
Memorial Descritivo

Serviços de Estratégias de Comunicação

1. OBJETO:

Serviços de Estratégias de Comunicação direcionadas aos públicos-alvo da SCGÁS, com atuação em níveis local, regional, estadual e nacional, quando for o caso. Os serviços incluem o desenvolvimento de ações de apoio em assessoria de imprensa como produção de releases, construção de relacionamento com veículos de mídia, gestão de imagem institucional e auxílio na comunicação externa da companhia no geral. A empresa contratada deverá oferecer suporte à Gerência de Marketing e Comunicação que supervisionará todos os serviços de forma integral.

2. CONTEXTUALIZAÇÃO E DISCRIMINAÇÃO GERAL DOS SERVIÇOS:

Em um contexto de crescente competitividade e necessidade de transparência, uma comunicação ágil e eficaz é essencial. As estratégias de comunicação integrada visam: fortalecer a reputação da empresa; estabelecer canais de diálogo com *stakeholders*; promover a transparência nas ações e projetos desenvolvidos; e, gerar visibilidade positiva nas mídias tradicionais e digitais.

O objetivo deste memorial descritivo é a contratação de Serviços de Estratégias de Comunicação que reforcem a narrativa sobre temas relevantes para a SCGÁS, visando aprimorar a divulgação de informações ligadas a pautas de interesse da Companhia. A empresa contratada deverá oferecer suporte à Gerência de Marketing e Comunicação (GEMAC), desenvolvendo um Plano de Ação personalizado que aborde tópicos de importância para a Companhia. O intuito deste trabalho é amplificar o alcance das informações positivas sobre a SCGÁS, por meio da atuação de jornalistas experientes e bem conectados com a mídia

local, catarinense e nacional. Como resultado, a Companhia obterá mais visibilidade e maiores oportunidades para fortalecer o relacionamento com seus públicos de interesse.

A contratada deverá contar com uma equipe de profissionais especializados em Jornalismo, Assessoria de Imprensa, Publicidade e Gestão de Crises, que contarão com a equipe interna para planejar estratégias que aprofundem e concentrem a divulgação de temas prioritários em regiões ou segmentos selecionados. Essa atuação se dará em níveis local, regional, estadual (nas cidades em que a SCGÁS atua) e, em casos excepcionais, nacional, abrangendo todos os segmentos comerciais.

3. FASES DO PROJETO E DETALHAMENTO DO TRABALHO:

As atividades previstas estão organizadas em fases que estruturam a execução dos serviços ao longo do contrato. É importante ressaltar que as fases não necessariamente ocorrerão de forma linear e poderão ser executadas de maneira simultânea ou contínua, conforme a demanda e o planejamento estratégico definidos em conjunto com a SCGÁS. Cada etapa contempla entregas específicas que visam garantir o alinhamento, a efetividade e o fortalecimento da comunicação institucional. **Todas as fases citadas abaixo terão como objetivo oferecer apoio técnico e operacional à GEMAC, que irá planejar e supervisionar diretamente todas as atividades desenvolvidas.**

FASE 1 – Diagnóstico e planejamento estratégico:

- Levantamento e análise das ações de imprensa realizadas anteriormente pela SCGÁS;

- Mapeamento dos veículos de imprensa das regiões de atuação da Companhia e seleção de veículos de imprensa prioritários a partir de números de audiência e tiragem;
- Benchmarking com outras distribuidoras de gás natural e empresas do setor energético, nacionais e internacionais;
- Reunião inicial com a GEMAC para alinhamento de metas, prioridades e diretrizes estratégicas;
- Elaboração de planejamento estratégico de comunicação externa com foco em imprensa, considerando canais, públicos e metas de visibilidade.

FASE 2 – Apoio à GEMAC na produção de um Manual de Comunicação Externa:

- Desenvolvimento do Manual de Comunicação da SCGÁS voltado à comunicação externa, como instrumento norteador da atuação institucional junto aos diversos públicos externos;
- Fundamentação do conteúdo a partir da Norma de Relacionamento com a Mídia, da Política de Comunicação Interna e demais documentos oficiais da GEMAC (excluindo redes sociais, que possuem manual específico);
- O manual deverá conter: diretrizes de relacionamento com a mídia, definição de canais oficiais e porta-vozes, protocolos de comunicação em crises, processos de produção e disseminação de conteúdos, procedimentos para atendimento à imprensa, orientações sobre o uso de imagens, áudios e vídeos em eventos, padronização de linguagem (tom, estilo, vocabulário etc.) e exemplos práticos (releases, notas, templates institucionais);
- A versão final do documento deverá ser entregue em até seis meses após o início do contrato.

FASE 3 – Produção e distribuição de conteúdo jornalístico:

- Redação e envio de releases, notas e artigos para a imprensa local, regional e estadual. Deve ser entregue no mínimo 8 (seis) releases e/ou notas por mês e 1 (um) artigo;
- Em situações emergenciais, pode ser solicitada atuação em nível nacional com limite de até cinco vezes por ano;
- É necessário sempre fazer a adequação da linguagem e abordagem conforme o perfil de cada veículo (geral, especializado, regional etc.);
- Elaboração de sugestões de pauta exclusivas para veículos estratégicos do setor energético;
- Produção mensal de pelo menos 1 (um) material com foco na divulgação do podcast institucional da SCGÁS.

3.1 – Relacionamento com a imprensa e eventos institucionais:

- Criação e atualização contínua de mailing com jornalistas e veículos relevantes;
- Contato proativo com repórteres, editores e colunistas;
- Organização, intermediação e, quando necessário, acompanhamento de entrevistas com porta-vozes da SCGÁS. Faz parte dos deveres da contratada buscar ativamente espaços para entrevistas em veículos de imprensa com relevância e credibilidade;
- Enviar sugestões de pauta para imprensa sobre os eventos promovidos pela Companhia;
- Planejamento e execução junto a GEMAC de estratégias de divulgação prévia de eventos institucionais (inaugurações, lançamentos, parcerias etc.);
- Acompanhamento in loco durante eventos;

- Elaboração de conteúdo pós-evento para ampliação da visibilidade institucional.

3.2 - Apoio à GEMAC em casos de gestão de crise:

- Apoio na redação de notas oficiais, comunicados e posicionamentos públicos durante crises;
- Atuação preventiva e reativa em eventuais crises de imagem, com mobilização de contatos estratégicos na imprensa;
- Realização de reuniões com a GEMAC em momentos críticos, como períodos de revisão tarifária.

FASE 4 – Monitoramento e análise de Mídia:

- Monitoramento diário da presença da SCGÁS na mídia (clipping);
- Elaboração de metas qualitativas e quantitativas para auxiliar na análise progressiva do serviço desenvolvido pela contratada. A elaboração das metas deve ser apresentada na entrega do primeiro relatório de diagnóstico produzido pela contratada e validada pela GEMAC;
- Análises qualitativa e quantitativa dos conteúdos veiculados;
- Elaboração de relatórios mensais, semestrais e anuais, com destaque para resultados, aprendizados e recomendações estratégicas.

FASE 5 – Entregas e relatórios:

- Relatório de diagnóstico e planejamento entregue no primeiro mês de contrato. Deve incluir as metas qualitativas e quantitativas para auxiliar na análise progressiva do serviço desenvolvido pela contratada;
- Relatórios mensais detalhando atividades realizadas e respectivos resultados;

- Relatórios semestrais com avaliação de performance, aprendizados e propostas de melhoria contínua;
- Entrega do Manual de Comunicação Externa da SCGÁS até o final dos primeiros 6 (seis) meses de contrato;
- Relatório anual consolidado com balanço das ações, impactos e recomendações futuras.

4. LOCAL DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS E INFORMAÇÕES ESPECÍFICAS:

- As reuniões presenciais periódicas acontecerão na sede da SCGÁS, em Florianópolis (SC);
- As reuniões com a equipe da contratada e da GEMAC serão mensais, para avaliação de resultados e alinhamento do próximo ciclo;
- Semanalmente, o coordenador ou os jornalistas contratados poderão ter reuniões internas com o gestor da área, para a atualização de pautas e demandas factuais;
- A qualquer momento, os membros da equipe contratada podem ser acionados para reuniões (presenciais ou virtuais), para ajustes de estratégias, definições de novas demandas ou gerenciamento de crises que envolvam a imagem institucional da Companhia;
- Todas as atividades do projeto serão prestadas pela empresa contratada, na sua sede e/ou em home office, com exceção dos profissionais jornalistas que deverão prestar serviços na SCGÁS, entre 1 (uma) a 2 (duas) vezes na semana, sendo 5 (cinco) horas por dia com equipamentos de informática próprios, em horário comercial de funcionamento da SCGÁS (das 8 às 12 e das 13:10 às 17:30 horas);
- O serviço deve contemplar 1 (uma) visita por ano em cada Base Operacional (nas cidades de Joinville, Blumenau, Biguaçu e Criciúma) e Posto Avançado da SCGÁS (na cidade de Lages);

- As despesas referentes a viagens, deslocamentos, transporte, alimentação, hospedagem, entre outras, serão de responsabilidade da contratada.

5. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO:

As condições de pagamento serão estabelecidas em parcelas mensais, iguais e sucessivas, calculadas pela divisão do valor total do contrato pelo período de 12 meses. Os pagamentos serão realizados mediante a apresentação de um relatório mensal das atividades executadas.

Florianópolis/SC, 06 de agosto de 2025.

Adriana da Silva Ramos
Gerente de Marketing e Comunicação