar, estruturar, disciplinar a administração pública, e também com o intuito de alcance de resultados na prestação do serviço público” ... (Di Pietro, 2002, p. 83).

Inerente ao princípio da eficiência, o **princípio da economicidade** objetiva a minimização dos gastos públicos, sem comprometimento dos padrões de qualidade, referindo-se à capacidade de uma instituição de gerir adequadamente os recursos financeiros colocados à sua disposição.

No contexto do direito, o **interesse público** é um conceito que está presente em diversas normas e princípios, como a Constituição Federal, as leis e os regulamentos. Ele orienta a atuação dos agentes públicos, que devem sempre buscar o bem comum e o interesse da sociedade como um todo. O interesse público e o interesse do

Estado não se confundem. O interesse público é um conceito mais amplo, que inclui não apenas os interesses do Estado como pessoa jurídica, mas também os interesses da sociedade como um todo. Já o interesse do Estado é um conceito mais restrito, que se relaciona diretamente com as atividades e finalidades do Estado como pessoa jurídica.

Somado a esses conceitos, temos o **princípio da publicidade** que exige que os atos da administração pública sejam publicados de forma clara e transparente, permitindo ao cidadão fiscalizar a sua atuação.

Considerando Parecer ADCON nº 13/2024 (SEI nº 0918811), que analisou a minuta de Portaria que Regulamenta a política de patrocínio do Confea, apresentada pela CONT (SEI nº 0913493), em que destaca ser indispensável que haja uma relação direta com as atividades finalísticas dos Conselhos de Fiscalização.

O Tribunal de Contas da União, por meio do Acórdão n.º 1925/2019, publicou decisão final acerca do Relatório de Fiscalização Centralizada (FOC) referente ao processo TC 036.608/2016-5, onde destacou:

*"764. Por fim, é fundamental que, considerando o caráter social de atuação destas autarquias, cujas atribuições envolvem a fiscalização da atividade profissional em defesa da sociedade, a concessão de patrocínios e apoios a eventos deve ser avaliada de forma rigorosa sobre o retorno esperado da ação que de fato resultará em benefício para sua finalidade institucional.*

*765. Assim, na esteira do exposto anteriormente em relação aos convênios, o entendimento desta equipe é de que não há óbice à realização de patrocínios ou apoios financeiros por parte dos conselhos de fiscalização profissional, desde que amparado em normativo que o regulamente, os quais devem obedecer aos princípios que regem a administração pública, utilizando os parâmetros relativos às relações contratuais definidas na Lei 8.666/1993.*

(...)

*767. Das evidências acima, verifica-se que, além de alguns conselhos não possuírem normativo que regulamente a realização de patrocínios ou apoios financeiros a eventos e mesmo assim transferirem recursos a este título, são realizados diversas transferência de recursos para eventos e atividades que não possuem qualquer relação com a atividade finalística destas autarquias. O CFBio, por exemplo, não possui norma regulamentadora, entretanto, realizou diversos aportes de recursos como para o 11º Expoprag 2016 (R\$ 37.200,00).*

*768. Contudo, a maioria das falhas verificadas está relacionada à realização de transferência financeiras que não possuem qualquer relação com os objetivos institucionais destas entidades, como por exemplo a previsão constante da Res. CFC 878/2000 (p. 353 e 354, peça 64), que permite o repasse para cursos de mestrado e doutorado. Conforme será detalhado em item mais adiante neste relatório, estas autarquias exercem atividade típica de Estado a elas delegados por lei federal. Suas atribuições, além daquelas de cunho relativo à sua organização interna e ao seu funcionamento administrativo, estão relacionadas às funções de registro, normatização, fiscalização, julgamento e orientação.*

*769. Não está entre suas atribuições patrocinar ou realizar apoios financeiros a instituições de ensino e, tampouco, realizar a formação do profissional, mediante transferência de recursos para a realização de cursos. Sua principal finalidade é fiscalizar o exercício profissional e zelar pela atuação ética dos profissionais em defesa da sociedade.*

*770. Cabe, neste caso, determinar aos conselhos de fiscalização profissional que a concessão de patrocínio ou apoio financeiro a terceiros deve ser amparada em normativo interno que a regulamente, o qual exija: a análise dos benefícios esperados da ação e o seu alinhamento aos objetivos institucionais; a natureza contratual; e a aplicação da Lei 8.666/1993 no que for cabível.*

## ANÁLISE

Observados os conceitos acima explicitados, buscamos identificar a relação – ou falta dela – entre os princípios apontados e a minuta de edital de patrocínio 001/2024.

Além disso, nos termos da Instrução Normativa SECOM nº 01/2017 (0916855), entendemos que as ações que teriam maior pertinência, com a natureza dos serviços prestados pelo Confea, estariam relacionadas a **consolidar posicionamento sobre a aplicação da Lei nº 5.194/66, gerar identificação e reconhecimento da fiscalização e dos serviços prestados pelo sistema, estreitar relacionamento com públicos de interesse para conhecimento dos serviços e da legislação, divulgar programas e políticas de atuação entre outros**

Considerando o **Decreto nº 6.555/2008**, as ações de comunicação do Confea são desenvolvidas e executadas com os objetivos de dar amplo conhecimento à sociedade de suas políticas e programas; divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à disposição dos profissionais e empresas; estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas relacionadas à Engenharia, Agronomia e às Geociências; e disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais, em especial aqueles que constituem seu público de interesse a exemplo dos profissionais, empresas, docentes, estudantes e gestores públicos.

Para atender ao Decreto nº 6.555/2008, o Confea elaborou a Política de Comunicação do Confea, o Plano de Comunicação do Confea 2021-2023 e pesquisas de opinião que apresentam os fundamentos para a posterior realização das ações de comunicação: a) público de interesse da comunicação institucional; b) diagnóstico de sua imagem junto aos públicos de interesse; c) análise Swot, identificando ameaças e oportunidades decorrentes do cenário, e os pontos fortes e fracos relacionados à sua atuação, dada sua missão institucional; d) diretrizes para os temas dos projetos patrocinados, vinculando-os à sua atuação estratégica e regimental; e e) os fatores que apoiaram a definição das métricas para mensuração da eficácia das ações de comunicação propostas.

As pesquisas de opinião anteriormente realizadas demonstraram o desconhecimento da sociedade sobre a relevância da atuação do Sistema Confea/Crea em prol do interesse público, bem como desconhecimento dos profissionais acerca da missão do Confea e dos Creas como órgãos de fiscalização profissional. Percepção ainda verificada na pesquisa mais recente, realizada pelo Instituto de Pesquisa Datafolha, com Representantes da Sociedade, Formadores de Opinião e Profissionais Registrados, registrando também a falta de entendimento sobre a amplitude e a complexidade dos trabalhos que são desempenhados pelos profissionais abrangidos pelo Sistema Confea/Crea.

Quadro 1. Exemplo de variáveis para análise da marca Confea

Variável	Definição
Conhecimento	As pessoas sabem que o Confea existe?
Familiaridade	Até que ponto as pessoas conhecem o Confea? O que ele oferece?
Associações	Quais qualidades vêm à mente quando as pessoas pensam no Sistema Confea/Crea?
Preferência	Até que ponto as pessoas valorizam a atuação do Sistema Confea/Crea? Possui boa repercussão?
Consideração	As pessoas levam o Sistema Confea/Crea em consideração para realizar uma atividade/empreendimento de engenharia, agronomia ou geociências? E para utilização de produtos ou serviços?
Recomendação	As pessoas recomendariam os serviços do Sistema Confea/Crea para seus colegas?
Finalidade	As pessoas sabem que os patrocínios estão relacionados com as ações finalísticas do Confea?

Adaptação do estudo caracterizado como *Country Brand Report América Latina* da empresa Future Brand que analisa o ranking de marca país (fonte FUTUREBRAND, 2018)

Da Pesquisa Qualitativa Datafolha

Entre os meses de novembro e dezembro de 2021, foi realizado pelo Instituto de Pesquisa Datafolha levantamento qualitativo sobre a comunicação institucional do Confea. Com base neste material o Conselho pode avaliar questões relevantes para aprimorar o planejamento estratégico e desenvolver novas campanhas institucionais.

Para saber como a sociedade percebe o Sistema, foi definida uma amostra total com 10 grupos de discussão, com 6 a 8 participantes em cada grupo, de maneira virtual. Os participantes de ambos os sexos, classes A e B, acima de 25 anos, são das 5 regiões do país, nos seguintes estados: Manaus, Goiânia, Salvador, São Paulo e Porto Alegre.

A sociedade compreende que a principal atribuição do Crea seja fiscalizar obras, profissionais e regulamentar a profissão. No entanto, as pessoas entendem que o Crea também funciona como um sindicato para os profissionais, brigando pelo piso salarial da categoria, por exemplo, o que não corresponde a realidade. Como forma de melhoria, até para se aproximar da sociedade, os participantes sugerem **mais divulgação** das funções do Sistema e promoção de campanhas educativas, exaltando a relevância de se contratar profissional capacitado atuante na prevenção de acidentes.

Questões sobre relevância das profissões, atribuições do Sistema, além de ações de comunicação institucional foram analisadas durante entrevistas em profundidade com 30 profissionais registrados representantes de todas as regiões geográficas.

Independentemente da formação e da área de atuação dos entrevistados, é consenso que as profissões são de extrema importância e contribuem para o desenvolvimento do Brasil. Na área de Engenharia, por exemplo, os participantes ressaltaram como os cálculos probabilísticos evitam grandes tragédias. No ramo da Agronomia, pontuaram que a evolução da profissão beneficia a produção e a capacidade de colheita de grãos. Para os entrevistados, as Geociências são pilar de base para o desenvolvimento nacional pela possibilidade de execução de mapas geológicos para fins de planejamento, projetos, construção e manutenção de obras.

Os registrados consideram que as profissões deles são valorizadas pela sociedade, **mas ainda falta informação sobre a real relevância em se contratar profissionais qualificados**. Ainda sobre divulgação, eles tiveram a oportunidade de avaliar dois filmes da campanha institucional “Contrate um engenheiro”. O vídeo sobre construção agradou ao público, principalmente pelo reforço de que uma obra bem feita deve ser conduzida por profissional devidamente capacitado, e com registro no Crea. Já o filme com o tema Agronomia foi caracterizado como propaganda que torna a área conhecida, mostrando a importância do profissional no campo para que as colheitas sejam mais eficientes e com produtos de qualidade. Além disso, alguns salientaram que o selo de garantia do Confea/Crea valoriza os profissionais do segmento.

Também foram feitas 10 entrevistas em profundidade, com representantes das classes A e B, que incluíram formadores de opinião, como professor, representante de Crea Júnior, jornalista, representantes de associação e blogueiros nos estados do Ceará, Rio Grande do Norte, Minas Gerais, São Paulo e Santa Catarina.

Desse público, muitos acreditam que o Sistema deveria atuar com foco nos demais interesses profissionais, principalmente relacionados ao piso salarial. Houve recomendação ainda para ampliar a divulgação de normas técnicas e legislação, e para que haja interação com os jovens, destacando o papel das universidades e a importância do Crea Júnior. Os formadores de opinião sugeriram a criação de banco de vagas para profissionais, bem como publicação anual de impacto para os profissionais com um panorama completo sobre a atuação das áreas no país.

Os resultados dessa pesquisa nos levam a inferir que a sociedade em geral e os próprios profissionais registros não conhecem de forma correta qual o papel do Sistema Confea/Crea e **motivam a utilização de ações comunicação direcionadas, a exemplo das políticas de patrocínio, que, voltadas ao fortalecimento da imagem institucional, contribuem para o desenvolvimento das atribuições institucionais do Sistema Confea/Crea**, como exemplificado nas imagens de eventos que o Confea patrocinou nos últimos anos, apresentadas em anexo.

#### Do Alinhamento Estratégico

Tanto a análise SWOT quanto os diagnósticos decorrentes da pesquisa de opinião permitem direcionar pautas e ações, bem como desenvolver novas campanhas institucionais com vistas a aprimorar a divulgação da missão e dos resultados do Sistema. Sendo que o contrário também ocorre, como exemplifica o [Referencial Estratégico para o Sistema Confea/Crea 2023-2024](#) que, aprovado pela Decisão PL-0996/2022, identifica as ações e os temas que devem ser desenvolvidos pela comunicação institucional do Confea e dos Creas para potencializar o conhecimento acerca das orientações da Estratégia Federal de Desenvolvimento 2021-2031 e das metas da Agenda 2030 da ONU que interagem como nossa atuação institucional, os quais passaram a constituir direcionadores estratégicos para o Sistema Confea/Crea tendo em vista sua natureza jurídica.

Quadro 2. Orientações do Referencial Estratégico para o Subprograma Comunicação e Eventos, visando ao alinhamento dos temas das ações de comunicação do Sistema às diretrizes da EFD 2031 e dos objetivos da Agenda 2030 da ONU

Eixo	Estratégia Brasileira	Diretriz ou Objetivo	ou Meta	Orientação
DIMENSÃO Econômica FOCO Educação, ciência, tecnologia e inovação; Trabalho decente e crescimento econômico; Indústria, inovação e infraestrutura; Cidades e comunidades sustentáveis	Estratégia Federal de Desenvolvimento (EFD) 2020-2031	EFD 1 - Alcançar o crescimento econômico sustentado e a geração de empregos, com foco no ganho de produtividade, na eficiência alocativa e na recuperação do equilíbrio fiscal.	Para a ampliação dos esforços em educação, ciência, tecnologia e inovação: ampliar o conhecimento da biodiversidade dos biomas brasileiros e dos respectivos serviços ecossistêmicos e ativos de base biológica, desenvolvendo o amplo potencial de seu uso sustentável, com a coordenação de investimentos nacionais e internacionais;	Para a ampliação dos esforços em educação, ciência, tecnologia e inovação: ampliar os mecanismos de incentivo a ações conjuntas entre instituições públicas e privadas, de modo a gerar um ecossistema de inovação mais simbiótico e um ambiente de negócios mais empreendedor e dinâmico;
			Para a ampliação dos esforços em educação, ciência, tecnologia e inovação: posicionar o agronegócio brasileiro como referência na promoção de saúde e qualidade de vida para a sociedade mundial, por meio da produção eficiente e da entrega efetiva de produtos, serviços, processos e seus derivados, com base em sustentabilidade, bioeconomia, agricultura digital, inovação aberta e sistemas alimentares contemporâneos;	
			Ampliar a eficiência da utilização de recursos globais no consumo e na produção, e empenhar-se para dissociar o crescimento econômico da degradação ambiental, de acordo com o Plano de Ação para Produção e Consumo Sustentáveis (PPCS).	
Agenda 2030 para o Brasil	ODS 08 - Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos	ODS 09 - Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação	Fortalecer a pesquisa científica e melhorar as capacidades tecnológicas das empresas, incentivando, até 2030, a inovação, visando aumentar o emprego do conhecimento científico e tecnológico nos desafios socioeconômicos nacionais e nas tecnologias socioambientalmente inclusivas; e aumentar a produtividade agregada da economia. a) Aumentar para 3.000 o número de trabalhadores de pesquisa e desenvolvimento por milhão de habitantes b) Aumentar para 120.000 o número de técnicos e pesquisadores ocupados em P&D nas empresas; c) Aumentar para 2,00% os gastos público e privado em pesquisa e desenvolvimento em relação ao PIB	

		ODS 11 - Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis	Fortalecer as iniciativas para proteger e salvaguardar o patrimônio natural e cultural do Brasil, incluindo seu patrimônio material e imaterial. Até 2030, proporcionar o acesso universal a espaços públicos seguros, inclusivos, acessíveis e verdes, em particular para as mulheres, crianças e adolescentes, pessoas idosas e pessoas com deficiência, e demais grupos em situação de vulnerabilidade.
DIMENSÃO Infraestrutura FOCO Serviços de telecomunicações; Segurança e eficiência energéticas	Estratégia Federal de Desenvolvimento (EFD) 2020-2031	EFD 3 - Fomentar o desenvolvimento da infraestrutura, com foco no ganho de competitividade e na melhoria da qualidade de vida, assegurando a sustentabilidade ambiental e propiciando a integração nacional e internacional.	Para a modernização dos serviços de telecomunicações: estimular a pesquisa e o desenvolvimento tecnológico e produtivo, a atualização constante dos serviços de tecnologia da informação e comunicação - TIC, a inteligência artificial, a segurança cibernética e a distribuição de tecnologias digitais, de forma a acompanhar a fronteira econômica mundial; Para a promoção da segurança hídrica, permitindo usos múltiplos da água com eficiência: discutir o valor da água, de forma a promover o uso racional e os investimentos no setor, sem prejuízo da sua função social; Para a promoção da segurança hídrica, permitindo usos múltiplos da água com eficiência: ampliar e difundir o conhecimento sobre as águas subterrâneas e suas interações com as águas superficiais, por meio da realização de levantamentos, estudos e pesquisas, com vistas à elaboração de um modelo de gestão integrada dos recursos hídricos;
DIMENSÃO Ambiental FOCO Fontes renováveis na matriz energética; Sustentabilidade ambiental; Potencial econômico do meio ambiente; Água potável e saneamento; Consumo e produção sustentáveis	Estratégia Federal de Desenvolvimento (EFD) 2020-2031	EFD 4 - Promover a conservação e o uso sustentável dos recursos naturais, com foco na qualidade ambiental como um dos aspectos fundamentais da qualidade de vida das pessoas, conciliando a preservação do meio ambiente com o desenvolvimento econômico e social.	Para a ampliação da participação das fontes renováveis na matriz energética: incentivar a pesquisa, a produção e o uso de combustíveis limpos na matriz energética brasileira; Para a sustentabilidade ambiental: estimular a conservação e o uso sustentável da biodiversidade dos biomas nacionais e ambientes marinhos, dos recursos minerais, hídricos e do potencial energético no território brasileiro; Para o aproveitamento do potencial econômico do meio ambiente: fomentar a pesquisa científica e o desenvolvimento da cadeia produtiva da bioeconomia, com foco no aproveitamento das potencialidades da biodiversidade para a utilização como fármacos, fitofármacos, medicamentos, cosméticos, bioenergia, biomateriais e outros do interesse da indústria;
	Agenda 2030 para o Brasil	ODS 06 - Assegurar a disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para todos  ODS 12 - Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis	Até 2030, aumentar substancialmente a eficiência do uso da água em todos os setores, assegurando retiradas sustentáveis e o abastecimento de água doce para reduzir substancialmente o número de pessoas que sofrem com a escassez.  Até 2030, reduzir o desperdício de alimentos per capita nacional, em nível de varejo e do consumidor, e reduzir as perdas de alimentos ao longo das cadeias de produção e abastecimento, incluindo as perdas pós-colheita.
DIMENSÃO Social FOCO Fome zero e agricultura sustentável; Igualdade de gênero	Agenda 2030 para o Brasil	ODS 03 - Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades	Até 2030 acabar, como problema de saúde pública, com as epidemias de AIDS, tuberculose, malária, hepatites virais, doenças negligenciadas, doenças transmitidas pela água, arboviroses transmitidas pelo aedes aegypti e outras doenças transmissíveis. Até 2030, reduzir pela metade as mortes e lesões por acidentes no trânsito.

O [Referencial Estratégico para o Sistema Confea/Crea 2023-2024](#), também apresenta um conjunto de sugestões relacionadas ao aprimoramento dos processos do Subprograma Comunicação e Eventos que deverão ser consideradas pelas organizações do Sistema Confea/Crea para definição de objetivos, indicadores e metas do respectivo Plano Plurianual 2023-2024:

Quadro 3. Sugestões relacionadas ao aprimoramento dos processos do Subprograma Comunicação e Eventos

Assunto	Sugestão a ser considerada pelo Confea, Creas e Mútua
Agenda 2030	Incentivar a atuação do profissional e/ou das entidades de classe na divulgação da Agenda 2030, observando as sugestões da <a href="#">Cartilha Agenda 2030 - O Sistema Confea/Crea e Mútua</a>

	<a href="#">preocupado em transformar</a> e do <a href="#">Relatório da Unesco – Engenharia para o desenvolvimento sustentável</a>
	Incentivar a divulgação da Agenda 2030 pelas organizações do Sistema Confea/Crea, em especial da <a href="#">Cartilha Agenda 2030 - O Sistema Confea/Crea e Mútua preocupado em transformar</a> e do <a href="#">Relatório da Unesco – Engenharia para o desenvolvimento sustentável</a>
Comunicação integrada	Incorporar à política de comunicação das organizações do Sistema Confea/Crea os princípios, valores e norteadores da Agenda 2030 e EFD 2020-2031
	Definir na política de comunicação das organizações do Sistema Confea/Crea públicos, serviços e produtos de comunicação específicos que ampliem a percepção de valor entregue no âmbito do debate e implementação de políticas públicas
Plano de Comunicação	Direcionar ou ampliar o desenvolvimento de produtos de comunicação institucional em âmbito federal ou regional, alinhando sua pauta às orientações e metas da EFD e Agenda 2030
	Direcionar ou ampliar a realização de ações publicitárias pelas organizações do Sistema Confea/Crea, capilarizando e ampliando a divulgação do papel da engenharia, da agronomia e das geociências na defesa da sociedade e de temas de interesse público dos diferentes segmentos sociais, alinhando sua pauta às orientações e metas da EFD e Agenda 2030
Patrocínio	Incorporar à política de patrocínio das organizações do Sistema Confea/Crea os princípios, valores e norteadores da Agenda 2030 e EFD 2020-2031
	Direcionar ou ampliar o patrocínio de projetos pelas organizações do Sistema Confea/Crea, alinhando sua pauta às orientações e metas da EFD e Agenda 2030, incorporando inclusive o patrocínio à pesquisa e à divulgação de conhecimento e ao desenvolvimento de produtos e serviços de engenharia, agronomia e geociência, observados os critérios de viabilidade técnica e financeira
	Incorporar como requisitos de admissibilidade e qualificação técnica dos projetos de patrocínio os princípios, valores e norteadores da Agenda 2030 e EFD 2020-2031
Banco de dados	Adotar como subsídio para comunicação as informações tratadas a partir do banco nacional de dados de escolas, cursos profissional, empresa, ART, fiscalização e julgamento visando à divulgação de informações consistentes em face do atendimento dos requisitos de confiabilidade e integridade
Articulação institucional	Atuar em parceria e subsidiar os Poderes Federal, Estadual e Municipal, as instituições de ensino e de pesquisa e a sociedade em geral com informações consistentes, mediante disponibilização de acesso a dados, indicadores e publicações, acerca do desenvolvimento das atividades de profissionais e empresas nas áreas da engenharia, agronomia e geociências, dos produtos e serviços prestados pelo Sistema Confea/Crea, bem como de sua contribuição no debate e implementação de políticas públicas, as quais constituem eixos do planejamento e investimento fixados pelo Governo Brasileiro para o período

Diante destas orientações e sugestões de cunho estratégico, cabe lembrar que segundo o [Referencial Básico de Governança Organizacional \(RBGO\) – 3ed, 2020](#), Governança Pública é a aplicação de práticas de liderança, de estratégia e de controle, que permitem aos mandatários de uma organização pública e às partes nela interessadas avaliar sua situação e demandas, direcionar a sua atuação e monitorar o seu funcionamento, de modo a aumentar as chances de entrega de bons resultados aos cidadãos, em termos de serviços e de políticas pública. Neste sentido, os processos de governança – entre os quais se insere a **comunicação com partes interessadas - moldam a maneira como uma organização é dirigida e monitorada para o alcance dos seus objetivos e cumprimento das suas obrigações de prestação de contas e responsabilidade.**

PARTES INTERESSADAS: pessoas, grupos ou instituições com interesse em bens, serviços ou benefícios públicos, podendo ser afetados positiva ou negativamente, ou mesmo envolvidos no processo de prestação de serviços públicos. Em resumo, são aqueles cuja atuação e opinião devem ser levadas em conta na formulação de estratégias, na prestação de contas e na transparência. No setor público, abrangem: agentes políticos, servidores públicos, usuários de serviços e cidadãos em geral, fornecedores, instituições governamentais ou não governamentais, como órgãos reguladores, organizações da sociedade civil, da academia, da mídia, do setor privado, cada qual com interesse legítimo na organização pública, mas não necessariamente com direitos de propriedade (IFAC, 2001; OCDE, 2018)

Nesse contexto, conforme a publicação [Comunicação e marketing no setor público: diferentes abordagens para a realidade brasileira / Layon Carlos Cezar -- Brasília: Enap, 2019](#) que explicita que tanto nas pesquisas para justificação das ações de marketing público quanto na análise do ambiente em que está inserido, a fundamentação caracteriza estratégias fundamentais para definição de objetivos, o planejamento da comunicação do Confea vem se estruturando. Trazendo como principal tipologia o **marketing de organizações e serviços**, o Plano de Comunicação 2021-2023 tem como um de seus objetivos fortalecer a imagem institucional do Confea, **mediante a divulgação dos produtos e serviços públicos do Sistema Confea/Crea e a disseminação das informações que ressaltam a importância da verificação e fiscalização do exercício das profissões da Engenharia, Agronomia e Geociências**, contribuindo em última análise para relações éticas de trabalho e profissionais e empresas valorizados.

É relevante também registrar que a mensuração dos resultados da comunicação institucional do Confea vem sendo desenvolvida, tendo sido estabelecidos em 2023 os indicadores de produto para viabilizar o acompanhamento de sua eficácia, conforme o [Princípio da Eficácia Comunicativa](#) no âmbito da comunicação pública:

**A Comunicação Pública busca eficácia comunicativa.** Deve zelar pela utilidade e relevância dos conteúdos veiculados e pela otimização dos recursos empregados. Gastos relativos à publicidade da administração pública devem ser transparentes, baseados em princípios técnicos e canalizados para a diversidade de mídias e públicos, sem favorecimentos ou distorções. Devem ainda contar com **indicadores de eficácia** que possibilitem seu aperfeiçoamento e o acompanhamento pela sociedade.

Caracterizado como Indicadores de Resultado segundo o [Guia referencial para construção e análise de indicadores / Leandro Oliveira Bahia. -- Brasília: Enap, 2021](#), os **indicadores de produto** demonstram quantitativamente os bens e serviços produzidos como resultado da combinação de um conjunto de insumos, mediante determinado processo, apontando a eficácia, ou seja, **a capacidade de alcançar as metas e objetivos planejados.**

Figura 1. Indicadores de esforço e de resultados



Quadro 4. Demonstrativo do planejamento e resultados da comunicação do Confea no período de 2021 a 2023

Objetivo	Iniciativa	Público de interesse	Projeto/Atividade	Indicador	2021	2022	2023
Uniformizar a Gestão da comunicação institucional	Estabelecer diretrizes para a comunicação institucional	Presidentes, diretores, empregados e comunicadores	Regulamentar e implantar política de comunicação institucional do Sistema	Taxa de execução das ações de alinhamento da	-	-	100%

	do Sistema Confea/Crea e Mútua	do Confea e dos Creas	Confea/Crea e Mútua	comunicação institucional				
			Regularizar e implantar as diretrizes de patrocínio do Sistema Confea/Crea	Taxa de execução do projeto de aperfeiçoamento do processo de patrocínio	0%	5%	15% <sup>(1)</sup>	
Fortalecer a marca Confea	Manter o planejamento de campanhas publicitárias do Sistema Confea/Crea	Sociedade, profissionais, gestores públicos, docentes, discentes, lideranças do Sistema e Influenciadores	Gerenciar o plano de campanhas	Nº de campanhas publicitárias executadas	4	4	4	
			Realizar pesquisa de opinião pública	Taxa de conhecimento dos públicos de interesse sobre o Sistema Confea/Crea	-	Mediano	-	
	Aprimorar a comunicação digital do Confea	Sociedade, profissionais, gestores públicos, docentes, discentes, lideranças do Sistema e Influenciadores	Ampliar a divulgação das redes do Confea interna e externamente	Taxa de crescimento do nº de seguidores ou inscritos dos canais de comunicação digital do Confea	-2% Instagram -1% Facebook +6% Twiter +25% Youtube	+2% Instagram +2% Facebook +1% Twiter +3% Youtube	+4% Instagram +1% Facebook +9% Twiter +22% Youtube	
			Estabelecer ferramentas de aferição do ambiente digital do Confea	Taxa de engajamento do nº de seguidores ou inscritos dos canais de comunicação digital do Confea	84.203 Facebook 6.671LinkedIn Total = 90.874	12.629 Instagram 32.288 Facebook 24.975 LinkedIn 404 Twitter Total = 70.296 -23%	144.841 Instagram 45.482 Facebook 8.469 LinkedIn 505 Twitter Total = 199.297 +184%	
			Publicar notícias no site do Confea	Nº de notícias publicadas no site do Confea	544	518	471 <sup>(3)</sup>	
	Divulgar a marca Confea por meio de projetos de iniciativas de terceiros que envolvam temas de interesse da Engenharia, Agronomia e Geociência	Profissionais, docentes, discentes e lideranças do Sistema	Patrocinar projetos de iniciativa de terceiros que envolvam temas de interesse da Engenharia, Agronomia e Geociência	Nº de publicações patrocinadas pelo Confea	22	43	32	
				Nº de exemplares distribuídos de publicações patrocinadas pelo Confea	-	-	50.750 <sup>(2)</sup>	
				Nº de eventos patrocinados pelo Confea	62	155	108 <sup>(2)</sup>	
			Participar de eventos de interesse da Engenharia, Agronomia e Geociência por meio da locação de estandes	Participar de eventos de interesse da Engenharia, Agronomia e Geociência por meio da locação de estandes	Nº de participantes dos eventos patrocinados pelo Confea	18.735	39.554	69.389 <sup>(2)</sup>
					Nº de contrapartidas de comunicação contratadas por meio dos projetos de patrocínio	753	1791	1.863 <sup>(2)</sup>
					Nº de participações do Confea por meio de estandes	16	48	40 <sup>(3)</sup>
					Nº de participantes dos eventos nos quais o Confea participou por meio de estande	738.310	1.515.340	795.130 <sup>(3)</sup>
	Taxa de conhecimento dos frequentadores dos estandes promovidos pelo Confea sobre sua atuação e sobre os produtos e serviços do Sistema	-	-	Média 9,2 <sup>(3)</sup>				
Aprimorar a atuação das lideranças	Qualificar as lideranças como porta-	Lideranças do Sistema	Contratar e implantar serviços	Nº de lideranças capacitadas	-	-	Em execução empresa	

do Sistema Confea/Crea como agentes da comunicação institucional	vozes do Sistema Confea/Crea		especializados para realização de treinamento de mídia ou curso de formação de porta-vozes				licitada BR +
			Padronizar para os porta-vozes apresentações ou conteúdos sobre o Sistema Confea/Crea	Nº de menções na imprensa externa	-	-	Em execução empresa licitada BR +

1. Resultado equivalente à entrega do estudo técnico (5%) e da proposta de normativo (10%) que regulamenta as diretrizes para o patrocínio no Sistema
2. Resultados mensurados até 15/12/2023 e estimados a partir dos projetos de patrocínio homologados pela Decisão PL-1098/2023
3. Resultados mensurados até 30/09/2023

#### Do Patrocínio

O Decreto nº 6.555/2008 também estabelece que as ações de comunicação do Poder Executivo Federal compreendem, entre outros, o patrocínio, o qual se encontra conceituado pela **Instrução Normativa-SECOM nº 1/2017** e disciplinado pela **Instrução Normativa-SECOM nº 2/2019**.

**PATROCÍNIO:** ação de comunicação que busca agregar valor à marca, consolidar posicionamento, gerar identificação e reconhecimento, estreitar relacionamento com públicos de interesse, ampliar venda de produtos e serviços, divulgar programas e políticas de atuação, por meio da aquisição do direito de associação da imagem do órgão ou entidade do Poder Executivo Federal, enquanto patrocinador de projetos de iniciativa de terceiros.

O Patrocínio é uma ação de comunicação que visa à divulgação da marca por meio da aquisição do direito de associação da imagem do órgão público, enquanto patrocinador de projetos de iniciativa de terceiros. Aprovada pela Decisão Plenária PL-1144/2019, a Política de Patrocínio do Confea tem como objetivos: a) gerar identificação e reconhecimento do Confea por meio da iniciativa patrocinada; b) ampliar relacionamento do Confea com públicos de interesse; c) divulgar marcas, produtos, serviços, posicionamentos, programas e políticas de atuação do Confea; e d) agregar valor à marca Confea.

Fundamentado pelos diagnósticos e orientações constantes da Política de Comunicação do Confea e do Plano de Comunicação do Confea 2021-2023, o **planejamento das ações de patrocínio**, bem como da participação do Confea em eventos da engenharia, agronomia e geociências por meio da locação de estande, conforme orienta IN-SECOM nº 2/2019, é realizado de modo complementar às formas de comunicação mais tradicionais, como publicidade e marketing.

Relativamente às **diretrizes para as temáticas a serem abordadas**, as ações de comunicação do Confea observam o § 1º do art. 37 da Constituição Federal, que estabelece que a "publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos."

Balizador, o Plano de Comunicação do Confea 2021-2023 delimita os temas das ações de comunicação ao disposto no art. 1º da Lei nº 5.194/1966 e nos arts. 2º e 3º do Regimento do Confea, aprovado pela Resolução nº 1.015/2006, o que é garantido na Política de Patrocínio do Confea por meio do alinhamento dos objetos a serem patrocinados aos direcionadores estratégicos do Confea, bem como aos temas de interesse das áreas da Engenharia, da Agronomia e das Geociências, conforme descrição dos seguintes objetos:

- Evento, no formato presencial ou on-line: congresso, conferência, encontro, fórum, curso de aperfeiçoamento, minicurso, seminário, workshop, feira, ciclo de palestra e evento similar realizado no país que estimule a inovação, atualização e geração de conhecimento técnico-científico, divulgue ações e/ou projetos voltados ao desenvolvimento tecnológico e discuta ações e estudos relacionados ao exercício, regulamentação ou fiscalização profissional; e
- Publicação: livro, anuário, relatório de gestão, revista em suporte tradicional (papel), digital ou e-book sobre temas relacionados à inovação, à atualização e à geração de conhecimento técnico científico e à divulgação de ações e/ou projetos voltados ao desenvolvimento tecnológico ou ao exercício, regulamentação ou fiscalização profissional, de cunho histórico, acadêmico, científico ou tecnológico.

Além disso, a Política de Patrocínio do Confea atende aos [princípios da comunicação pública](#) ao internalizar os aspectos educativo, informativo e de orientação social por meio da valorização da diversidade étnica e cultural e respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual; do reforço às atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente; da adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público; da valorização das estratégias de comunicação regionalizada e da uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação do Sistema Confea/Crea.

#### PRINCÍPIOS DA COMUNICAÇÃO PÚBLICA:

Garantir o acesso amplo à informação;

Fomentar o diálogo;

Estimular a participação;

Promover os direitos e a democracia;

Combater a desinformação;

Ouvir a sociedade;

Focar no cidadão;

Ser inclusiva e plural;

Tratar a comunicação como política de Estado;

Garantir a impessoalidade;

Pautar-se pela ética;

Atuar com eficácia.

Quanto à seleção de projetos de patrocínio, a **minuta de edital observa os princípios definidos na IN-SECOM nº 2/2019:**

- Publicidade: promove ampla divulgação do edital público de seleção de projetos de patrocínio nas redes sociais e no site do Confea;
- Transparência: dá amplo conhecimento das políticas e diretrizes de atuação em patrocínios e dos critérios de escolha de projetos, visto que a política de patrocínio, o edital e as peças que o compõem ficam disponibilizados de forma permanente no site do Confea;
- Isonomia: estabelece mecanismos que garantem a igualdade de condições e de oportunidades aos proponentes tanto na fase de apresentação, a exemplo do encaminhamento dos projetos por meio eletrônico, quanto na fase de seleção dos projetos;
- Regionalização: busca a desconcentração geográfica dos investimentos em patrocínio, visto que, além da divulgação nas redes sociais e no site do Confea, apresenta e solicita apoio para divulgação do edital aos Creas e aos fóruns consultivos que reúnem gestores e profissionais representantes de todos os Estados brasileiros;
- Sintonia com políticas públicas: busca projetos de patrocínio alinhados com as iniciativas de promoção da cidadania e inclusão, bem como de combate a quaisquer formas de discriminação e de violência, estabelecendo, inclusive, que o descumprimento destes aspectos constitui critério de inabilitação do projeto de patrocínio;
- Sustentabilidade: busca projetos de patrocínio que promovam ou possibilitem a realização de ações de sustentabilidade ou que fomentem práticas sustentáveis, caracterizando, inclusive, este aspecto como categoria de contrapartida a ser contratada por meio do projeto de patrocínio;
- Acessibilidade: busca projetos de patrocínio que contemplem a promoção da acessibilidade de idosos e de pessoas com mobilidade reduzida ou com alguma deficiência, no âmbito da ação patrocinada.



Quanto à **avaliação de resultados alcançados**, a Política de Patrocínio do Confea e os editais de seleção pública de projetos de patrocínio observam os aspectos definidos na IN-SECOM nº 2/2019, uma vez que consideram os seguintes aspectos:

- Na fase de planejamento é estabelecida a obrigatoriedade do alinhamento das ações a serem patrocinadas às estratégias de atuação do Confea, definidas na Política de Comunicação e no Plano de Comunicação 2021-2023 (critérios para habilitação dos projetos de patrocínio);
- Na fase de aprovação é estabelecida a eficácia para as ações patrocinadas, conforme sua natureza e suas especificidades, por meio da gradação de compatibilidade entre o que foi proposto para atendimento dos critérios de visibilidade institucional e potencial de comunicação; representatividade do proponente e tipos de contrapartidas (critérios para classificação dos projetos de patrocínio);
- Na fase de avaliação é verificado o grau de atingimento dos objetivos de comunicação institucionais, dada a amplitude alcançada na divulgação da marca junto aos públicos de interesse (métricas de desempenho e resultados).

Editais de Patrocínio 2021 a 2023 e proposta para o exercício para 2024

Apresentamos abaixo comparação dos Editais de Patrocínios, bem como melhorias para o Edital nº 01/2024:

	EDITAL 2021	EDITAL 2022	EDITAL 2023	Edital 2024
Item 2 – Do Objeto	<p>2.1. I. evento, no formato presencial, on-line ou híbrido: congresso, conferência, encontro, fórum, curso de aperfeiçoamento, minicurso, seminário ou workshop realizado no país</p>	<p>Alteração: acréscimo da possibilidade de eventos como feiras, ciclos de palestras e similares.</p> <p>2.1. I. evento, no formato presencial, on-line ou híbrido: congresso, conferência, encontro, fórum, curso de aperfeiçoamento, minicurso, seminário, workshop, <b>feira, ciclo de palestra (e evento similar)</b> realizado no país</p>	<p>Alteração: acréscimo da possibilidade de eventos como feiras, ciclos de palestras e similares.</p> <p>2.1. I. evento, no formato presencial, on-line ou congresso, conferência, encontro, fórum, curso de aperfeiçoamento, minicurso, seminário, workshop, feira, ciclo de palestra realizado no país.</p> <p>Justificativa.: Durante a análise dos processos no de 2021, constatamos que feira e ciclo de palestras não foram contemplados, ocorre que são eventos rotineiros nas entidades proponentes e alguns não foram contemplados pois não constava no edital anterior. Desta forma aumenta-se a possibilidade de participação do Confea nesses eventos.</p> <p>Eliminação de evento híbrido, pois a efetividade do patrocínio ocorre por meio de eventos presenciais.</p>	<p>Alteração: mudança dos objetos: evento e publicação</p> <p>2.1</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• evento, no formato presencial ou híbrido: congresso, conferência, encontro, fórum, curso de aperfeiçoamento, seminário, workshop, feira, ciclo de palestra e evento similar, realizado no país, que estimule a inovação, atualização e geração de conhecimento técnico-científico, divulgue ações e/ou projetos voltados ao desenvolvimento tecnológico e discuta ações e estudos relacionados ao exercício, regulamentação ou fiscalização profissional; e</li> </ul> <p>II- publicação: livro, anuário, relatório de gestão, revista em suporte tradicional (papel) e digital sobre temas relacionados à inovação, à atualização e à geração de conhecimento técnico-científico e à divulgação de ações e/ou projetos voltados ao desenvolvimento tecnológico ou ao exercício, regulamentação ou fiscalização profissional, de cunho histórico, acadêmico, científico ou tecnológico</p> <p><b>Justificativa: No edital anterior alguns proponentes se manifestaram solicitando a modalidade híbrido ao invés de só presencial e/ou só on-line. Desta forma, e para melhor atender sugerimos a modalidade híbrido.</b></p>
Item 3 – Da Participação	<p>3.1.1. As pessoas jurídicas de direito privado sem fins lucrativos registradas e homologadas no Sistema Confea/Crea deverão estar com registro ativo e não se encontrar em situação de inadimplência junto ao Crea em que possuem representação.</p>	<p>Alteração: acréscimo dos itens I e 3.1.2 no novo edital.</p> <p>3.1.1. As pessoas jurídicas de direito privado sem fins lucrativos registradas e homologadas no Sistema Confea/Crea deverão estar com registro ativo e não se encontrar em situação de inadimplência junto ao Crea em que possuem representação.</p> <p><b>I - As pessoas jurídicas de direito privado sem fins lucrativos, com representação nacional - que não tenham registro no Crea deverão fazer parte do Colégio de Entidades Nacionais e/ou ter acordo técnico ou convênio celebrado com o Confea e está com o prazo de validade vigente.</b></p> <p><b>3.1.2. Em caso de a pessoa jurídica ser um Crea, ela deve estar adimplente com a Controladoria e a Gerência Financeira do Confea, por meio dos relatórios de adimplência financeira.</b></p>	<p>Alteração: alteração e acréscimo dos itens I e 3.1.2 no novo edital.</p> <p>3.1.1. As pessoas jurídicas de direito privado sem fins lucrativos registradas e homologadas no Sistema Confea/Crea deverão estar com registro ativo e não se encontrar em situação de inadimplência junto ao Crea em que possuem representação.</p> <p><b>3.1.2. Em caso de a pessoa jurídica ser um Crea, ela deve estar adimplente com a Controladoria e a Gerência Financeira do Confea, por meio dos relatórios de adimplência financeira.</b></p> <p><b>Justificativa: No edital anterior constatou-se alguma dificuldade durante o processo de análise no caso do Crea participar como entidade proponente. Sendo necessário acrescentarmos esse item.</b></p>	<p>NA</p>

Item 4 – Dos recursos a serem concedidos	4.1. Este Edital contará com recursos no valor total de R\$ 7.000.000,00 (sete milhões de reais) destinados a projetos cuja execução ocorrerá da seguinte forma: I - R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais) no exercício de 2021; II - R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais) no exercício de 2022.	Alteração: valores e ciclo único  4.1. Este Edital contará com recursos no valor total de R\$ 9.000.000,00 (nove milhões de reais) destinados a projetos para o exercício de 2023.	Alteração: valores e ciclo único  4.1. Este Edital contará com recursos no valor total de R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões de reais) destinados a projetos para o exercício de 2023.  <b>Justificativa: Inicialmente para o edital de 2023 a proposta era de R\$ 9.000.000,00, porém com a prorrogação do lançamento do edital de patrocínio e o ano já está avançando o mês de abril. Entendemos que seja prudente destinarmos o montante de R\$ 5.000.000,00 (cinco milhões). No relatório de execução do patrocínio 2021/2022 quadro 1, verifica-se que o valor executado em 2022 foi de R\$ 9.767.250,00 (nove milhões setecentos e sessenta e sete mil, duzentos e cinquenta reais)</b>	Alteração: Valores e ciclo único  4.1. Este Edital contará com recursos no valor total de R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais) destinados a projetos para o exercício de 2024.  <b>Justificativa: valor proposto pela Gestão</b>
Item 4 – Dos recursos a serem concedidos	4.2. O proponente deverá indicar a cota de patrocínio pleiteada conforme o objeto do projeto. 4.2.1. A cota solicitada deverá ser coerente com o custo do projeto e com as contrapartidas ofertadas pelo proponente ao Confea. 4.2.2. O proponente deverá detalhar todos os custos pertinentes ao projeto que justifiquem a cota pleiteada.	Alteração: supressão dos itens 4.2; 4.2.1. e 4.2.2. (eliminação da indicação de valor pleiteado de cota de patrocínio)	Alteração: supressão dos itens 4.2; 4.2.1. e 4.2.2. (eliminação da indicação de valor pleiteado de cota de patrocínio)	NA
Item 4 – Dos recursos a serem concedidos	4.2 Valor máximo publicação R\$ 40.000	Alteração: valor máximo  4.2 Valor máximo publicação R\$ 50.000	Alteração: 4.2 Valor máximo evento R\$ 60.000,00 4.2 Valor evento On-line R\$ 5.000,00  4.2 Valor máximo publicação R\$ 40.000 4.2 Valor máximo e-book R\$ 15.000  <b>Justificativa: Durante a fiscalização feita pelos fiscais nomeados e relatos verbais dos Conselheiros Federais, os valores destinados estavam acima do ideal. Desta forma foi proposto uma redução nos valores. Inclusive com esse novo valor possibilitará a participação de mais entidades, uma vez que a distribuição entre o menor e maior valor foi diminuída.</b>	Alteração:  4.2 Valor máximo evento presencial R\$ 100.000,00 4.2 Valor máximo do evento Híbrido R\$ 70.000,00  4.2 Valor máximo publicação (Livro) R\$ 60.000 4.2 Valor máximo publicação (Revista) R\$ 20.000
Item 5. Das Contrapartidas				Alteração: acréscimo do tem 5.3 - II  5.3 Contrapartida negocial:  1. Cessão de estande, participação na programação e/ou atuação do Confea como patrocinador durante a realização do projeto (no mínimo 9m2, paredes e ou conceito aberto adesivados com painéis, iluminação com spots, dois pontos de energia, móveis: uma mesa, duas cadeiras e um balcão e uma testeira e ou identificação visual na frente do estande com a logomarca do Confea), entre outras;  <b>Justificativa: Inclusão da contrapartida no Edital de Patrocínio, visando disseminação</b>

				<b>da divulgação da marca e informações relacionadas às atividades finalísticas.</b>
Item 6 – Das etapas e dos prazos	6.1. Este processo contempla <b>dois ciclos</b> de seleção pública de projetos cuja realização do objeto (...)	Alteração: ciclo único  6.1. Este processo contempla <b>ciclo único</b> de seleção pública de projetos cuja realização do objeto (...)	Alteração: ciclo único  6.1. Este processo contempla <b>ciclo único</b> de seleção pública de projetos cuja realização do objeto se dará do dia 01 de julho até o dia 22 de dezembro de 2023.  <b>Justificativa.: com o advento da Covid19, foi prudente colocar no Edital de Patrocínio 2021, primeiro e segundo ciclos, evitando reuniões desnecessárias durante a pandemia. Entendemos que para o ano de 2023 o ideal é um ciclo.</b>	Alteração: ciclo único  6.1. Este processo contempla <b>ciclo único</b> de seleção pública de projetos cuja realização do objeto se dará do dia 08 de julho a 15 de dezembro de 2024.  <b>Justificativa: Em atendimento nova Gestão</b>
Item 7 – Da inscrição	7.2 O ato de inscrição é gratuito e realizado mediante apresentação da documentação correspondente, preferencialmente via e-mail, a ser enviado para sedoc@confea.org.br	Alteração: novo e-mail para envio da documentação, considerando denominação do novo setor.  7.2. O ato de inscrição é gratuito e realizado mediante apresentação da documentação correspondente, preferencialmente via e-mail, a ser enviado para <b>sepro@confea.org.br</b>	Alteração: inscrições no sitio do Confea.  7.2. O ato de inscrição é gratuito e realizado mediante apresentação da documentação correspondente, exclusivamente no sitio do Confea.  <b>Justificativa: Durante o ato de inscrição verificou-se que alguns pedidos de patrocínio foram identificados como spam, com esse novo procedimento o problema será resolvido.</b>	Alteração: Inscrições por meio de Sistema Eletrônico.  7.2. O ato de inscrição é gratuito e realizado mediante apresentação da documentação correspondente, obrigatoriamente, por meio de Sistema Eletrônico. Não será necessário o encaminhamento de dados, cada proponente terá que inserir os documentos e preencher os formulários necessários e obrigatórios via sistema.  <b>Justificativa: Melhorias e otimização de tempo para as fases do Edital</b>
Item 7 – Da inscrição	7.3. Cada proponente poderá inscrever, até 02 (dois) projetos de patrocínio por objeto neste edital, sendo dois projetos no primeiro ciclo e dois projetos no segundo ciclo.	Alteração: cada proponente poderia, no edital anterior, apresentar até 4 projetos. Neste edital, como é ciclo único, máximo de 2 (dois) projetos por proponente.  7.3. Cada proponente poderá inscrever, até 02 (dois) projetos de patrocínio por objeto neste edital. Podendo ser: 1 (um) de evento e 1 de publicação ou os 2 (dois) de evento ou os 2 (dois) de publicação.	Alteração: cada proponente poderia, no edital anterior, apresentar até 4 projetos. Neste edital, como é ciclo único, máximo de 2 (dois) projetos por proponente.  7.3. Cada proponente poderá inscrever, até 02 (dois) projetos de patrocínio por objeto neste edital. Podendo ser: 1 (um) de evento e 1 de publicação ou os 2 (dois) de evento ou os 2 (dois) de publicação.  <b>Justificativa: Não existe mais primeiro e segundo ciclos.</b>	NA
Item 8 – Da documentação obrigatória	8.1 I. Plano de Trabalho de Patrocínio, assinado pelo(s) representante(s) legal(ais) do proponente, instruído com os seguintes elementos: a. no caso de evento: plano de divulgação; b. no caso de publicação: sinopse de, no mínimo, 30 (trinta) linhas e plano de distribuição da obra.	Alteração: definição do que é aceitável como plano de divulgação e diminuição da extensão da sinopse enviada, no caso de publicação.  8.1 I - Plano de Trabalho de Patrocínio, assinado pelo(s) representante(s) legal(ais) do proponente, instruído com os seguintes elementos: a. no caso de evento: plano de divulgação, <b>entendido aqui como informações que forneçam uma prévia do evento</b> ; b. no caso de publicação: sinopse de, no mínimo, <b>15 (quinze) linhas</b> e plano de distribuição da obra.	Alteração: definição do que é aceitável como plano de divulgação e diminuição da extensão da sinopse enviada, no caso de publicação.  8.1 I - Plano de Trabalho de Patrocínio, assinado pelo(s) representante(s) legal(ais) do proponente, instruído com os seguintes elementos: a. no caso de evento: plano de divulgação, <b>entendido aqui como informações que forneçam uma prévia do evento</b> ; b. no caso de publicação: sinopse de, no mínimo, <b>15 (quinze) linhas</b> e plano de distribuição da obra.  <b>Justificativa: Durante a apresentação, em Sessão Plenária deste Federal, um Conselheiro Federal sugeriu que 15 linhas para sinopse seria o suficiente. Vimos pertinência na proposta.</b>	Alteração: inclusão da Declaração de que constitui entidade sem fins lucrativos  8.1 – III  f) declaração de que constitui entidade sem fins lucrativos nos termos do art. 15 da <a href="#">Lei nº 9.532, de 10 de dezembro de 1997</a>  <b>Justificativa: Atendimento ao solicitado pela GFI, nos termos do art. 15 da Lei nº 9.532, de 10 de dezembro de 1997.</b>
Item 10. Da Classificação	No caso de publicação, a pontuação alcançada, segundo critérios do item 10.1, determinará o valor a ser disponibilizado para o patrocínio,	Alteração: aumento no valor máximo de publicação, de 40 mil para 50 mil; aumento nos valores intermediários.  VALOR DA COTA DE PATROCÍNIO de 81 a 100 R\$ 50.000,00 de 61 a 80 R\$ 30.000,00 de 34 a 60 R\$ 15.000,00 de 0 a 33 R\$ 0,00	Alteração: aumento no valor máximo de publicação, de 40 mil; aumento nos valores intermediários.  VALOR DA COTA DE PATROCÍNIO de 81 a 100 R\$ 40.000,00 de 61 a 80 R\$ 30.000,00 de 40 a 60 R\$ 15.000,00 de 0 a 39 Inabilitado	Alteração: aumento no valor máximo de evento e publicação.  10.3 VALOR DA COTA DE PATROCÍNIO-EVENTO  DE ATÉ VALOR (R\$) 0 40 Inabilitado 41 50 R\$ 30.000,00 51 60 R\$ 40.000,00

	conforme tabela de valores abaixo: FAIXA DE PONTUAÇÃO PARA PUBLICAÇÃO VALOR DA COTA DE PATROCÍNIO de 81 a 100 R\$ 40.000,00 de 61 a 80 R\$ 20.000,00 de 34 a 60 R\$ 10.000,00 de 0 a 33 R\$ 0,00		<b>Justificativa: Essa pontuação visa melhorar a qualidade dos produtos apresentados. Eliminando os produtos com pouca qualidade.</b>	61 70 R\$ 50.000,00 71 80 R\$ 80.000,00 81 90 R\$ 90.000,00 91 100 R\$ 100.000,00  VALOR DA COTA DE PATROCÍNIO-PUBLICAÇÃO  de 81 a 100 R\$ 60.000,00 de 61 a 80 R\$ 35.000,00 de 41 a 60 R\$ 20.000,00 de 0 a 40 Inabilitado  <b>Justificativa: Essa pontuação visa melhorar a qualidade dos produtos apresentados. Eliminando os produtos com pouca qualidade.</b>
Item 14. Do acompanhamento e da execução	14.5.2 Na hipótese de que trata o item 14.5.1, inciso I, o patrocinado deve enviar ofício ao Confea, solicitando alteração da cidade ou do período de realização do objeto com prazo mínimo de 45 (quarenta e cinco) dias de antecedência da data de realização do objeto, informada no contrato.	Alterações: definição dos e-mails para envio de solicitação de alteração (data e cidade do evento) e diminuição da antecedência para essa alteração (de 45 dias para 30 dias da data da realização do objeto)  14.5.2. Na hipótese de que trata o item 14.5.1, inciso I, o patrocinado deve enviar ofício ao Confea ( <a href="mailto:patrocinio@confea.org.br">patrocinio@confea.org.br</a> ; <a href="mailto:sepat@confea.org.br">sepat@confea.org.br</a> e <a href="mailto:gco.fiscalizacao@confea.org.br">gco.fiscalizacao@confea.org.br</a> ), solicitando alteração da cidade ou do período de realização do objeto com prazo mínimo de <b>30 (trinta) dias</b> de antecedência da data de realização do objeto, informada no contrato.	Alterações: definição dos e-mails para envio de solicitação de alteração (data e cidade do evento) e diminuição da antecedência para essa alteração (de 45 dias para 30 dias da data da realização do objeto)  14.5.2. Na hipótese de que trata o item 14.5.1, inciso I, o patrocinado deve enviar ofício ao Confea ( <a href="mailto:patrocinio@confea.org.br">patrocinio@confea.org.br</a> ; <a href="mailto:sepat@confea.org.br">sepat@confea.org.br</a> e <a href="mailto:gco.fiscalizacao@confea.org.br">gco.fiscalizacao@confea.org.br</a> ), solicitando alteração da cidade ou do período de realização do objeto com prazo mínimo de <b>30 (trinta) dias</b> de antecedência da data de realização do objeto, informada no contrato. <b>Justificativa: a pedido de algumas entidades para diminuição do prazo. Entendemos ser razoável atender ao pleito dos realizadores de eventos institucionais.</b>	Alterações: definição dos e-mails para envio de solicitação de alteração (data e cidade do evento) e diminuição da antecedência para essa alteração (de 45 dias para 30 dias da data da realização do objeto) 14.5.2. Na hipótese de que trata o item 14.5.1, inciso I, o patrocinado deve enviar ofício ao Confea ( <a href="mailto:gco@confea.org.br">gco@confea.org.br</a> ; <a href="mailto:sepat@confea.org.br">sepat@confea.org.br</a> ), solicitando alteração da cidade ou do período de realização do objeto com prazo mínimo de <b>30 (trinta) dias</b> de antecedência da data de realização do objeto, informada no contrato. <b>Justificativa: a pedido de algumas entidades para diminuição do prazo. Entendemos ser razoável atender ao pleito dos realizadores de eventos institucionais.</b>
Item 15. Da comprovação da execução do objeto		Acréscimo do item 15.3.2 (compilação das comprovações em um único documento)  15.3.2. Anexo ao Relatório de Execução deve estar um outro arquivo, único, em PDF, que consolide todas as comprovações das contrapartidas realizadas.	Acréscimo do item 15.3.2 (compilação das comprovações em um único documento) 15.3.2. Anexo ao Relatório de Execução deve estar um outro arquivo, único, em PDF, que consolide todas as comprovações das contrapartidas realizadas. <b>Justificativa: Os arquivos são apresentados separadamente e em datas diferentes, causando confusão na prestação e contas</b>	NA
Item 16. Do pagamento da cota de patrocínio		16.1.2. Na hipótese de que trata o item 16.1.1, inciso II, o patrocinado deve enviar ofício ao Confea, solicitando pagamento da primeira parcela da cota de patrocínio com prazo mínimo de 15 (quinze) dias de antecedência da data de realização do objeto.	Alterações: menção dos e-mails para os quais a entidade deve enviar. Ainda, alteração do prazo de envio.  16.1.2. Na hipótese de que trata o item 16.1.1, inciso II, o patrocinado deve enviar ofício ao Confea ( <a href="mailto:patrocinio@confea.org.br">patrocinio@confea.org.br</a> ; <a href="mailto:gco.fiscalizacao@confea.org.br">gco.fiscalizacao@confea.org.br</a> ), solicitando pagamento da primeira parcela da cota de patrocínio, <b>somente após a celebração do contrato</b>	Alterações: mudança no percentual do pagamento das cotas em duas parcelas e menção dos e-mails para os quais a entidade deve enviar.  16.1.1 - II pagamento em duas parcelas, observados os seguintes critérios:  1. 50% da cota aprovada, após a assinatura do contrato e apresentação parcial das contrapartidas oferecidas.  b) 50% remanescente da cota aprovada após apresentação de Relatório de Execução de Patrocínio instruído com a comprovação da aplicação da cota de patrocínio na realização do objeto e a execução total das contrapartidas contratadas. 16.1.2. Na hipótese de que trata o item 16.1.1, inciso II, o patrocinado deve enviar ofício ao Confea ( <a href="mailto:gco@confea.org.br">gco@confea.org.br</a> e <a href="mailto:sepat@confea.org.br">sepat@confea.org.br</a> ), solicitando pagamento da primeira parcela da cota de patrocínio, somente após a celebração do contrato, bem como a apresentação de Nota(s) Fiscal(is) e outros comprovantes de despesas.

				Justificativa: Em atendimento a solicitação da Gestão.
--	--	--	--	--

Apresentamos a seguir os resultados realizados no Edital nº 01/2023 de Seleção Pública de Projetos de Patrocínio do Confea, bem como aqueles alcançados com a participação do Confea em eventos da Engenharia, Agronomia e Geociências por meio da locação de estandes, em termos de volume de contrapartidas previstas nos planos de trabalhos aprovados, explicitando sua aplicabilidade para a verificação do alcance dos **objetivos da Política de Patrocínio do Confea**:

Quadro 6. Ações aprovadas e Produtos estimados para o exercício 2023

		Projetos	Quantitativo	Contrapartidas
Patrocínio	Eventos	108	69.389 Participantes	1.647
	Publicação	32	50.750 Exemplares	216
	<b>Total</b>	<b>140</b>	<b>120.139 Participantes</b>	<b>1.863</b>
Estandes		Projetos	Quantitativo	Contrapartidas
	Eventos	74	795.130 Participantes	263

#### Objetivo I da Política de Patrocínio do Confea: Gerar identificação e reconhecimento do Confea por meio da iniciativa patrocinada

A partir dos cenários apontados pelas pesquisas realizadas pelo Confea, torna-se fundamental o desenvolvimento de ações de comunicação integradas de modo a ampliar o reconhecimento da marca.

A divulgação de marcas em eventos por meio de ações de patrocínio é determinante para criar canais diretos de partilha e comunicação com os públicos de interesse das organizações. Nestas situações, o público está mais receptivo à mensagem, uma vez que está participando do evento voluntariamente. Portanto, caracteriza-se como momento ideal para criar ou fortalecer uma conexão entre marca e público. As experiências compartilhadas em eventos são particulares, únicas, personalizadas e decorrentes de interações entre todos os mecanismos e fatores determinantes do próprio evento.

Gerar lembrança de marca requer que o processo de comunicação mantenha a marca viva na memória do seu público-alvo. A importância da lembrança de marca é reforçada por Kapferer (2003, p. 45), que afirma que "a marca só se manifesta através de suas ações (modelos, produtos, comunicação, rede etc.). Seu conteúdo nasce da acumulação memorizada delas, na medida em que parecem orientadas por um princípio comum, por um fio condutor".

Em 2023, o Confea apoiou (Locação de Estande) **74 eventos** e patrocinou (Edital de Patrocínio nº 01/2023) **108 eventos** e **32 publicações**, e sedimentando sua marca junto aos públicos de interesse que, dispostos a conhecer temas das áreas da Engenharia, Agronomia e Geociências, conectarão seu aprimoramento pessoal e profissional à missão e à visão do Conselho Federal.

**MISSÃO:** Proteger a sociedade, assegurando o exercício legal e o desenvolvimento das atividades de profissionais e de empresas da engenharia, da agronomia e das geociências, visando à saúde, à segurança e à proteção da vida.

**VISÃO:** Ser reconhecido como a instância superior de um Sistema comprometido em proteger a sociedade, assegurando o exercício legal e o desenvolvimento das atividades de profissionais e de empresas da engenharia, da agronomia e das geociências em prol da sustentabilidade socioeconômica e ambiental, do desenvolvimento nacional e da promoção do respeito, da dignidade e da valorização profissional.

Na minuta de edital proposta, nota-se uma preocupação não somente com a divulgação da marca, mas principalmente assegurar que sejam trazidas informações associadas, capazes de impulsionar e fortalecer as atribuições institucionais.

#### Objetivo II da Política de Patrocínio do Confea: Ampliar relacionamento do Confea com públicos de interesse

Públicos de interesse são os públicos interno e externo com os quais o Confea se relaciona e que ofereçam ou sofram potencial impacto em relação à atuação da instituição. Abaixo foram listados os principais públicos de interesse do Conselho. Ressalta-se que a listagem é exemplificativa e está em constante atualização.

Quadro 7. Públicos de Interesse constante do Plano de Comunicação do Confea 2021-2023

PÚBLICO INTERNO	PÚBLICO EXTERNO
Presidente	Profissionais
Conselheiros Federais	Creas
Gestores	Mútua
Empregados	Colégio de Presidentes - CP
Estagiários	Colégio de Entidades Nacionais – Cden
Prestadores de Serviço	Coordenadorias de Câmaras Especializadas dos Creas - CCEC
	Coordenadoria Nacional das Comissões de Ética - CNCE
	Entidades Precursoras
	Instituições de Ensino
	Estudantes de nível técnico, tecnológico e superior
	Formandos, Crea Jovem, Crea Júnior e Jovens Engenheiros
	Conselheiros Regionais
	Inspetores
	Veículos de Comunicação
	Parlamentares
	Conselhos Profissionais
	Organismos Internacionais, como Upadi e OEP
	Sociedade organizada como um todo, entre outros

Conforme apresentado no Quadro 6, no âmbito dos critérios de visibilidade institucional e potencial de comunicação, estima-se a presença de mais de **69 mil participantes**<sup>(2)</sup> nos eventos patrocinados e de **795 mil participantes**<sup>(2)</sup> nos eventos apoiados, além de mais de **50 mil exemplares de publicações**<sup>(2)</sup> a serem distribuídos que **alcançarão de forma direcionada** profissionais, representantes de empresas e órgãos públicos, além do corpo docente e discente de instituições de ensino que possuem interesse nos temas das áreas da Engenharia, Agronomia e Geociências.

#### Política de Patrocínio do Confea: Objetivo III - Divulgar marcas, produtos, serviços, posicionamentos, programas e políticas de atuação do Confea.

A distribuição de material sobre os serviços, programas e ações do Sistema Confea/Crea, atendimento ao público em estandes, participação do Confea nas solenidades de abertura e/ou na programação do evento, inserção da marca em peças de divulgação, de sinalização, publicitárias e promocionais, em meios on-line e off-line, citação em release para mídia externa são alguns exemplos de contrapartidas nas quais a marca Confea estará presente em 2023, totalizando **1.863 elementos de comunicação previstos nos projetos patrocinados e 263 realizados pelos projetos apoiados**, conforme demonstrado no Quadro 6. Destaca-se ainda que a diversidade destes elementos, conforme definido pelo edital de seleção pública de projetos de patrocínio, aumenta seu impacto junto aos públicos de interesse:

- Contrapartida de imagem: inserção da logomarca, citação ou menção do Confea como Patrocinador, tais como: a) exposição da marca do patrocinador e/ou de seus produtos e serviços nas peças de divulgação do projeto; b) citação do patrocinador e/ou de seus produtos e serviços nas peças de divulgação ou durante a realização do projeto;
- Contrapartida negocial: iniciativas negociais oriundas dessa parceria, de acordo com a disponibilidade do Federal e em comum acordo entre as partes;
- Contrapartida de sustentabilidade: adoção pelo patrocinado de práticas voltadas ao desenvolvimento social e ambiental.

Além disso, amplia-se a visibilidade e a lembrança da marca por meio de sua exposição em peças e produtos que permanecerão sendo utilizados mesmo após a realização do evento, como no caso de publicações, materiais gráficos, postagens e notícias que atingirão também pessoas que não participaram do evento.

#### Objetivo III da Política de Patrocínio do Confea: Agregar valor à marca Confea.

Agrega-se valor a uma marca (*brand equity*) pela percepção e experiências que o público tem com a marca em questão.

Como dito anteriormente, no âmbito externo a comunicação do Confea visa ao atendimento dos princípios de publicidade e de transparência na Administração Pública, mediante o desenvolvimento de ações de caráter educativo, informativo ou de orientação social, cujas temáticas abordam: a) as atribuições de regulamentação e de supervisão da verificação e da fiscalização do exercício e das atividades profissionais definidas na Lei nº 5.194/1966, bem como b) as realizações de interesse social e humano das profissões da Engenharia, Agronomia e Geociências apresentadas no art. 1º da Lei nº 5.194/1966:

Art. 1º As profissões de engenheiro, arquiteto e engenheiro-agrônomo são caracterizadas pelas realizações de interesse social e humano que importem na realização dos seguintes empreendimentos: a) aproveitamento e utilização de recursos naturais; b) meios de locomoção e comunicações; c) edificações, serviços e equipamentos urbanos, rurais e regionais, nos seus aspectos técnicos e artísticos; d) instalações e meios de acesso a costas, cursos e massas de água e extensões terrestres; e e) desenvolvimento industrial e agropecuário.

Nesse sentido, ao estar presente em eventos e em publicações patrocinadas que estimulem a inovação, atualização e geração de conhecimento técnico-científico, divulgue ações e/ou projetos voltados ao desenvolvimento tecnológico e discuta ações e estudos relacionados ao exercício, à regulamentação ou à fiscalização profissional o Confea combina elementos que permitem a conexão do público de interesse com a sua marca por meio de experiências positivas e que se alinham aos seus valores institucionais.

VALORES: integridade, ética e cidadania; ciência & tecnologia e soberania; excelência dos serviços prestados à sociedade; valorização profissional e funcional; participação e posicionamento social; e inovação.

Ademais, os projetos de patrocínio devem, de acordo com suas características, promover os seguintes aspectos: a) igualdade étnica, de gênero e de oportunidades e combate a quaisquer formas de discriminação ou violência; b) acessibilidade de idosos e de pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida aos ambientes dos eventos ou aos produtos e serviços decorrentes do projeto patrocinado; e c) adoção de práticas voltadas ao desenvolvimento social e ambiental.

Na forma apresentada pela minuta de edital, busca-se agregar valor à marca, sempre associado ao cumprimento da missão institucional do sistema Confea/Crea.

#### Da Eficácia e Da Efetividade

Demonstradas tanto a legalidade como a adequação do **patrocínio** como instrumento da tipologia marketing de organizações e serviços, cabe demonstrar também a motivação para o investimento contínuo nesta ação de comunicação.

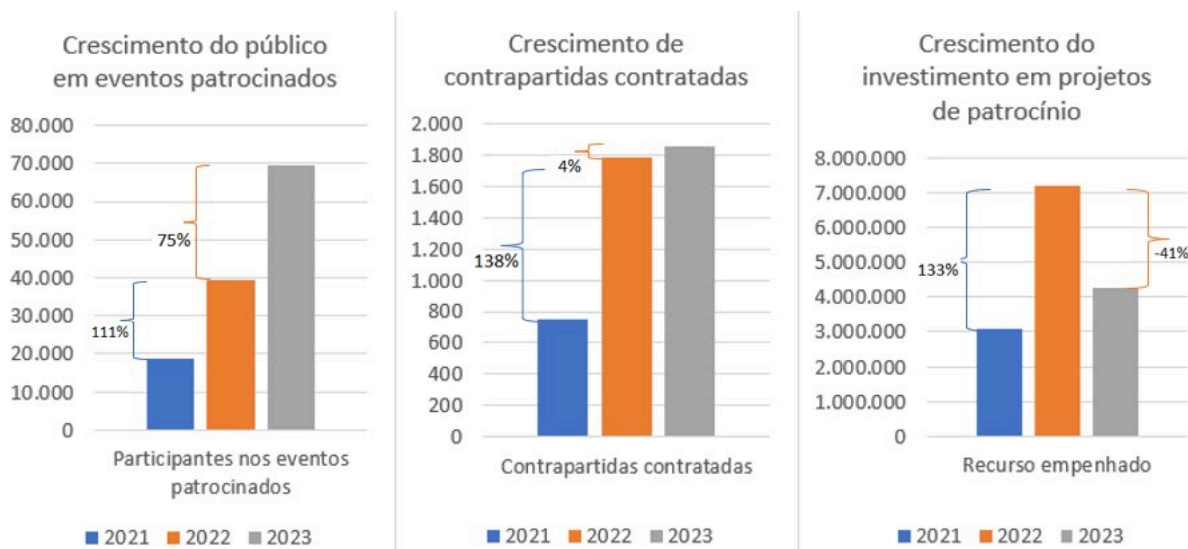
O diagnóstico da pesquisa qualitativa realizada pelo Instituto de Pesquisa Datafolha, relativamente ao público de interesse Profissionais Registrados – foco das ações patrocinadas ou apoiadas pelo Confea – apresentou os seguintes aspectos:

- As responsabilidades do Crea são de conhecimento dos profissionais, porém, toca-se uma questão sensível quando se fala de ações – não conhecem a fundo as ações do Crea e muito menos as do Confea. E gostariam de conhecer.
- Há muitas queixas sobre ausência de fiscalizações do exercício profissional no amplo espectro de modalidades como nas vistorias de verificação da responsabilidade técnica de projetos executados pela agronomia, geociências e engenharia. Mesmo os poucos profissionais que se dizem satisfeitos com o trabalho que o Crea desenvolve, apregoam que a fiscalização deve ser intensificada.
- Há confusão a respeito do piso salarial da categoria. Muitos atribuem essa função ao Sistema e esse é um aspecto de descontentamento entre os profissionais e o Sistema Confea/Crea.
- Outro ponto bastante comentado é o valor pago pela anuidade, considerado alto ante uma percepção de omissão do Conselho em valorizar o profissional. Não se sentem reconhecidos, principalmente pela ausência ou pouca comunicação do órgão para com os registrados. Nesse ponto, levando-se em conta a imagem que têm de uma alta arrecadação, a atuação fica bastante abaixo do esperado. Não percebem benefícios e, sobre isso, nota-se que a associação Mútua é pouco conhecida, citada apenas pontualmente.
- Sentem falta de iniciativas voltadas para a valorização profissional. Há desconhecimento de eventos técnicos, como palestras, reciclagem profissional, encontros sociais, integração entre oportunidades de trabalho nas empresas e profissionais. Os profissionais querem informações sobre as efetivas ações do Crea e demonstram expectativas que podem superar o campo previsto para sua atuação.
- A comunicação do Confea/Crea é vista como pouco eficiente. Há poucos entrevistados que recebem comunicações, quando recebem é sobre eleições, e há percepção de que a engenharia civil é mais valorizada pelo Conselho.
- Os filmes apresentados foram avaliados positivamente. Além de valorizar as profissões de engenharia civil e agronomia, enxergam como o início de um movimento na comunicação por parte do Conselho, e sugerem que seja estendida para outras modalidades.
- É importante mencionar que não foram observadas diferenças entre as modalidades e regiões que pudessem merecer destaque.

Se por um lado, as variáveis Conhecimento e Familiaridade tiveram um melhor desempenho quando comparado às pesquisas anteriores, as variáveis Associações e Preferência encontra-se ainda com baixa avaliação. Deste modo sob o aspecto estratégico, esta situação motiva a continuidade das ações para aproximação do Confea deste público específico com vistas a fortalecer sua identificação junto aos profissionais que já utilizam os serviços do Sistema Confea/Crea como meio para posicionar uma imagem positiva e enaltecer aspectos relevantes do Confea, dos Creas e da Mútua.

**Sob o aspecto da eficácia**, observa-se no período de 2021 a 2023<sup>(3)</sup> um crescimento das métricas de eficiência e eficácia destas ações de comunicação específicas:

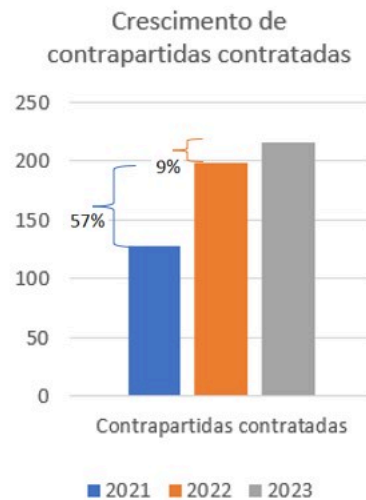
Indicadores de Eficácia (Produtos de Patrocínio)



Observação: a estimativa de participantes para o exercício 2023 considera a realização até 15/12/2023 de 100% dos projetos homologados.

Da análise comparativa entre as séries históricas de Público Participante dos Eventos Patrocinados x Contrapartidas Contratadas x Recursos Empenhados observa-se um crescimento ano a ano dos produtos de patrocínio (contrapartidas de comunicação), independentemente da ampliação ou redução do recurso empenhado.

Indicadores de Eficácia (Produtos de Estande)



Observação: A estimativa de público para o exercício 2023 considera os projetos contratados até 30/09/2023, sendo que o decréscimo observado também se deve à bianualidade de realização de eventos de grande porte, os quais, apoiados em 2022, somente voltarão a ser editados em 2024.

**Sob o aspecto da efetividade**, tanto as ações de patrocínio quanto de publicidade somente poderão ser avaliadas após novas pesquisas de opinião uma vez que não há outros mecanismos para mensurar a percepção dos públicos aos quais a marca Confea foi exposta, o que deverá ser realizado somente no exercício 2024.

Por sua vez, o impacto da divulgação da marca Confea nos eventos em que participou pode ser demonstrado a partir do resultado da taxa média de conhecimento dos frequentadores dos estandes acerca de sua atuação e dos produtos e serviços do Sistema Confea/Crea:

Indicadores de Efetividade (Impacto de Estande)

Variável	Definição	Pergunta	Nota média
Conhecimento	As pessoas sabem que o Confea existe?	Em uma escala de 0 a 10, qual o grau de conhecimento sobre o Confea depois da visita ao estande?	9,10
Familiaridade	Até que ponto as pessoas conhecem o Confea? O que ele oferece?	Em uma escala de 0 a 10, o quanto o conhecimento acerca dos produtos/serviços do Sistema Confea/Crea aumentou após a visita ao estande?	9,05
Recomendação	As pessoas recomendariam a visita ao estande para seus colegas?	Em uma escala de 0 a 10, o quanto você indicaria o estande do Confea/Crea para amigo ou profissional da área?	9,55

#### CONCLUSÃO

Diante do exposto, entendemos que as fases de regulamentação, planejamento e avaliação de resultados das ações de comunicação de patrocínio, notadamente em face dos termos da minuta de edital sob análise, atende aos princípios administrativos da **eficiência**, do **interesse público** e da **economicidade**, uma vez que visam impulsionar as atividades institucionais do Confea – seus posicionamentos, serviços, programas e ações – para diferentes públicos de interesse a partir de temas relacionados às profissões da engenharia, agronomia e geociências e às atribuições previstas na Lei nº 5.194/1966.

Podemos considerar que esta proposta de Edital de Patrocínio 2024 está **consolidada com o posicionamento sobre a aplicação da Lei nº 5.194/66, gerando identificação e reconhecimento da fiscalização e dos serviços prestados pelo sistema, estreitar relacionamento com públicos de interesse para conhecimento dos serviços e da legislação, divulgar programas e políticas de atuação entre outros**, tendo em vista o volume e o foco dos resultados obtidos por meio da realização dos projetos patrocinados, e sua aderência aos objetivos consignados no Plano de Comunicação e no edital de seleção pública de projetos de patrocínio.

Uma vez caracterizada sua eficiência, conforme disposto na IN-SECOM nº 02/2019, o princípio da economicidade é atendido na medida em que alcança de modo direcionado os públicos de interesse desejados, otimizando a aplicação do recurso investido e potencializando a qualidade da comunicação institucional.

A minuta do edital (Sei nº 0928296) observa o interesse público ao selecionar projetos relacionados a temas das áreas abrangidas pelo Sistema Confea/Crea relevantes para a sociedade, a economia e o desenvolvimento do país, demonstrando sua conexão com os posicionamentos, programas e ações institucionais do Confea, o que confere valor à sua marca, e busca agregar valor à marca Confea, **sempre associado ao cumprimento da missão institucional do Sistema Confea/Crea**.

Sua eficácia tem sido comprovada com o número significativo de público potencial ao qual a marca Confea tem sido exposta e sua efetividade demonstrada pela excelente média obtida na taxa de conhecimento sobre a atuação do Confea e os produtos e serviços do Sistema Confea/Crea.

Considerando que por meio do Despacho GOC 0931949, de 19 de março de 2024, a Gerência de Orçamento e Contabilidade - GOC encaminhou os autos ao Setor de Comunicação Digital - Sedig nos seguintes termos:

Considerando o Despacho SEDIG (Sei 0931927) que solicita informação de disponibilidade orçamentária para execução do Edital de Patrocínios.

Informa-se que a referida disponibilidade orçamentária consta aprovada no Orçamento do Exercício de 2024, no Centro de Custo 3.1.03 - PAT Atividades de Patrocínio e Promoção, com destaque da alocação do valor de R\$ 8.000.000,00 (oito milhões de reais), para cobertura das despesas com Patrocínios.

Ressalta-se ainda que consta na Proposta da 1ª Reformulação Orçamentária do Confea a suplementação no valor de R\$ 2.000.000,00 (dois milhões de reais) solicitado por este Setor.

Diante disso, o saldo disponível passará para R\$ 10.000.000,00 (dez milhões de reais) na rubrica de 6.2.2.1.1.01.04.09.054 - Patrocínios.

Restitui-se o processo para conhecimento.

Considerando que por meio do Despacho AGS 0932042, de 19 de março de 2024, a Advocacia Geral do Sistema - AGS aprovou o Parecer 33 0931879 e encaminhou os autos ao Conselho Diretor;

Considerando que por meio da Decisão Plenária nº PL-1144/2019 (0228892), de 30 de julho de 2019, foi aprovada a "Política que disciplina a concessão de patrocínio pelo Confea";

**DECIDIU**, por unanimidade:

Propor ao Plenário do Confea:

1) Aprovar a minuta de Edital de Seleção Pública de Projetos para Patrocínio Confea 2024 (0928296); o Anexo IA – Plano de Trabalho - Evento (0929664); o Anexo IB – Plano de Trabalho - Publicação (0929666); o Anexo IIA – Relatório de Execução - Evento (0929675); o Anexo IIB - Relatório de Execução - Publicação (0929689); o Anexo III - Declaração de Entidade sem fins lucrativos (0929689); o Anexo IV - Declaração junto à Administração Pública (0929696) e o Anexo V - Minuta de Contrato (0929770), cujos recursos para o exercício 2024 estão disponíveis no Centro de Custo 3.1.03 - PAT Atividades de Patrocínio e Promoção, na rubrica de 6.2.2.1.1.01.04.09.054 - Patrocínios (0931949);

2) Encaminhar os autos à Superintendência de Estratégia do Sistema - SES, para as providências decorrentes,

Presidiu a sessão o Eng. Telecom. **Vinicius Marchese Marinelli**. Presentes o Vice-Presidente, Eng. Eletric. **Evânio Ramos Nicoleit** e os Diretores Eng. Agr. **Álvaro João Bridi**, Eng. Agr. **Francisco das Chagas da Silva Lira**, Eng. Mec. **Francisco Lucas Carneiro de Oliveira**, Eng. Eletric. **Marcos da Silva Drago** e Eng. Ftal. **Nielsen Christianni Gomes da Silva**.

Cientifique-se e cumpra-se.



Documento assinado eletronicamente por **Vinicius Marchese Marinelli, Presidente**, em 21/03/2024, às 13:06, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 4º, § 3º, do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.confea.org.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.confea.org.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **0932195** e o código CRC **9EFDAD3**.