



**ABRACOM**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS  
AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO

**EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 01/2025  
CONTRATAÇÃO DE AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO DIGITAL  
13/03/25**

## **1. APRESENTAÇÃO DA CONCORRÊNCIA**

A **Abracom** - Associação Brasileira das Agências de Comunicação torna público este Edital de Concorrência para a contratação de uma agência especializada em comunicação digital, que será responsável pelo planejamento e execução das estratégias de comunicação digital da entidade ao longo do período de 12 (doze) meses.

O objetivo é ampliar a presença digital da Abracom, fortalecer seu posicionamento institucional e consolidar sua relevância no setor de comunicação. Para isso, a estratégia envolve a promoção contínua de eventos, cursos e webinars, o fortalecimento do relacionamento com associados e stakeholders e a implementação de ações de engajamento digital. Além disso, busca-se atrair novas agências associadas por meio de iniciativas inovadoras, produção de conteúdo estratégico e uma distribuição qualificada, aproveitando o potencial das plataformas digitais para ampliar o alcance e a influência da entidade.

O valor total do contrato será de **R\$ 180.000,00** (cento e oitenta mil reais), pagos em parcelas mensais de R\$ 15.000,00 (quinze mil reais). Além disso, será contratado um planejamento inicial de comunicação digital, com investimento **adicional de R\$ 15.000,00** (quinze mil reais), pago uma única vez.

## **2. CONDIÇÕES PARA PARTICIPAÇÃO**

Poderão participar desta concorrência as empresas que atendam aos seguintes requisitos:

- Para participar da concorrência, **é obrigatório que a agência esteja formalmente associada à Abracom;**
- Pessoa jurídica regularmente constituída, com registro ativo na Receita Federal;
- Comprovação de experiência em comunicação digital, com apresentação de cases de sucesso e portfólio;
- Equipe técnica qualificada para atendimento às demandas previstas no escopo;
- Capacidade comprovada de execução das atividades propostas dentro dos prazos estabelecidos;
- Estar em conformidade com as legislações vigentes relacionadas à prestação de serviços de comunicação.



**ABRACOM**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS  
AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO

### **3. OBJETIVO DA CONTRATAÇÃO**

A presente concorrência visa selecionar uma agência de comunicação digital que será responsável por desenvolver e executar uma estratégia digital integrada para a Abracom, contemplando os seguintes eixos principais:

1. Planejamento de comunicação digital anual;
2. Criação e gestão de conteúdo digital (até 35 posts/mês);
3. Distribuição e veiculação dos conteúdos;
4. Desenvolvimento de campanhas para eventos e cursos
5. Relatórios e avaliação de performance.

### **4. ESCOPO DOS SERVIÇOS**

#### **4.1 PLANEJAMENTO (contratado separadamente, R\$ 15.000,00 – parcela única)**

Realização do Planejamento anual de comunicação digital da Abracom contendo os seguintes itens:

##### **Diagnóstico e análise**

Diagnóstico de comunicação digital da Abracom  
Estudo da concorrência digital  
Benchmark de melhores práticas em associações  
Avaliação de reputação digital

##### **Definição estratégica**

Mapeamento de stakeholders e personas  
Definição de objetivos e KPIs  
Definição de indicadores de impacto (além de KPIs tradicionais)

##### **Planejamento e estruturação**

Planejamento estratégico das redes sociais e de distribuição de conteúdo  
Arquitetura de narrativas digitais  
Plano de engajamento e interação  
Plano de ações para datas-chave  
Plano de crescimento de audiência e engajamento

##### **Conteúdo e identidade digital**

Recomendações de identidade digital de posts e tom de comunicação  
Sugestão de formatos e frequência de postagens

##### **Ativação e execução**

Sugestão de influenciadores para realização de advocacy digital  
Plano de automação e uso de IA

#### **4.2 ATIVIDADES MENSALIS (R\$ 15.000,00/mês)**

- Gestão de Redes Sociais
- Criação de posts para Instagram, Facebook, LinkedIn, YouTube e Twitter;
- Edição e postagens de vídeos curtos;
- Interação e monitoramento das redes sociais;
- Respostas a mensagens e engajamento com público;
- Monitoramento de tendências e oportunidades;
- Cobertura de eventos da Abracom e de eventos com a participação do presidente da entidade;



- Adaptação de conteúdo para diferentes plataformas digitais;
- Distribuição e veiculação;
- Planejamento e impulsionamento de conteúdo pago;
- Campanhas de *Google Ads* e *Social Ads*;
- Análise mensal de desempenho;
- Relatórios de alcance, engajamento e KPIs;
- Sugestões de ajustes para melhoria de performance;
- Apresentação trimestral de análise quantitativa e qualitativa.

## **Conteúdo dos Posts da Abracom**

Os posts da Abracom ao longo do ano abordarão diversos temas estratégicos, incluindo eventos, capacitações, reuniões e conteúdos institucionais. A seguir, os principais tipos de postagens baseados no calendário de 2025:

### **Eventos e Reuniões**

- Divulgação de reuniões de diretorias regionais e encontros dos grupos de trabalho (GTs), destacando pautas e relevância para o setor.
- Chamadas para eventos como Fórum de Comunicação Abracom, SABRE Awards, Copa Abracom, Seminário Abracom Minas, Abracom Digital, Verso & Reverso da Comunicação Interna.
- Cobertura presencial de eventos da Abracom e de eventos com a participação do presidente da entidade em São Paulo; da Assembleia anual em abril e da confraternização de fim de ano, em dezembro.
- Convites e lembretes sobre seminários, conferências e eventos híbridos e presenciais promovidos pela entidade.

### **Capacitação e Desenvolvimento Profissional**

- Posts sobre os módulos do Programa Abracom Educa em formatos inovadores.
- Divulgação de webinars e masterclasses sobre temas estratégicos para a comunicação corporativa.

### **Temas Institucionais e Setoriais**

- Publicações sobre decisões importantes para os associados, como a liminar sobre carga tributária e questões regulatórias.
- Postagens informativas sobre reformas e mudanças no setor, incluindo a Reforma Tributária e temas de governança corporativa.
- Anúncios institucionais, como assembleias gerais e posse do Conselho de Ética.
- Divulgação do lançamento de e-books, parcerias/acordos, descontos e outros materiais e guias desenvolvidos pela entidade e com seus parceiros.
- Destaques sobre participação da Abracom em feiras e congressos, como Congresso ABRAJI, CONAREC, Digitaltalks entre outros.

### **Campanhas e Datas Comemorativas**

- Homenagens e reflexões em datas-chave, como Dia da Mulher, Dia do Jornalista, Dia da Consciência Negra e Dia Internacional contra a Discriminação Racial.
- Campanhas institucionais alinhadas a eventos relevantes, como Junho da Diversidade e Dia Mundial do Meio Ambiente.

### **Pesquisas e Estudos do Setor**



**ABRACOM**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS  
AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO

- Divulgação de resultados de pesquisas da Abracom, como a Pesquisa de Cargos e Salários, Censo de Agências de Comunicação, Termômetro Abracom, Radar Abracom.

### **Networking e Engajamento com Associados**

- Divulgação de Cafés Abracom e encontros para networking entre associados.
- Divulgação de eventos das diretorias regionais da Abracom (RJ, MG, RS, BA, PE, SC)
- Destaques para cases de sucesso de agências associadas, especialmente premiadas no Prêmio Jatobá e Prêmio Aberje, SABRE entre outros.
- Postagens sobre insights, curiosidades e frases de impacto sobre inovação, transformação digital e tendências da comunicação corporativa.
- Publicação de posts sobre as atividades do Presidente, da Vice-presidente, da diretoria executiva da entidade e das diretorias institucionais.

## **5. ESTRUTURA DE ATENDIMENTO E GESTÃO DE MATERIAIS**

### **Indicação de Profissional Responsável**

A agência contratada deverá indicar um profissional dedicado para contato diário com a equipe da Abracom. Esse profissional será responsável pelo alinhamento contínuo das demandas, assegurando agilidade e eficiência na execução das atividades, incluindo a criação de artes e layouts para os posts. Este profissional deverá comparecer presencialmente nos eventos da Abracom. É importante a participação de profissional sênior da agência na condução da reunião trimestral de avaliação com análise qualitativa e quantitativa.

### **Produção de Artes e Vídeos**

A agência contratada será integralmente responsável pela criação, edição e finalização de todas as artes e vídeos-curtos utilizados nas campanhas e postagens da Abracom. Isso inclui a produção de conteúdos gráficos, motion graphics, vídeos para stories e peças para redes sociais, garantindo alinhamento com a identidade visual da entidade e com as diretrizes estratégicas definidas.

### **Gerenciamento de Impulsão**

Todas as campanhas de impulsão em redes sociais digitais deverão ser previamente aprovadas pela Abracom. A agência será responsável por sugerir estratégias de segmentação e orçamento, garantindo que os investimentos estejam alinhados aos objetivos institucionais da entidade.

### **Rotinas de Aprovação de Materiais**

A produção e a publicação de conteúdos seguirão um fluxo estruturado de aprovação. A agência deverá submeter previamente todas as peças gráficas, textos e demais materiais para validação da Abracom, respeitando prazos estabelecidos para ajustes e alinhamentos necessários.

## **5. SOBRE A PROPOSTA TÉCNICA**



## **5.1 Proposta Técnica**

A proposta técnica deve demonstrar a capacidade da agência em planejar e oferecer soluções estratégicas para a comunicação digital da Abracom. A estrutura da proposta abaixo pode ser adaptada pela agência, desde que preserve o conteúdo essencial.

### **5.1.1. Estrutura da Proposta Técnica:**

A proposta técnica deverá conter três partes: I. Credenciais de abordagem para a comunicação digital, II. Apresentação de Case Prático de Campanha Digital para o Abracom Educa e III. Proposta de Planejamento Anual de Comunicação Digital.

## **PARTE I - Credenciais de abordagem para a comunicação digital da Abracom**

### **Resumo Executivo**

- Diferenciais de abordagem da agência para a comunicação digital
- Modos de implementação e gestão de conteúdos pela agência
- Apresentação dos KPIs utilizados pela agência
- Metodologia de trabalho da agência
- Rotinas e estrutura de atendimento sugerida

### **Diagnóstico e Oportunidades**

Definição de três objetivos prioritários para o planejamento digital da Abracom. Breve análise da presença digital atual da Abracom com oportunidades de melhoria e desafios mapeados.

### **Abordagem Estratégica**

Apresentar as linhas gerais de uma estratégia de comunicação digital para a marca institucional da Abracom nas redes sociais, bem como de seus benefícios e produtos para as associadas  
Sugestão de objetivos de comunicação para cada canal digital/persona

### **Exemplos de Cases**

Apresentação de até 3 cases já realizados, em um slide ou em uma página por case, sem identificação de marcas/clientes, contendo a descrição do desafio, a ação conduzida pela agência e o impacto (resultados versus KPIs).

## **PARTE II - Case Prático – Proposta de Campanha para o Abracom Educa**



**ABRACOM**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS  
AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO

Proposta de abordagem para uma campanha digital para a Trilha de Capacitação do Abracom Educa.

# ABRACOM EDUCA

## Trilha de Capacitação da Abracom:

### Contexto

A Abracom está lançando uma trilha de capacitação voltada para profissionais de comunicação interessados em aprimorar suas habilidades na produção de conteúdo para marcas e empresas. O curso abordará desde o planejamento estratégico e inovação em formatos de conteúdo até o uso de inteligência artificial e desafios éticos. O objetivo é termos 80 alunos, se houver mais procura podemos abrir mais 20 vagas. A comunicação digital deste programa precisa engajar o público-alvo do mercado, aumentar a adesão de associadas e fortalecer a imagem do setor de agências de comunicação corporativa e como experts em comunicação e aumentar a visibilidade da Abracom como referência no setor. Todos os instrutores são profissionais de agências associadas.

A Trilha de aprendizado terá 4 Módulos, totalizando 24 horas, cada Módulo será de 6 horas, com 4 aulas.

**Módulo 1:** Planejamento e Gestão de Conteúdo para Marcas e Empresas

**Módulo 2:** Produção de Conteúdo e Formatos Inovadores

**Módulo 3:** Uso de Inteligência Artificial na Produção de Conteúdo

**Módulo 4:** Criatividade e Produção de Conteúdo com Impacto

Evento de encerramento (Master Class): Do Planejamento à Inovação Criativa

### Objetivo da Comunicação

Desenvolver uma estratégia digital integrada para divulgar a trilha de capacitação do Abracom Educa, garantindo que o público-alvo compreenda a importância, diferenciais e benefícios do curso.

### Público-Alvo

Profissionais de comunicação corporativa (empresas clientes e de agências)

Estudantes de comunicação

Gestores de conteúdo e redes sociais

Equipes de comunicação interna e externa de empresas e de agências

Interessados em inovação, IA e *storytelling* digital

### Diretrizes para a Proposta

As agências devem apresentar um plano estratégico de comunicação digital para a divulgação da trilha, contemplando as seguintes entregas:

#### 1. Estratégia Digital

Táticas sugeridas para pré-lançamento, lançamento e acompanhamento da trilha nas redes sociais da Abracom

Abordagem criativa: *storytelling* para atrair e converter potenciais participantes.

#### 2. Produção de Conteúdo

Calendário editorial ( com frequência e formatos de postagens).

Criação de peças: posts para redes sociais, banners, proposta de roteiro para



**ABRACOM**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS  
AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO

videos, etc.

Recomendações para impulsionamento de posts

### **3. Estratégia de Engajamento**

Interação e relacionamento: como manter um diálogo contínuo com o público.

Ativação de influenciadores e parcerias: apoio de especialistas do setor.

### **4. Performance e Monitoramento**

KPIs de sucesso: métricas para avaliação do impacto da comunicação.

As propostas devem trazer abordagens inovadoras, alinhadas às tendências do mercado e ao posicionamento da Abracom. As agências têm liberdade para sugerir novos formatos, ferramentas e metodologias, desde que preservem os objetivos estratégicos do briefing.

## **PARTE III - Metodologia de Planejamento de Comunicação digital**

As agências devem enviar informações sobre a sua metodologia de planejamento. Não é necessário enviar o planejamento.

### **6.1. Entrega da Proposta Técnica (Anônima - Sem Identificação)**

A proposta técnica deverá ser enviada, sem qualquer identificação da agência concorrente, em envelope lacrado e apócrifo, via serviço de correios com aviso de recebimento (AR), para o seguinte endereço:

**Abracom - Associação Brasileira das Agências de Comunicação**

**Rua dos Pinheiros, 498 - 9º Andar**

**Bairro Pinheiros - São Paulo/SP**

**CEP: 05422-902**

#### **Regras para envio da proposta técnica:**

O envelope **não poderá conter identificação do remetente** (razão social, logotipo, CNPJ ou qualquer outro dado da agência concorrente). O remetente indicado no envelope deve ser de uma CAIXA POSTAL. A proposta técnica interna não poderá conter qualquer identificação da agência, seja no conteúdo textual, logotipos, marcas d'água, rodapés, cabeçalhos ou assinaturas.

A data limite para postagem é até **03/04/2025**, conforme o carimbo dos correios.

A Abracom não se responsabiliza por atrasos ou extravios ocorridos durante o transporte.

O envelope deve conter, na parte externa, apenas a seguinte identificação:

**CONCORRÊNCIA 01/2025 – ABRACOM**

**AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO DIGITAL**

**NÃO ABRIR – CONTÉM PROPOSTA TÉCNICA**

A avaliação e julgamento da proposta técnica será realizada **antes do envio e do recebimento das propostas comerciais.**



**ABRACOM**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS  
AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO

## **6. SOBRE A PROPOSTA COMERCIAL**

### **6.1 Itens da Proposta Comercial**

A proposta comercial deverá conter a identificação da agência e ser enviada em data separada e posterior ao envio das propostas técnicas.

#### **Estrutura da Proposta Comercial:**

Capa Identificada  
Nome da agência  
Razão social e CNPJ  
Nome e contato do responsável  
Proposta Técnica (Agora Identificada)

#### **Precificação dos Serviços**

Lembramos que a precificação já está estipulada por este edital, sendo definida com base nos seguintes valores:

#### **Valor anual e mensal pré-definido:**

R\$ 180.000 por ano: corresponde a um contrato anual, garantindo previsibilidade financeira e continuidade do serviço, pagos em 12 parcelas mensais de R\$ 15.000 por mês.

#### **Custo do planejamento separado:**

R\$ 15.000 (parcela única): referente ao trabalho estratégico inicial, que engloba diagnóstico, mapeamento de stakeholders e definição de diretrizes, sendo um serviço específico e pontual.

Formas de pagamento e prazos  
Termos de reajuste (se aplicável)

#### **Perfil da Agência, Equipe Técnica e Estrutura Operacional**

Perfil da agência  
Perfil dos profissionais envolvidos  
Recursos tecnológicos e operacionais utilizados  
Garantias e Diferenciais Competitivos  
Compromissos de qualidade e prazos  
Benefícios adicionais oferecidos

### **6.2. Entrega da Proposta Comercial (Identificada - Envio Separado)**

As propostas comerciais deverão ser enviadas para a Abracom na data de **23/04/2025** para o e-mail [contato@abracom.org.br](mailto:contato@abracom.org.br) .

O assunto do e-mail deve ser: CONCORRÊNCIA 01/2025 – ABRACOM  
AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

## **7. COMISSÃO DE AVALIAÇÃO E CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DAS PROPOSTAS**

O julgamento das propostas será realizado por uma Comissão de Avaliação



**ABRACOM**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS  
AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO

composta pela Diretora Executiva, dois representantes da Diretoria e dois convidados externos. Para garantir a transparência e a equidade do processo, os membros da Diretoria que fazem parte da Comissão não poderão ter vínculo com agências que estejam participando da concorrência.

A análise das propostas será dividida em duas fases:

### **Fase 1 – Avaliação Técnica (Propostas Anônimas – Sem Identificação)**

A Comissão de Avaliação analisará as propostas técnicas sem identificação e classificará as 05 melhores com base nos seguintes critérios:

Qualidade e coerência do material apresentado – 15%

Capacidade técnica e cases – 25%

Criatividade e inovação na proposta – 30%

A Comissão de Avaliação fará esta seleção de cinco propostas até o dia 23/04/2025.

### **Fase 2 – Proposta Comercial (Agências Finalistas)**

Lembramos que a Comissão não vai avaliar o preço, uma vez que a precificação já está estipulada por este edital. Será avaliada a capacidade de execução e estrutura de atendimento da agência oferecida à Abracom 30%.

A decisão final será tomada pela Comissão Avaliadora no período de 23/04/25 até 29/04/25.

## **8. ENCAMINHAMENTO DE DÚVIDAS**

As dúvidas, sugestões e questionamentos devem ser enviados até **26/03/25**, para o e-mail [contato@abracom.org.br](mailto:contato@abracom.org.br), com o assunto **Dúvidas - Concorrência 01/2025 – Agência de Comunicação Digital**.

As respostas serão encaminhadas para todas as empresas que enviarem perguntas no dia **31/03/24**.

## **9. DIVULGAÇÃO DOS RESULTADOS E INÍCIOS DOS TRABALHOS**

A agência finalista será notificada no dia 30/04/25. O resultado da concorrência será divulgado no site da Abracom no dia 05/05/25. O prazo para início das atividades é 09/05/25.

## **10. DISPOSIÇÕES FINAIS**

A Abracom reserva-se o direito de cancelar ou suspender esta concorrência a qualquer momento, sem a obrigatoriedade de contratação. O não atendimento a qualquer dos requisitos especificados neste edital poderá resultar na desclassificação da proposta. Todos os custos associados à preparação e submissão das propostas serão de responsabilidade exclusiva das empresas participantes.

## **11. CRONOGRAMA GERAL DA CONCORRÊNCIA**



**ABRACOM**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS  
AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO

<b>ETAPAS DA CONCORRÊNCIA</b>	<b>PRAZOS</b>
Lançamento do Edital	13/03/2025
Prazo para envio de dúvidas	26/03/2025
Respostas às dúvidas	31/03/2025
Data limite para envio das propostas técnicas pelo correio	03/04/2025
Julgamento das propostas técnicas pela Comissão Avaliadora	04/04/2025 a 15/04/2025
Envio das propostas comerciais por e-mail	23/04/2025
Avaliação das propostas comerciais	23/04/2025 a 29/04/2025
Notificação da para a agência vencedora	30/04/2025
Divulgação da agência vencedora	05/05/2025
Início do contrato	09/05/2025

**Abracom - Associação Brasileira das Agências de Comunicação**

Rua dos Pinheiros, 498 - 9º Andar - Pinheiros - SP

[www.abracom.org.br](http://www.abracom.org.br) | [contato@abracom.org.br](mailto:contato@abracom.org.br) |

Tel: (11) 9 7064 6503