

Estudo Técnico Preliminar 51/2023

1. Informações Básicas

Número do processo:

2. Objeto da Contratação

2.1 Trata-se o presente de Estudos Preliminares visando subsidiar a contratação de empresa prestadora de serviços de corporativa, referentes a prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação corporativa, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional e internacional; criação e execução técnica de ações e/ou materiais de comunicação corporativa e de conteúdos multimídia, no âmbito do contrato; criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação corporativa, destinadas a expandir os efeitos da atuação do Ministério das Cidades junto à imprensa e demais públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias.

2.2 O estudo possui as informações necessárias para atendimento às recomendações da Instrução Normativa nº 05/2017, da Secretaria de Gestão do Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão, e Instrução Normativa nº 58/2022 da Secretaria de Gestão do Ministério da Economia, aplicável ao presente caso de contratação de serviço sob o amparo da Lei nº 14.133.

3. Referência a outros instrumentos

3.1 Instrumentos de Planejamento:

- Plano Plurianual;
- Plano Estratégico do Ministério das Cidades/MDR;
- Plano Anual de Contratações do Ministério das Cidades.

3.2 A contratação tem amparo nas seguintes disposições:

- Lei nº 14.133/2021: Lei de Licitações e Contratos Administrativos;
- Lei nº 12.232/2010: dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda e dá outras providências;
- Decreto nº 7.746/2012: estabelece critérios, práticas e diretrizes para a promoção do desenvolvimento nacional sustentável nas contratações realizadas pela Administração Pública;

- Instrução Normativa SLTI/MPOG nº 01/2010 SLTI/MPOG: dispõe sobre os critérios de sustentabilidade ambiental na aquisição de bens, contratação de serviços ou obras pela Administração Pública federal direta, autárquica e fundacional e dá outras providências;
- Instrução Normativa SEGE/MPDG nº 05/2017: dispõe sobre as regras e diretrizes do procedimento de contratação de serviços sob o regime de execução indireta no âmbito da Administração Pública Federal direta, autárquica e fundacional.
- Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 1 de junho de 2023: Dispõe sobre as licitações e os contratos de serviços de publicidade, promoção, comunicação institucional e comunicação digital, prestados a órgão ou entidade do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo federal - SICOM.
- Portaria SECOM nº 3.948, de 26 de novembro de 2021: Dispõe sobre a conceituação das ações de comunicação do Poder Executivo federal.
- Instrução Normativa n. 40/2020, da Secretaria Especial de Desburocratização, Gestão e Governo Digital/Secretaria de Gestão, que dispõe sobre a elaboração dos Estudos Técnicos Preliminares - ETP - para a aquisição de bens e a contratação de serviços e obras, no âmbito da Administração Pública federal direta, autárquica e fundacional, e sobre o Sistema ETP digital

4. Descrição da necessidade

4.1 A presente contratação faz-se necessária para auxiliar o Ministério das Cidades, por meio da Assessoria Especial de Comunicação, no desempenho de sua missão institucional, contribuindo para o desafio de fortalecer a comunicação do Ministério com a sociedade Brasileira e estrangeira.

4.2 Da publicação da Medida Provisória Nº 1.154, de 1º de janeiro de 2023, estabeleceu-se a organização básica dos órgãos da Presidência da República e dos Ministérios, pelo desmembramento do Ministério do Desenvolvimento Regional, foram criados o Ministério das Cidades e o Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional.

4.3 Neste sentido, de acordo com o art. 20 da referida MP, o Ministério das Cidades atualmente tem competência de promover a política de desenvolvimento urbano e ordenamento do território urbano; políticas setoriais de habitação, de saneamento ambiental, de mobilidade e trânsito urbano, incluídas as políticas para os pequenos Municípios e zona rural; promoção de ações e programas de urbanização, de habitação e de saneamento básico e ambiental, incluída a zona rural, de transporte urbano, de trânsito e de desenvolvimento urbano; política de financiamento e subsídio à habitação popular, de saneamento e de mobilidade urbana; planejamento, regulação, normatização e gestão da aplicação de recursos em políticas de desenvolvimento urbano, urbanização, habitação e saneamento básico e ambiental, incluídos a zona rural, a mobilidade e o trânsito urbanos; e participação na formulação das diretrizes gerais para conservação dos sistemas urbanos de água e para adoção de bacias hidrográficas como unidades básicas do planejamento e da gestão do saneamento, conforme o Decreto nº 11.468, de 5º de abril de 2023, que

criou e aprovou a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções de Confiança do Ministério das Cidades e remanejou cargos em comissão e funções de confiança, possuindo a seguinte estrutura organizacional:

Art. 2º O Ministério das Cidades tem a seguinte estrutura organizacional:

I - órgãos de assistência direta e imediata ao Ministro de Estado: a) Gabinete;

b) Ouvidoria;

c) Corregedoria;

d) Assessoria Especial de Comunicação Social;

e) Assessoria Internacional;

f) Assessoria de Participação Social e Diversidade;

g) Assessoria Especial de Assuntos Parlamentares e Federativos;

h) Assessoria Especial de Controle Interno;

i) Consultoria Jurídica; e

j) Secretaria-Executiva:

1. Subsecretaria de Planejamento, Orçamento e Administração;

2. Departamento de Gestão Estratégica e Informações Urbanas; e

3. Departamento de Extinção da Funasa;

II - órgãos específicos singulares:

a) Secretaria Nacional de Desenvolvimento Urbano e Metropolitano:

1. Departamento da Política Nacional de Desenvolvimento Urbano e Metropolitano; e

2. Departamento de Adaptação das Cidades à Transição Climática e Transformação Digital;

b) Secretaria Nacional de Mobilidade Urbana:

1. Departamento de Infraestrutura da Mobilidade Motorizada e Ativa; e

2. Departamento de Regulação da Mobilidade e Trânsito Urbano;

c) Secretaria Nacional de Saneamento Ambiental:

1. Departamento de Repasses e Financiamento;

2. Departamento de Saneamento Rural e de Pequenos Municípios; e

3. Departamento de Cooperação Técnica;

d) Secretaria Nacional de Habitação:

1. Departamento da Provisão Habitacional;
2. Departamento de Produção Social da Moradia; e
3. Departamento de Habitação Rural; e

e) Secretaria Nacional de Políticas para Territórios Periféricos:

1. Departamento de Regularização, Urbanização Integrada e Qualificação de Territórios Periféricos; e 2. Departamento de Mitigação e Prevenção de Risco;

III - órgãos colegiados:

a) Conselho Curador do Fundo de Desenvolvimento Social; e

b) Conselho das Cidades; e

IV - Entidades vinculadas a empresas públicas:

a) Companhia Brasileira de Trens Urbanos - CBTU; e

b) Empresa de Trens Urbanos de Porto Alegre S.A. - Trensurb.

4.4 O Decreto nº Decreto nº 11.468/2023 ainda definiu as competências da Assessoria de Comunicação Social, como órgão de assistência direta e imediata ao Ministro de Estado das Cidades, em seu art. 6º:

I - Planejar, coordenar e executar a política de comunicação social e de publicidade institucional do Ministério, observadas as diretrizes da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República;

II - Assessorar o Ministro de Estado e as demais autoridades do Ministério:

a) nos assuntos de comunicação social, de imprensa, de publicidade, de eventos e nas ações de comunicação que utilizem os meios eletrônicos;

b) na coordenação da comunicação interministerial e das ações de informação e de difusão das políticas do Ministério;

c) no relacionamento com os meios de comunicação; e

d) no relacionamento com a imprensa regional, nacional e internacional; e

III - Planejar e executar ações de comunicação para a divulgação de políticas públicas vinculadas ao Ministério.

4.5 De acordo com o Decreto, a AESCOM tem a atribuição institucional de promover a divulgação das políticas públicas vinculadas ao Ministério das Cidades, levando ao conhecimento da população brasileira, informações sobre as ações realizadas.

4.6 No cumprimento de suas funções, a Assessoria Especial de Comunicação Social necessita investir anualmente recursos públicos na produção e divulgação de ações comunicacionais, garantindo a disseminação de informações sobre direitos e serviços, para isso, é

imprescindível competência comunicativa e habilidade para fixar conceitos e alterar certas percepções superficiais ou distorcidas sobre os programas do Ministério.

4.7 Importante também que as ações de comunicação observem, cada vez mais, a relação entre os diferentes públicos e as mídias a serem utilizadas na veiculação dessa comunicação. É importante prestar atenção em todos os meios, observando as características dos públicos que mais acessam cada um deles, objetivando uma comunicação mais dirigida e com linguajar específico para cada meio.

4.8 Destaca-se ainda a necessidade de que essas estratégias de comunicação obedeçam a critérios constitucionais de eficiência e racionalidade na aplicação desses recursos, conforme previsto no art. 37 da Constituição Federal.

4.9 Pelo exposto, resta evidente o desafio da área comunicacional em promover a divulgação das ações do Ministério das Cidades. Todavia, a Assessoria não possui profissionais da área de comunicação em número suficiente para a realização das diversas atribuições. Neste sentido, visando auxiliar a realização de algumas atividades, o Ministério deseja a contratação de empresas especializadas em comunicação corporativa /institucional para conseguir realizar o serviço.

4.10 Os serviços constantes deste ETP serão realizados e executados sob a supervisão, coordenação e orientação da AESCOM do Ministério das Cidades, tendo como principais produtos e serviços, os quais serão detalhados no item 5, "Descrição da solução como um todo":

GERENCIAMENTO E ATENDIMENTO;

PLANEJAMENTO;

ANÁLISE E MONITORAMENTO DE MÍDIA;

PRODUÇÃO DE CONTEÚDO e

PREVENÇÃO E GERENCIAMENTO DE CRISES.

4.11 Isto posto, considerando a necessidade de ampliar a comunicação interna e externa com total transparência, bem como coordenar, formular e implementar ações orientadas para o acesso à informação, o exercício de direitos, o combate à desinformação e a defesa da democracia, prevista para a comunicação do governo, faz-se necessário o estudo visando a escolha da melhor solução para a prestação dos serviços de comunicação corporativa/institucional, contribuindo para uma comunicação forte e transparente, promovendo o acesso as políticas ministeriais.

5. Área requisitante

Área Requisitante	Responsável
Assessoria Especial de Comunicação Social - Ministério das Cidades	Márcio Ferreira do Nascimento

6. Descrição dos Requisitos da Contratação

6.1 Requisitos Técnicos:

6.2 Possuir entre os objetivos sociais disposto no ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, a execução de atividades de comunicação social ou atividade compatível;

6.3 Apresentar declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) a prestação de produtos e serviços elencados por esse órgão, nos últimos 36 (trinta e seis) meses;

6.4 A(s) declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) deverão ser apresentadas em papel timbrado assinado, com nome, telefone, cargo e email de identificação dos representantes dos respectivos declarantes;

6.5 Deverá comprovar experiência de no mínimo 2 (dois) anos, na execução de pelo menos 50% (cinquenta por cento) de produtos e serviços elencados por esse órgão;

6.6 Possuir em seu quadro permanente profissional com formação de nível superior ou outra devidamente reconhecida por entidade competente, relacionada a comunicação, como experiência comprovada na área, o qual será responsável por coordenar a execução dos serviços;

6.7 Declarar que tem pleno conhecimento das condições necessárias para a prestação do serviço;

6.8 Quando convocada, deve promover o cadastramento e a assinatura dos documentos como termo de contrato, termos aditivos e demais documentos no Sistema Eletrônico de Informação – SEI.

6.9 Natureza do serviço

6.10 Os serviços a serem contratados enquadram-se como serviços de comunicação institucional, de natureza intelectual, intangível e indivisível, não se enquadrando no conceito de bens e serviços comuns.

6.11 Os serviços não infringem o Decreto nº 9.507/2018, pois não envolvem tomadas de decisão ou posicionamento institucional nas áreas de planejamento, coordenação, supervisão e controle; não colocam em risco o controle de processos e de conhecimentos e tecnologias; não são

inerentes às categorias funcionais abrangidas pelo plano de cargos do órgão ou entidade; e, por fim, compreendem somente os serviços auxiliares, instrumentais ou acessórios do órgão ou entidade contratante.

6.12 Trata-se de serviço a ser executado de forma contínua, cuja interrupção compromete a continuidade das atividades inerentes à comunicação corporativa/institucional do Ministério das Cidades.

6.13 Requisitos de acessibilidade e sustentabilidade:

6.14 Os serviços deverão atender aos critérios para a promoção de acessibilidade previstos na legislação.

6.15 Os critérios para a promoção de acessibilidade constam na Lei nº 10.098/2000, cujo cumprimento orienta-se pela Norma Técnica ABNT NBR nº 9050 e não excluem qualquer outra determinação legal acerca do tema, quer seja complementar, suplementar, superveniente ou qualquer outra que se aplique ao caso concreto.

6.16 Dessa forma, deve ser acrescentado no Termo de Referência e no Contrato, no campo de obrigações da Contratada: "observar, durante toda a execução do objeto deste contrato, as diretrizes estabelecidas para a promoção dos recursos de acessibilidade previstos na Lei nº 10.098/2000 e nas demais normas vigentes".

6.17 Ademais, foi constatado que os critérios listados no art. 4º do Decreto nº 7.746, de 5 de junho de 2012, não são compatíveis com o julgamento das propostas do objeto a ser contratado, tendo em vista que, *a priori*, não se vislumbram impactos ambientais na execução dos serviços, além de que a preferência pela mão de obra local restringe a participação de empresas no certame.

6.18 Os serviços deverão respeitar as normas e os princípios ambientais, minimizando os efeitos dos danos ao meio ambiente, utilizando tecnologias e materiais ecologicamente corretos.

7.6 A presente contratação deverá contemplar ainda conteúdo específico vinculado às práticas de sustentabilidade pelas agências de comunicação, no âmbito do Termo de Referência e do Contrato, este último na Cláusula Quinta - Obrigações da Contratada, nos termos do modelo de edital disponibilizado pela SECOM aos integrantes do SICOM, da seguinte forma: "adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 144º da Lei nº 14.133/21".

7. Prazo de Vigência

7.1 O presente contrato terá duração de 5 (cinco) anos, a contar da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, respeitada a vigência máxima decenal, na forma do artigo 107 da Lei nº 14.133, de 2021, mediante a celebração do competente Termo Aditivo.

Participação de empresas reunidas em consórcios:

7.2 Para a presente licitação, é prevista a permissão da participação de empresas reunidas em consórcio, em conformidade com o art. 15, da Lei 14.133/2021.

Não inclusão do tratamento diferenciado e simplificado, disposto no art. 179, da Constituição Federal, referente a participação de microempresas e empresas de pequeno porte (ME e EPP)

7.3 O presente processo utiliza as orientações da SECOM por meio do modelo de minuta de edital disponibilizado no seu sítio, o qual não possui os ditames do art. 179, CRFB.

7.4 Além do mais, a nova lei de licitações, no tocante as ME/EPP, aplica os benefícios, com exceção nas seguintes hipóteses:

Art. 4º Aplicam-se às licitações e contratos disciplinados por esta Lei as disposições constantes dos arts. 42 a 49 da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

§ 1º As disposições a que se refere o caput deste artigo não são aplicadas:

I – no caso de licitação para aquisição de bens ou contratação de serviços em geral, ao item cujo valor estimado for superior à receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte;

II – no caso de contratação de obras e serviços de engenharia, às licitações cujo valor estimado for superior à receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte.

§ 2º A obtenção de benefícios a que se refere o caput deste artigo fica limitada às microempresas e às empresas de pequeno porte que, no ano-calendário de realização da licitação, ainda não tenham celebrado contratos com a Administração Pública cujos valores somados extrapolem a receita bruta máxima admitida para fins de enquadramento como empresa de pequeno porte, devendo o órgão ou entidade exigir da licitante declaração de observância desse limite na licitação.

§ 3º Nas contratações com prazo de vigência superior a 1 (um) ano, será considerado o valor anual do contrato na aplicação dos limites previstos nos §§ 1º e 2º deste artigo.

8. Forma de Execução Contratual

8.1 A prestação dos serviços ora em estudo deverá ser realizada na forma de execução indireta, sob regime de empreitada por preço unitário, ou seja, quando se contrata a execução de serviço por preço certo de unidades determinadas, conforme art. artigo 6º, XXVIII, da Lei nº 14.133/2021.

8.2 Considerando que os serviços serão executados sob demanda, os quantitativos estabelecidos no catálogo que será anexado ao Termo de Referência, serão estimados e poderão, se for o caso, ser ajustados, desde que justificadamente e respeitado o valor contratual global fixado. O ajuste ou readequação desse quantitativo ocorre em razão da superveniência de situações não previstas no presente estudos, como é o caso dos momentos de crise.

9. Declaração de Serviços Continuados

9.1 O art. 6º, da Lei nº 14.133/2021 conceituou o serviço contínuo como:

XV – Serviços e fornecimentos contínuos: serviços contratados e compras realizadas pela Administração Pública para a manutenção da atividade administrativa, decorrentes de necessidades permanentes ou prolongadas;

9.2 Sobre o assunto, a Instrução Normativa nº. 05, de 25 de maio de 2017, do então Ministério do Planejamento Desenvolvimento e Gestão, em seu artigo 15, estabelece que serviços continuados: "são aqueles que, pela sua essencialidade, visam atender à necessidade pública de forma permanente e contínua, por mais de um exercício financeiro, assegurando a integridade do patrimônio público ou o funcionamento das atividades finalísticas do órgão ou entidade, de modo que sua interrupção possa comprometer a prestação de um serviço público ou o cumprimento da missão institucional".

9.3 Sabe-se que é dever da Administração informar seus atos e programas, consoante determina o Art. 37, caput, da Constituição Federal. Desse dever decorre a obrigação de observância ao princípio da transparência. Seu cumprimento pode se dar, sobretudo, por veículos de comunicação que reproduzem e repercutem à sociedade as informações e dados repassados pelos órgãos e entidades da Administração Pública Federal.

9.4 Percebe-se que os serviços de comunicação são imprescindíveis para a disseminação das informações à população por meio de variados canais de comunicação, a fim de dar cumprimento ao comando constitucional de dar publicidade e transparência aos atos e programas do Governo Federal.

9.5 Em razão disso, aduz-se que a informação e seu acesso devem ser contínuos, portanto, a insuficiência dessas informações, causada pela falta

do apoio de empresa especializada na prestação de assessoria de imprensa pode comprometer a missão institucional do Ministério no que se refere à sua relação com a imprensa e relações com o público em geral. Como consequência, a capacidade de atuação da AESCOM ficaria reduzida, prejudicando sua interlocução com os veículos que difundem informações sobre o Governo Federal, consequentemente afetando o direito à informação ao cidadão.

9.6 Dessa forma, resta configurada a necessidade de que a contratação se estenda por mais de um exercício financeiro, uma vez que a interrupção desses serviços pode comprometer a continuidade e desempenho das atividades finalísticas do Ministério, em especial no que tange à prestação de informações à sociedade por meio de sua relação com a imprensa.

10. Modalidade e tipo de licitação

10.1 Com base no inciso XXXVIII, art. 6º, da Lei nº 14.133/2021, será adotada na presente contratação a modalidade Concorrência.

10.2 Quanto ao critério de julgamento, foi publicada a Lei nº 14.356/22, que alterou a Lei nº 12.232/10, que estabelece normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados por agências de propaganda, para acrescentar ao seu conteúdo disposições sobre as contratações de serviços de Comunicação corporativa /institucional:

Art. 20-A. A contratação de serviços de comunicação institucional, que compreendem os serviços de relação com a imprensa e de relações públicas, deverá observar o disposto no art. 5º desta Lei.

§ 1º Aplica-se o disposto no caput deste artigo à contratação dos serviços direcionados ao planejamento, criação, programação e manutenção de páginas eletrônicas da administração pública, ao monitoramento e gestão de suas redes sociais e à otimização de páginas e canais digitais para mecanismos de buscas e produção de mensagens, infográficos, painéis interativos e conteúdo institucional.

§ 2º O disposto no caput e no § 1º deste artigo não abrange a contratação de espaços publicitários e de mídia ou a expansão dos efeitos das mensagens e das ações de comunicação, que observarão o disposto no caput do art. 2º desta Lei.

§ 3º O disposto no caput não exclui a possibilidade de os serviços descritos no caput e no § 1º deste artigo serem prestados pelos servidores dos respectivos órgãos e entidades da administração pública.

Art. 20-B. Para fins desta Lei, os serviços de comunicação institucional compreendem os serviços de relações com a imprensa e de relações públicas, assim definidos:

I - relações com a imprensa: ação que reúne estratégias organizacionais para promover e reforçar a comunicação dos órgãos e das entidades contratantes com seus públicos de interesse, por meio da interação com profissionais da imprensa; e

II - relações públicas: esforço de comunicação planejado, coeso e contínuo que tem por objetivo estabelecer adequada percepção da atuação e dos objetivos institucionais, a partir do estímulo à compreensão mútua e da manutenção de padrões de relacionamento e fluxos de informação entre os órgãos e as entidades contratantes e seus públicos de interesse, no Brasil e no exterior.

10.3 O art. 5º da referida lei, estabelece que as licitações previstas deverão ser processadas com os critérios de julgamento melhor técnica ou técnica e preço, apropriados para a averiguação da capacidade técnica da futura contratada, com a intuito de evitar qualquer desperdício aos cofres públicos advindas de contratações pautadas somente no preço, em que existe a possibilidade de execução contratual sem o resultado e eficiência aguardado.

10.4 Ressaltamos que, em uma licitação com o critério de julgamento melhor técnica, a realidade dos preços de mercado é quesito considerado e fundamental para a declaração da proposta vencedora do certame. Tem-se que a combinação do interesse em contratar serviços de qualidade superior e compatível com os desafios institucionais, com um valor máximo de contratação de cada item com base numa extensa e qualificada cotação de mercado, e as propostas de preço das licitantes apresentarão descontos sobre os preços máximos pré-estabelecidos, o que caracteriza clara vantagem para a Administração.

10.5 No caso do Ministério, adotaremos o critério melhor técnica, pois o nível de qualificação técnica da empresa a ser contratada é requisito essencial para a adequada execução contratual e soberano no processo de identificação da proposta mais vantajosa para a administração, sem descuidar, na licitação, da negociação facultativa do melhor preço com as licitantes mais bem classificadas, de acordo com o § 1º, art. 61, da Lei nº 14.133/21.

11. Quantidade de empresas contratadas

11.1 Entende-se, pelo volume de ações a serem desenvolvidas, que a contratação de 1 (uma) empresa é suficiente para o atendimento das demandas do Ministério das Cidades.

12. Critérios Objetivos de Julgamento

12.1 Nos documentos que irão compor o instrumento convocatório (Edital e Termo de Referência), serão estabelecidos critérios objetivos que garantam, de forma isonômica, a seleção da proposta mais vantajosa para o Ministério das Cidades.

12.2 Os critérios de pontuação e julgamento das propostas técnicas foram elaborados levando em consideração a necessidade de avaliar a qualidade e a adequação técnica das propostas com o intuito de assegurar que as licitantes sejam capazes de atender os requisitos técnicos do projeto de maneira eficaz.

12.3 A avaliação técnica também permite identificar propostas que tragam inovação, melhores práticas e soluções criativas para o projeto, o que pode resultar em maior eficiência e economia de recursos públicos.

12.4 Ademais, os critérios técnicos foram ajustados às necessidades específicas do Ministério das Cidades para garantir que o objeto do contrato seja fornecido de forma precisa e alinhada com as metas e objetivos do órgão.

12.5 Além disso, critérios técnicos bem definidos com a delimitação do que deve ser aprofundado pela licitante em cada item, aumentam a transparência do processo de seleção e garantem que todos os licitantes sejam tratados de maneira justa e igualitária.

12.6 A definição clara dos critérios técnicos ajuda a garantir que o processo de licitação esteja em conformidade com as leis e regulamentos aplicáveis, promovendo a integridade do processo.

12.7 A escolha de critérios técnicos apropriados pode resultar em projetos de maior qualidade, que atendam às necessidades da população e contribuam para a satisfação do princípio da publicidade na Administração.

12.8 Por fim, os critérios de pontuação e julgamento das propostas técnicas são essenciais para assegurar o órgão Pública selecione a proposta que melhor atenda aos requisitos da licitação, cumprindo com as leis e com o instrumento convocatório e promovendo a transparência, eficiência e economia de recursos públicos no caso de execução da proposta.

13. Levantamento de Mercado

13.1 Para melhor definir a seleção da empresa a ser contratada, e sem ter uma contratação anterior para servir de parâmetro, a equipe de planejamento examinou alguns contratos mantidos por órgãos e entidades do Poder Executivo federal.

13.2 Assim, verificou-se que nos contratos do antigo Ministério do Desenvolvimento Regional, Ministério das Comunicações, Ministério do Turismo, do Ministério da Cidadania, Ministério da Ciência e Tecnologia e Ministério da Economia há elementos similares à presente contratação, os quais possibilitaram o aprimoramento da tabela de produtos e serviços objeto da contratação em estudo.

13.3 O Ministério das Cidades vem desempenhando um papel fundamental no desenvolvimento urbano do Brasil, promovendo melhorias significativas na qualidade de vida dos cidadãos. Com a crescente urbanização do país, a atuação do órgão é cada vez mais necessária e substanciada na recriação da pasta ministerial que havia sido extinta no governo passado. Dados do IBGE apontam que, atualmente, mais de 85% da população brasileira vive em centros urbanos. Somando-se a isso a grande extensão territorial brasileira, as ações do Ministério em seus variados temas constituem um desafio de comunicação que, assim como o Brasil, tem dimensões continentais.

13.4 Uma das principais contribuições do Ministério das Cidades é a formulação de políticas públicas para gestão eficiente e sustentável dos espaços urbanos. Essas políticas abrangem uma variedade de áreas, como habitação, saneamento básico, mobilidade urbana, mitigação de riscos e planejamento urbano. Através de programas e projetos estratégicos, o ministério busca garantir o acesso a serviços básicos e promover a inclusão social nas cidades brasileiras.

13.5 A promoção do acesso à moradia digna é um dos pilares fundamentais da pasta. Por meio de iniciativas como o programa Minha Casa Minha Vida, criado em 2009 e recriado neste governo, o ministério busca combater o déficit habitacional e proporcionar moradias adequadas a famílias de baixa renda. Isso não apenas melhora a qualidade de vida das pessoas, mas também impulsiona a economia, gerando empregos na indústria da construção civil e estimulando o crescimento do setor imobiliário.

13.6 A programa Minha Casa, Minha Vida já entregou mais de 6 milhões de moradia e a meta é contratar 2 milhões de unidades habitacionais até 2026, gerando mais de um milhão de empregos diretos e indiretos nesse processo. Em seu novo formato, o programa amplia as faixas de renda, aumenta o subsídio, reduz as taxas de juros e melhora as condições de

financiamento dos imóveis. Os terrenos serão mais bem qualificados, os imóveis terão melhores especificações e os equipamentos urbanos estarão mais próximos da população.

13.7 Além disso, o Ministério das Cidades trabalha para melhorar a mobilidade urbana, enfrentando os desafios do transporte público e do congestionamento nas grandes cidades. Investimentos em infraestrutura viária, transporte coletivo e ciclovias são realizados para garantir deslocamentos mais eficientes e sustentáveis. Essas ações contribuem para reduzir os problemas de trânsito, minimizar a emissão de poluentes e promover um ambiente mais saudável e inclusivo.

13.8 Outra área de atuação do ministério é o saneamento básico. O acesso à água potável e ao tratamento adequado de esgoto são fundamentais para a saúde e a qualidade de vida da população. O Ministério das Cidades promove investimentos em infraestrutura de saneamento, incentivando a universalização dos serviços e a melhoria da qualidade das águas. Isso impacta diretamente na redução de doenças relacionadas à falta de saneamento e na preservação do meio ambiente.

13.9 Além disso, o Ministério das Cidades desempenha um papel fundamental no planejamento urbano, na integração e manutenção das periferias na agenda política do país. O crescimento desordenado das cidades gera problemas como ocupações irregulares, falta de espaços públicos e desigualdades socioespaciais. O ministério busca promover a regularização de áreas ocupadas, garantindo o direito à moradia e contribuindo para a organização e a segurança das comunidades, além da construção de um plano nacional para os bairros periféricos, reconhecendo não apenas as carências, mas também as potencialidades desses territórios.

13.10 Em suma, o Ministério das Cidades exerce um papel essencial no desenvolvimento sustentável do Brasil e atinge de forma direta e indireta a totalidade da população brasileira. Seus programas e projetos precisam estar na pauta nacional com grande visibilidade pública, para que os serviços do governo possam chegar ao cidadão e para que a população tenha conhecimento do que está sendo feito em seu benefício. Ao promover políticas públicas, o ministério contribui para a construção de cidades mais inclusivas, saudáveis e prósperas, proporcionando um futuro melhor para os cidadãos brasileiros.

13.11 Diante das características do ministério e observadas complexidade dos serviços envolvidos, a necessidade de contratação de diversos serviços de comunicação corporativa que deverão ser prestados de forma articulada e integrada, além ainda de ser uma forma amplamente contratada pela Administração Pública Federal, fica definida a contratação de empresa para prestação de serviços de comunicação corporativa, por

meio de licitação, na modalidade concorrência, melhor técnica, como tipo de solução à contratar, em consonância com os dispositivos da IN SECOM /PR nº 1/2023:

Art. 1º Esta Instrução Normativa dispõe sobre as licitações e os contratos de serviços de publicidade, de promoção, de comunicação institucional e de comunicação digital, para os órgãos e entidades do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal - SICOM:

§ 1º Ação de comunicação compreende serviços de publicidade, de promoção, de comunicação institucional e de comunicação digital, conceituados por intermédio da Portaria SECOM nº 3.948, de 26 de novembro de 2021.

(...)

Art. 7º A licitação para os serviços descritos no §1º do art. 1º, será processada na modalidade concorrência.

Parágrafo único. A SECOM disponibilizará, na sua página institucional, minutas de editais padronizadas para a contratação dos serviços de comunicação, as quais servirão de referência para subsidiar a elaboração dos editais dos órgãos e entidades integrantes do SICOM.

(...)

Art. 10. O julgamento das propostas nas licitações para os serviços descritos no §1º do art. 1º, será realizado de acordo com os critérios de melhor técnica ou técnica e preço.

13.12 Para a contratação de empresas de comunicação social, a SECOM disponibilizou modelos de editais, com diversos serviços, que devem ser modulados com base nas necessidades do órgão e nas dinâmicas a serem estabelecidas com a contratada no decorrer da execução contratual.

13.13 Elencamos abaixo diversos órgãos que realizaram licitações, na modalidade concorrência, nos moldes da SECOM, para a contratação de empresa especializada em comunicação corporativa:

ÓRGÃO/ENTIDADE	CONCORRÊNCIA Nº	OBJETO
Conselho Federal de Engenharia e Agronomia - CONFEA	02/2022	O objeto da presente concorrência é a contratação de empresa prestadora de serviços continuados de comunicação corporativa, para: a) prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação corporativa do Conselho Federal de Engenharia e Agronomia - Confea no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional e internacional; b) criação e execução técnica de ações e elaborações de materiais de comunicação corporativa e de conteúdo; c) criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação

		<p>corporativa destinadas a expandir os efeitos da atuação do Confea junto à imprensa e demais públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias.</p>
Ministério das Comunicações	02/2021	<p>O objeto da presente concorrência é a contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação corporativa, referentes a prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação corporativa do MCOM, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional e internacional; b) criação e execução técnica de ações e/ou materiais de comunicação corporativa e de conteúdos multimídia, no âmbito do contrato.</p>
Embratur		<p>Contratação de 01 (uma) agência para prestação de serviços de comunicação corporativa e relações públicas em território nacional, bem como fornecimento de informações necessárias para subsidiar o respectivo processo, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste instrumento.2.2 São objetos da contratação: a) Prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação corporativa da EMBRATUR, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional; b) Criação e execução técnica de ações e/ou materiais de comunicação corporativa e de conteúdos multimídia; c) Criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação corporativa, destinadas a expandir os efeitos da atuação da EMBRATUR junto à imprensa e demais públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias; d) Auxílio e subsídio à tomada de decisão e a implementação das ações, programas e atividades da Diretoria de Marketing, Inteligência e Comunicação (DMIC) da EMBRATUR, bem como atendimento ao princípio da publicidade e o direito à informação, por meio de ações de comunicação corporativa que visem difundir ideias, programas, disseminar iniciativas e informar e orientar o público em geral; e e) Subsídio a proposição estratégica das ações de comunicação corporativa para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios da EMBRATUR, prevendo, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.</p>
Ministério da Cidadania	01/2021	<p>O objeto da presente concorrência é a contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação corporativa, referentes à: a)Prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação corporativa do Ministério da Cidadania, no seu relacionamento com a imprensa, em território nacional ou internacional; b)criação e execução técnica de ações e/ou materiais de comunicação corporativa e de conteúdos multimídia, no âmbito do contrato; c) criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação corporativa, destinadas a expandir os efeitos da atuação do Ministério da Cidadania junto à imprensa e demais públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias.</p>
FUNPESP-EXE	02/2021	Prestação de serviços em comunicação corporativa

Ministério do Desenvolvimento Regional- MDR	01/2020	Contratação de serviços auxiliares, acessórios e instrumentais as atividades de assessoria de imprensa, planejamento de comunicação e relações públicas, envolvendo os serviços de assessoramento direto as autoridades do Órgão, atendimento as demandas, assessoria de imprensa, media training, auditoria de imagem, produção de conteúdo, fotografia, projetos gráficos e planejamento de eventos, por meio da contratação de empresa(s) especializada(s), de acordo com os produtos e especificações previstos no edital e seus anexos.
Ministério da Economia	01/2020	Contratação de empresa prestadora de serviços continuados de comunicação corporativa.
Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (APEX-Brasil)	02/2020	Contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação corporativa, para a realização de planejamento estratégico de comunicação interna e externa, relacionamento com a imprensa nacional, relacionamento com públicos de interesse no Brasil, análise de veiculações jornalísticas na mídia, treinamento de porta-vozes para atuarem no Brasil e no exterior, produção de conteúdo para comunicação interna, externa e materiais corporativos multimídia no Brasil, sob demanda da Apex-Brasil, em conformidade com as disposições deste Edital e seus Anexos.
Ministério da Infraestrutura- MINFRA	01/2019	Contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação corporativa do Ministério da Infraestrutura.
Departamento de Infraestrutura e Gestão Patrimonial - DEMAP	01/2019	Contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação corporativa.
Banco Central do Brasil		
Conselho Federal de Química - CFQ	01/2018	Contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação corporativa, referentes à: a) prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação corporativa do Conselho Federal de Química - CFQ, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional; b) criação e execução técnica de ações e /ou materiais de comunicação corporativa e de conteúdos multimídia, no âmbito do contrato; c) criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação corporativa, destinadas a expandir os efeitos da atuação do Conselho Federal de Química - CFQ junto à imprensa e demais públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias.

13.14 No mercado encontramos diversas empresas que prestam serviços conforme as especificações apresentadas no presente estudo. Vejamos algumas:

CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA.

S2 PUBLICOM COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA

IN PRESS OFICINA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO LTDA.

FSB COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LTDA.

SANTA FÉ IDEIAS E COMUNICAÇÃO LTDA.

BR MAIS COMUNICAÇÃO LTDA.

PARTNERS COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.

IN PACTO COMUNICAÇÃO CORPORATIVA E DIGITAL LTDA.

AGÊNCIA IDEAL COMUNICAÇÃO LTDA.

APPROACH COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.

EDELMAN DO BRASIL CONSULTORIA E COMUNICAÇÃO LTDA.

GIUSTI COMUNICACAO LTDA.

MÁQUINA DA NOTÍCIA COMUNICAÇÃO LTDA.

14. Descrição da solução como um todo

14.1 A solução como um todo compreende a prestação de serviços de comunicação corporativa, referentes à:

prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação corporativa do Ministério das cidades, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional ou internacional; criação e execução técnica de ações e/ou materiais de comunicação corporativa e de conteúdos multimídia, no âmbito

do contrato; criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação corporativa, destinadas a expandir os efeitos da atuação do Ministério das Cidades, junto à imprensa e demais públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias.

14.2 Os serviços mencionados e previamente calculados têm como objetivo fornecer suporte às tarefas de gestão e liderança da Comunicação do Ministério, através da disponibilização de recursos que facilitem a coordenação e execução das atividades, bem como a adoção de estratégias e tomadas de decisão para a implementação dos processos e projetos do órgão. Além disso, procuram fornecer ferramentas que permitam uma execução eficiente, otimizando as atividades para atender às necessidades e demandas de forma eficaz.

14.3 A contratação dos serviços tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações de comunicação corporativa que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral.

14.4 As demandas serão atendidas por meio da combinação dos produtos e serviços mais adequados para apoiar o órgão na superação de seus desafios e alcance dos seus objetivos de comunicação.

14.5 Conforme abordagem descrita no item de contratações anteriores, a presente licitação visa adequar o escopo da contratação atual para atender às necessidades do MCID, de forma a promover maior segurança operacional à execução dos serviços, mitigando eventuais inconsistências com os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria.

14.6 O apanhado histórico das contratações feitas pelo Ministério, combinado com aquelas feitas pelo SICOM, contribuíram para a definição dos produtos e serviços abaixo listados, tendo como premissas a execução adequada e qualificada da contratação pretendida:

15. Estimativa das Quantidades a serem Contratadas

15.1 Considerando que o Ministério das Cidades necessita ter à disposição de um conjunto ampliado de serviços de assessoria em planejamento estratégico de comunicação corporativa/institucional, no relacionamento com a imprensa regional, nacional e em relações públicas no exterior, entendemos que a utilização dos produtos e serviços constantes do catálogo acima descritos se propõe a ampliar a atuação do Ministério, por meio da sua Assessoria de Comunicação.

15.2 Tendo como base o valor total apresentado na Pesquisa de Preços e considerando a Planilha de Preços Referenciais, a equipe de planejamento fez a revisão da estimativa de quantidades dos produtos e serviços a serem contratados, para que o valor total ficasse de acordo com o orçamento previsto para a contratação.

15.3 Assim, considerando às necessidades, a equipe de planejamento definiu, ainda como estimativa, as quantidades pretendidas (*) a serem executadas durante a primeira vigência contratual, conforme pode ser observado no quadro abaixo:

ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

Item	Produto/complexidade	Quant.
1	GERENCIAMENTO E ATENDIMENTO	
1.1	Gerenciamento de atendimento	
1.1.1	Baixa	
1.1.2	Média	
1.1.3	Alta	12
1.1.4	Altíssima	12
1.2	Atendimento à Imprensa Nacional e Regional	
1.2.1	Baixa	
1.2.2	Média	12
1.2.3	Alta	48
1.2.4	Altíssima	12

1.3	Elaboração de pers de prossionais de Imprensa e/ou de veículos de comunicação regional e nacional	12
1.4	Criação de Mailing Nacional	
1.4.1	Baixa	
1.4.2	Média	
1.4.3	Alta	1
1.5	Media Training	
1.5.1	Baixa	
1.5.2	Média	
1.5.3	Alta	4
1.6	Media training em situação de crises	
1.6.1	Baixa	
1.6.2	Média	
1.6.3	Alta	1
1.7	Workshops/Seminários/Briengs para jornalistas	
1.7.1	Baixa	1
1.7.2	Média	
1.7.3	Alta	
1.8	Planejamento de Press Trip	

1.8.1	Baixa	
1.8.2	Média	1
1.8.3	Alta	
1.9	Acompanhamento de Press Trip	
1.9.1	Baixa	
1.9.2	Média	1
1.9.3	Alta	
1.10	Planejamento de Press Tour	
1.10.1	Baixa	1
1.10.2	Média	
1.10.3	Alta	
1.11	Acompanhamento de Press Tour	
1.11.1	Baixa	1
1.11.2	Média	
1.11.3	Alta	
1.12	Planejamento de Eventos no Brasil	
1.12.1	Baixa	10
1.12.2	Média	

1.12.3	Alta	
1.13	Planejamento de Lives	2
1.14	Acompanhamento de Lives	2
2	PLANEJAMENTO	
2.1	Diagnóstico e Matriz Estratégica	
2.1.1	Baixa	1
2.1.2	Média	
2.1.3	Alta	
2.2	Planejamento Estratégico de Comunicação Corporativa Nacional e Regional	2
2.3	Plano de Comunicação Temático Nacional e Regional	1
2.4	Benchmarking Nacional e Regional	1
3	ANÁLISE E MONITORAMENTO DE MÍDIA	
3.1	Análise de Mídia Impressa Regional e Nacional	
3.1.1	Baixa	
3.1.2	Média	365
3.1.3	Alta	
3.2	Análise de Mídia Televisiva Regional e Nacional	
3.2.1	Baixa	

3.2.2	Média	365
3.2.3	Alta	
3.3	Mapa de Temas Sensíveis Nacional e Regional	1
3.4	Mapa de Inuenciadores Nacional e Regional	
3.4.1	Baixa Regional	
3.4.2	Baixa Nacional	1
3.4.3	Média Regional	
3.4.4	Média Nacional	
3.4.5	Alta Regional	
3.4.6	Alta Nacional	
3.5	Clipping regional e nacional – jornais, revistas e portais de notícias, tvs, rádios	
3.5.1	Jornais Regionais	
3.5.1.1	Baixa	
3.5.1.2	Média	12
3.5.1.3	Alta	
3.5.2	Jornais Nacional	
3.5.2.1	Baixa	
3.5.2.2	Média	12

3.5.2.3	Alta	
3.5.3	Revistas Especializadas	
3.5.3.1	Baixa	
3.5.3.2	Média	12
3.5.3.3	Alta	
3.5.4	Revistas Nacionais:	
3.5.4.1	Baixa	
3.5.4.2	Média	12
3.5.4.3	Alta	
3.5.5	Portais de Notícias:	
3.5.5.1	Baixa	
3.5.5.2	Média	12
3.5.5.3	Alta	
3.5.6	Portais de Notícias Nacionais:	
3.5.6.1	Baixa	
3.5.6.2	Média	12
3.5.6.3	Alta	
3.5.7	TV Aberta:	
3.5.7.1	Baixa	

3.5.7.2	Média	12
3.5.7.3	Alta	
3.5.8	TV Fechada:	
3.5.8.1	Baixa	
3.5.8.2	Média	12
3.5.8.3	Alta	
3.5.9	Rádio:	
3.5.9.1	Baixa	
3.5.9.2	Média	12
3.5.9.3	Alta	
3.6	Auditoria de Exposição no Brasil	
3.6.1	Baixa	1
3.6.2	Média	
3.6.3	Alta	
3.7	Auditoria de Exposição - Tema Específico	
3.7.1	Baixa	
3.7.2	Média	
3.7.3	Alta	1

3.8	Avaliação da Percepção de Imagem Nacional e Regional	
3.8.1	Baixa Regional	
3.8.2	Baixa Nacional	
3.8.3	Média Regional	
3.8.4	Média Nacional	
3.8.5	Alta Regional	
3.8.6	Alta Nacional	1
3.9	Acompanhamento de repercussão de pautas	
3.9.1	Baixa	
3.9.2	Média	
3.9.3	Alta	
4	PRODUÇÃO DE CONTEÚDO	
4.1	Projeto Editorial Nacional e Regional	
4.1.1	Baixa	
4.1.2	Média	
4.1.3	Alta	1
4.2	Elaboração de Pauta para Imprensa	12
4.3	Produção de conteúdos textuais para imprensa em Língua Portuguesa	

4.3.1	Baixa	730
4.3.2	Média	
4.3.3	Alta	
4.4	Edição de conteúdos textuais para imprensa em Língua Portuguesa	
4.4.1	Baixa	12
4.4.2	Média	
4.4.3	Alta	
4.5	Elaboração de texto em língua estrangeira	
4.5.1	Baixa	12
4.5.2	Média	
4.5.3	Alta	
4.6	Edição e revisão de texto de língua estrangeira	
4.6.1	Baixa	12
4.6.2	Média	
4.6.3	Alta	
4.7	Entrevistas Coletivas no Brasil	
4.7.1	Baixa	
4.7.2	Média	

4.7.3	Alta	2
4.8	Fotograa para acervo de imagem	
4.8.1	Baixa	180
4.8.2	Média	
4.8.3	Alta	
4.9	Reportagem em Vídeo (Vídeo Release) no Brasil	
4.9.1	Baixa	96
4.9.2	Média	
4.9.3	Alta	
4.10	Vídeo Depoimento para Imprensa e Públicos Inuenciadores no Brasil	
4.10.1	Baixa	24
4.10.2	Média	2
4.10.3	Alta	
4.11	Captação de Vídeos no Brasil	
4.11.1	Baixa	12
4.11.2	Média	
4.11.3	Alta	12
4.12	Captação e Edição de Áudio no Brasil para Imprensa e Públicos Inuenciadores	

4.12.1	Baixa	
4.12.2	Média	240
4.12.3	Alta	48
4.13	Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas	
4.13.1	Projeto Gráfico	
4.13.1.1	Baixa	1
4.13.1.2	Média	1
4.13.1.3	Alta	1
4.14	Conteúdo para apresentação em Língua Portuguesa	
4.14.1	Baixa	
4.14.2	Média	12
4.14.3	Alta	
4.15	Diagramação e animação de Apresentação em Língua Portuguesa	
4.15.1	Baixa	
4.15.2	Média	6
4.15.3	Alta	
4.16	Infográfico	

4.16.1	Baixa	
4.16.2	Média	12
4.16.3	Alta	
4.17	Banco de Mídias	
4.17.1	Baixa	
4.17.2	Média	
4.17.3	Alta	
5	PREVENÇÃO E GERENCIAMENTO DE CRISES	
5.1	Fluxograma de Processo para Atuação em Crise	
5.1.1	Baixa	1
5.1.2	Média	
5.1.2	Alta	
5.2	Mapeamento de Públicos Envolvidos na Crise	
5.3	Manual de Crise	
5.3.1	Baixa	1
5.3.2	Média	
5.3.2	Alta	
5.4	Gerenciamento de Crise Regional	

5.4.1	Baixa	1
5.4.2	Média	
5.4.3	Alta	
5.5	Gerenciamento de Crise Nacional	
5.5.1	Baixa	1
5.5.2	Média	
5.5.3	Alta	

16. Estimativa do Valor da Contratação

Valor (R\$): 20.000.000,00

16.1 O valor estimado para contratação é de **R\$ 20.000.000,00 (Vinte milhões de reais)** conforme pesquisas realizadas unicamente em contratações anteriores do SICOM. Os valores unitários e globais, bem como o valor total da contratação será determinado de acordo com a pesquisa de preços a ser realizada pela COLIC.

17. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

17.1 A possibilidade de dividir o item a ser adquirido, em primeiro lugar, proporciona uma vantagem competitiva na oferta, uma vez que amplia a oportunidade para potenciais licitantes que podem oferecer uma parte do item, mas não o item completo.

17.2 Entretanto, embora o volume de serviços a serem prestados seja expressivo, os produtos e serviços gerados fazem parte de um ciclo integrado de execução, ou seja, há uma interdependência entre cada serviço demandado e executado, como é o caso do desenvolvimento de ações para a prática do planejamento estratégico, que necessita, para sua consecução, do diagnóstico e matriz estratégica.

17.3 A eficácia da comunicação corporativa está diretamente ligada à capacidade de atuação conjunta, que, por sua vez, só é viável por meio de

uma demanda que englobe um conjunto abrangente de informações, análises, conteúdos e canais.

17.4 A execução integrada e precisa de todas essas etapas de uma demanda desempenha um papel estratégico na consolidação da imagem, alinhamento de discursos e na prevenção e gestão de eventuais crises.

17.5 A contratação, pelo Ministério das Cidades, de uma empresa especializada em fornecer soluções integradas para serviços de comunicação empresarial contribui para que a AESCOM exerça com êxito a sua competência de formular e implementar políticas de comunicação, divulgação social e programas informativos do Ministério, além de coordenar e consolidar a comunicação governamental.

17.6 Dado o caráter estratégico e essencial que acompanha a comunicação institucional do Poder Executivo federal, as ações de comunicação empresarial só podem ser executadas de forma satisfatória por uma empresa especializada, com comprovada expertise técnica, o que só é viável por meio de um processo licitatório que inclua requisitos técnicos diversos.

17.7 É evidente que quando há mais de uma empresa envolvida em partes de uma atividade interdependente, eleva-se o risco de comprometer a execução, gerando insucesso nas entregas. Desmembrar os serviços e trazer novos contratos para o Ministério, aumentará a complexidade da gestão e resultará em mais ônus à Administração Pública.

17.8 Adicionalmente, não há possibilidade de dividir serviços do presente Estudo Preliminar sem correr o risco de sobreposição de objeto e do Ministério das Cidades ter que arcar com gastos desnecessários ou despesas em duplicidade.

17.9 Em função da alta complexidade dos produtos e serviços objeto da contratação, a empresa fornecedora deverá ser responsável pela execução integral das demandas solicitadas pela Assessoria. Para execução, é necessária a criatividade, conhecimentos específicos e equipe multidisciplinar.

17.10 Além disso, quando há mais de uma empresa executando tarefas interdependentes o risco de haver um trabalho inconcluso ou mal feito é elevado. Uma delas pode perder o tempo da execução da tarefa e tal fato vir a comprometer o resultado do trabalho da outra e gerar insucesso na execução. No final das contas, o prejudicado é o Órgão, a execução dos produtos contratados, vai além da objetividade constante na sua descrição individual, ela faz parte de uma solução integrada de comunicação a qual deve demonstrar a inteligência aplicada no entendimento da demanda e nas diversas fases da solução proposta, a qual contempla a combinação de diversos produtos e serviços previstos no contrato.

17.11 Considerando essa necessidade de contratação, entende-se que é prejudicial à Assessoria Especial de Comunicação Social, e à própria Administração Pública, a aquisição de produtos e serviços por forma de contratação diferente de concorrência por melhor técnica ou com objetos parcelados em mais de um contrato. O parcelamento de serviços resulta em esforços superpostos, ineficiência, incompatibilidade de estratégias e mensagens. A divisão do objeto e adjudicação a mais de uma empresa, no presente caso, acarretariam riscos enormes de não atendimento às necessidades de comunicação do Órgão, que busca nessa contratação atender aos princípios da razoabilidade e da economicidade.

17.12 A qualidade técnica da comunicação pública se mostra como item primordial, essencial e definidor na aplicação e transparência de políticas públicas, serviços que possam ser considerados comuns, no dia a dia de uma empresa e ou de órgão, passam a ser entendidos como peças de uma engrenagem de um sistema complexo e importante para a divulgação das informações claras, precisas e de utilidade pública para a sociedade.

17.13 Devido aos argumentos apresentados, compreendemos que contratar serviços de comunicação com foco na solução integral é mais eficiente do que os dividir. Especialmente em situações críticas, onde é necessário agir com máxima agilidade e precisão ao lidar com os meios de comunicação e canais próprios. Ao contratar um conjunto completo de soluções de comunicação, o Ministério obtém economia, uma vez que não precisará arcar com as despesas relacionadas a outros processos. Isso resulta em custos mais baixos devido à integração dos serviços e na possibilidade de não contratar determinados serviços em momentos específicos, o que alivia o contrato financeiramente.

18. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

18.1 Não existem contratações correlatas e/ou interdependentes.

19. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

19.1 A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2023 consta da Lei Orçamentária Anual – 2023, conforme Documento de Formalização de Demanda AESCOM-MCID (SEI nº [4391630](#)) do Processo SEI nº 80000.005656/2023-52.

20. Benefícios a serem alcançados com a contratação

20.1 A contratação de uma empresa externa para desempenhar atividades de comunicação para a AESCOM não é uma opção, mas uma exigência

para garantir a eficiência e eficácia de suas operações. Sem essa parceria, seria impossível executar as tarefas regulamentares, resultando em prejuízos para a Administração Pública Federal. Nosso objetivo é seguir o princípio da vantagem, buscando a melhor qualidade técnica e o menor custo, a fim de evitar qualquer forma de dano, seja financeiro ou à reputação da instituição.

20.2 Como vantagens diretas, podemos destacar a possibilidade de o órgão contar com serviços contínuos, sem a necessidade de gerenciar recursos humanos e materiais, os quais serão exclusivamente de responsabilidade da empresa contratada.

20.3 Ressaltamos que a experiência da empresa contratada, com profissionais qualificados e instrumentos capazes de oferecer resultados satisfatórios para apoiar a atuação do órgão, aliada com as dinâmicas de execução dos serviços previstas no instrumento contratual, possibilitam maior celeridade ao desenvolvimento da comunicação do Governo Federal no enfrentamento dos desafios institucionais do cotidiano.

20.4 Para que a comunicação possa cumprir seu propósito de transmitir informações de forma eficiente e transparente para a sociedade, beneficiários, gestores municipais, estaduais, federais, formadores de opinião e imprensa, é necessário contar com a experiência das empresas, que irão auxiliar as equipes internas do Ministério das Cidades na elaboração de estratégias de comunicação adequadas e eficazes, alinhadas ao planejamento e objetivos da instituição.

20.5 Desta maneira, ao contratar os serviços de comunicação, o Ministério das Comunicações almeja aprimorar a adequação, qualidade e eficiência no processo de implementação da política de comunicação do Governo Federal. Isso resultará em uma maior transparência nas ações governamentais, bem como contribuirá para fortalecer o engajamento público e social, o que garantirá o cumprimento correto de sua missão institucional, conforme estipulado no parágrafo 1º, art. 37, da CF/88: "§ 1º A divulgação dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deve ter caráter educativo, informativo ou social, sendo vedada a inclusão de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou funcionários públicos."

21. Providências a serem Adotadas

21.1 Para esta contratação, a empresa contratada deverá possuir quantitativo de profissionais adequados, além de infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de microcomputadores, softwares, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução dos produtos e serviços.

21.2 Em casos excepcionais, o Ministério das Cidades, quando houver necessidade, poderá solicitar que os serviços sejam prestados nas dependências do órgão, na forma definida no Termo de Referência. Ressalta-se que a contratada deverá promover a transição contratual com transferência de conhecimento, tecnologia e técnicas empregadas para as empresas que a sucederão, bem como para a equipe técnica do Ministério das Cidades. A transferência de conhecimento objetiva a internalização do conhecimento e de seu uso relacionada a todas as soluções adotadas no decurso do contrato, de forma a garantir autonomia ao Ministério de dar continuidade dos serviços.

22. Possíveis Impactos Ambientais

22.1 A prestação dos serviços ora em estudo, não afeta ou traz riscos ao meio ambiente, dada a natureza dos produtos e serviços a serem contratados. Todavia, a licitante vencedora deverá respeitar as normas e princípios ambientais, no que couber, trabalhando sempre para minimizar ou mitigar efeitos de possíveis danos ao meio ambiente, utilizando-se, por exemplo, de tecnologias e materiais que contribuem para a sustentabilidade do equilíbrio ambiental, conforme orienta a Instrução Normativa nº 01/2010, da Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação do então Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, atual Ministério da Economia, e o Decreto nº 7.746/2012.

23. Pesquisa de Preços

23.1 Pesquisa em contratos similares

23.1.1 Contrato: Secretaria Especial de Comunicação Social da Presidência da República - SECOM

ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

SECOM

Item	Produto/complexidade	Valor unitário
1	GERENCIAMENTO E ATENDIMENTO	
1.1	Gerenciamento de atendimento	
1.1.1	Baixa	Não possui

1.1.2	Média	Não possui	
1.1.3	Alta	R\$	45.916,47
1.1.4	Altíssima	R\$	74.816,83
1.2	Atendimento à Imprensa Nacional e Regional		
1.2.1	Baixa	R\$	30.000,00
1.2.2	Média	R\$	44.191,67
1.2.3	Alta	R\$	61.550,11
1.2.4	Altíssima	R\$	65.000,00
1.3	Elaboração de pers de prossionais de Imprensa e/ou de veículos de comunicação regional e nacional	R\$	3.942,53
1.4	Criação de Mailing Nacional		
1.4.1	Baixa	R\$	6.088,29
1.4.2	Média	R\$	11.550,26
1.4.3	Alta	R\$	20.661,05
1.5	Media Training		
1.5.1	Baixa	R\$	30.622,80
1.5.2	Média	R\$	40.000,00
1.5.3	Alta	R\$	55.686,73

1.6	Media training em situação de crises		
1.6.1	Baixa	R\$	35.000,00
1.6.2	Média	R\$	43.500,00
1.6.3	Alta	R\$	62.000,00
1.7	Workshops/Seminários/Briengs para jornalistas		
1.7.1	Baixa	R\$	30.000,00
1.7.2	Média	R\$	42.928,08
1.7.3	Alta	R\$	46.233,53
1.8	Planejamento de Press Trip		
1.8.1	Baixa	R\$	12.000,00
1.8.2	Média	R\$	26.308,58
1.8.3	Alta	R\$	27.558,67
1.9	Acompanhamento de Press Trip		
1.9.1	Baixa	R\$	12.000,00
1.9.2	Média	R\$	19.852,31
1.9.3	Alta	R\$	28.897,11
1.10	Planejamento de Press Tour		
1.10.1	Baixa	R\$	9.000,00

1.10.2	Média	R\$	9.281,12
1.10.3	Alta	R\$	16.634,41
1.11	Acompanhamento de Press Tour		
1.11.1	Baixa	R\$	6.740,52
1.11.2	Média	R\$	10.535,08
1.11.3	Alta	R\$	17.274,05
1.12	Planejamento de Eventos no Brasil		
1.12.1	Baixa	R\$	9.000,00
1.12.2	Média	R\$	11.477,78
1.12.3	Alta	R\$	22.000,00
1.13	Planejamento de Lives	R\$	6.333,33
1.14	Acompanhamento de Lives	R\$	2.750,00
2	PLANEJAMENTO		
2.1	Diagnóstico e Matriz Estratégica		
2.1.1	Baixa	R\$	49.899,16
2.1.2	Média	R\$	52.472,36
2.1.3	Alta	R\$	58.210,64
2.2	Planejamento Estratégico de Comunicação Corporativa Nacional e Regional	R\$	79.333,33

2.3	Plano de Comunicação Temático Nacional e Regional	R\$	32.925,33
2.4	Benchmarking Nacional e Regional	R\$	47.000,00
3	ANÁLISE E MONITORAMENTO DE MÍDIA		
3.1	Análise de Mídia Impressa Regional e Nacional		
3.1.1	Baixa	R\$	1.244,95
3.1.2	Média	R\$	1.513,95
3.1.3	Alta	R\$	1.786,12
3.2	Análise de Mídia Televisiva Regional e Nacional		
3.2.1	Baixa	R\$	1.779,40
3.2.2	Média	R\$	2.287,50
3.2.3	Alta	R\$	2.806,40
3.3	Mapa de Temas Sensíveis Nacional e Regional	R\$	39.452,47
3.4	Mapa de Inuenciadores Nacional e Regional		
3.4.1	Baixa Regional	R\$	59.967,03
3.4.2	Baixa Nacional	R\$	30.000,00
3.4.3	Média Regional	R\$	73.130,52
3.4.4	Média Nacional	R\$	67.061,60

3.4.5	Alta Regional	R\$	98.726,20
3.4.6	Alta Nacional	R\$	108.417,49
3.5	Clipping regional e nacional – jornais, revistas e portais de notícias, tvs, rádios		
3.5.1	Jornais Regionais		
3.5.1.1	Baixa	Não possui	
3.5.1.2	Média	Não possui	
3.5.1.3	Alta	Não possui	
3.5.2	Jornais Nacional		
3.5.2.1	Baixa	Não possui	
3.5.2.2	Média	Não possui	
3.5.2.3	Alta	Não possui	
3.5.3	Revistas Especializadas		
3.5.3.1	Baixa	Não possui	
3.5.3.2	Média	Não possui	
3.5.3.3	Alta	Não possui	
3.5.4	Revistas Nacionais:		
3.5.4.1	Baixa	Não possui	
3.5.4.2	Média	Não possui	

3.5.4.3	Alta	Não possui
3.5.5	Portais de Notícias	
3.5.5.1	Baixa	Não possui
3.5.5.2	Média	Não possui
3.5.5.3	Alta	Não possui
3.5.6	Portais de Notícias Nacionais:	
3.5.6.1	Baixa	Não possui
3.5.6.2	Média	Não possui
3.5.6.3	Alta	Não possui
3.5.7	TV Aberta:	
3.5.7.1	Baixa	Não possui
3.5.7.2	Média	Não possui
3.5.7.3	Alta	Não possui
3.5.8	TV Fechada:	
3.5.8.1	Baixa	Não possui
3.5.8.2	Média	Não possui
3.5.8.3	Alta	Não possui
3.5.9	Rádio:	

3.5.9.1	Baixa	Sem complexidade	
3.5.9.2	Média	Sem complexidade	
3.5.9.3	Alta	Sem complexidade	
3.6	Auditoria de Exposição no Brasil		
3.6.1	Baixa	R\$	40.180,00
3.6.2	Média	R\$	74.066,67
3.6.3	Alta	R\$	95.000,00
3.7	Auditoria de Exposição - Tema Específico		
3.7.1	Baixa	R\$	32.741,67
3.7.2	Média	R\$	55.500,00
3.7.3	Alta	R\$	74.500,00
3.8	Avaliação da Percepção de Imagem Nacional e Regional		
3.8.1	Baixa Regional	R\$	72.350,00
3.8.2	Baixa Nacional	R\$	34.997,81
3.8.3	Média Regional	R\$	82.800,00
3.8.4	Média Nacional	R\$	60.662,76
3.8.5	Alta Regional	R\$	104.233,93
3.8.6	Alta Nacional	R\$	88.000,00

3.9	Acompanhamento de repercussão de pautas		
3.9.1	Baixa		Não possui
3.9.2	Média		Não possui
3.9.3	Alta		Não possui
4	PRODUÇÃO DE CONTEÚDO		
4.1	Projeto Editorial Nacional e Regional		
4.1.1	Baixa	R\$	9.444,09
4.1.2	Média	R\$	21.447,33
4.1.3	Alta	R\$	30.680,00
4.2	Elaboração de Pauta para Imprensa	R\$	5.102,19
4.3	Produção de conteúdos textuais para imprensa em Língua Portuguesa		
4.3.1	Baixa	R\$	1.036,33
4.3.2	Média	R\$	3.018,67
4.3.3	Alta	R\$	4.953,49
4.4	Edição de conteúdos textuais para imprensa em Língua Portuguesa		
4.4.1	Baixa	R\$	320,34
4.4.2	Média	R\$	1.068,61
4.4.3	Alta	R\$	1.900,00

4.5	Elaboração de texto em língua estrangeira		
4.5.1	Baixa	R\$	1.668,67
4.5.2	Média	R\$	2.335,61
4.5.3	Alta	R\$	4.968,42
4.6	Edição e revisão de texto de língua estrangeira		
4.6.1	Baixa	R\$	723,28
4.6.2	Média	R\$	1.050,00
4.6.3	Alta	R\$	3.000,00
4.7	Entrevistas Coletivas no Brasil		
4.7.1	Baixa	R\$	15.000,00
4.7.2	Média	R\$	23.985,99
4.7.3	Alta	R\$	29.997,64
4.8	Fotograa para acervo de imagem		
4.8.1	Baixa	Não possui	
4.8.2	Média	Não possui	
4.8.3	Alta	Não possui	
4.9	Reportagem em Vídeo (Vídeo Release) no Brasil		

4.9.1	Baixa	Não possui	
4.9.2	Média	Não possui	
4.9.3	Alta	Não possui	
4.10	Vídeo Depoimento para Imprensa e Públicos Inuenciadores no Brasil		
4.10.1	Baixa	Não possui	
4.10.2	Média	Não possui	
4.10.3	Alta	Não possui	
4.11	Captação de Vídeos no Brasil		
4.11.1	Baixa	Não possui	
4.11.2	Média	Não possui	
4.11.3	Alta	Não possui	
4.12	Captação e Edição de Áudio no Brasil para Imprensa e Públicos Inuenciadores		
4.12.1	Baixa	R\$	1.625,00
4.12.2	Média	R\$	3.350,00
4.12.3	Alta	R\$	5.466,67
4.13	Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas		
4.13.1	Projeto Gráco		
4.13.1.1	Baixa	R\$	20.000,00

4.13.1.2	Média	R\$	35.782,90
4.13.1.3	Alta	R\$	50.793,06
4.14	Conteúdo para apresentação em Língua Portuguesa		
4.14.1	Baixa	R\$	8.000,00
4.14.2	Média	R\$	12.000,00
4.14.3	Alta	R\$	20.000,00
4.15	Diagramação e animação de Apresentação em Língua Portuguesa		
4.15.1	Baixa	R\$	12.000,00
4.15.2	Média	R\$	18.000,00
4.15.3	Alta	R\$	19.750,56
4.16	Infográficos		
4.16.1	Baixa		Não possui
4.16.2	Média		Não possui
4.16.3	Alta		Não possui
4.17	Banco de Mídias		
4.17.1	Baixa	R\$	13.668,20
4.17.2	Média	R\$	27.150,00

4.17.3	Alta	R\$	34.200,00
5	PREVENÇÃO E GERENCIAMENTO DE CRISES		
5.1	Fluxograma de Processo para Atuação em Crise		
5.1.1	Baixa	R\$	14.985,84
5.1.2	Média	R\$	16.636,04
5.1.2	Alta	R\$	18.782,01
5.2	Mapeamento de Públicos Envolvidos na Crise		
5.3	Manual de Crise		
5.3.1	Baixa	R\$	44.000,00
5.3.2	Média	R\$	65.333,00
5.3.2	Alta	R\$	90.569,28
5.4	Gerenciamento de Crise Regional		
5.4.1	Baixa	R\$	35.765,50
5.4.2	Média	R\$	45.000,00
5.4.3	Alta	R\$	70.000,00
5.5	Gerenciamento de Crise Nacional		
5.5.1	Baixa	R\$	70.000,00
5.5.2	Média	R\$	120.000,00

5.5.3 Alta R\$ 161.423,62

23.1.2 Contrato: Ministério da Fazenda

ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

M. FAZENDA

Item	Produto/complexidade	Valor unitário
1	GERENCIAMENTO E ATENDIMENTO	
1.1	Gerenciamento de atendimento	
1.1.1	Baixa	Não possui
1.1.2	Média	Não possui
1.1.3	Alta	Não possui
1.1.4	Altíssima	Não possui
1.2	Atendimento à Imprensa Nacional e Regional	
1.2.1	Baixa	Não atende
1.2.2	Média	Não atende
1.2.3	Alta	Não atende
1.2.4	Altíssima	Não atende
1.3	Elaboração de pers de profissionais de Imprensa e/ou de veículos de comunicação regional e nacional	Não possui

1.4	Criação de Mailing Nacional	
1.4.1	Baixa	Não possui
1.4.2	Média	Não possui
1.4.3	Alta	Não possui
1.5	Media Training	
1.5.1	Baixa	Não possui
1.5.2	Média	Não possui
1.5.3	Alta	Não possui
1.6	Media training em situação de crises	
1.6.1	Baixa	Não possui
1.6.2	Média	Não possui
1.6.3	Alta	Não possui
1.7	Workshops/Seminários/Briengs para jornalistas	
1.7.1	Baixa	Não possui
1.7.2	Média	Não possui
1.7.3	Alta	Não possui
1.8	Planejamento de Press Trip	
1.8.1	Baixa	Não possui

1.8.2	Média	Não possui
1.8.3	Alta	Não possui
1.9	Acompanhamento de Press Trip	
1.9.1	Baixa	Não possui
1.9.2	Média	Não possui
1.9.3	Alta	Não possui
1.10	Planejamento de Press Tour	
1.10.1	Baixa	Não possui
1.10.2	Média	Não possui
1.10.3	Alta	Não possui
1.11	Acompanhamento de Press Tour	
1.11.1	Baixa	Não possui
1.11.2	Média	Não possui
1.11.3	Alta	Não possui
1.12	Planejamento de Eventos no Brasil	
1.12.1	Baixa	Não possui
1.12.2	Média	Não possui
1.12.3	Alta	Não possui
1.13	Planejamento de Lives	Não possui

1.14	Acompanhamento de Lives	Não possui
2	PLANEJAMENTO	
2.1	Diagnóstico e Matriz Estratégica	
2.1.1	Baixa	Não possui
2.1.2	Média	Não possui
2.1.3	Alta	Não possui
2.2	Planejamento Estratégico de Comunicação Corporativa Nacional e Regional	Não possui
2.3	Plano de Comunicação Temático Nacional e Regional	Não possui
2.4	Benchmarking Nacional e Regional	Não possui
3	ANÁLISE E MONITORAMENTO DE MÍDIA	
3.1	Análise de Mídia Impressa Regional e Nacional	
3.1.1	Baixa	Não possui
3.1.2	Média	Não possui
3.1.3	Alta	Não possui
3.2	Análise de Mídia Televisiva Regional e Nacional	
3.2.1	Baixa	Não possui
3.2.2	Média	Não possui

3.2.3	Alta	Não possui
3.3	Mapa de Temas Sensíveis Nacional e Regional	Não possui
3.4	Mapa de Inuenciadores Nacional e Regional	
3.4.1	Baixa Regional	Não possui
3.4.2	Baixa Nacional	Não possui
3.4.3	Média Regional	Não possui
3.4.4	Média Nacional	Não possui
3.4.5	Alta Regional	R\$ 15.216,10
3.4.6	Alta Nacional	R\$ 24.735,56
3.5	Clipping regional e nacional – jornais, revistas e portais de notícias, tvs, rádios	
3.5.1	Jornais Regionais	
3.5.1.1	Baixa	Não possui
3.5.1.2	Média	Não possui
3.5.1.3	Alta	Não possui
3.5.2	Jornais Nacional	
3.5.2.1	Baixa	Não possui
3.5.2.2	Média	Não possui
3.5.2.3	Alta	Não possui

3.5.3 Revistas Especializadas

3.5.3.1 Baixa Não possui

3.5.3.2 Média Não possui

3.5.3.3 Alta Não possui

3.5.4 Revistas Nacionais:

3.5.4.1 Baixa Não possui

3.5.4.2 Média Não possui

3.5.4.3 Alta Não possui

3.5.5 Portais de Notícias

3.5.5.1 Baixa Não possui

3.5.5.2 Média Não possui

3.5.5.3 Alta Não possui

3.5.6 Portais de Notícias Nacionais:

3.5.6.1 Baixa Não possui

3.5.6.2 Média Não possui

3.5.6.3 Alta Não possui

3.5.7 TV Aberta:

3.5.7.1 Baixa Não possui

3.5.7.2	Média	Não possui
3.5.7.3	Alta	Não possui
3.5.8	TV Fechada:	
3.5.8.1	Baixa	Não possui
3.5.8.2	Média	Não possui
3.5.8.3	Alta	Não possui
3.5.9	Rádio:	
3.5.9.1	Baixa	Não possui
3.5.9.2	Média	Não possui
3.5.9.3	Alta	Não possui
3.6	Auditoria de Exposição no Brasil	
3.6.1	Baixa	Não possui
3.6.2	Média	Não possui
3.6.3	Alta	Não possui
3.7	Auditoria de Exposição - Tema Específico	
3.7.1	Baixa	Não possui
3.7.2	Média	Não possui
3.7.3	Alta	Não possui

3.8	Avaliação da Percepção de Imagem Nacional e Regional	
3.8.1	Baixa Regional	Não possui
3.8.2	Baixa Nacional	Não possui
3.8.3	Média Regional	Não possui
3.8.4	Média Nacional	Não possui
3.8.5	Alta Regional	Não possui
3.8.6	Alta Nacional	Não possui
3.9	Acompanhamento de repercussão de pautas	
3.9.1	Baixa	Não possui
3.9.2	Média	Não possui
3.9.3	Alta	Não possui
4	PRODUÇÃO DE CONTEÚDO	
4.1	Projeto Editorial Nacional e Regional	
4.1.1	Baixa	Não possui
4.1.2	Média	Não possui
4.1.3	Alta	Não possui
4.2	Elaboração de Pauta para Imprensa	Não possui

4.3	Produção de conteúdos textuais para imprensa em Língua Portuguesa		
4.3.1	Baixa	R\$	521,41
4.3.2	Média	R\$	775,30
4.3.3	Alta	R\$	1.121,16
4.4	Edição de conteúdos textuais para imprensa em Língua Portuguesa		
4.4.1	Baixa		Sem complexidade
4.4.2	Média		Sem complexidade
4.4.3	Alta		Sem complexidade
4.5	Elaboração de texto em língua estrangeira		
4.5.1	Baixa		Não possui
4.5.2	Média		Não possui
4.5.3	Alta		Não possui
4.6	Edição e revisão de texto de língua estrangeira		
4.6.1	Baixa		Não possui
4.6.2	Média		Não possui
4.6.3	Alta		Não possui
4.7	Entrevistas Coletivas no Brasil		

4.7.1	Baixa	R\$	8.944,03
4.7.2	Média	R\$	10.522,85
4.7.3	Alta	R\$	12.380,12
4.8	Fotograa para acervo de imagem		
4.8.1	Baixa	R\$	304,33
4.8.2	Média	R\$	730,37
4.8.3	Alta	R\$	1.558,13
4.9	Reportagem em Vídeo (Vídeo Release) no Brasil		
4.9.1	Baixa	R\$	4.869,15
4.9.2	Média	R\$	6.999,41
4.9.3	Alta	R\$	9.129,66
4.10	Vídeo Depoimento para Imprensa e Públicos Inuenciadores no Brasil		
4.10.1	Baixa	Não possui	
4.10.2	Média	R\$	3.651,87
4.10.3	Alta	Não possui	
4.11	Captação de Vídeos no Brasil		
4.11.1	Baixa	Não possui	
4.11.2	Média	Não possui	

4.11.3	Alta	Não possui
4.12	Captação e Edição de Áudio no Brasil para Imprensa e Públicos Inuenciadores	
4.12.1	Baixa	Não possui
4.12.2	Média	R\$ 1.825,93
4.12.3	Alta	Não possui
4.13	Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas	
4.13.1	Projeto Gráco	
4.13.1.1	Baixa	Não possui
4.13.1.2	Média	Não possui
4.13.1.3	Alta	Não possui
4.14	Conteúdo para apresentação em Língua Portuguesa	
4.14.1	Baixa	Não possui
4.14.2	Média	Não possui
4.14.3	Alta	Não possui
4.15	Diagramação e animação de Apresentação em Língua Portuguesa	
4.15.1	Baixa	Não possui
4.15.2	Média	Não possui

4.15.3	Alta	Não possui	
4.16	Infográficos		
4.16.1	Baixa	Não possui	
4.16.2	Média	Não possui	
4.16.3	Alta	Não possui	
4.17	Banco de Mídias		
4.17.1	Baixa	R\$	912,97
4.17.2	Média	R\$	2.312,84
4.17.3	Alta	R\$	3.164,95
5	PREVENÇÃO E GERENCIAMENTO DE CRISES		
5.1	Fluxograma de Processo para Atuação em Crise		
5.1.1	Baixa	Não possui	
5.1.2	Média	Não possui	
5.1.2	Alta	Não possui	
5.2	Mapeamento de Públicos Envolvidos na Crise	Não possui	
5.3	Manual de Crise		
5.3.1	Baixa	Não possui	

5.3.2	Média	Não possui
5.3.2	Alta	Não possui
5.4	Gerenciamento de Crise Regional	
5.4.1	Baixa	Não possui
5.4.2	Média	Não possui
5.4.3	Alta	Não possui
5.5	Gerenciamento de Crise Nacional	
5.5.1	Baixa	Não possui
5.5.2	Média	Não possui
5.5.3	Alta	Não possui

23.1.3 Contrato: Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação:

ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

MCTI

Item	Produto/complexidade	Valor unitário
1	GERENCIAMENTO E ATENDIMENTO	
1.1	Gerenciamento de atendimento	
1.1.1	Baixa	R\$ 27.729,13
1.1.2	Média	R\$ 43.364,57
1.1.3	Alta	R\$ 58.084,33

1.1.4	Altíssima	R\$	84.094,43
1.2	Atendimento à Imprensa Nacional e Regional		
1.2.1	Baixa		Não atende
1.2.2	Média		Não atende
1.2.3	Alta		Não atende
1.2.4	Altíssima		Não atende
1.3	Elaboração de pers de profissionais de Imprensa e/ou de veículos de comunicação regional e nacional		Não possui
1.4	Criação de Mailing Nacional		
1.4.1	Baixa		Não possui
1.4.2	Média		Não possui
1.4.3	Alta		Não possui
1.5	Media Training		
1.5.1	Baixa	R\$	43.606,44
1.5.2	Média	R\$	65.236,89
1.5.3	Alta	R\$	81.632,50
1.6	Media training em situação de crises		
1.6.1	Baixa	R\$	46.007,90

1.6.2	Média	R\$	67.258,26
1.6.3	Alta	R\$	82.316,65
1.7	Workshops/Seminários/Briengs para jornalistas		
1.7.1	Baixa	R\$	24.568,36
1.7.2	Média	R\$	36.345,90
1.7.3	Alta	R\$	50.590,55
1.8	Planejamento de Press Trip		
1.8.1	Baixa		Sem complexidade
1.8.2	Média		Sem complexidade
1.8.3	Alta		Sem complexidade
1.9	Acompanhamento de Press Trip		
1.9.1	Baixa	R\$	9.725,94
1.9.2	Média	R\$	14.955,73
1.9.3	Alta	R\$	23.580,04
1.10	Planejamento de Press Tour		
1.10.1	Baixa		Sem complexidade
1.10.2	Média		Sem complexidade
1.10.3	Alta		Sem complexidade

1.11	Acompanhamento de Press Tour		
1.11.1	Baixa	R\$	9.725,94
1.11.2	Média	R\$	14.955,73
1.11.3	Alta	R\$	23.580,04
1.12	Planejamento de Eventos no Brasil		
1.12.1	Baixa		Não possui
1.12.2	Média		Não possui
1.12.3	Alta		Não possui
1.13	Planejamento de Lives		Não possui
1.14	Acompanhamento de Lives		Não possui
2	PLANEJAMENTO		
2.1	Diagnóstico e Matriz Estratégica		
2.1.1	Baixa	R\$	24.526,03
2.1.2	Média	R\$	44.217,60
2.1.3	Alta	R\$	57.662,77
2.2	Planejamento Estratégico de Comunicação Corporativa Nacional e Regional	R\$	92.123,79
2.3	Plano de Comunicação Temático Nacional e Regional		Não possui
2.4	Benchmarking Nacional e Regional		Não possui

3	ANÁLISE E MONITORAMENTO DE MÍDIA		
3.1	Análise de Mídia Impressa Regional e Nacional		
3.1.1	Baixa		Não se aplica
3.1.2	Média		Não se aplica
3.1.3	Alta		Não se aplica
3.2	Análise de Mídia Televisiva Regional e Nacional		
3.2.1	Baixa		Não possui
3.2.2	Média		Não possui
3.2.3	Alta		Não possui
3.3	Mapa de Temas Sensíveis Nacional e Regional		Não possui
3.4	Mapa de Inuenciadores Nacional e Regional		
3.4.1	Baixa Regional	R\$	32.343,74
3.4.2	Baixa Nacional	R\$	27.771,02
3.4.3	Média Regional	R\$	54.278,26
3.4.4	Média Nacional	R\$	45.975,07
3.4.5	Alta Regional	R\$	80.352,29
3.4.6	Alta Nacional	R\$	67.050,08

3.5	Clipping regional e nacional – jornais, revistas e portais de notícias, tvs, rádios		
3.5.1	Jornais Regionais		
3.5.1.1	Baixa	R\$	31.860,00
3.5.1.2	Média	R\$	50.787,07
3.5.1.3	Alta	R\$	80.271,95
3.5.2	Jornais Nacional		
3.5.2.1	Baixa	R\$	43.521,78
3.5.2.2	Média	R\$	47.249,67
3.5.2.3	Alta	R\$	71.460,83
3.5.3	Revistas Especializadas		
3.5.3.1	Baixa	R\$	18.394,52
3.5.3.2	Média	R\$	26.647,18
3.5.3.3	Alta	R\$	35.309,30
3.5.4	Revistas Nacionais:		
3.5.4.1	Baixa	R\$	18.394,52
3.5.4.2	Média	R\$	26.647,18
3.5.4.3	Alta	R\$	35.309,30
3.5.5	Portais de Notícias		

3.5.5.1	Baixa	R\$	24.225,41
3.5.5.2	Média	R\$	38.308,96
3.5.5.3	Alta	R\$	59.799,04
3.5.6	Portais de Notícias Nacionais:		
3.5.6.1	Baixa	R\$	18.394,52
3.5.6.2	Média	R\$	32.478,07
3.5.6.3	Alta	R\$	53.968,15
3.5.7	TV Aberta:		
3.5.7.1	Baixa	R\$	34.526,66
3.5.7.2	Média	R\$	50.845,38
3.5.7.3	Alta	R\$	61.872,25
3.5.8	TV Fechada:		
3.5.8.1	Baixa	R\$	34.526,66
3.5.8.2	Média	R\$	50.845,38
3.5.8.3	Alta	R\$	61.872,25
3.5.9	Rádio:		
3.5.9.1	Baixa	R\$	32.583,03
3.5.9.2	Média	R\$	43.070,86
3.5.9.3	Alta	R\$	26.886,90

3.6	Auditoria de Exposição no Brasil		
3.6.1	Baixa		Não possui
3.6.2	Média		Não possui
3.6.3	Alta		Não possui
3.7	Auditoria de Exposição - Tema Específico		
3.7.1	Baixa		Não possui
3.7.2	Média		Não possui
3.7.3	Alta		Não possui
3.8	Avaliação da Percepção de Imagem Nacional e Regional		
3.8.1	Baixa Regional	R\$	36.363,17
3.8.2	Baixa Nacional	R\$	34.480,44
3.8.3	Média Regional	R\$	72.825,68
3.8.4	Média Nacional	R\$	54.603,94
3.8.5	Alta Regional	R\$	131.855,92
3.8.6	Alta Nacional	R\$	90.133,94
3.9	Acompanhamento de repercussão de pautas		
3.9.1	Baixa		Não possui
3.9.2	Média		Não possui

3.9.3	Alta	Não possui	
4	PRODUÇÃO DE CONTEÚDO		
4.1	Projeto Editorial Nacional e Regional		
4.1.1	Baixa	Não possui	
4.1.2	Média	Não possui	
4.1.3	Alta	Não possui	
4.2	Elaboração de Pauta para Imprensa	Não possui	
4.3	Produção de conteúdos textuais para imprensa em Língua Portuguesa		
4.3.1	Baixa	R\$	2.520,67
4.3.2	Média	R\$	4.258,72
4.3.3	Alta	R\$	5.701,32
4.4	Edição de conteúdos textuais para imprensa em Língua Portuguesa		
4.4.1	Baixa	Sem complexidade	
4.4.2	Média	Sem complexidade	
4.4.3	Alta	Sem complexidade	
4.5	Elaboração de texto em língua estrangeira		
4.5.1	Baixa	Não possui	
4.5.2	Média	Não possui	

4.5.3	Alta	Não possui	
4.6	Edição e revisão de texto de língua estrangeira		
4.6.1	Baixa	Não possui	
4.6.2	Média	Não possui	
4.6.3	Alta	Não possui	
4.7	Entrevistas Coletivas no Brasil		
4.7.1	Baixa	R\$	15.963,59
4.7.2	Média	R\$	19.761,27
4.7.3	Alta	R\$	26.743,31
4.8	Fotograa para acervo de imagem		
4.8.1	Baixa	R\$	2.548,32
4.8.2	Média	R\$	4.319,18
4.8.3	Alta	R\$	7.368,52
4.9	Reportagem em Vídeo (Vídeo Release) no Brasil		
4.9.1	Baixa	R\$	13.637,81
4.9.2	Média	R\$	26.498,17
4.9.3	Alta	R\$	36.669,84

4.10	Vídeo Depoimento para Imprensa e Públicos Inuenciadores no Brasil		
4.10.1	Baixa	R\$	12.028,91
4.10.2	Média	R\$	18.313,32
4.10.3	Alta	R\$	32.933,75
4.11	Captação de Vídeos no Brasil		
4.11.1	Baixa		Não possui
4.11.2	Média		Não possui
4.11.3	Alta		Não possui
4.12	Captação e Edição de Áudio no Brasil para Imprensa e Públicos Inuenciadores		
4.12.1	Baixa		Não possui
4.12.2	Média		Não possui
4.12.3	Alta		Não possui
4.13	Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas		
4.13.1	Projeto Gráco		
4.13.1.1	Baixa	R\$	14.512,44
4.13.1.2	Média	R\$	23.042,82
4.13.1.3	Alta	R\$	31.335,64

4.14	Conteúdo para apresentação em Língua Portuguesa		
4.14.1	Baixa		Não possui
4.14.2	Média		Não possui
4.14.3	Alta		Não possui
4.15	Diagramação e animação de Apresentação em Língua Portuguesa		
4.15.1	Baixa	R\$	14.965,96
4.15.2	Média	R\$	21.509,51
4.15.3	Alta	R\$	27.742,09
4.16	Infográficos		
4.16.1	Baixa		Não possui
4.16.2	Média		Não possui
4.16.3	Alta		Não possui
4.17	Banco de Mídias		
4.17.1	Baixa	R\$	16.348,10
4.17.2	Média	R\$	21.811,85
4.17.3	Alta	R\$	42.673,49
5	PREVENÇÃO E GERENCIAMENTO DE CRISES		

5.1	Fluxograma de Processo para Atuação em Crise		
5.1.1	Baixa	R\$	25.742,31
5.1.2	Média	R\$	39.615,52
5.1.2	Alta	R\$	52.452,12
5.2	Mapeamento de Públicos Envolvidos na Crise		Não se aplica
5.3	Manual de Crise		
5.3.1	Baixa	R\$	54.767,19
5.3.2	Média	R\$	78.367,20
5.3.2	Alta	R\$	119.209,36
5.4	Gerenciamento de Crise Regional		
5.4.1	Baixa	R\$	51.450,06
5.4.2	Média	R\$	98.114,48
5.4.3	Alta	R\$	140.045,08
5.5	Gerenciamento de Crise Nacional		
5.5.1	Baixa	R\$	75.015,52
5.5.2	Média	R\$	162.026,59
5.5.3	Alta	R\$	303.223,69

23.2 Pesquisa com Fornecedores

23.2.1 Fornecedor: FSB Comunicação e Planejamento Estratégico LTDA

ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS		FSB
Item	Produto/complexidade	Valor unitário
1	GERENCIAMENTO E ATENDIMENTO	
1.1	Gerenciamento de atendimento	
1.1.1	Baixa	R\$ 31.211,15
1.1.2	Média	R\$ 46.994,47
1.1.3	Alta	R\$ 64.384,96
1.1.4	Altíssima	R\$ 91.847,87
1.2	Atendimento à Imprensa Nacional e Regional	
1.2.1	Baixa	R\$ 41.176,65
1.2.2	Média	R\$ 63.915,22
1.2.3	Alta	R\$ 89.041,73
1.2.4	Altíssima	R\$ 110.274,12
1.3	Elaboração de pers de prossionais de Imprensa e/ou de veículos de comunicação regional e nacional	R\$ 2.100,00
1.4	Criação de Mailing Nacional	
1.4.1	Baixa	R\$ 3.119,10

1.4.2	Média	R\$	3.420,00
1.4.3	Alta	R\$	4.217,25
1.5	Media Training		
1.5.1	Baixa	R\$	48.641,07
1.5.2	Média	R\$	71.260,85
1.5.3	Alta	R\$	89.835,57
1.6	Media training em situação de crises		
1.6.1	Baixa	R\$	51.314,59
1.6.2	Média	R\$	74.182,07
1.6.3	Alta	R\$	90.684,23
1.7	Workshops/Seminários/Briengs para jornalistas		
1.7.1	Baixa	R\$	26.095,02
1.7.2	Média	R\$	39.882,94
1.7.3	Alta	R\$	55.749,21
1.8	Planejamento de Press Trip		
1.8.1	Baixa	R\$	13.569,47
1.8.2	Média	R\$	14.425,00
1.8.3	Alta	R\$	17.009,83

1.9	Acompanhamento de Press Trip		
1.9.1	Baixa	R\$	10.589,54
1.9.2	Média	R\$	17.251,03
1.9.3	Alta	R\$	25.783,40
1.10	Planejamento de Press Tour		
1.10.1	Baixa	R\$	13.029,54
1.10.2	Média	R\$	14.858,00
1.10.3	Alta	R\$	16.712,28
1.11	Acompanhamento de Press Tour		
1.11.1	Baixa	R\$	11.298,53
1.11.2	Média	R\$	16.251,30
1.11.3	Alta	R\$	26.484,05
1.12	Planejamento de Eventos no Brasil		
1.12.1	Baixa	R\$	7.358,00
1.12.2	Média	R\$	8.184,50
1.12.3	Alta	R\$	12.227,01
1.13	Planejamento de Lives	R\$	3.550,74
1.14	Acompanhamento de Lives	R\$	2.416,97
2	PLANEJAMENTO		

2.1	Diagnóstico e Matriz Estratégica		
2.1.1	Baixa	R\$	26.678,63
2.1.2	Média	R\$	49.161,96
2.1.3	Alta	R\$	63.129,51
2.2	Planejamento Estratégico de Comunicação Corporativa Nacional e Regional	R\$	101.832,17
2.3	Plano de Comunicação Temático Nacional e Regional	R\$	100.936,12
2.4	Benchmarking Nacional e Regional	R\$	23.250,00
3	ANÁLISE E MONITORAMENTO DE MÍDIA		
3.1	Análise de Mídia Impressa Regional e Nacional		
3.1.1	Baixa	R\$	73.767,20
3.1.2	Média	R\$	128.251,00
3.1.3	Alta	R\$	198.093,83
3.2	Análise de Mídia Televisiva Regional e Nacional		
3.2.1	Baixa	R\$	32.428,02
3.2.2	Média	R\$	49.792,00
3.2.3	Alta	R\$	66.257,16
3.3	Mapa de Temas Sensíveis Nacional e Regional	R\$	29.500,00
3.4	Mapa de Inuenciadores Nacional e Regional		

3.4.1	Baixa Regional	R\$	35.678,84
3.4.2	Baixa Nacional	R\$	30.148,31
3.4.3	Média Regional	R\$	60.006,22
3.4.4	Média Nacional	R\$	50.532,52
3.4.5	Alta Regional	R\$	88.782,33
3.4.6	Alta Nacional	R\$	74.955,90
3.5	Clipping regional e nacional – jornais, revistas e portais de notícias, tvs, rádios		
3.5.1	Jornais Regionais		
3.5.1.1	Baixa	R\$	35.164,08
3.5.1.2	Média	R\$	55.756,87
3.5.1.3	Alta	R\$	88.255,69
3.5.2	Jornais Nacional		
3.5.2.1	Baixa	R\$	47.375,69
3.5.2.2	Média	R\$	51.982,21
3.5.2.3	Alta	R\$	78.845,53
3.5.3	Revistas Especializadas		
3.5.3.1	Baixa	R\$	20.658,14
3.5.3.2	Média	R\$	29.637,28

3.5.3.3	Alta	R\$	38.940,13
3.5.4	Revistas Nacionais:		
3.5.4.1	Baixa	R\$	20.433,97
3.5.4.2	Média	R\$	29.158,76
3.5.4.3	Alta	R\$	38.192,23
3.5.5	Portais de Notícias		
3.5.5.1	Baixa	R\$	26.447,41
3.5.5.2	Média	R\$	42.539,67
3.5.5.3	Alta	R\$	65.998,19
3.5.6	Portais de Notícias Nacionais:		
3.5.6.1	Baixa	R\$	20.488,92
3.5.6.2	Média	R\$	35.225,00
3.5.6.3	Alta	R\$	59.681,07
3.5.7	TV Aberta:		
3.5.7.1	Baixa	R\$	38.179,44
3.5.7.2	Média	R\$	56.129,29
3.5.7.3	Alta	R\$	68.375,58
3.5.8	TV Fechada:		

3.5.8.1	Baixa	R\$	36.119,33
3.5.8.2	Média	R\$	56.029,92
3.5.8.3	Alta	R\$	68.254,28
3.5.9	Rádio:		
3.5.9.1	Baixa	R\$	35.941,46
3.5.9.2	Média	R\$	47.629,96
3.5.9.3	Alta	R\$	62.770,00
3.6	Auditoria de Exposição no Brasil		
3.6.1	Baixa	R\$	23.336,27
3.6.2	Média	R\$	41.122,02
3.6.3	Alta	R\$	46.546,36
3.7	Auditoria de Exposição - Tema Específico		
3.7.1	Baixa	R\$	23.300,46
3.7.2	Média	R\$	41.425,50
3.7.3	Alta	R\$	46.410,15
3.8	Avaliação da Percepção de Imagem Nacional e Regional		
3.8.1	Baixa Regional	R\$	39.499,64
3.8.2	Baixa Nacional	R\$	38.328,29

3.8.3	Média Regional	R\$	80.308,52
3.8.4	Média Nacional	R\$	60.371,58
3.8.5	Alta Regional	R\$	145.023,93
3.8.6	Alta Nacional	R\$	99.282,14
3.9	Acompanhamento de repercussão de pautas		
3.9.1	Baixa	R\$	57.977,05
3.9.2	Média	R\$	79.914,25
3.9.3	Alta	R\$	101.463,81
4	PRODUÇÃO DE CONTEÚDO		
4.1	Projeto Editorial Nacional e Regional		
4.1.1	Baixa	R\$	43.829,14
4.1.2	Média	R\$	63.934,64
4.1.3	Alta	R\$	75.178,60
4.2	Elaboração de Pauta para Imprensa	R\$	1.102,24
4.3	Produção de conteúdos textuais para imprensa em Língua Portuguesa		
4.3.1	Baixa	R\$	2.982,47
4.3.2	Média	R\$	4.934,19
4.3.3	Alta	R\$	6.007,41

4.4	Edição de conteúdos textuais para imprensa em Língua Portuguesa		
4.4.1	Baixa	R\$	3.151,91
4.4.2	Média	R\$	4.210,00
4.4.3	Alta	R\$	5.909,15
4.5	Elaboração de texto em língua estrangeira		
4.5.1	Baixa	R\$	1.247,67
4.5.2	Média	R\$	2.682,41
4.5.3	Alta	R\$	7.624,29
4.6	Edição e revisão de texto de língua estrangeira		
4.6.1	Baixa	R\$	871,07
4.6.2	Média	R\$	2.541,98
4.6.3	Alta	R\$	3.781,34
4.7	Entrevistas Coletivas no Brasil		
4.7.1	Baixa	R\$	16.959,74
4.7.2	Média	R\$	21.422,41
4.7.3	Alta	R\$	29.617,64
4.8	Fotograa para acervo de imagem		
4.8.1	Baixa	R\$	2.603,51

4.8.2	Média	R\$	4.827,13
4.8.3	Alta	R\$	8.223,09
4.9	Reportagem em Vídeo (Vídeo Release) no Brasil		
4.9.1	Baixa	R\$	14.913,24
4.9.2	Média	R\$	29.482,52
4.9.3	Alta	R\$	40.500,76
4.10	Vídeo Depoimento para Imprensa e Públicos Inuenciadores no Brasil		
4.10.1	Baixa	R\$	12.891,61
4.10.2	Média	R\$	20.572,36
4.10.3	Alta	R\$	36.622,27
4.11	Captação de Vídeos no Brasil		
4.11.1	Baixa	R\$	8.496,37
4.11.2	Média	R\$	9.760,81
4.11.3	Alta	R\$	8.102,00
4.12	Captação e Edição de Áudio no Brasil para Imprensa e Públicos Inuenciadores		
4.12.1	Baixa	R\$	3.426,76
4.12.2	Média	R\$	6.494,82
4.12.3	Alta	R\$	9.769,16

4.13	Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas		
4.13.1	Projeto Gráfico		
4.13.1.1	Baixa	R\$	16.263,74
4.13.1.2	Média	R\$	25.741,02
4.13.1.3	Alta	R\$	34.682,20
4.14	Conteúdo para apresentação em Língua Portuguesa		
4.14.1	Baixa	R\$	13.904,94
4.14.2	Média	R\$	20.454,12
4.14.3	Alta	R\$	30.842,40
4.15	Diagramação e animação de Apresentação em Língua Portuguesa		
4.15.1	Baixa	R\$	16.582,64
4.15.2	Média	R\$	24.259,67
4.15.3	Alta	R\$	32.102,58
4.16	Infográficos		
4.16.1	Baixa	R\$	4.483,06
4.16.2	Média	R\$	6.798,39
4.16.3	Alta	R\$	10.451,91

4.17	Banco de Mídias		
4.17.1	Baixa	R\$	18.245,94
4.17.2	Média	R\$	24.009,56
4.17.3	Alta	R\$	46.740,22
5	PREVENÇÃO E GERENCIAMENTO DE CRISES		
5.1	Fluxograma de Processo para Atuação em Crise		
5.1.1	Baixa	R\$	28.200,00
5.1.2	Média	R\$	43.711,28
5.1.2	Alta	R\$	58.997,11
5.2	Mapeamento de Públicos Envolvidos na Crise	R\$	51.652,07
5.3	Manual de Crise		
5.3.1	Baixa	R\$	60.752,91
5.3.2	Média	R\$	86.403,93
5.3.2	Alta	R\$	131.410,30
5.4	Gerenciamento de Crise Regional		
5.4.1	Baixa	R\$	56.962,21
5.4.2	Média	R\$	108.124,93
5.4.3	Alta	R\$	154.249,62

5.5 Gerenciamento de Crise Nacional

5.5.1	Baixa	R\$ 82.947,07
5.5.2	Média	R\$ 178.545,25
5.5.3	Alta	R\$ 332.946,07

23.2.2 Fornecedor: Llorente & Cuenca Consultoria de Comunicação

ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

LlyC

Item	Produto/complexidade	Valor unitário
1	GERENCIAMENTO E ATENDIMENTO	
1.1	Gerenciamento de atendimento	
1.1.1	Baixa	R\$ 31.966,15
1.1.2	Média	R\$ 49.241,14
1.1.3	Alta	R\$ 65.449,25
1.1.4	Altíssima	R\$ 94.808,23
1.2	Atendimento à Imprensa Nacional e Regional	
1.2.1	Baixa	R\$ 41.696,14
1.2.2	Média	R\$ 65.258,96
1.2.3	Alta	R\$ 90.285,12
1.2.4	Altíssima	R\$ 112.243,24

1.3	Elaboração de pers de prossionais de Imprensa e/ou de veículos de comunicação regional e nacional	R\$	1.400,00
1.4	Criação de Mailing Nacional		
1.4.1	Baixa	R\$	2.915,50
1.4.2	Média	R\$	3.900,02
1.4.3	Alta	R\$	4.121,25
1.5	Media Training		
1.5.1	Baixa	R\$	49.812,31
1.5.2	Média	R\$	73.417,50
1.5.3	Alta	R\$	92.001,56
1.6	Media training em situação de crises		
1.6.1	Baixa	R\$	51.985,59
1.6.2	Média	R\$	76.111,00
1.6.3	Alta	R\$	92.707,32
1.7	Workshops/Seminários/Briengs para jornalistas		
1.7.1	Baixa	R\$	27.739,14
1.7.2	Média	R\$	41.119,20
1.7.3	Alta	R\$	57.225,31
1.8	Planejamento de Press Trip		

1.8.1	Baixa	R\$	13.544,87
1.8.2	Média	R\$	14.702,25
1.8.3	Alta	R\$	16.971,05
1.9	Acompanhamento de Press Trip		
1.9.1	Baixa	R\$	11.341,68
1.9.2	Média	R\$	16.925,00
1.9.3	Alta	R\$	26.827,51
1.10	Planejamento de Press Tour		
1.10.1	Baixa	R\$	13.566,26
1.10.2	Média	R\$	15.204,47
1.10.3	Alta	R\$	17.293,03
1.11	Acompanhamento de Press Tour		
1.11.1	Baixa	R\$	11.227,68
1.11.2	Média	R\$	17.325,20
1.11.3	Alta	R\$	26.721,59
1.12	Planejamento de Eventos no Brasil		
1.12.1	Baixa	R\$	7.412,91
1.12.2	Média	R\$	8.404,63

1.12.3	Alta	R\$	12.711,15
1.13	Planejamento de Lives	R\$	4.237,05
1.14	Acompanhamento de Lives	R\$	2.912,47
2	PLANEJAMENTO		
2.1	Diagnóstico e Matriz Estratégica		
2.1.1	Baixa	R\$	27.947,14
2.1.2	Média	R\$	47.255,17
2.1.3	Alta	R\$	64.970,27
2.2	Planejamento Estratégico de Comunicação Corporativa Nacional e Regional	R\$	103.981,26
2.3	Plano de Comunicação Temático Nacional e Regional	R\$	103.639,14
2.4	Benchmarking Nacional e Regional	R\$	28.500,00
3	ANÁLISE E MONITORAMENTO DE MÍDIA		
3.1	Análise de Mídia Impressa Regional e Nacional		
3.1.1	Baixa	R\$	75.637,01
3.1.2	Média	R\$	131.933,25
3.1.3	Alta	R\$	202.200,00
3.2	Análise de Mídia Televisiva Regional e Nacional		
3.2.1	Baixa	R\$	33.950,04

3.2.2	Média	R\$	50.842,22
3.2.3	Alta	R\$	67.467,75
3.3	Mapa de Temas Sensíveis Nacional e Regional	R\$	31.500,00
3.4	Mapa de Inuenciadores Nacional e Regional		
3.4.1	Baixa Regional	R\$	36.686,71
3.4.2	Baixa Nacional	R\$	31.414,86
3.4.3	Média Regional	R\$	60.827,04
3.4.4	Média Nacional	R\$	51.621,96
3.4.5	Alta Regional	R\$	90.574,33
3.4.6	Alta Nacional	R\$	75.231,34
3.5	Clipping regional e nacional – jornais, revistas e portais de notícias, tvs, rádios		
3.5.1	Jornais Regionais		
3.5.1.1	Baixa	R\$	36.007,50
3.5.1.2	Média	R\$	57.438,45
3.5.1.3	Alta	R\$	90.807,02
3.5.2	Jornais Nacional		
3.5.2.1	Baixa	R\$	48.408,26
3.5.2.2	Média	R\$	53.459,88

3.5.2.3	Alta	R\$	80.647,43
3.5.3	Revistas Especializadas		
3.5.3.1	Baixa	R\$	20.293,84
3.5.3.2	Média	R\$	29.472,01
3.5.3.3	Alta	R\$	39.504,00
3.5.4	Revistas Nacionais:		
3.5.4.1	Baixa	R\$	20.614,15
3.5.4.2	Média	R\$	30.410,84
3.5.4.3	Alta	R\$	40.122,69
3.5.5	Portais de Notícias		
3.5.5.1	Baixa	R\$	27.553,61
3.5.5.2	Média	R\$	43.418,98
3.5.5.3	Alta	R\$	67.528,12
3.5.6	Portais de Notícias Nacionais:		
3.5.6.1	Baixa	R\$	20.943,37
3.5.6.2	Média	R\$	36.138,18
3.5.6.3	Alta	R\$	60.914,63
3.5.7	TV Aberta:		
3.5.7.1	Baixa	R\$	39.142,21

3.5.7.2	Média	R\$	57.524,05
3.5.7.3	Alta	R\$	69.102,13
3.5.8	TV Fechada:		
3.5.8.1	Baixa	R\$	36.992,49
3.5.8.2	Média	R\$	57.305,04
3.5.8.3	Alta	R\$	69.804,28
3.5.9	Rádio:		
3.5.9.1	Baixa	R\$	37.001,49
3.5.9.2	Média	R\$	48.969,71
3.5.9.3	Alta	R\$	64.233,59
3.6	Auditoria de Exposição no Brasil		
3.6.1	Baixa	R\$	23.993,00
3.6.2	Média	R\$	42.487,50
3.6.3	Alta	R\$	47.528,14
3.7	Auditoria de Exposição - Tema Específico		
3.7.1	Baixa	R\$	23.932,12
3.7.2	Média	R\$	42.557,50
3.7.3	Alta	R\$	47.562,81

3.8	Avaliação da Percepção de Imagem Nacional e Regional		
3.8.1	Baixa Regional	R\$	41.250,57
3.8.2	Baixa Nacional	R\$	39.120,11
3.8.3	Média Regional	R\$	81.228,24
3.8.4	Média Nacional	R\$	61.629,87
3.8.5	Alta Regional	R\$	148.667,64
3.8.6	Alta Nacional	R\$	101.700,67
3.9	Acompanhamento de repercussão de pautas		
3.9.1	Baixa	R\$	59.447,63
3.9.2	Média	R\$	81.930,14
3.9.3	Alta	R\$	103.871,74
4	PRODUÇÃO DE CONTEÚDO		
4.1	Projeto Editorial Nacional e Regional		
4.1.1	Baixa	R\$	44.727,05
4.1.2	Média	R\$	65.093,27
4.1.3	Alta	R\$	77.491,13
4.2	Elaboração de Pauta para Imprensa	R\$	1.281,36
4.3	Produção de conteúdos textuais para imprensa em Língua Portuguesa		

4.3.1	Baixa	R\$	2.935,99
4.3.2	Média	R\$	4.581,21
4.3.3	Alta	R\$	6.112,99
4.4	Edição de conteúdos textuais para imprensa em Língua Portuguesa		
4.4.1	Baixa	R\$	3.121,07
4.4.2	Média	R\$	4.214,78
4.4.3	Alta	R\$	6.140,00
4.5	Elaboração de texto em língua estrangeira		
4.5.1	Baixa	R\$	1.127,50
4.5.2	Média	R\$	2.506,19
4.5.3	Alta	R\$	7.400,00
4.6	Edição e revisão de texto de língua estrangeira		
4.6.1	Baixa	R\$	890,38
4.6.2	Média	R\$	2.400,74
4.6.3	Alta	R\$	3.956,27
4.7	Entrevistas Coletivas no Brasil		
4.7.1	Baixa	R\$	18.214,87
4.7.2	Média	R\$	22.545,47

4.7.3	Alta	R\$	30.256,22
4.8	Fotograa para acervo de imagem		
4.8.1	Baixa	R\$	3.902,13
4.8.2	Média	R\$	4.159,08
4.8.3	Alta	R\$	8.489,59
4.9	Reportagem em Vídeo (Vídeo Release) no Brasil		
4.9.1	Baixa	R\$	15.548,54
4.9.2	Média	R\$	30.180,14
4.9.3	Alta	R\$	41.547,74
4.10	Vídeo Depoimento para Imprensa e Públicos Inuenciadores no Brasil		
4.10.1	Baixa	R\$	13.147,52
4.10.2	Média	R\$	20.254,49
4.10.3	Alta	R\$	37.457,85
4.11	Captação de Vídeos no Brasil		
4.11.1	Baixa	R\$	8.937,12
4.11.2	Média	R\$	9.015,46
4.11.3	Alta	R\$	8.287,50
4.12	Captação e Edição de Áudio no Brasil para Imprensa e Públicos Inuenciadores		

4.12.1	Baixa	R\$	3.604,45
4.12.2	Média	R\$	6.785,32
4.12.3	Alta	R\$	9.972,39
4.13	Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas		
4.13.1	Projeto Gráco		
4.13.1.1	Baixa	R\$	16.547,52
4.13.1.2	Média	R\$	26.223,17
4.13.1.3	Alta	R\$	35.425,60
4.14	Conteúdo para apresentação em Língua Portuguesa		
4.14.1	Baixa	R\$	14.334,33
4.14.2	Média	R\$	20.913,52
4.14.3	Alta	R\$	31.303,25
4.15	Diagramação e animação de Apresentação em Língua Portuguesa		
4.15.1	Baixa	R\$	16.457,71
4.15.2	Média	R\$	24.905,47
4.15.3	Alta	R\$	32.925,00
4.16	Infográficos		

4.16.1	Baixa	R\$	3.998,39
4.16.2	Média	R\$	6.948,12
4.16.3	Alta	R\$	10.586,16
4.17	Banco de Mídias		
4.17.1	Baixa	R\$	18.357,61
4.17.2	Média	R\$	24.937,30
4.17.3	Alta	R\$	48.255,08
5	PREVENÇÃO E GERENCIAMENTO DE CRISES		
5.1	Fluxograma de Processo para Atuação em Crise		
5.1.1	Baixa	R\$	29.226,00
5.1.2	Média	R\$	44.996,46
5.1.2	Alta	R\$	59.441,64
5.2	Mapeamento de Públicos Envolvidos na Crise	R\$	52.882,61
5.3	Manual de Crise		
5.3.1	Baixa	R\$	61.991,09
5.3.2	Média	R\$	88.545,10
5.3.2	Alta	R\$	134.254,53
5.4	Gerenciamento de Crise Regional		

5.4.1	Baixa	R\$ 58.110,25
5.4.2	Média	R\$ 110.457,79
5.4.3	Alta	R\$ 157.150,21
5.5	Gerenciamento de Crise Nacional	
5.5.1	Baixa	R\$ 84.192,46
5.5.2	Média	R\$ 182.579,91
5.5.3	Alta	R\$ 341.026,65

23.3.3 Fornecedor: BR Mais Comunicação LTDA

ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

BR Mais

Item	Produto/complexidade	Valor unitário
1	GERENCIAMENTO E ATENDIMENTO	
1.1	Gerenciamento de atendimento	
1.1.1	Baixa	R\$ 27.792,13
1.1.2	Média	R\$ 43.364,57
1.1.3	Alta	R\$ 58.084,33
1.1.4	Altíssima	R\$ 84.094,43
1.2	Atendimento à Imprensa Nacional e Regional	
1.2.1	Baixa	R\$ 36.950,59

1.2.2	Média	R\$	57.652,41
1.2.3	Alta	R\$	80.613,16
1.2.4	Altíssima	R\$	99.505,26
1.3	Elaboração de pers de prossionais de Imprensa e /ou de veículos de comunicação regional e nacional	R\$	1.650,00
1.4	Criação de Mailing Nacional		
1.4.1	Baixa	R\$	2.500,00
1.4.2	Média	R\$	3.200,00
1.4.3	Alta	R\$	4.100,00
1.5	Media Training		
1.5.1	Baixa	R\$	43.606,44
1.5.2	Média	R\$	65.236,89
1.5.3	Alta	R\$	81.632,50
1.6	Media training em situação de crises		
1.6.1	Baixa	R\$	46.007,90
1.6.2	Média	R\$	67.258,26
1.6.3	Alta	R\$	82.316,65
1.7	Workshops/Seminários/Briengs para jornalistas		
1.7.1	Baixa	R\$	24.568,36

1.7.2	Média	R\$	36.345,90
1.7.3	Alta	R\$	50.590,55
1.8	Planejamento de Press Trip		
1.8.1	Baixa	R\$	11.881,42
1.8.2	Média	R\$	13.250,00
1.8.3	Alta	R\$	15.120,00
1.9	Acompanhamento de Press Trip		
1.9.1	Baixa	R\$	9.725,94
1.9.2	Média	R\$	14.955,73
1.9.3	Alta	R\$	23.580,04
1.10	Planejamento de Press Tour		
1.10.1	Baixa	R\$	11.881,42
1.10.2	Média	R\$	13.250,00
1.10.3	Alta	R\$	15.120,00
1.11	Acompanhamento de Press Tour		
1.11.1	Baixa	R\$	9.725,94
1.11.2	Média	R\$	14.955,73
1.11.3	Alta	R\$	23.580,04

1.12	Planejamento de Eventos no Brasil		
1.12.1	Baixa	R\$	6.500,00
1.12.2	Média	R\$	7.125,00
1.12.3	Alta	R\$	11.230,00
1.13	Planejamento de Lives	R\$	3.500,00
1.14	Acompanhamento de Lives	R\$	2.500,00
2	PLANEJAMENTO		
2.1	Diagnóstico e Matriz Estratégica		
2.1.1	Baixa	R\$	24.526,03
2.1.2	Média	R\$	44.217,60
2.1.3	Alta	R\$	57.662,77
2.2	Planejamento Estratégico de Comunicação Corporativa Nacional e Regional	R\$	92.123,79
2.3	Plano de Comunicação Temático Nacional e Regional	R\$	92.123,79
2.4	Benchmarking Nacional e Regional	R\$	19.000,00
3	ANÁLISE E MONITORAMENTO DE MÍDIA		
3.1	Análise de Mídia Impressa Regional e Nacional		
3.1.1	Baixa	R\$	67.000,00
3.1.2	Média	R\$	117.000,00

3.1.3	Alta	R\$ 180.000,00
3.2	Análise de Mídia Televisiva Regional e Nacional	
3.2.1	Baixa	R\$ 30.000,00
3.2.2	Média	R\$ 45.000,00
3.2.3	Alta	R\$ 60.000,00
3.3	Mapa de Temas Sensíveis Nacional e Regional	R\$ 29.450,00
3.4	Mapa de Inuenciadores Nacional e Regional	
3.4.1	Baixa Regional	R\$ 32.343,74
3.4.2	Baixa Nacional	R\$ 27.771,03
3.4.3	Média Regional	R\$ 54.278,26
3.4.4	Média Nacional	R\$ 45.975,07
3.4.5	Alta Regional	R\$ 80.352,29
3.4.6	Alta Nacional	R\$ 67.050,08
3.5	Clipping regional e nacional – jornais, revistas e portais de notícias, tvs, rádios	
3.5.1	Jornais Regionais	
3.5.1.1	Baixa	R\$ 31.860,00
3.5.1.2	Média	R\$ 50.787,07
3.5.1.3	Alta	R\$ 80.271,95

3.5.2 Jornais Nacional

3.5.2.1 Baixa R\$ 43.521,78

3.5.2.2 Média R\$ 47.249,67

3.5.2.3 Alta R\$ 71.460,83

3.5.3 Revistas Especializadas

3.5.3.1 Baixa R\$ 18.394,52

3.5.3.2 Média R\$ 26.647,18

3.5.3.3 Alta R\$ 35.309,30

3.5.4 Revistas Nacionais:

3.5.4.1 Baixa R\$ 18.394,52

3.5.4.2 Média R\$ 26.647,18

3.5.4.3 Alta R\$ 35.309,30

3.5.5 Portais de Notícias

3.5.5.1 Baixa R\$ 24.225,41

3.5.5.2 Média R\$ 38.308,96

3.5.5.3 Alta R\$ 59.799,04

3.5.6 Portais de Notícias Nacionais:

3.5.6.1 Baixa R\$ 18.394,52

3.5.6.2 Média R\$ 32.478,07

3.5.6.3	Alta	R\$	53.968,15
3.5.7	TV Aberta:		
3.5.7.1	Baixa	R\$	34.526,66
3.5.7.2	Média	R\$	50.845,38
3.5.7.3	Alta	R\$	61.872,25
3.5.8	TV Fechada:		
3.5.8.1	Baixa	R\$	32.526,66
3.5.8.2	Média	R\$	50.845,38
3.5.8.3	Alta	R\$	61.872,25
3.5.9	Rádio:		
3.5.9.1	Baixa	R\$	32.583,03
3.5.9.2	Média	R\$	43.070,86
3.5.9.3	Alta	R\$	56.882,45
3.6	Auditoria de Exposição no Brasil		
3.6.1	Baixa	R\$	21.000,00
3.6.2	Média	R\$	37.500,00
3.6.3	Alta	R\$	42.100,00
3.7	Auditoria de Exposição - Tema Específico		

3.7.1	Baixa	R\$	21.000,00
3.7.2	Média	R\$	37.500,00
3.7.3	Alta	R\$	42.100,00
3.8	Avaliação da Percepção de Imagem Nacional e Regional		
3.8.1	Baixa Regional	R\$	36.363,17
3.8.2	Baixa Nacional	R\$	34.480,44
3.8.3	Média Regional	R\$	72.825,68
3.8.4	Média Nacional	R\$	54.603,94
3.8.5	Alta Regional	R\$	131.855,92
3.8.6	Alta Nacional	R\$	90.133,94
3.9	Acompanhamento de repercussão de pautas		
3.9.1	Baixa	R\$	52.525,00
3.9.2	Média	R\$	72.560,00
3.9.3	Alta	R\$	92.145,00
4	PRODUÇÃO DE CONTEÚDO		
4.1	Projeto Editorial Nacional e Regional		
4.1.1	Baixa	R\$	39.580,00
4.1.2	Média	R\$	57.841,59

4.1.3	Alta	R\$	68.526,00
4.2	Elaboração de Pauta para Imprensa	R\$	1.405,65
4.3	Produção de conteúdos textuais para imprensa em Língua Portuguesa		
4.3.1	Baixa	R\$	2.520,67
4.3.2	Média	R\$	4.258,72
4.3.3	Alta	R\$	5.701,32
4.4	Edição de conteúdos textuais para imprensa em Língua Portuguesa		
4.4.1	Baixa	R\$	3.047,19
4.4.2	Média	R\$	4.100,00
4.4.3	Alta	R\$	5.280,00
4.5	Elaboração de texto em língua estrangeira		
4.5.1	Baixa	R\$	1.100,00
4.5.2	Média	R\$	2.050,00
4.5.3	Alta	R\$	6.500,00
4.6	Edição e revisão de texto de língua estrangeira		
4.6.1	Baixa	R\$	675,00
4.6.2	Média	R\$	2.000,00
4.6.3	Alta	R\$	3.250,00

4.7	Entrevistas Coletivas no Brasil		
4.7.1	Baixa	R\$	15.963,59
4.7.2	Média	R\$	19.761,28
4.7.3	Alta	R\$	26.743,31
4.8	Fotograa para acervo de imagem		
4.8.1	Baixa	R\$	2.548,32
4.8.2	Média	R\$	4.319,18
4.8.3	Alta	R\$	7.368,52
4.9	Reportagem em Vídeo (Vídeo Release) no Brasil		
4.9.1	Baixa	R\$	13.637,81
4.9.2	Média	R\$	26.498,17
4.9.3	Alta	R\$	36.669,84
4.10	Vídeo Depoimento para Imprensa e Públicos Inuenciadores no Brasil		
4.10.1	Baixa	R\$	12.028,91
4.10.2	Média	R\$	18.313,32
4.10.3	Alta	R\$	32.933,75
4.11	Captação de Vídeos no Brasil		
4.11.1	Baixa	R\$	7.500,00

4.11.2	Média	R\$	8.600,00
4.11.3	Alta	R\$	7.100,00
4.12	Captação e Edição de Áudio no Brasil para Imprensa e Públicos Inuenciadores		
4.12.1	Baixa	R\$	3.023,42
4.12.2	Média	R\$	5.813,62
4.12.3	Alta	R\$	8.508,79
4.13	Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas		
4.13.1	Projeto Gráco		
4.13.1.1	Baixa	R\$	14.512,44
4.13.1.2	Média	R\$	23.042,82
4.13.1.3	Alta	R\$	31.335,64
4.14	Conteúdo para apresentação em Língua Portuguesa		
4.14.1	Baixa	R\$	13.008,29
4.14.2	Média	R\$	18.412,14
4.14.3	Alta	R\$	28.274,00
4.15	Diagramação e animação de Apresentação em Língua Portuguesa		
4.15.1	Baixa	R\$	14.965,96

4.15.2	Média	R\$	22.000,00
4.15.3	Alta	R\$	29.000,00
4.16	Infográficos		
4.16.1	Baixa	R\$	3.704,35
4.16.2	Média	R\$	5.998,54
4.16.3	Alta	R\$	9.129,92
4.17	Banco de Mídias		
4.17.1	Baixa	R\$	16.348,10
4.17.2	Média	R\$	21.811,85
4.17.3	Alta	R\$	42.673,49
5	PREVENÇÃO E GERENCIAMENTO DE CRISES		
5.1	Fluxograma de Processo para Atuação em Crise		
5.1.1	Baixa	R\$	25.742,31
5.1.2	Média	R\$	39.615,52
5.1.2	Alta	R\$	52.452,12
5.2	Mapeamento de Públicos Envolvidos na Crise	R\$	46.695,52
5.3	Manual de Crise		
5.3.1	Baixa	R\$	54.767,19
5.3.2	Média	R\$	78.367,20

5.3.2	Alta	R\$ 119.209,36
5.4	Gerenciamento de Crise Regional	
5.4.1	Baixa	R\$ 51.450,00
5.4.2	Média	R\$ 98.114,48
5.4.3	Alta	R\$ 140.045,08
5.5	Gerenciamento de Crise Nacional	
5.5.1	Baixa	R\$ 75.015,52
5.5.2	Média	R\$ 162.026,59
5.5.3	Alta	R\$ 303.223,69

24. Especificação dos Produtos ou Serviços

1. **Gerenciamento e Atendimento**
2. **Gerenciamento de atendimento**

24.1 Descritivo: Gerenciar, articular, documentar e compreender as necessidades da contratante com o objetivo de oferecer os serviços e soluções adequados para o atendimento das demandas de comunicação, no âmbito nacional, regional e internacional. Entre as necessidades, estão:

- a) centralizar, organizar, articular, planejar, controlar e distribuir as demandas internas e externas;
- b) gerenciar a equipe de atendimento de imprensa no Brasil e no Exterior;
- c) acompanhar continuamente as reuniões estratégicas e os eventos institucionais, por meio de profissionais especializados, com dedicação exclusiva e permanente;
- d) garantir a qualidade técnica da entrega e a manutenção de todos os produtos e serviços executados no âmbito da contratação;

- e) planejar, elaborar e executar briefings, press releases, press kits, press trips, notas e outros conteúdos oriundos do contratante;
- f) articular e promover entrevistas, encontros ou reuniões entre porta-vozes e veículos de comunicação, de acordo com interesse do contratante, em ambiente presenciais ou virtuais;
- g) apresentar ao contratante, sempre que solicitado, os status das demandas e o andamento das atividades realizadas pelas equipes de atendimento no Brasil;
- h) centralizar, organizar e controlar as comprovações referentes às ordens de serviço associadas ao contrato; e
- i) preparar prévia de informações pertinentes para o contratante, como briefings, papers temáticos ou perfis de veículos ou profissionais de comunicação.

24.2 Entregáveis

- 1) Relatório mensal, em formato texto e/ou apresentação, com descritivo das atividades gerenciais do acompanhamento dos principais porta-vozes pela equipe de atendimento no Brasil, da articulação com contratante e relacionamento com envolvidos nas atividades e demandas.;
- 2) Relatório para ações pontuais de entregas por demanda;
- 3) Arquivo, em formato planilha, com os status das atividades e demandas em andamento, com sinalização de status.
- 4) Desenvolvimento contínuo de atividades nas dependências da contratante.

24.3 MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DA COMPLEXIDADE: POR PERFIS PROFISSIONAIS

Observação: Cada perfil equivale a 1 profissional. Dessa forma, na tabela de quantidade estimadas, 12 relatórios mensais de altíssima complexidade equivalem a 1 profissional master durante 12 meses. Ou, ainda, 24 relatórios mensais de altíssima complexidade equivalem a 2 profissionais master durante 12 meses.

24.3.1. BAIXA COMPLEXIDADE

Descritivo: Profissional de Comunicação Júnior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com pelo, com mínimo de 1 ano de experiência na área de comunicação, com atuação em agências/empresas. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing e

divulgação. Habilidade na apuração de informações, elaboração de relatórios, monitoramento de clipping e realização de follow-up com jornalistas.

24.3.2 MÉDIA COMPLEXIDADE

Descritivo: Profissional de Comunicação Pleno: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com mínimo de 5 anos de experiência na área de comunicação, com atuação em assessorias de órgãos públicos, agências/empresas ou em veículos de comunicação, e atuação como analista em órgãos públicos, agências e/ou repórter e/ou editor assistente. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing e divulgação e, ainda, bons conhecimentos de inglês.

24.3.3 ALTA COMPLEXIDADE

Descritivo: Profissional de Comunicação Sênior. Deverá ser formado preferencialmente em Comunicação Social, com habilitação em jornalismo ou relações públicas, preferencialmente com especialização em cursos dessas áreas que sejam reconhecidos pelo Ministério da Educação, ou seu equivalente no exterior, e obrigatoriamente ter pelo menos 8 (oito) anos de atuação comprovada na área, com passagem por veículos da imprensa com repercussão nacional ou em empresas de atuação internacional, nas áreas de assessoria de imprensa ou relações públicas, além de uência e proficiência em Português e Inglês.

Preferencialmente com conhecimento na área de Relações Internacionais. Necessário, igualmente, conhecimento amplo de ferramentas de gestão e habilidades para elaboração de propostas de trabalho de comunicação e de orçamentos, definição e implementação de planejamentos, projetos de comunicação, formulação de políticas e estratégias de comunicação e de relacionamento com formadores de opinião e gestão de eventos internacionais.

24.3.4 ALTÍSSIMA COMPLEXIDADE

Descritivo: Profissional de Comunicação Master. Deverá ser formado preferencialmente em Comunicação Social, com habilitação em jornalismo ou relações públicas, preferencialmente com especialização em cursos dessas áreas que sejam reconhecidos pelo Ministério da Educação, ou seu equivalente no exterior, e obrigatoriamente ter pelo menos 10 (dez) anos de atuação comprovada na área, com passagem por veículos da imprensa com repercussão nacional ou em empresas de atuação internacional, nas áreas de assessoria de imprensa ou relações públicas, além de uência e proficiência em Português e Inglês. Preferencialmente com conhecimento na área de Relações Internacionais. Necessário, igualmente, conhecimento amplo de ferramentas de gestão e habilidades para elaboração de

propostas de trabalho de comunicação e de orçamentos, definição e implementação de planejamentos, projetos de comunicação, formulação de políticas e estratégias de comunicação e de relacionamento com formadores de opinião e gestão de eventos internacionais.

24.4 PRAZO DE ENTREGA: EXECUÇÃO CONTINUADA MENSAL

24.5 ATENDIMENTO À IMPRENSA NACIONAL E REGIONAL

Descritivo: Promoção e gestão do relacionamento entre o contratante e os veículos de comunicação nacionais e regionais, fornecendo, de forma proativa, as informações sobre o contratante aos profissionais da imprensa ou os atendendo em suas demandas por informações novas, esclarecimentos relacionados a temas presentes na agenda do contratante ou de seus representantes e porta-vozes.

Inclui as seguintes atividades:

- a) realizar os atendimentos de rotina às demandas de profissionais de comunicação e às necessidades de divulgação de informações em veículos nacionais e regionais;
- b) promover contatos proativos com profissionais de comunicação, criando oportunidades de pautas e promovendo as ações e a imagem institucional do contratante junto aos veículos de imprensa;
- c) planejar, elaborar e executar e distribuir briefings, press releases, press kits, press trips, notas e outros conteúdos oriundos do contratante;
- d) articular e promover entrevistas, encontros ou reuniões entre porta-vozes e veículos de comunicação nacionais e regionais, de acordo com interesse do contratante;
- e) acompanhar as entrevistas e eventos dos quais representantes e porta-vozes do contratante participem, em ambiente interno ou externo à instituição, em ambiente presencial ou virtual;
- f) acompanhar o cliente em eventos em que haja interesse do contratante para atendimento à imprensa; e
- g) preparar prévia de informações pertinentes para o contratante, como briefings, papers temáticos ou perfis de veículos ou profissionais de comunicação;
- h) Promover encontros de representantes e porta-vozes com profissionais da imprensa nacional e regional.
- i) Atendimento telefônico, por e-mail ou por outros meios eletrônicos.
- j) Contatos telefônicos, por e-mail ou por outros meios eletrônicos.
- k) Consulta a fontes.
- l) Atualização do mailing a partir do contato realizado.

24.6 ENTREGAVÉIS:

- Desenvolvimento contínuo de atividades nas dependências da contratante;
- Relatório sucinto contendo as principais informações sobre o atendimento realizado;
- Relatório mensal, em formato planilha, contendo dados completos e seguintes itens relacionados ao atendimento: data, nome do profissional de comunicação atendido/contactado, veículo, estado/país, retransmissão/assunto, conteúdo da demanda/pauta, resposta/encaminhamento e link da publicação (se for o caso).

24.7 MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DA COMPLEXIDADE: POR PERFIS PROFISSIONAIS DEDICADOS AO ATENDIMENTO

24.8 PRAZO DE ENTREGA: EXECUÇÃO CONTINUADA MENSAL

Observação: Cada perfil equivale a 1 profissional. Dessa forma, na tabela de quantidade estimadas, 12 relatórios mensais de média complexidade equivalem a 1 profissional pleno durante 12 meses. Ou, ainda, 24 relatórios mensais de baixa complexidade equivalem a 2 profissionais juniores durante 12 meses.

24.8.1 Baixa Complexidade

Descritivo: Um perfil profissional de comunicação Junior. Nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 1 ano de experiência na área de Comunicação, com atuação em agências/empresas. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing e divulgação. Habilidade na apuração de informações, elaboração de relatórios, monitoramento de clipping e realização de follow-up com jornalistas.

24.8.2 Média Complexidade

Descritivo: Um perfil profissional de comunicação Pleno. Nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 5 anos de experiência na área de Comunicação, com atuação em assessorias de órgãos públicos, agências/empresas ou em veículos de comunicação, e atuação como analista em órgãos públicos, agências, e/ou repórter, e/ou editor assistente. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing e divulgação e, ainda, bons conhecimentos de inglês.

24.8.3 Alta Complexidade

Descritivo: Um perfil profissional de comunicação Sênior. Nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 8 anos de atuação em assessorias de imprensa de órgãos públicos, agências, empresas ou em veículos de comunicação de abrangência nacional, ou ter atuado como gerente ou coordenador de atendimento em assessorias de imprensa pública ou agência. Experiência em administração e coordenação das atividades de Comunicação, redação e edição de textos, discursos e artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definir divulgações e programas de relacionamento com jornalistas. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes. Domínio do idioma inglês.

24.8.4 Altíssima Complexidade

Descritivo: Um perfil profissional de comunicação master - Nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 10 anos de atuação em órgãos públicos/agências/empresas ou veículos de comunicação de abrangência nacional; experiência como chefe ou coordenador de assessoria de imprensa privada ou governamental, gerente de atendimento em órgão público, agências, e/ou redator chefe, e/ou editor. Conhecimento amplo das ferramentas de gestão e habilidades para elaboração de proposta de trabalho de Comunicação e de orçamentos, definição e implantação de planejamentos, projetos de Comunicação, formulação de políticas e estratégias de Comunicação e de relacionamento com formadores de opinião, condução de media training e gestão de eventos. Responsável por gerenciar e liderar equipes para execução das ações do planejamento de Comunicação. Domínio do idioma inglês.

24.9 ELABORAÇÃO DE PERFIS DE PROFISSIONAIS DE IMPRENSA E /OU DE VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO REGIONAL E NACIONAL

Descritivo: Elaboração de perfil de profissional ou de veículo da imprensa, formador de opinião ou personalidade, que publique ou divulgue conteúdos de interesse do Governo Federal, nos âmbitos regional, nacional, incluindo informações detalhadas, tais como: nome, histórico, breve currículo, contatos (endereço eletrônico e telefone), áreas e editorias de atuação, últimas publicações, temáticas abordadas e avaliação no contexto solicitado previamente pela Contratante.

Entregáveis: Ficha, em formato texto ou apresentação, com o detalhamento do perfil.

Método de classificação da complexidade: não se aplica.

Prazo de entrega: 2 dias úteis.

24.10 CRIAÇÃO DE MAILING NACIONAL

Descritivo: Levantamento de dados, elaborado em plataforma/programa compatível com a da Contratante, que permita o armazenamento de informações organizadas, partilháveis e sujeitas a controle central de atualização, com possibilidade de customização. No referido banco de dados deverão constar informações referentes aos contatos de profissionais de comunicação e de veículos internacionais, no Brasil, contendo as seguintes informações: - Nome e sobrenome; - Função/cargo; - Veículo de atuação; - Endereços eletrônicos; - Telefones fixo e celular; e - Perfis em redes sociais.

Entregáveis: Dados em formato planilha, com todos os campos preenchidos e/ou sistema de gerenciamento de contatos (com possibilidade de exportação em formato planilha).

Método de classificação da complexidade: Quantidade de contatos cadastrados.

24.11 Baixa Complexidade

Descritivo: Cadastro de até 100 profissionais de comunicação.

Prazo de entrega: 5 dias úteis

24.12 Média Complexidade

Descritivo: Cadastro de 101 a 500 profissionais de comunicação.

Prazo de entrega: 7 dias úteis

24.13 Alta Complexidade

Descritivo: Cadastro de 501 a 1000 profissionais de comunicação.

Prazo de entrega: 10 dias úteis

24.11 MEDIA TRAINING

Descritivo: Treinamento de porta-vozes para relacionamento com a imprensa, mediante apresentação de perfil dos veículos de comunicação e dos jornalistas das diferentes mídias, orientações e procedimentos para contato adequado com os jornalistas, exercícios práticos - simulação de entrevistas, avaliação das posturas dos participantes em situações diversas, simulação de entrevistas com gravações de vídeos, análise de performance e relatórios com definição de responsabilidade e grau de autonomia para cada assunto.

Entregável: Relatório contendo informações sobre participantes, mídia com gravação do treinamento e avaliação individual do desempenho de cada um dos participantes.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de participantes, carga horária mínima e especificidades dos meios de comunicação (TV, rádio, impressos e mídias sociais) e das situações abordadas (coletiva, entrevista exclusiva, debate, entre outros).

24.11.1 Baixa Complexidade:

Descritivo: Treinamento de 1 porta-voz contendo na programação 1 oficina de TV, oficina de rádio, 1 oficina de impressos, 1 oficina de mídias digitais e elaboração de mensagens-chave sobre o tema em treinamento, com acompanhamento de 1 fonoaudiólogo, com carga horária de até 4 horas.

Prazo de entrega: até 2 dias úteis após o treinamento.

24.11.2 Média Complexidade:

Descritivo: Treinamento de 2 a 3 porta-vozes, no mesmo dia, contendo na programação 1 oficina de rádio, 1 oficina de TV; 1 oficina de mídias digitais e elaboração de mensagens-chave e 1 oficina de impressos, com acompanhamento de 1 fonoaudiólogo, com carga horária de até 5 horas.

Prazo de entrega: até 4 dias úteis após o treinamento.

24.11.3 Alta Complexidade:

Descritivo: Treinamento de 4 porta-vozes, no mesmo dia, contendo na programação 1 oficina de TV, 1 oficina de rádio, 1 oficina de impressos, 1 oficina de mídias digitais e elaboração de mensagens-chave sobre o tema em treinamento, com acompanhamento de 1 fonoaudiólogo. Carga horária de até 4 horas.

Prazo de entrega: até 10 dias úteis após o treinamento.

24.12 MEDIA TRAINING EM SITUAÇÃO DE CRISES

Descritivo: Treinamento de porta-voz para relacionamento com a imprensa em situação de crise. O treinamento deve propor situações em que o participante deve fazer declarações sobre temas da crise em questão. As orientações e procedimentos para o contato com jornalistas – ensinados durante o treinamento - serão colocados em prática e revistos em simulações de entrevistas devidamente documentadas (gravação de áudio e/ou vídeo). Durante a performance dos executivos, os instrutores farão sugestões de correção de postura e/ou ajuste de discurso, havendo, acompanhamento de fonoaudiólogo.

Entregável: Relatório contendo informações sobre participantes, mídia com gravação do treinamento e avaliação individual do desempenho de cada um dos participantes.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de participantes, carga horária mínima e especificidades dos meios de comunicação (TV, rádio, impressos e mídias sociais) e das situações abordadas (coletiva, entrevista exclusiva, debate, entre outros).

24.12.1 Baixa Complexidade:

Descritivo: Treinamento de 1 porta-voz contendo na programação 1 oficina de TV; 1 oficina de impressos, 1 oficina de mídias digitais e elaboração de mensagens-chave sobre o tema em treinamento, com acompanhamento de 1 fonoaudiólogo, com carga horária de até 4 horas.

Prazo de entrega: até 2 dias úteis após o treinamento.

24.12.2 Média Complexidade:

Descritivo: Treinamento de 2 a 3 porta-vozes, no mesmo dia, contendo na programação 1 oficina de rádio, 1 oficina de TV, 1 oficina de impressos, 1 oficina de mídias digitais e elaboração de mensagens-chave sobre o tema em treinamento, com acompanhamento de 1 fonoaudiólogo, com carga horária mínima de 4 horas e máxima de 6 horas.

Prazo de entrega: até 4 dias úteis após o treinamento.

24.12.2 Alta Complexidade:

Descritivo: Treinamento 4 porta-vozes, no mesmo dia, contendo na programação 1 oficina de TV, 1 oficina de rádio, 1 oficina de impressos, 1 oficina de mídias digitais e elaboração de mensagens-chave sobre o tema em treinamento, com acompanhamento de 1 fonoaudiólogo com carga horária mínima de 4 horas e máxima de 6 horas.

Prazo de entrega: até 7 dias úteis após o treinamento.

24.13 WORKSHOPS/SEMINÁRIOS/BRIEFINGS PARA JORNALISTA

Descritivo: Idealização, organização e realização de evento para familiarização com temas de atuação do CONTRATANTE. O objetivo central é fazer com que os públicos de interesse tenham a oportunidade de aprofundar seus conhecimentos sobre determinado tema, inuenciando positivamente a divulgação. Os temas poderão ser apresentados por técnicos ou especialistas do setor, ligados ao CONTRATANTE, ao mercado ou à academia.

Entregável: Planejamento e execução da atividade, incluindo lista de convidados, apresentação realizada e assuntos abordados. Planejamento da atividade, incluindo lista de participantes e convidados, indicação dos benefícios e ganhos para o CONTRATANTE, com a realização da atividade e relatório de avaliação do evento.

Método de classificação da complexidade: número de jornalistas convidados e a quantidade de atores externos mobilizados (palestrantes, especialistas, educadores, pensadores e/ou empresários do setor, fornecedores etc.).

24.13.1 Baixa Complexidade:

Descritivo: Participação de até 20 jornalistas convidados para evento com até 5 atores externos envolvidos.

Prazo de entrega: relatório entregue até 5 dias úteis após o treinamento.

24.13.2 Média Complexidade:

Descritivo: Participação de até 30 jornalistas convidados para evento com até 7 atores externos envolvidos.

Prazo de entrega: relatório entregue até 7 dias úteis após o treinamento.

24.13.3 Alta Complexidade:

Descritivo: Participação de até 50 jornalistas convidados para evento com até 10 atores externos envolvidos.

Prazo de entrega: relatório entregue até 10 dias úteis após o treinamento.

24.14 PLANEJAMENTO DE PRESS TRIP

Descritivo: Elaboração de programa de visitas de jornalistas, influenciadores e formadores de opinião brasileiros ou estrangeiros às diversas regiões do Brasil, ou a ida de jornalistas brasileiros ao exterior, no intuito de apresentar e divulgar as ações realizadas pelo Governo Federal e neutralizar – ou contextualizar – eventuais percepções negativas por meio da apresentação de experiências de sucesso relacionadas a temas estratégicos, identificados pela contratante ou elencados em seu planejamento anual.

Entregáveis: O planejamento deverá indicar locais a serem visitados, porta-vozes a serem entrevistados, participantes, logística e recursos necessários para a realização da viagem (sugestões de hotéis, restaurantes e passeios). Seleção, convite e confirmação de presença a jornalistas/formadores de opinião relevantes para a divulgação do tema em questão. Apoio na produção do conteúdo a ser entregue aos convidados. O material deve conter informações sobre a viagem, pré-requisitos e condições especiais, como vistos, vacinas, necessidade de credenciamento para dado evento ou atividade, entre outras variáveis.

Método de classificação da complexidade: Tipo de viagem (regional, nacional e internacional), quantidade de jornalistas convidados e duração do roteiro. Observação: a execução da press trip é de responsabilidade da Contratante

24.14.1 Baixa Complexidade:

Descritivo: Viagem para até 5 convidados, com duração de 2 dias.

Prazo de entrega: planejamento entregue em até 7 dias úteis.

24.14.2 Média Complexidade:

Descritivo: Viagem para até 5 convidados, com duração de 4 dias.

Prazo de entrega: planejamento entregue em até 10 dias úteis.

24.14.3 Alta Complexidade:

Descritivo: Viagem para até 5 convidados, com duração de 6 dias.

Prazo de entrega: planejamento entregue em até 15 dias úteis.

24.15 ACOMPANHAMENTO DE PRESS TRIP

Descritivo: Consiste na designação de equipe competente para coordenar atividades e acompanhar a viagem de jornalistas convidados, conforme planejamento previamente aprovado. Os custos para contratação de infraestrutura (passagens domésticas e internacionais; hospedagem; diárias de alimentação para o grupo; passeios e atividades; contratação de transporte e guia; seguro-viagem) deverão seguir a regra estabelecida no item referente no Projeto Básico, de responsabilidade da Contratante.

Entregável:

- Relatório, em formato texto e/ou apresentação, com o detalhamento das atividades efetivamente realizadas em cada dia da viagem;
- Compilado das impressões dos convidados (a partir de questionário de pesquisa) e registros da visita (fotos e/ou vídeos e o clipping, quando houver repercussão direta na imprensa).

Método de classificação da complexidade: Tipo de viagem (regional, nacional e internacional), quantidade de jornalistas convidados e duração do roteiro

24.15.1 Baixa Complexidade:

Descritivo: Viagem para até 5 convidados, com duração de 2 dias.

Prazo de entrega: resultados entregues em até 7 dias úteis.

24.15.2 Média Complexidade:

Descritivo: Viagem para até 5 convidados, com duração de 3 dias.

Prazo de entrega: resultados entregues em até 10 dias úteis.

24.15.3 Alta Complexidade:

Descritivo: Viagem para até 5 convidados, com duração de 6 dias.

Prazo de entrega: resultados entregues em até 15 dias úteis.

24.16 PLANEJAMENTO DE PRESS TOUR

Descritivo: Plano direcionado a jornalistas ligados à área de interesse do órgão para a realização de passeio, visita ou atividade de curta duração. A press tour pode ser uma atividade complementar para jornalistas participantes de uma presstrip de maior vulto (nacional ou internacional), ou convite direcionado a jornalistas da localidade ou da região para visita a um monumento, órgão, museu, espaço cultural ou esportivo, atividade científica, evento político, ação social, ou evento comunitário/local. Em qualquer dos casos, não há necessidade de planejamento de viagem. Os convidados são ou estarão na cidade em que a atividade será realizada. O planejamento deve considerar os perfis específicos dos jornalistas e dos veículos a que estão ligados, a temática prevista para o tour, sua duração e os objetivos estratégicos do órgão.

Entregáveis: Planejamento de ação, com sugestão de tema, detalhamento das atividades sugeridas para cada dia de ação e indicação da lista completa de convidados. O planejamento deve prever sugestões de hotéis, restaurantes e passeios. O material deve conter informações sobre deslocamentos, necessidade de credenciamento para dado evento ou atividade, entre outras variáveis. Também deve conter previsão orçamentária e recomendação de equipe técnica necessária para acompanhamento.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de jornalistas convidados e duração da atividade.

24.16.1 Baixa Complexidade:

Descritivo: Até 5 convidados, com duração até 3 horas.

Prazo de entrega: planejamento entregue em até 5 dias úteis.

24.16.2 Média Complexidade:

Descritivo: Até 5 convidados, com duração até 5 horas.

Prazo de entrega: planejamento entregue em até 5 dias úteis.

24.16.3 Alta Complexidade:

Descritivo: Até 5 convidados, com duração até 8 horas.

Prazo de entrega: planejamento entregue em até 10 dias úteis.

24.17 ACOMPANHAMENTO DE PRESS TOUR

Descritivo: Consiste na designação de equipe competente para coordenar atividades e acompanhar a visita e/ou passeio de jornalistas convidados, conforme planejamento previamente aprovado. Designação de equipes para coordenar atividades e acompanhar viagens de até 5 jornalistas /formadores de opinião convidados, conforme planejamento previamente aprovado.

Entregável:

- Relatório, em formato texto e/ou apresentação, com o detalhamento das atividades efetivamente realizadas em cada dia da viagem;
- Compilado das impressões dos convidados (a partir de questionário de pesquisa) e registros da visita (fotos e/ou vídeos e o clipping, quando houver repercussão direta na imprensa).

Método de classificação da complexidade: Quantidade de jornalistas convidados e duração da atividade.

24.17.1 Baixa Complexidade:

Descritivo: Até 5 convidados, com duração até 3 horas.

Prazo de entrega: relatórios de atividades entregues em até 3 dias úteis.

24.17.2 Média Complexidade:

Descritivo: Até 5 convidados, com duração até 5 horas.

Prazo de entrega: relatórios de atividades entregues em até 5 dias úteis.

24.17.3 Alta Complexidade:

Descritivo: Até 5 convidados, com duração até 8 horas.

Prazo de entrega: relatórios de atividades entregues em até 7 dias úteis.

Método de classificação da complexidade: não se aplica

24.18 PLANEJAMENTO DE EVENTOS NO BRASIL

Descritivo: Idealização de projeto para realização de evento no Brasil, de cunho institucional, considerando a adequação da ação ao cenário, objetivos, conceito, públicos-alvo, indicação de local e data, bem como recursos de infraestrutura e logística necessários para sua execução.

Entregáveis:

- Projeto de evento com detalhamento do planejamento das ações a serem realizadas;

- Apresentação de orçamentos detalhados;

Método de classificação da complexidade: quantidade de convidados.

24.18.1 Baixa Complexidade:

Descritivo: Idealização de projeto para realização de eventos para até 20 pessoas.

Prazo de entrega: até 10 dias úteis.

24.18.2 Média Complexidade:

Descritivo: Idealização de projeto para realização de eventos para de 21 a 50 pessoas.

Prazo de entrega: até 10 dias úteis.

24.18.3 Alta Complexidade:

Descritivo: Idealização de projeto para realização de eventos para de 51 a 200 pessoas.

Prazo de entrega: até 10 dias úteis.

24.19 PLANEJAMENTO DE LIVES

Descritivo: Planejamento de coletiva virtual de porta-voz via utilização de sistema de telecomunicação e/ou plataformas de streaming com jornalistas e/ou formadores de opinião.

Entregáveis: Relatório contendo lista de convidados, convite enviado, perfil dos convidados e veículos confirmados, guia de condução da live com o papel de cada ator (operador e moderador).

Método de classificação da complexidade: não se aplica

Prazo de entrega: até 7 dias.

24.20 ACOMPANHAMENTO DE LIVES

Descritivo: Acompanhamento de coletiva virtual de porta-vozes via utilização de sistema de telecomunicação e/ou plataformas de streaming com jornalistas e/ou formadores de opinião.

Entregável: Relatório contendo: lista de participantes e relatório de cobertura e gravação da Live

Método de classificação da complexidade: não se aplica

Prazo de entrega: até 7 dias.

24.21 PLANEJAMENTO

Diagnóstico e Matriz Estratégica

Descritivo: Levantamento de informações e análise do ambiente e dos cenários internos e externos do governo federal e de suas temáticas que subsidiarão o plano de ação de comunicação corporativa do Ministério das Cidades, contemplando:

- a) Identificar públicos internos e externos relevantes para o Ministério das Cidades em relação as suas temáticas.
- b) Planejar e realizar, no Brasil e no Exterior, entrevistas exploratórias de imersão, presenciais, gravadas em áudio e transcritas, com os públicos identificados.
- c) Realizar benchmarking junto a órgãos/entidades nacionais e internacionais que atuem de forma exemplar.
- d) Levantar no Brasil e no Exterior informações sobre o governo federal e suas temáticas em outras fontes, tais como: livros, websites, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, auditorias de imagem, entre outras.
- e) Levantar insumos relevantes relacionados ao governo federal, tais como missão, visão de futuro, matriz swot (pontos fortes, pontos fracos, ameaças e oportunidade).
- f) Definir objetivos da comunicação corporativa nacional e internacional em conjunto com o Contratante em suas temáticas de atuação.
- g) Desenvolver matriz estratégica dos objetivos da comunicação corporativa nacional e internacional do Contratante em suas temáticas de atuação.
- h) Indicação dos potenciais parceiros, recursos, gestores e ferramentas necessárias para o sucesso da atuação em comunicação corporativa do Contratante.

Entregáveis:

- 1) Relatório com o roteiro das entrevistas, lista dos entrevistados, entrevistas transcritas e demais informações identificadas em outras fontes.
- 2) Relatório analítico da matriz swot (pontos fortes e pontos fracos do governo federal e suas temáticas e ameaças e oportunidades).
- 3) Relatório com a estratégia proposta na matriz estratégica.

24.22 MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DA COMPLEXIDADE: QUANTIDADE DE ENTREVISTAS:

Baixa complexidade Descritivo: Até 10 entrevistas. Prazo de entrega: Até 15 dias úteis.

Média complexidade Descritivo: Até 50 entrevistas. Prazo de entrega: Até 25 dias úteis.

Alta complexidade Descritivo: Até 100 entrevistas. Prazo de entrega: Até 35 dias úteis.

24.23 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA NACIONAL E REGIONAL

Descritivo: Elaboração de planejamento estratégico de comunicação corporativa com indicação de diretrizes estratégicas, mensagens-chave e recomendações de ações e eventos de comunicação para promoção de programas e ações do Governo Federal em âmbito nacional e/ou regional com vistas a atingir os objetivos definidos pelo contratante. O planejamento deverá conter propostas de ações e indicação clara dos meios apropriados para implementá-las e poderá, também, compreender os seguintes tópicos:

- a) Definição de objetivo (s) de um órgão ou tema;
- b) Definição de estratégias alinhadas com o(s) objetivo(s) proposto(s);
- c) Definição de públicos-alvo/personas/personagens;
- d) Definição e indicação de meios de comunicação de atuação;
- e) Indicação de posicionamento/proposta de valor;
- f) Proposição de KPIs (Indicadores de performance) para avaliação de ações e resultados.

Entregáveis:

- 1) Relatório em formato de texto detalhado, contendo todas as informações referentes às etapas de planejamento estratégico;
- 2) Relatório em formato de apresentação gráfica contendo as principais informações do planejamento estratégico;
- 3) Apresentação presencial ou virtual (a ser definida pelo contratante) pela contratada dos resultados obtidos com a realização do processo de elaboração do planejamento estratégico.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de entrevistas: não se aplica.

Prazo de entrega: até 20 dias úteis

24.24 PLANO DE COMUNICAÇÃO TEMÁTICO NACIONAL E REGIONAL

Descritivo: Plano detalhado com propostas específicas de ações de governo para a promoção de programas e de ações do MCID em âmbito regional e/ou nacional, com base em temas identificados pela contratante ou elencados em seu planejamento anual, com identificação de objetivos e metas a serem alcançados, recursos e meios necessários e públicos a serem atingidos. O plano deverá conter informações práticas com indicativos de execução e poderá compreender, também, os seguintes tópicos:

- Definição dos objetivos de acordo com a temática;
- Definição de público-alvo e canais de comunicação de acordo com a temática;
- Indicação de melhores práticas de acordo com a temática.

Entregáveis:

- 1) Relatório em formato de texto detalhado, contendo todas as informações referentes às etapas do plano de comunicação;
- 2) Relatório em formato de apresentação gráfica contendo as principais informações do plano de comunicação;
- 3) Apresentação presencial ou virtual (a ser definida pelo contratante) pela contratada do plano de comunicação.

Método de classificação da complexidade: não se aplica

Prazo de entrega: até 10 dias úteis.

24.25 BENCHMARKING NACIONAL E REGIONAL

Descritivo: Realização do processo de pesquisa, entre entidades públicas e privadas de comunicação corporativa com atividades e áreas de atuação a serem definidas em briefing, considerando a atuação em meios de comunicação no Brasil e no Exterior em Língua Portuguesa. A análise compreenderá os seguintes tópicos:

- a) Análise das ações de outros órgãos públicos no âmbito da comunicação corporativa, governos de outros países e de empresas em geral, no que couber, com estudos de ações de comunicação executadas;
- b) Levantamento de processos e práticas internas;
- c) Levantamento de processos e práticas externas de, no mínimo 5 (cinco) órgãos e empresas com atividades e atuação similares;

- d) Identificação de estratégias e habilidades que podem ser desenvolvidas ou melhoradas no relacionamento com veículos de comunicação do Brasil e do exterior;
- e) Identificação de tendências e lacunas de desempenho de comunicação corporativa em Língua Portuguesa no Brasil e Exterior;

Entregável:

- 1) Relatório em formato de apresentação gráfica contendo a síntese dos levantamentos e análises, com exemplos de boas práticas e sugestões de melhorias na atuação do órgão/tema;
- 2) Relatório em formato de texto com detalhamento dos levantamentos e análises, com exemplos de erros e acertos, boas práticas e sugestões de melhorias na atuação do órgão/tema.

Método de classificação da complexidade: não se aplica.

Prazo de entrega: até 10 dias úteis.

24.26 ANÁLISE E MONITORAMENTO DE MÍDIA

24.27 ANÁLISE DE MÍDIA IMPRESSA REGIONAL E NACIONAL

Descritivo: Síntese analítica diária do conteúdo em língua Portuguesa, monitorado em jornais, revistas, blogs e portais de notícias, com alertas sobre temas que ofereçam oportunidades ou riscos de comunicação à imagem do Governo Federal, no Brasil e no exterior, com sugestão de ações, posicionamentos e medidas a serem adotadas. A atividade tem caráter continuado, sendo 24x7.

Entregáveis:

- 1) Dois relatórios eletrônicos diários, enviados por correio eletrônico (ou meio definido pela contratante) para lista de e-mails definidos pelo órgão. Os relatórios devem ser entregues, inclusive, aos finais de semana e feriados, com edições extras, caso necessário e nos horários definidos pela contratante;
- 2) Alertas – Mensagem eletrônica (em formato previamente acordado) sobre fatos de impacto de interesse do órgão, noticiados nos intervalos entre o envio dos relatórios.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de veículos monitorados.

24.27.1 Baixa Complexidade:

Descritivo: até 30 veículos monitorados.

Prazo de entrega: Serviço de caráter continuado com previsão de demanda diária e em tempo real (24x7).

24.27.2 Média Complexidade:

Descritivo: de 31 a 50 veículos monitorados.

Prazo de entrega: Serviço de caráter continuado com previsão de demanda diária e em tempo real (24x7).

24.27.3 Alta Complexidade:

Descritivo: de 51 a 70 veículos monitorados.

Prazo de entrega: Serviço de caráter continuado com previsão de demanda diária e em tempo real (24x7).

24.28 ANÁLISE DE MÍDIA TELEVISIVA REGIONAL E NACIONAL

Descritivo: Síntese analítica diária do conteúdo monitorado nas emissoras de TV Regionais e Nacionais (aberta e/ou fechada), com alertas sobre temas que ofereçam oportunidades ou riscos de comunicação à imagem do MCID, com sugestão de ações e medidas a serem adotadas. A atividade tem caráter continuado, sendo 24x7.

Entregáveis:

- 1) Três relatórios eletrônicos diários, enviados por correio eletrônico ou meio definido pela contratante. Os relatórios devem ser entregues, inclusive, aos finais de semana e feriados, com edições extras, caso necessário e nos horários definidos pela contratante;
- 2) Alertas – Mensagem eletrônica (em formato previamente acordado) sobre fatos de impacto de interesse do órgão, noticiados nos intervalos entre o envio dos relatórios.

Método de classificação da complexidade: quantidade de veículos monitorados.

24.28.1 Baixa Complexidade:

Descritivo: até 10 veículos monitorados.

Prazo de entrega: Serviço de caráter continuado com previsão de demanda diária e em tempo real (24x7).

24.28.2 Média Complexidade:

Descritivo: de 11 a 20 veículos monitorados.

Prazo de entrega: Serviço de caráter continuado com previsão de demanda diária e em tempo real (24x7).

24.28.3 Alta Complexidade:

Descritivo: de 21 a 30 veículos monitorados.

Prazo de entrega: Serviço de caráter continuado com previsão de demanda diária e em tempo real (24x7).

24.29 MAPA DE TEMAS SENSÍVEIS NACIONAL E REGIONAL

Descritivo: Mapeamento, em canais de língua portuguesa, de temas e atividades sensíveis de interesse do MCID, que auxiliem na compreensão sistêmica de um ou mais cenário(s), interno(s) ou externo(s), e na avaliação de tendências, para avaliação de oportunidades e riscos e recomendação de ações de comunicação e/ou subsídio para tomada de decisões estratégicas. O mapeamento poderá, de acordo com a solicitação do contratante, compreender os seguintes tópicos:

- a) Levantamento de temas sensíveis;
- b) Análise de ambiente interno (potencialidades e fraquezas);
- c) Análise de ambiente externo (oportunidades e ameaças);
- d) Levantamento de tendências alinhadas aos temas analisados; e
- e) Demandas recebidas na Subsecretaria de Imprensa, Assessoria de Comunicação e Departamento de Comunicação Institucional.

Entregáveis:

- 1) Arquivo em formato de apresentação gráfica contendo a síntese das análises realizadas;
- 2) Arquivo em formato de texto com detalhamento da análise de cenários e tendência realizada.

Método de classificação da complexidade: não se aplica.

Prazo de entrega: até 10 dias úteis

24.30. MAPA DE INFLUENCIADORES NACIONAL E REGIONAL

Descritivo: Identificação, quantificação e qualificação de jornalistas e formadores de opinião (como as lideranças locais), no contexto nacional e regional, que influenciam as percepções do cidadão e produzem informações convergentes ou divergentes em relação aos temas de interesse do contratante. O levantamento deve conter as informações com a lista profissionais de referência nacional e regional, com indicação de atuação, contatos, perfis, histórico profissional, avaliação de publicações em meios digitais e parecer sobre possibilidade de eventual mobilização por parte da contratante em temas estratégicos relativos à promoção do MCID.

Entregáveis:

- Relatório, em formato planilha, contendo nome do inuenciador, perfil, histórico profissional, posicionamento e assunto (s) sensível (eis) ao qual está relacionado, com recomendações de ação de relacionamento e distribuição de informação personalizada. Também deve conter todos os canais de comunicação (o-line e on-line) de autoria do inuenciador, com respectivas estatísticas de audiência; e
- Relatório, em formato apresentação, com a consolidação dos resultados e recomendações de ação de relacionamento e de distribuição de informação personalizada.

Método de classificação da complexidade: quantidade de inuenciadores mapeados

24.30.1 Baixa Complexidade – Regional

Descritivo: Até 300 inuenciadores

Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.

24.30.2 Baixa Complexidade – Nacional

Descritivo: Até 50 inuenciadores

Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.

24.30.3 Média Complexidade – Regional

Descritivo: De 301 a 600 inuenciadores.

Prazo de entrega: Até 25 dias úteis.

24.30.4 Média Complexidade – Nacional

Descritivo: De 51 a 100 inuenciadores

Prazo de entrega: Até 15 dias úteis.

24.30.5 Alta Complexidade – Regional

Descrição: De 601 a 1.000 inuenciadores.

Prazo de entrega: Até 30 dias úteis.

24.30.6 Alta Complexidade – Nacional

Descritivo: De 101 a 200 inuenciadores.

Prazo de entrega: Até 20 dias úteis

24.31 CLIPPING REGIONAL E NACIONAL – JORNAIS, REVISTAS E PORTAIS DE NOTÍCIAS, TVS, RÁDIOS

Descritivo: Clipping diário de conteúdo noticioso, relacionado aos assuntos de interesse do órgão/tema, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até 10 jornais de relevância nacional, 20 jornais de relevância regional, em até 10 revistas de circulação nacional, em até 20 Revistas Especializadas, 20 Portais de Notícias Especializados e em 20 Portais de Notícias Nacional, e veiculado em até 20 emissoras de TV aberta e 20 emissoras de TV fechada, veiculado em até 10 emissoras de rádio, conforme lista a ser definida pelo órgão, descritas na emissão da Ordem de Serviço emitida, incluindo monitoramento de tema/órgão.

Entregável: 01 (um) boletim eletrônico diário com os conteúdos noticiosos identificados, enviado por correio eletrônico até às 7h30, para lista de e-mails definidos pelo órgão, identificados, enviado por correio eletrônico até às 7h30, para os meios impressos jornais, revistas. 03 (três) boletins eletrônicos diários com os conteúdos noticiosos emissoras de televisão, identificados, enviados por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pelo órgão portais de notícias para lista de e-mails definidos pelo, o primeiro boletim deverá ser enviado até às 9h30 (conteúdo monitorado a partir de 20h30 do dia anterior até às 8h30 do dia vigente). O segundo boletim até às 14h30 (conteúdo monitorado a partir de 8h30 até às 13h30). O terceiro boletim até às 21h30 (conteúdo monitorado a partir de 13h30 até às 20h30). 02 (dois) boletins eletrônicos diários com os conteúdos noticiosos identificados, enviados por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pelo órgão. O primeiro boletim deverá ser enviado até às 8h30 (conteúdo monitorado a partir de 18h do dia anterior até às 7h30 do dia vigente). O segundo boletim até às 18h (conteúdo monitorado a partir de 7h30 até às 17h30).

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade:

Cumprimento do prazo de entrega e abrangência do monitoramento, de jornais revistas e portais de notícias, cumprimento do prazo de entrega com tolerância de até 30 minutos e abrangência do monitoramento nas tvs, cumprimento do prazo de entrega com tolerância de até 30 minutos e abrangência do monitoramento nas rádios, todos estas entregas diárias devem estar ordenadas e classificadas de acordo com os temas fins definidos por profissional indicado pelo MCID, Órgão/Temas, e disponível com acesso apenas para àquelas pessoas assinaladas pelo profissional indicado pelo MCID.

Prazo de entrega: Mensal.

Obs: Os horários de entrega dos boletins poderão sofrer alteração de acordo com a grade de programação das emissoras.

24.32 JORNAIS REGIONAIS:

24.32.1 Baixa - Até 05 veículos monitorados;

24.32.2 Média - Até 10 veículos monitorados;

24.32.3 Alta - Até 20 veículos monitorados;

24.33 JORNAIS NACIONAL:

24.33.1 Baixa - Até 05 veículos monitorados;

24.33.2 Média - Até 10 veículos monitorados;

24.33.3 Alta - Até 20 veículos monitorados;

24.34 REVISTAS ESPECIALIZADAS

24.34.1 Baixa - Até 05 veículos monitorados;

24.34.2 Média - Até 10 veículos monitorados;

24.34.3 Alta - Até 20 veículos monitorados;

24.35. REVISTAS NACIONAIS:

24.35.1 Baixa - Até 05 veículos monitorados;

24.35.2 Média - Até 10 veículos monitorados;

24.35.3 Alta - Até 20 veículos monitorados;

24.36 PORTAIS DE NOTÍCIAS:

56.1 Baixa - Até 05 veículos monitorados;

56.2 Média - Até 10 veículos monitorados;

56.3 Alta - Até 20 veículos monitorados;

24.37 PORTAIS DE NOTÍCIAS NACIONAIS:

57.1 Baixa - Até 05 veículos monitorados;

57.2 Média - Até 10 veículos monitorados;

57.3 Alta - Até 20 veículos monitorados;

24.38 TV ABERTA:

24.38.1 Baixa - Até 05 veículos monitorados;

24.38.2 Média - Até 10 veículos monitorados;

24.38.3 Alta - Até 20 veículos monitorados;

24.39 TV FECHADA:

24.39.1 Baixa - Até 05 veículos monitorados;

24.39.2 Média - Até 10 veículos monitorados;

24.39.3 Alta - Até 20 veículos monitorados;

24.40 RÁDIO:

24.40.1 Baixa - Até 05 veículos monitorados;

24.40.2 Média - Até 10 veículos monitorados;

24.40.3 Alta - Até 20 veículos monitorados;

24.41 AUDITORIA DE EXPOSIÇÃO NO BRASIL

Descritivo: Auditoria mensal de exposição do MCID e de suas temáticas a partir de análise quantitativa e qualitativa da sua presença nos meios de comunicação nacionais e regionais, a partir do levantamento e estudo de perfil tendo como referência o conteúdo monitorado em jornais, revistas, portais de notícias, blogs e TV.

A auditoria deverá trazer um diagnóstico apontando os principais temas publicados/veiculados na imprensa, por tipo de veículo e impacto para a imagem do MCID, bem como indicar os riscos e oportunidades para a promoção por meio de ações diversas, tais como entrevistas com o público de interesse, análise de conteúdos publicados e consulta a publicações de referência.

O diagnóstico poderá, de acordo com a solicitação do Contratante, compreender os seguintes tópicos:

- a) Análise quantitativa e qualitativa de publicações em meios de comunicação sobre assuntos de interesse do MCID (quantidade total e conteúdo);
- b) Análise editorial dos conteúdos analisados (conteúdo e formatos);
- c) Análise de atuação dos publicadores (frequência de publicação e moderação);
- d) Análise de sentimentalização dos conteúdos analisados;
- e) Análise comparativa com 5 (cinco) perfis similares nos veículos de comunicação (considerando mesmas variáveis).

Entregáveis:

- Relatório em formato texto detalhado, contendo informações identificadas e diagnóstico;
- Relatório em formato de apresentação gráfica contendo a síntese dos levantamentos e análises;
- Apresentação presencial ou virtual (a ser definida pelo contratante) pela contratada dos resultados obtidos com o diagnóstico.

Método de classificação da complexidade: quantidade de veículos analisados.

24.41.1 Baixa Complexidade:

Descritivo: análise de até 20 veículos

Prazo de entrega: mensal, com entrega em até 5 dias do mês subsequente.

24.41.2 Média Complexidade:

Descritivo: análise de 21 a 40 veículos

Prazo de entrega: mensal, com entrega em até 5 dias do mês subsequente.

24.41.3 Alta Complexidade:

Descritivo: análise de 41 a 70 veículos.

Prazo de entrega: mensal, com entrega em até 5 dias do mês subsequente.

24.42 AUDITORIA DE EXPOSIÇÃO - TEMA ESPECÍFICO

Descritivo: Auditoria mensal de exposição de tema específico com a mensuração e análise quantitativa e qualitativa do desempenho de exposição do MCID a partir da análise do conteúdo noticioso, publicado em veículos de comunicação nacionais e regionais, definidos previamente pela contratante. A análise deverá apontar os principais temas publicados /veiculados na imprensa, por tipo de veículo, o impacto para a imagem do Ministério das Cidades e sugestão de estratégias de comunicação.

Entregáveis:

- Relatório em formato texto detalhado, contendo informações identificadas e diagnóstico;
- Relatório em formato de apresentação gráfica contendo a síntese dos levantamentos e análises;
- Apresentação presencial ou virtual (a ser definida pelo contratante) pela contratada dos resultados obtidos com o diagnóstico.

Método de classificação da complexidade: quantidade de veículos analisados.

24.42.1 Baixa Complexidade

Descritivo: análise de até 20 veículos

Prazo de entrega: mensal, com entrega em até 5 dias do mês subsequente.

24.42.2 Média Complexidade

Descritivo: análise de 21 a 40 veículos

Prazo de entrega: mensal, com entrega em até 5 dias do mês subsequente.

24.42.3 Alta Complexidade

Descritivo: análise de 41 a 70 veículos.

Prazo de entrega: mensal, com entrega em até 5 dias do mês subsequente.

24.43 AVALIAÇÃO DA PERCEPÇÃO DE IMAGEM NACIONAL E REGIONAL

Descritivo: Planejamento e execução de estudo ou levantamento para avaliação de percepção de imagem do governo federal pelos seus públicos de relacionamento, bem como para identificação de temas sensíveis e de tendências. A avaliação será realizada a partir de briefing com o Contratante e as entrevistas devem, preferencialmente, representar todos os estados e o Distrito Federal. Devem ser realizadas atividades para: seleção de entrevistados, elaboração de roteiro de entrevistas, realização de entrevistas, consolidação de informações e análise de dados e resultados.

Entregáveis:

- 1) Relatório do estudo ou levantamento, contendo análise do briefing, detalhamento da proposta, lista dos entrevistados, roteiro das entrevistas.
- 2) Entrevistas gravadas em áudio e transcritas.
- 3) Relatório com a consolidação das informações levantadas e a análise dos dados e resultados, contemplando diagnósticos e recomendações, se for o caso.
- 4) Apresentação ao Contratante sobre a percepção de imagem ou dos temas de sua atuação.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de entrevistas

24.43.1 Baixa Complexidade - Regional

Descritivo: Até 100 entrevistas.

Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.

24.43.2 Baixa Complexidade – Nacional

Descritivo: Até 30 entrevistas.

Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.

24.43.3 Média Complexidade– Regional

Descritivo: Até 300 entrevistas.

Prazo de entrega: Até 40 dias úteis.

24.43.4 Média Complexidade – Nacional

Descritivo: Até 60 entrevistas

Prazo de entrega: Até 25 dias úteis.

24.43.5 Alta Complexidade – Regional

Descritivo: Até 500 entrevistas.

Prazo de entrega: Até 60 dias úteis.

24.43.6 Alta Complexidade – Nacional

Descritivo: Até 90 entrevistas.

Prazo de entrega: Até 30 dias úteis.

24.44 ACOMPANHAMENTO DE REPERCUSSÃO DE PAUTAS

Descritivo: Análise de pautas em redes sociais, blogs e portais de notícias

Descritivo: Acompanhar de forma permanente (24x7) a imagem do Ministério, Órgão/Temas em até 30 portais de notícias, blogs e redes sociais. O monitoramento deve indicar sua repercussão, reputação, evolução de sentimento, principais influenciadores e demais informações estratégicas para a tomada de decisões. Situações que indiquem possíveis repercussões com alto volume devem ser alertadas, especialmente aqueles que possam gerar crise. O resultado deve ter clareza na apresentação dos dados. A análise deve responder os porquês dos dados e não só os números pelos números, ou seja, explicar as razões pela qual determinado tema está positivo/negativo, o que está gerando esse efeito e exemplos de publicações/notícias que comprovem esta explicação.

Entregável:

- a) Relatório diário às 10h (corpo do e-mail) – Deve trazer um resumo dos fatos do dia anterior (o que mais teve relevância, seja ela positiva ou negativa), tendências de temas quentes para o dia e o que tem potencial de

continuar na pauta (por exemplo, algum tema de veículo ou imprensa que esteja repercutindo);

b) Relatório diário entre 14h e 16h (corpo do e-mail) – Deve trazer os temas que mais estão repercutindo no dia – o cumprimento deste horário serve para que o cliente tenha tempo de agir no próprio dia;

c) Alertas (corpo do e-mail) – Organizar uma régua de corte de crise (por volumes de menções) e pesar bem o que merece ou não alertar. Devem apontar também alertas para temas positivos, ou seja, assuntos que venham repercutindo em alta escala positivamente para o Ministério, Órgão/Temas;

d) Relatório semanal em arquivo de apresentação (sexta-feira entre 12h e 14h) - Recorte com uma visão geral dos principais temas e o que mais repercutiu positiva e negativamente para os itens acompanhados. Deve ser algo direto e objetivo, algo como 3 slides que resumam bem e de forma clara o que foi a semana;

e) Relatório de fim de semana (corpo do e-mail) - Entre 12h e 14h do sábado, domingo e feriado - um consolidado com as principais informações do dia seguindo os mesmos parâmetros do relatório diário, sendo um para cada dia;

f) Relatório mensal em arquivo de apresentação (quinto dia útil após encerramento do mês) – Consolidado de todas as informações de maneira objetiva.

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade: Atendimento dos prazos estipulados pelos entregáveis com tolerância de até 30 minutos; qualidade das análises; alertas feitos de forma coerente, com relevância e tempestividade.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de menções.

Prazo de entrega: Conforme especificado nos entregáveis.

Complexidade:

Complexidade Baixa: Monitoramento de 1 a 100 mil menções mês.

Complexidade Média: Monitoramento de 101 mil a 500 mil menções mês.

Complexidade Alta: Monitoramento de 501 mil a 1 milhão de menções mês.

24.45 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

24.46 PROJETO EDITORIAL NACIONAL E REGIONAL

Descritivo: Elaboração de documento com planejamento das diretrizes de um produto editorial (revista, jornal, entre outros). Definição das características do produto (seções, títulos, conteúdos, formatos, imagens), dos objetivos da publicação e temas a serem abordados, da linguagem a ser utilizada, da periodicidade, da distribuição e do cronograma de execução.

Entregáveis: Arquivo texto detalhado contendo as normas do Projeto Editorial, com suas características, tipo de conteúdo e plano geral de funcionamento.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de fontes e de laudas produzidas.

24.46.1 Baixa Complexidade:

Descritivo: Formulado com 1 fonte. Até 10 laudas produzidas.

Prazo de entrega: 5 dias úteis.

24.46.2 Média Complexidade:

Descritivo: Formulado com 2 a 3 fontes. De 11 a 30 laudas produzidas.

Prazo de entrega: 10 dias úteis.

24.46.3 Alta Complexidade:

Descritivo: Formulado com 4 ou mais fontes. De 31 a 50 laudas produzidas.

Prazo de entrega: 15 dias úteis.

24.47 ELABORAÇÃO DE PAUTA PARA IMPRENSA

Descritivo: Elaboração de documento de pautas semanais destinadas a despertar o interesse da imprensa nacional e/ou regional sobre temas estratégicos para o Ministério das Cidades definidos pela contratante. As sugestões de pauta deverão ser previamente aprovadas pela contratante.

Entregável: Relatório com as pautas sugeridas de acordo com a periodicidade acordada.

Método de classificação da complexidade: não se aplica

Prazo de entrega: semanalmente, em data a ser acordada.

24.48 PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS TEXTUAIS PARA IMPRENSA EM LÍNGUA PORTUGUESA

Descritivo: Produção e revisão de conteúdos textuais, em Língua Portuguesa, para a imprensa, tais como releases, factsheets, avisos de pauta, artigos, resumos, estudos, posicionamentos, entre outros gêneros.

Entregáveis: Texto original produzido e revisado com indicação das fontes consultadas. As fontes poderão ser estabelecidas em briefing pela contratante.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de fontes utilizadas na apuração do conteúdo, quantidades de laudas elaboradas.

24.48.1 Baixa Complexidade

Descritivo: Texto original com conteúdo factual ou institucional, formulado a partir de informações obtidas com até 1 fonte, sem necessidade de consultas externas. De 1 (uma) a 3 (três) laudas produzidas.

Prazo de entrega: Até 1 dia útil.

24.48.2 Média Complexidade

Descritivo: Texto original com conteúdo factual ou institucional, formulado a partir de informações obtidas com até 2 fontes, sem necessidade de consultas externas. De 4 (quatro) a 10 (dez) laudas produzidas.

Prazo de entrega: até dois dias úteis.

24.48.3 Alta Complexidade

Descritivo: Texto original com conteúdo factual ou institucional, formulado a partir de informações obtidas com até 4 fontes, sem necessidade de consultas externas. De 10 (dez) a 20 (vinte) laudas produzidas.

Prazo de entrega: Até 5 dias úteis.

24.49 EDIÇÃO DE CONTEÚDOS TEXTUAIS PARA IMPRENSA EM LÍNGUA PORTUGUESA

Descritivo: Edição de conteúdos textuais para a imprensa, tais como releases, factsheets, avisos de pauta, artigos, resumos, estudos, posicionamentos, entre outros gêneros.

Entregável: Arquivo, em formato texto, com texto revisado, editado e formatado.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de laudas editadas.

24.49.1 Baixa Complexidade:

Descritivo: Texto original com conteúdo factual ou institucional, revisado, editado e formatado. De 1 (uma) a 3 (três) laudas produzidas.

Prazo de entrega: um dia útil.

24.49.2 Média Complexidade:

Descritivo: Texto original com conteúdo factual ou institucional, revisado, editado e formatado. De 4 (quatro) a 10 (dez) laudas produzidas.

Prazo de entrega: até dois dias úteis.

24.49.3 Alta Complexidade:

Descritivo: Texto original com conteúdo factual ou institucional, revisado, editado e formatado. De 10 (dez) a 20 (vinte) laudas produzidas.

Prazo de entrega: até cinco dias úteis.

24.50 ELABORAÇÃO DE TEXTO EM LÍNGUA ESTRANGEIRA

Descritivo: Elaboração e revisão de textos jornalísticos ou institucionais nos idiomas Inglês, Espanhol, Francês e Alemão, direcionados ao público externo, a partir de consultas a fontes oficiais (autoridades e/ou técnicos de órgãos públicos nas diversas esferas e poderes), representantes do setor privado, especialistas, bem como relatórios e outros documentos governamentais, livros, websites, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, pesquisas estatísticas e outros conteúdos e publicações impressos ou eletrônicos. Os textos produzidos poderão ser utilizados como press-releases, notas à imprensa, avisos de pauta, artigos de opinião, ambiente digital, posicionamentos (position paper), briefing, livro branco, discursos de porta-vozes, manuais, cartilhas, dossiês, textos institucionais para publicações e/ou apresentações, guia de perguntas e respostas, mensagens-chave, entre outros.

Os textos deverão ser elaborados e revisados por tradutores “native speakers” ou com comprovada proficiência em cada idioma.

Texto original, cujo formato será definido pela contratante, com conteúdo factual e analítico, formulado a partir de informações obtidas de fontes diversas, como - oficiais (autoridades e/ou técnicos de órgãos públicos nas diversas esferas e poderes), representantes do setor privado, especialistas, bem como relatórios e outros documentos governamentais, livros, websites, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, pesquisas estatísticas e outros conteúdos e publicações impressos ou eletrônicos - relacionado a temas afetos à promoção do MCID. Sua utilização fica a critério da contratada.

Entregável: Arquivo, em formato texto, produzido com indicação das fontes consultadas e no idioma estabelecido em briefing.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de fontes utilizadas na apuração do conteúdo, quantidades de laudas elaboradas. - Tipo de texto e conteúdo.

- Quantidade de fontes.
- Tipo de apuração.
- Quantidade de laudas.

24.50.1 Baixa Complexidade:

Descritivo: Texto original com conteúdo factual, formulado a partir de informações obtidas com até 2 fontes, sem necessidade de consultas externas. Até 1 (uma) lauda produzidas.

Prazo de entrega: um dia útil.

24.50.2

Média Complexidade:

Descritivo: Texto original, com conteúdo factual e analítico, formulado a partir de informações obtidas em consulta a 3 ou 4 fontes, bem como podendo ser utilizada pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos. Até 2 (duas) laudas produzidas.

Prazo de entrega: até dois dias úteis.

24.50.3 Alta Complexidade:

Descritivo: Texto original, com conteúdo factual e analítico, formulado a partir de informações obtidas em consulta a 5 ou mais fontes com as seguintes recomendações: comparação e checagem entre informações divergentes; consulta a um número de fontes superior a quatro; entrevistas com especialistas em determinado assunto, ou conhecimento especializado em determinado tema, acima do conhecimento curricular do profissional padrão e, ainda, a possibilidade de consulta a materiais de referência escritos em outras línguas. De 3 (três) a 5 (cinco) laudas produzidas.

Prazo de entrega: até sete dias úteis.

24.51 EDIÇÃO E REVISÃO DE TEXTO DE LÍNGUA ESTRANGEIRA

Descritivo: Edição, revisão e formatação de texto nos idiomas Inglês, Espanhol, Francês e Alemão, respeitando as normas gramaticais do idioma do texto.

Entregável: Arquivo, em formato texto, com texto revisado, editado e formatado.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de laudas editadas.

24.51.1 Baixa Complexidade:

Descritivo: Texto original com conteúdo factual, revisado, editado e formatado. Até 1 (cinco) lauda.

Prazo de entrega: um dia útil.

24.51.2 Média Complexidade:

Descritivo: Texto original com conteúdo factual, revisado, editado e formatado. Até 2 (duas) laudas.

Prazo de entrega: até dois dias úteis.

24.51.3 Alta Complexidade:

Descritivo: Texto original com conteúdo factual, revisado, editado e formatado. De 3 (três) a 5 (cinco) laudas.

Prazo de entrega: até quatro dias úteis.

24.52 ENTREVISTAS COLETIVAS NO BRASIL

Descritivo: Planejamento e acompanhamento de entrevista coletiva no Brasil para porta-vozes junto a um grupo de jornalistas de diferentes veículos de comunicação.

Inclui as seguintes atividades:

- Reunião de briefing com o CONTRATANTE.
- Planejamento, preparação e redação do conteúdo que será divulgado e dos documentos que serão entregues.
- Preparação e acompanhamento dos porta-vozes.
- Seleção de convidados e envio de convites.
- Estabelecimento da sistemática e execução de credenciamento dos participantes.
- Averiguação do local de realização do encontro.
- Supervisão e operação da coletiva (recepção dos convidados, organização da ordem de perguntas, triagem, mediação e registro).
- Levantamento e análise da repercussão da coletiva. Entregas:
- Briefing, conteúdos divulgados e documentos entregues, documentação da coletiva.
- Mailing dos jornalistas convidados, relatórios de cobertura com o registro dos jornalistas participantes e dos resultados obtidos na mídia espontânea, a partir da realização da coletiva.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de jornalistas convidados.

24.52.1 Baixa Complexidade:

Descritivo: Até 20 jornalistas convidados para coletiva.

Prazo de entrega: 10 dias úteis

24.52.2 Média Complexidade:

Descritivo: Até 35 jornalistas convidados para coletiva, com antecedência de até 2 dias.

Prazo de entrega: 10 dias úteis

24.52.3 Alta Complexidade:

Descritivo: Até 50 jornalistas, para coletiva nacional, com antecedência de até 2 dias.

Prazo de entrega: 10 dias úteis

24.53 FOTOGRAFIA PARA ACERVO DE IMAGEM

Descritivo: Cobertura fotográfica em âmbito nacional para acervo de imagem, em coletivas de imprensa, seminários, apresentações e pronunciamentos de autoridades, eventos e reuniões para cobertura fotográfica de interesse do órgão demandante da agenda dos porta-vozes. De forma contínua, com equipamento de uso profissional.

Entregáveis: Arquivos digitais das fotos, em alta resolução, e relatório com descrição do material produzido e dos direitos de uso. Deverá ser observada a legislação vigente no que diz respeito a direitos autorais e de cessão de imagem.

Método de classificação da complexidade: Tempo de duração da produção.

24.53.1 Baixa Complexidade:

Descritivo: Produção com duração de até 4 horas.

Prazo de entrega: Até 1 hora após a produção.

24.53.2 Média Complexidade:

Descritivo: Produção com duração acima de 4 horas e até 6 horas.

Prazo de entrega: Até 2 horas após a produção.

24.53.3 Alta Complexidade:

Descritivo: Produção com duração acima de 6 horas e até 8 horas.

Prazo de entrega: Até 4 horas após a produção.

24.54 REPORTAGEM EM VÍDEO (VÍDEO RELEASE) NO BRASIL

Descritivo: Videoreportagem elaborado a partir de briefing e pauta internacional previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de roteiro criado para a realização do vídeo. Os personagens e profissionais do setor audiovisual envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral em arquivo texto. O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo no exterior.

Entregáveis: Arquivo de texto contendo o roteiro aprovado pelo CONTRATANTE, arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para uso em TV e internet, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de dias de captação.
- Equipe utilizada na produção.
- Serviços de pós-produção.
- Prazo de entrega.

24.54.1 Baixa Complexidade

Descrição: 1 dia de captação e produção. Equipe composta de 1 repórter, 1 câmera. Pós-produção restrita à edição do material captado.

Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após a captação.

24.54.2 Média Complexidade

Descrição: Até 2 dias de captação e produção. Equipe composta de 1 repórter, 1 câmera. Pós-produção com edição do material captado e sonorização.

Prazo de entrega: Até 10 dias úteis após encerrada a captação.

24.54.3 Alta Complexidade

Descrição: De 2 a 5 dias de captação e produção. Equipe composta de 1 repórter, 1 cinegrafista. Pós-produção com edição do material captado, sonorização e computação gráfica.

Prazo de entrega: Até 15 dias úteis após encerrada a captação.

24.55 VÍDEO DEPOIMENTO PARA IMPRENSA E PÚBLICOS INFLUENCIADORES NO BRASIL

Descritivo: Vídeo para captação de depoimentos sobre tema específico no exterior para promoção e defesa das ações e programas do MCID junto a entidades governamentais e a opinião pública, assim como para informação dos órgãos. Elaborado a partir de briefing e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de um roteiro aprovado pelo CONTRATANTE. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral. O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo.

Entregáveis: Arquivo de texto contendo o roteiro aprovado pelo CONTRATANTE, arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para uso em TV e internet, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de dias de captação e produção.
- Quantidade de depoimentos.
- Equipe utilizada na produção e serviços de pós-produção.
- Prazo de entrega.

24.55.1 Baixa Complexidade:

Descritivo: 1 dia de captação e produção. Gravação de até 2 depoimentos com duração individual de até 1 minuto. Equipe composta de 1 repórter, 1 câmera. Pós-produção restrita à edição do material captado.

Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após a captação.

24.55.2 Média Complexidade:

Descritivo: Até 2 dias de captação e produção. Gravação de até 5 depoimentos com duração individual de até 1 minuto. Equipe composta de 1 repórter, 1 câmera. Pós-produção com edição do material captado e sonorização.

Prazo de entrega: Até 10 dias úteis após a captação.

24.55.3 Alta Complexidade

Descritivo: De 2 dias a 5 dias de captação e produção. Gravação acima de 5 até 10 depoimentos com duração individual de até 1 minuto. Equipe composta de 1 repórter, 1 cinegrafista. Pós-produção com edição do material captado, sonorização e computação gráfica.

Prazo de entrega: Até 15 dias úteis após encerrada a captação.

24.56 CAPTAÇÃO DE VÍDEOS NO BRASIL

Descritivo: Captação de vídeos sobre tema específico para promoção e defesa das ações e programas do MCID junto a entidades governamentais e a opinião pública. Elaborado a partir de briefing e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de um roteiro aprovado pelo CONTRATANTE. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral. O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo.

Entregáveis: Arquivo(s) em vídeo sem edição ou tratamento, em alta resolução (HD) para uso em TV e internet, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.

Método de classificação da complexidade: dias de captação

24.56.1 Baixa Complexidade

Descritivo: 1 dia de captação

Prazo de entrega: 1 dia útil após a captação

24.56.2 Média Complexidade

Descritivo: Até 3 dias de captação

Prazo de entrega: 2 dias úteis após a captação

24.56.3 Alta Complexidade

Descritivo: Até 5 dias de captação

Prazo de entrega: 3 dias úteis após a captação

24.57 CAPTAÇÃO E EDIÇÃO DE ÁUDIO NO BRASIL PARA IMPRENSA E PÚBLICOS INFLUENCIADORES

Descritivo: Captação e edição de áudio, a partir de briefing e pauta previamente aprovados. O áudio poderá ser disponibilizado na internet ou enviado para emissoras de rádio. O custo deve prever repórter, equipe técnica e ferramenta de distribuição.

Entregáveis: Arquivo de áudio editado.

Método de classificação da complexidade: Minutos editados.

24.57.1 Baixa Complexidade

Descritivo: Até 1 minuto.

Prazo de entrega: Até 1 dia útil após a produção.

24.57.2 Média Complexidade

Descritivo: Acima de 1 e até 3 minutos.

Prazo de entrega: Até 3 dias úteis após a produção.

24.57.3 Alta Complexidade

Descritivo: Acima de 3 e até 5 minutos.

Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após a produção.

24.58 DESIGN APLICADO À PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PARA RELAÇÕES PÚBLICAS

24.59 PROJETO GRÁFICO

Descritivo: Definição das características visuais de uma peça de design, impressa ou eletrônica (Ex: livros, jornais, revistas e suas versões eletrônicas ou webs, newsletters, entre outras), como formato, elementos gráficos (fotos, ilustrações, grafismos), títulos e fontes utilizadas. Deve organizar o conteúdo e dar destaque à leitura, atendendo às necessidades editoriais indicadas no briefing de trabalho.

Entregáveis: Projeto gráfico detalhado, impresso ou em meio digital.

Método de classificação da complexidade:

1) Quantidade de páginas.

2) Prazo de entrega.

24.59.1 Baixa Complexidade

Descritivo: Até 10 páginas.

Prazo de entrega: Até 5 dias.

24.59.2 Média Complexidade

Descritivo: De 11 até 50 páginas.

Prazo de entrega: Até 10 dias.

24.59.3 Alta Complexidade

Descritivo: De 51 até 100 páginas.

Prazo de entrega: Até 20 dias.

24.60 CONTEÚDO PARA APRESENTAÇÃO EM LÍNGUA PORTUGUESA

Descritivo: Elaboração de roteiro e conteúdo, em idioma Português, para apresentação em reunião, seminário, evento, audiência etc, com conteúdo factual e analítico, a partir de informações obtidas de fontes diversas indicadas pelo CONTRATANTE.

Entregáveis: Roteiro, planejamento de conteúdo e conteúdo final em formato texto.

Método de classificação da complexidade: tipo de conteúdo, quantidade de fontes, quantidade de laudas elaboradas

24.60.1 Baixa Complexidade

Descritivo: Texto original, com conteúdo factual. Formulado a partir de informações obtidas com até 1 fonte. Sem necessidade de consultas externas. Até 10 laudas produzidas.

Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.

24.60.2 Média Complexidade

Descrição: Texto original, com conteúdo factual e analítico. Formulado a partir de informações obtidas a partir de 2 a 3 fontes. Com pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos. De 11 a 20 laudas produzidas

Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.

24.60.3 Alta Complexidade

Descrição: Texto original, com conteúdo factual e analítico. Formulado a partir de informações obtidas a partir de 4 ou mais fontes. Comparação e checagem entre informações divergentes; consulta a um número de fontes superior a 4; entrevistas com especialistas em determinado assunto, ou com conhecimento especializado em determinado tema, acima do conhecimento curricular do profissional padrão e, ainda, necessidade de consultar materiais de referência escritos em outras línguas. Até 21 a 30 laudas produzidas.

Prazo de entrega: até 7 dias úteis.

24.61 DIAGRAMAÇÃO E ANIMAÇÃO DE APRESENTAÇÃO EM LÍNGUA PORTUGUESA

Descritivo: Diagramação e animação de apresentação, em Língua Portuguesa para projeção ou exibição eletrônica, incluindo recursos de ilustrações, imagens, vídeos e infográficos, conforme conteúdo, roteiro e programação visual estabelecidos previamente. O foco do trabalho está na

hierarquia das informações, garantindo equilíbrio entre os recursos visuais, de forma a dinamizar e otimizar a exposição do conteúdo.

Entregáveis: Apresentação em programa (software) previsto no briefing, em arquivo digital.

Método de classificação da complexidade: quantidade lâminas

24.61.1 Baixa Complexidade

Descritivo: Até 10 lâminas.

Prazo de entrega: Até 3 dias.

24.61.2 Média Complexidade

Descritivo: De 11 até 30 lâminas.

Prazo de entrega: Até 5 dias.

24.61.3 Alta Complexidade

Descritivo: De 31 até 50 lâminas.

Prazo de entrega: Até 7 dias.

24.62 INFOGRÁFICO

Descritivo: Utilização de recursos gráficos para o detalhamento de informações, ou seja, junção de textos breves com ilustrações explicativas para a melhor compreensão do conteúdo. Esses gráficos são usados para exposições mais dinâmicas, como em mapas, e manuais técnicos, educativos ou científicos. Pode combinar fotografia, ilustração e texto.

Entregável: O infográfico aprovado, em meio digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade: Qualidade do desenho final, após a mescla de todas as variáveis (texto e recursos gráficos usados como ponto de partida, fotos, gráficos e ilustrações). Clareza e correta hierarquização dos dados expostos.

Método de classificação da complexidade: Tamanho do infográfico, considerando a quantidade de informações (texto) e os recursos utilizados (foto ou ilustração).

Complexidade:

24.62.1 Baixa Complexidade: foto e/ou ilustração existente, mais texto;

Prazo de entrega: até 02 dias

24.62.2 Média Complexidade: foto e/ou ilustração a ser produzida, mais texto;

Prazo de entrega: até 03 dias

24.62.3 Alta Complexidade: foto, ilustração e gráfico a serem produzidos e mesclados, mais texto.

Prazo de entrega: até 05 dias

24.63 BANCO DE MÍDIAS

Descritivo: Criação, gerenciamento e armazenamento, por meio de sistema online, da produção de vídeos, fotografias e áudios de todas as áreas do Ministério das Cidades, que incluem as seguintes atividades:

- 1) Montagem de estrutura operacional visando disponibilizar todos os arquivos no Banco de Mídias;
- 2) Disponibilização, durante o contrato, de acesso ao software com funcionalidades para a gestão dos arquivos do Banco de Mídias;
- 3) Disponibilização de storage em rede com arranjo redundante, conteúdos espelhados e backups em nuvem e/ou HD externo, como forma de garantir a integridade dos conteúdos arquivados;
- 4) Disponibilização de download e conteúdo do Banco de Mídias, em formato a ser definido;

Entregáveis: Banco de Mídias propriamente dito e relatório mensal, em arquivo texto, contendo toda a movimentação (inclusões, exclusões, consultas, downloads).

Método de classificação da complexidade: Volume armazenado.

24.63.1 Baixa Complexidade

Descrição: Inserção e guarda de até: 2 horas de vídeo bruto/mês; 10 minutos de peças em vídeo prontas/mês; 2 horas de áudio sem edição/mês; 10 minutos de peças em áudios prontas/mês; 180 imagens de foto/mês.

Prazo de entrega: Mensal

24.63.2 Média Complexidade

Descritivo: Inserção e guarda de 2 horas e 1 segundo até 10 horas de vídeo bruto/mês; de 10 minutos e 1 segundo até 30 minutos de peças em vídeo prontas/mês; 2 horas e 1 segundo até 10 horas áudio sem edição/mês; de 10 minutos e 1 segundo até 30 minutos de peças em áudios prontas/mês; de 181 a 600 imagens de foto/mês.

Prazo de entrega: Mensal

24.63.3 Alta Complexidade

Descritivo: Inserção e guarda de 11 horas e 1 segundo até 29 horas de vídeo bruto/mês; de 30 minutos e 1 segundo até 59 minutos de peças em vídeo prontas/mês; 10 horas e 1 segundo até 30 horas áudio sem edição/mês; de 30 minutos e 1 segundo até 1 hora e 1 segundo de peças em áudios prontos /mês; de 601 a 1.200 imagens de foto/mês.

Prazo de entrega: Mensal

24.64 PREVENÇÃO E GERENCIAMENTO DE CRISES

24.65 FLUXOGRAMA DE PROCESSO PARA ATUAÇÃO EM CRISE

Descritivo: Orientação passo a passo para situações hipotéticas de crise, com a identificação dos responsáveis pelas informações e dos porta-vozes mais adequados para cada risco identificado.

Entregáveis: Fluxograma por tipo de risco em arquivo impresso e eletrônico.

Método de classificação da complexidade: Quantidades de comitês formados e prazo de entrega.

24.65.1 Baixa Complexidade

Descritivo: Até 5 uxogramas.

Prazo de entrega: Até 30 dias.

24.65.2 Média Complexidade

Descritivo: De 6 até 10 uxogramas.

Prazo de entrega: Até 60 dias.

24.65.3 Alta Complexidade

Descritivo: De 10 a 15 uxogramas.

Prazo de entrega: Até 30 dias.

24.66 MAPEAMENTO DE PÚBLICOS ENVOLVIDOS NA CRISE

Descritivo: Identificação de públicos potencialmente atingidos pela crise. A indicação de cada público envolvido terá uma justificativa, demonstrando o seu grau de envolvimento e de relevância para o agravamento ou redução dos efeitos da crise.

Entregáveis: Relatório de mapeamento.

Método de classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: até 20 dias.

24.67 MANUAL DE CRISE

Descritivo: Guia para consulta e formação de lideranças em políticas de prevenção e gestão de crises, no âmbito do Governo Federal, contemplando classificação de crises, processos e procedimentos. Reúne os conceitos teóricos sobre gestão de crise e ferramentas de comunicação a serem utilizadas durante a crise.

Entregável: Manual de crise.

Método de classificação da complexidade: Quantidades de riscos e prazo de entrega.

24.67.1 Baixa Complexidade

Descritivo: Até 50 páginas.

Prazo de entrega: Até 45 dias.

24.67.2 Média Complexidade

Descritivo: De 51 até 100 páginas.

Prazo de entrega: Até 60 dias.

24.67.3 Alta Complexidade

Descritivo: De 101 até 200 páginas.

Prazo de entrega: Até 90 dias.

24.68 GERENCIAMENTO DE CRISE REGIONAL

Descritivo: Conjunto de ações deagradas para administrar uma crise, incluindo o atendimento à imprensa, a produção de conteúdos sobre o tema para abastecer a mídia e a sala de imprensa on-line, o acompanhamento de entrevistas e a organização de encontros com a imprensa, com o objetivo de esclarecer o posicionamento do MCID sobre dada situação. A equipe envolvida no gerenciamento deve trabalhar em conjunto com o(s) comitê(s) de crise, a fim de aplacar as demandas internas e externas de comunicação.

Entregáveis: Relatório de atividades, contendo as medidas internas e externas deagradas.

Método de classificação da complexidade: Tempo de duração da crise e prazo de entrega.

24.68.1 Baixa Complexidade

Descritivo: Crise de até 10 dias.

Prazo de entrega: Relatório entregue em até 10 dias após a crise.

24.68.2 Média Complexidade

Descritivo: Crise de 11 até 20 dias.

Prazo de entrega: Relatório entregue em até 15 dias após a crise.

24.68.3 Alta Complexidade

Descritivo: Crise de 21 até 30 dias.

Prazo de entrega: Relatório entregue em até 20 dias após a crise.

24.69 GERENCIAMENTO DE CRISE NACIONAL

Descritivo: Conjunto de ações deagradadas para administrar uma crise, incluindo o atendimento à imprensa, a produção de conteúdo sobre o tema para abastecer a mídia e a sala de imprensa on-line, o acompanhamento de entrevistas e organização de encontros com a imprensa com o objetivo de esclarecer o posicionamento do MCID sobre dada situação. A equipe envolvida no gerenciamento deve trabalhar em conjunto com o(s) comitê(s) de crise, a fim de aplacar as demandas internas e externas de comunicação.

Entregáveis: Relatório de atividades, contendo as medidas internas e externas deagradadas.

Método de classificação da complexidade: Tempo de duração da crise e prazo de entrega.

24.69.1 Baixa Complexidade:

Descritivo: Crise de até 10 dias.

Prazo de entrega: Relatório entregue em até 10 dias após a crise.

24.69.2 Média Complexidade:

Descritivo: Crise de 11 até 20 dias.

Prazo de entrega: Relatório entregue em até 15 dias após a crise.

24.69.3 Alta Complexidade:

Descritivo: Crise de 21 até 30 dias.

Prazo de entrega: Relatório entregue em até 20 dias após a crise.

Importante ressaltar que os produtos e serviços descritos acima constituem a descrição da necessidade como um todo, logo, outros requisitos necessários à plena execução poderão ser relacionados no Termo de Referência.

Torna-se oportuno ressaltar que as especificações dos Produtos e Serviços Essenciais poderão ser aperfeiçoadas no decorrer da execução contratual, sempre que identificada a necessidade de maior alinhamento das informações com a prática vivenciada pelo órgão.

25. Declaração de Viabilidade

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

25.1. Justificativa da Viabilidade

25.1 Para analisar a viabilidade, é necessário considerar primeiramente a necessidade. Os serviços de comunicação identificados, quantificados e listados para contratação são fundamentais para o Órgão, pois atendem às necessidades básicas de comunicação dos beneficiários, gestores municipais, estaduais e federais dos programas.

25.2 Além disso, são essenciais para a Assessoria de Comunicação cumprir sua missão de divulgar à sociedade brasileira informações sobre políticas e ações que ainda não são amplamente conhecidas, bem como influenciar iniciativas de públicos de interesse.

25.3 Com relação à viabilidade jurídica do contrato, o Ministério, por meio da segue de maneira estrita as diretrizes de contratação da Secom/PR, editadas e estabelecidas após amplo estudo que envolveu a participação de diversos Ministérios, órgãos de controle (TCU e AGU), além de associações privadas que regulam os profissionais do mercado (Abracom), que resultou na Instrução Normativa SECOM/SG/PR nº 04/2018, agora aprimorada pela IN SECOM/PR nº 01/2023. Além disso, esta Equipe de Planejamento da Contratação designada também cumpriu todas as etapas legais para a contratação, demonstrando por meio dos estudos preliminares, em conformidade com a IN nº 05/2017 do Ministério do Planejamento, que há viabilidade e conformidade do ponto de vista legal para a contratação, em conformidade com a nova Lei de Licitações nº 14.133/2021.

25.4 Ainda foi verificada a viabilidade orçamentária, que se confirma pela LOA 2023, por meio do Planejamento Anual de Contratações – PAC – Comunicação Corporativa PCA 2023 - 560010 - que disponibiliza verba orçamentária para essa contratação.

25.5 Diante dos estudos apresentados, considera-se que a presente contratação apresenta-se viável em todos os aspectos, na medida em que será utilizado orçamento específico alocado no Ministério das Cidades para esse fim e que o objeto da contratação é compatível com as competências institucionais da pasta, que possui em sua estrutura interna áreas técnicas preparadas para a condução dos serviços a serem prestados por intermédio da empresa contratada, bem como para a gestão e fiscalização do contrato.

25.6 Ademais, são observados todos os dispositivos legais e normativos vinculados à matéria, diminuindo eventuais riscos de questionamentos por parte de órgãos de controle.

98.7 Considerando o exposto, a Equipe de Planejamento da Contratação entende pela necessidade e viabilidade da contratação, razão pela qual encaminhará para a autoridade superior da Pasta os documentos necessários para aprovação e abertura do processo licitatório.

26. Responsáveis

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

Despacho: Membro da Equipe de Planejamento e Contratação

MARCIO FERREIRA DO NASCIMENTO

Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social