RELATÓRIO TRIMESTRAL DE PROJETOS E ATIVIDADES - 2026

Nome da comissão ou setor: Comissão de Comunicação	**OE: 4, 6, 9, 10, 11, 12 , 14.**
Indicador: 5 ações a realizar.	
Meta:	
Orçamento para 2026: 70 mil	
Total gasto no 1º trimestre:	**Valor restante:**
Total gasto no 2º trimestre:	**Valor restante:**
Total gasto no 3º trimestre:	**Valor restante:**
Total gasto no 4º trimestre:	**Valor restante:**

PROJETOS

Nome do projeto 1: Agência de Comunicação	**OE: 11**
Objetivo do projeto: contratar uma agência de comunicação para apoiar as iniciativas de comunicação do CREFONO 3.	**Total de ações planejadas:**
Indicador: Produção e entrega de conteúdos, Produção e entrega de conteúdos, Engajamento, Qualidade e impacto, Transparência e relatórios.	**Valor do projeto: 60.000,00**
Meta: contratar a agência até julho de 2026 / **Prazo final: 15.07.2026**	**Observação:**

Resultados do 1º trimestre	Resultados do 2º trimestre	Resultados do 3º trimestre	Resultados do 4º trimestre
O processo administrativo já foi aberto e encontra-se em fase de emissão dos artefatos, dentro do prazo previsto para a realização do pregão.			

O projeto atingiu a meta? (x) Sim ( ) Não — **Justifique (apenas quando o projeto não atingiu a meta):**

Nome do projeto 2: Site do CREFONO 3	**OE: 11**
Objetivo do projeto: Reestruturar o site do CREFONO 3 para torná-lo mais moderno, funcional, acessível e interativo, fortalecendo a comunicação institucional, a transparência e o engajamento com profissionais e sociedade.	**Total de ações planejadas:**
Indicador: 5 ações realizadas	**Valor do projeto: R$ 37.000,00**
Meta: reestruturar o site até julho 2026 / **Prazo final: Julho 2026**	**Observação: Justificativa para contratação da agência:** **• Profissionalização do site, aproveitando expertise técnica em desenvolvimento web, design e marketing digital.** **• Otimização de recursos internos, liberando a equipe do Conselho para focar em conteúdo e estratégia.** **• Aumento da eficiência, visibilidade e credibilidade institucional.**

Resultados do 1º trimestre	Resultados do 2º trimestre	Resultados do 3º trimestre	Resultados do 4º trimestre
O processo administrativo já foi aberto e encontra-se em fase de emissão dos artefatos, dentro do prazo previsto para a realização do pregão.			

O projeto atingiu a meta? (X) Sim ( ) Não — **Justifique (apenas quando o projeto não atingiu a meta):**

Nome do projeto 3: Campanhas Institucionais 2026 – CREFONO 3	**OE:**
Objetivo do projeto: Planejar, produzir e divulgar campanhas institucionais durante 2026, garantindo comunicação consistente, criativa e estratégica com profissionais e sociedade.	**Total de ações planejadas:**
Indicador: Produção e execução, Impacto qualitativo, Engajamento.	**Valor do projeto: R$ 30.000,00**
Meta: As campanhas institucionais e educativas do CREFONO 3 deverão alcançar e engajar um número crescente de fonoaudiólogos, garantindo execução de pelo menos 90% das ações planejadas, com aumento de 20% no alcance e engajamento digital, assegurando que todos os materiais produzidos promovam informação clara, acessível e alinhada aos princípios de ética, fiscalização, transparência e valorização da profissão. / **Prazo final: dezembro de 2026**	**Observação: As campanhas institucionais ao longo do ano fortalecem a imagem do Conselho, promovem a valorização da fonoaudiologia e mantêm o público engajado com informações relevantes.**

Resultados do 1º trimestre	Resultados do 2º trimestre	Resultados do 3º trimestre	Resultados do 4º trimestre
No primeiro trimestre de 2026, a comunicação do CREFONO3 demonstrou evolução positiva, com crescimento contínuo da audiência e aumento expressivo do engajamento. Entre janeiro e março, foram conquistados 507 novos seguidores, somadas 151.190 visualizações de conteúdos e registradas 9.156 interações. O destaque do período foi março, que apresentou o melhor desempenho em novos seguidores e interações, indicando maior aproximação do público com os conteúdos publicados. As campanhas realizadas, como Estágio Supervisionado, Café, conversa e fonoaudiologia, Campanha Audição, Chamamento Público Boas Práticas, Conselho em Ação e datas comemorativas, contribuíram para diversificar a comunicação institucional, fortalecer a presença digital do Conselho e ampliar o relacionamento com profissionais e sociedade.	No segundo trimestre de 2026, a Comunicação manteve evolução positiva, com ampliação da audiência e crescimento expressivo na visibilidade dos conteúdos. Entre abril e junho, foram conquistados 555 novos seguidores, somadas 300.591 visualizações, registradas 8.693 interações e alcançadas 80.549 contas. Destaque pelo forte desempenho em visualizações, indicando maior circulação dos conteúdos e ampliação da presença digital. Entre os principais destaques estiveram publicações sobre uso de telas na infância, tabaco e comunicação, fissura labiopalatina, saúde auditiva, identificação profissional, autismo, disfagia, fiscalização profissional e orientações técnicas à categoria. A diversidade de temas contribuiu para equilibrar conteúdos educativos, institucionais e de utilidade pública, fortalecendo o relacionamento do CREFONO3 com profissionais, estudantes e sociedade. O resultado demonstra uma comunicação mais abrangente, com capacidade de informar, orientar e ampliar o reconhecimento do Conselho em suas frentes de atuação.		

O projeto atingiu a meta? (x) Sim ( ) Não — **Justifique (apenas quando o projeto não atingiu a meta):**

Nome do projeto 4: Dia do Fonoaudiólogo 09.12	**OE:**
Objetivo do projeto: O Dia do Fonoaudiólogo representa uma oportunidade estratégica para valorizar a profissão, dar visibilidade ao trabalho da fonoaudiologia junto à sociedade e reforçar o papel do CREFONO 3 na defesa da ética, fiscalização e fortalecimento da prática profissional.	**Total de ações planejadas:**
Indicador: Nº de participantes no evento comemorativo, Alcance e engajamento da campanha digital, Nº de menções espontâneas nas redes sociais, Feedback de profissionais e estudantes sobre as ações.	**Valor do projeto: R$ 30.000,00**
Meta: Dia do Fonoaudiólogo de 2026, o CREFONO 3 deverá realizar uma campanha institucional de valorização profissional, combinando ações digitais, eventos comemorativos e atividades de visibilidade pública, alcançando pelo menos 30% dos profissionais inscritos na jurisdição por meio das mídias digitais e obtendo alto índice de satisfação (≥ 80%) dos participantes das ações presenciais, fortalecendo a imagem da fonoaudiologia e a identidade profissional. / **Prazo final: outubro 2026**	**Observação: Promover a valorização da fonoaudiologia e aproximar profissionais, estudantes e sociedade, por meio de ações comemorativas, educativas e institucionais no Dia do Fonoaudiólogo.**

Resultados do 1º trimestre	Resultados do 2º trimestre	Resultados do 3º trimestre	Resultados do 4º trimestre
Estamos no prazo para a realização da licitação de coffee break e das ações de divulgação. Além disso, mantemos contato frequente com os fonoaudiólogos, com o objetivo de promover a valorização da profissão.			

O projeto atingiu a meta? (x) Sim ( ) Não — **Justifique (apenas quando o projeto não atingiu a meta):**

ATIVIDADES DE ROTINA

Descrição da atividade: Processo de licitação para contratação de assessoria em Comunicação	
Observação: O processo administrativo já foi aberto e encontra-se em fase de emissão dos artefatos, dentro do prazo previsto para a realização do pregão.	**Valor da atividade:**

Resultados do 1º trimestre	Resultados do 2º trimestre	Resultados do 3º trimestre	Resultados do 4º trimestre
O DFD foi encaminhado à assessoria de licitação para a elaboração dos artefatos. A Comissão de Comunicação já realizou a análise dos serviços necessários para a contratação da assessoria em comunicação.			

Internal Use