

PROJETO DE COOPERAÇÃO TÉCNICA INTERNACIONAL  
PROCESSO SELETIVO PARA CONTRATAÇÃO DE CONSULTOR PESSOA FÍSICA  
**TERMO DE REFERÊNCIA - MODALIDADE PRODUTO**

IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO

- a. TÍTULO: **Modernização da Economia e Ampliação Qualificada da Inserção Comercial Brasileira**
- b. INSTITUIÇÃO EXECUTORA: **Ministério da Economia**
- c. ORGANISMO INTERNACIONAL COOPERANTE: **Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento – PNUD**

1. OBJETIVO DA CONSULTORIA

O presente Termo de Referência tem por objetivo a contratação de consultoria especializada para propor uma estratégia de comunicação para a Estratégia Nacional de Propriedade Intelectual (ENPI). Deverão ser entregues relatórios contendo: (1) diagnóstico e sistematização dos diferentes perfis de públicos-alvo, análise da atual comunicação da ENPI, análise comparativa das melhores práticas de difusão de políticas ou projetos com finalidades semelhantes (*benchmark*); (2) proposição de estratégia de abordagem dos diferentes públicos-alvo; (3) *templates* da produção da comunicação da ENPI nas diferentes mídias; (4) *layout* para o relatório anual de *accountability* da ENPI; e (5) monitoramento dos resultados da comunicação; em conformidade com os Produtos abaixo:

2. CONTEXTO DA CONTRATAÇÃO

O progresso e o bem-estar da humanidade se fundamentam em sua capacidade de criar e inventar novas obras, tanto na área tecnológica como na cultura. Em um círculo virtuoso, a proteção legal dessas criações pode incentivar o comprometimento de mais esforços para inovação. No cômputo final, a promoção e a proteção da Propriedade Intelectual (PI) podem contribuir para o desenvolvimento econômico-social, ao modernizar empresas, gerar melhores técnicas, novos empregos, renda e mais produção artística.

Dada a importância da Propriedade Intelectual para a economia moderna, países vêm adotando cada vez mais políticas de promoção de PI. Ademais, muito em função da elevada correlação com o crescimento econômico de longo prazo, PI passou a integrar (de forma direta ou indireta) o quadro de indicadores de diferentes *rankings* internacionais que comparam desempenhos entre Economias.

Por exemplo, o Índice Global de Inovação – do inglês *Global Innovation Index* (GII) – que é publicado pela Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI), em parceria com universidades e outras organizações, permite que os países avaliem os seus sistemas de PI e contrastem a sua capacidade em inovação. Segundo os editores, “um número significativo de países vêm trabalhando no sentido de examinar sua classificação no *ranking* e de analisar detalhadamente seus pontos fortes e lacunas no campo da inovação”. Essas análises geram, por sua vez, subsídios para a elaboração de novas políticas e para uma melhor estruturação do Sistema Nacional de Propriedade Intelectual de cada país. Mas, o que são esses Sistemas?

Conforme a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), “os Sistemas Nacionais de PI podem ser definidos como o conjunto de instituições, regras e órgãos envolvidos no projeto, implementação e aplicação da PI em uma economia nacional”.

Pela perspectiva dos Estados, um Sistema eficiente de Propriedade Intelectual estimula o avanço da cultura, da ciência e tecnologia, fomenta e assegura juridicamente novos negócios, aumenta a competitividade empresarial, insere o país na dinâmica econômica internacional, além de garantir o equilíbrio entre interesses dos inovadores e o interesse público, valorizando as criações humanas em benefício de todos.

O Brasil está hoje na 57ª posição entre países mais inovadores do mundo, conforme *ranking* GII 2021, incompatível com o potencial e o tamanho da economia do país. A baixa posição alcançada reflete a pulverização e o baixo nível de investimento em inovação no Brasil, que – junto com outros problemas estruturais – contribuem para uma baixa produtividade e, por consequência, para uma perda de competitividade em comparação com outros países.

Para esse desafio, o Ministério da Economia tem empreendido uma importante agenda de estímulo à inovação, produtividade e competitividade, pautada pelo compromisso de desburocratização do ambiente de negócios e de restauração da confiança, da transparência e da segurança jurídica no país. É dentro dessa agenda que se insere a **Estratégia Nacional de Propriedade Intelectual (ENPI)**.

A ENPI foi instituída pelo Decreto n. 10.886, de 07 de dezembro de 2021, com o objetivo de “alcançar um Sistema Nacional de Propriedade Intelectual efetivo e equilibrado, que seja amplamente conhecido, utilizado e observado, que incentive a criatividade, os investimentos em inovação e o acesso ao conhecimento, visando ao aumento da competitividade e ao desenvolvimento econômico e social”.

A Estratégia foi elaborada no âmbito do Grupo Interministerial de Propriedade Intelectual (GIPI), presidida pelo Ministério da Economia (ME) e com participação, na administração direta, de: Casa Civil, Secretaria Geral da Presidência da República, Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI), Ministério da Justiça e Segurança Pública (MJSP), Ministério da Saúde (MS), Ministério das Relações Exteriores (MRE), Ministério do Meio Ambiente (MMA) e do Ministério do Turismo (MTur); além de entidades como: Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI), Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA), Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI) e Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE).

Junto com os membros e convidados vinculados ao Governo Federal, a ENPI contou com contribuições do setor privado, comunidade científico-acadêmica e de outros representantes da sociedade civil, que participaram da Consulta Pública sobre o texto proposto da Estratégia. A ampla representatividade assegurou que as referências selecionadas pelo Brasil se adequam ao contexto e à realidade do panorama nacional; assim como promoveu a integração, de forma transversal, de políticas públicas voltadas para inovação, desenvolvimento econômico, cultura, saúde, educação, ciência e tecnologia, entre outras relacionadas à PI.

O documento final da Estratégia, disponível em <<https://www.gov.br/pt-br/propriedade-intelectual/estrategia-nacional-de-propriedade-intelectual/>>, apresenta premissas (*Objetivos, Desafios, Diretrizes e Metas*) que se desdobram em Eixos e iniciativas específicas. Ao todo, formam 210 Ações, organizadas dentro de sete Eixos Estratégicos:

- (i) PI para competitividade e o Desenvolvimento;
- (ii) Disseminação, Formação e Capacitação em PI;
- (iii) Governança e Fortalecimento Institucional;
- (iv) Modernização dos Marcos Legais e Infralegais;

- (v) Observância e Segurança Jurídica;
- (vi) Inteligência e Visão de Futuro; e
- (vii) Inserção do Brasil no Sistema Global de PI.

A estratégia de Comunicação, objeto deste Termo de Referência, é uma dessas Ações, inserida no Eixo de “Disseminação, Formação e Capacitação em PI”:

**[Eixo Estratégico 2, Ação 1.1]:**

**“Executar plano de comunicação para divulgação da implementação de ações propostas pela ENPI e de seus resultados à sociedade civil e aos agentes do Sistema Nacional de Propriedade Intelectual.”**

A responsabilidade de coordenação da Ação 1.1 está atribuída ao Ministério da Economia, mais especificamente, à Subsecretaria de Inovação e Transformação Digital (SIN) da Secretaria de Desenvolvimento da Indústria, Comércio e Serviços (SDIC), vinculada à Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Competitividade (SEPEC), guardando consonância com as competências dispostas no art. 117 do Decreto n. 9.745, de 08 de abril de 2019, vide destaque:

**Art. 117. À Subsecretaria de Inovação e Transformação Digital compete:**

**[...]**

**V - promover iniciativas para a disseminação da cultura e a difusão da inovação pelas empresas brasileiras [...].**

Conforme descrito na ENPI, a finalidade do Plano de Comunicação se coaduna com a visão do Eixo Estratégico 2 de “disseminar a cultura de PI entre agentes econômicos, consumidores, comunidade acadêmica e a sociedade em geral, com o propósito de tornar o sistema e suas ferramentas conhecidas para inventores, criadores, cientistas e empresários”; assim como com os macro-objetivos de: (i) ampliar a consciência pública sobre os benefícios econômicos, sociais e culturais dos direitos de PI entre todos os setores da sociedade; e (ii) criar ambiente propício para divulgar importância dos direitos de PI.

Com a consultoria proposta, o Ministério obterá uma estratégia mais eficaz de comunicar ações e resultados da ENPI, no todo, segmentando a informação de acordo com os diferentes públicos de interesse. Além disso, o consultor será responsável por elaborar os modelos das peças de comunicação para cada público, acompanhar os resultados obtidos e editar o relatório de *accountability* da ENPI.

3. AÇÃO CORRESPONDENTE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO SEPEC

– **Brasil 4.0 – Economia 4.0**

4. MACROATIVIDADE CORRESPONDENTE NO PRODOC ME – PNUD (PROJECT BRA/18/023):

– **Mecanismos de Modernização da Economia**

Atividade 1.1 - Proposições para elaboração, aperfeiçoamento e integração de políticas públicas e seus instrumentos.

5. PRODUTOS E ATIVIDADES:

Deverão ser entregues relatórios, contendo: (1) diagnóstico e sistematização dos diferentes perfis de públicos-alvo, análise da atual comunicação da ENPI, análise comparativa das melhores práticas de difusão de políticas ou projetos com finalidades semelhantes (*benchmark*); (2) proposição de estratégia de abordagem dos diferentes públicos-alvo; (3) *templates* da produção da comunicação da ENPI nas diferentes mídias; (4) *layout* para o relatório anual de *accountability* da ENPI; e (5) monitoramento dos resultados da comunicação; em conformidade com os Produtos abaixo:

**Produto 1: Relatório contendo diagnóstico e sistematização dos perfis dos diferentes públicos-alvo da ENPI, identificando atores relevantes e canais de comunicação adequados:**

Atividades:

- Levantar o perfil dos diferentes públicos-alvo da ENPI a partir da identificação de seus pontos de vista.
- Identificação de interlocutores-chave para comunicações da ENPI.
- Pesquisar e sistematizar os melhores formatos, linguagens, canais e estratégias, considerando conteúdo, funcionalidades, abrangências, frequência e retorno, utilizados por instituições, projetos, programas e/ou políticas com finalidades que tenham correlação à ENPI (nacionais e internacionais).
- Verificar e avaliar como a ENPI (e/ou seus elementos) se relaciona com os diferentes públicos na comunicação pelos veículos atualmente utilizados, apontando erros e acertos e identificando o potencial de transformação.

Produto esperado: Relatório apresentando os públicos-alvo, *benchmark* de estratégias, mídias e peças de comunicação correlacionadas à ENPI, e uma análise qualificada do atual regime de comunicação.

**Produto 2: Relatório contendo proposição de estratégia de abordagem dos diferentes públicos-alvo.**

Atividades:

- Construir a linguagem da ENPI a partir de seu posicionamento sobre o tema e as mensagens-chave que devem ser transmitidas aos diferentes públicos-alvo.
- Considerar no plano a construção de estratégias e canais de comunicação com outros órgãos/entidades do Governo Federal e com as esferas estaduais e municipais.
- Identificar as melhores estratégias de abordagem do tema para o alcance de cada público e os canais de comunicação mais indicados, incluindo eventos, premiações, seminários, publicações, parcerias, redes de articulação, redes sociais e mídia digital, entre outros.
- Incluir no projeto ação especial para o Dia da Propriedade Intelectual (26 de abril).

Produto esperado: Relatório apresentando as estratégias indicadas para a abordagem para cada um dos públicos-alvo identificados.

**Produto 3: Relatório consolidando as peças de comunicação produzidas**

Atividades:

- Planejar e executar todas as peças e projetos de comunicação a serem divulgados nos canais já utilizados para a ENPI, bem como para os novos veículos identificados, impressos e digitais, buscando com isso a expansão dos efeitos das mensagens transmitidas nos diferentes públicos-alvo.

- Essa atividade deve envolver obrigatoriamente a equipe da Subsecretaria de Inovação e Transformação Digital (SIN), de forma que se transmita o conhecimento para os servidores.

- Todas as peças de comunicação deverão ser fornecidas em arquivos editáveis, possibilitando serem utilizados posteriormente pela equipe da SIN na execução das ações de comunicação.

Componentes esperados deste produto:

- Peças de comunicação para implementação da estratégia, com layout, cores e linguagens adequadas ao público;

- Proposta de revisão e aprimoramento do Portal de Propriedade Intelectual, disponível em <https://www.gov.br/pt-br/propriedade-intelectual>.

- Proposta de atualização da marca da ENPI;

- Proposta de criação de marca para o GIPI;

- Proposta de planejamento de assessoria de imprensa para um período de 12 meses, a ser implementado pela SIN.

#### **Produto 4: Relatório contendo metodologia e modelo de relatório anual com resultados da ENPI**

Atividades:

- Desenvolver metodologia para diagramação, seleção e edição de conteúdo do relatório anual da ENPI, para apresentar seu progresso e conferir transparência às informações e aos dados de implementação;

- Edição do Relatório anual da ENPI.

Produto esperado:

- Relatório com metodologia e edição de relatório anual com os resultados obtidos a partir da execução das atividades previstas na ENPI.

#### **Produto 5: Relatório contendo metodologia de monitoramento dos resultados da estratégia de comunicação**

Atividades:

- Desenvolver metodologia de gestão estratégica e tática do plano de comunicação, considerando avaliação de resultados das campanhas realizadas e o monitoramento de *tags* e menções *online* para a produção de relatórios mensais (*clipping*), demonstrando a evolução da estratégia adotada (em comparação com o cenário inicial), incluindo mídia espontânea por meio da assessoria de imprensa.

Produto esperado:

- Relatório com metodologia de monitoramento de resultados obtidos a partir da execução das atividades previstas na estratégia de comunicação.

- Relatório com aplicação da metodologia de monitoramento dos resultados obtidos a partir da implementação da estratégia, por meio das peças de comunicação desenvolvidas, considerando as entregas das etapas I e II.

Para a preparação de cada Produto, o consultor deverá estabelecer uma agenda de reuniões, presenciais ou remotas, com a equipe técnica da ME/SEPEC/SDI/SIN para validar o cronograma, a metodologia e as categorias de classificação da avaliação de impacto da ENPI.

#### 6. SUBDIVISÃO DO PRODUTO

<b>Produto (consiste na entrega de relatórios para cada uma das entregas listadas abaixo)</b>	<b>Prazo de Entrega</b>	<b>% Valor do Produto</b>
1. Relatório contendo diagnóstico e sistematização dos perfis dos diferentes públicos-alvo da ENPI, identificando canais de comunicação e pontos de vista expressados e benchmark de estratégias com finalidade semelhante.	Até o 2º mês	10%
2. Relatório contendo proposição de estratégia de abordagem dos diferentes públicos-alvo.	Até o 4º mês	20%
3. Relatório consolidando as peças de comunicação produzidas.	Até o 9º mês	30%
4. Relatório anual com resultados da ENPI.	Até o 11º mês	20%
5. Relatório contendo monitoramento dos resultados da estratégia de comunicação.	Até o 12º mês	20%

**Valor da contratação: R\$ 200.000,00 (duzentos mil reais).**

#### 7. CRITÉRIOS DE ACEITAÇÃO DO PRODUTO

Cada parcela do produto deverá ser entregue em meio eletrônico, em formato discutido e aprovado previamente com o Ministério.

Cada parcela do produto deverá ser redigida de forma clara, objetiva e deverá conter referências bibliográficas e fontes das informações mencionadas, conforme normas da ABNT.

Cada parcela do produto, a ser entregue de acordo com os prazos previstos na tabela constante do item 6 (Subdivisão do Produto) deste Termo de Referência, deverá ser aprovada pelo responsável pelo conteúdo técnico do Produto e validada por seu supervisor. A análise considerará tanto a qualidade das informações e a adequação de forma do produto apresentado, quanto a viabilidade de aplicação do método.

A entrega dos produtos poderá ser antecipada, em comum acordo com o Ministério, preservando-se os requisitos de qualidade dos produtos e a precedência entre os diferentes subprodutos previstos no item 6 deste Termo de Referência.

## 8. CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DOS CANDIDATOS

- REQUISITOS OBRIGATÓRIOS

O candidato deve possuir graduação e pós-graduação em Comunicação Social ou em áreas afins.

- a. O candidato deverá comprovar que os mencionados títulos foram obtidos previamente à data de publicação deste Termo de Referência.
- b. É obrigatório que possua experiência mínima de 6 (seis) anos em execução, coordenação ou gestão de projetos de Comunicação.
- c. É obrigatório que possua experiência mínima de execução, coordenação ou gestão na Comunicação de 1 (um) projeto, programa ou política pública.
- d. É necessário que o especialista tenha capacidade para analisar problemas complexos, desenvolver métodos e abordagens que exijam identificação e exame aprofundado de vários fatores técnicos, regras e procedimentos para propor soluções a problemas e formular propostas.

- PROCESSO SELETIVO

Os candidatos serão classificados mediante processo seletivo composto de duas fases. A primeira fase compreende a análise curricular e valerá 70 (setenta) pontos. A segunda fase consistirá em entrevista, que valerá 30 (trinta) pontos. A pontuação final do processo seletivo, somando-se as pontuações das duas fases, totalizará o máximo de 100 pontos.

- a. Análise do *Curriculum Vitae*: os currículos válidos recebidos dentro do prazo serão classificados por meio de critério objetivo de pontuação que considerará a obtenção de títulos acadêmico-profissionais e a experiência profissional, conforme tabela abaixo.
- b. Entrevista será de caráter eminentemente técnico e será composta por uma apresentação seguida pela arguição dos participantes da Comissão de Avaliação. A apresentação deve versar sobre a proposta do candidato para desenvolvimento do produto pretendido conforme a descrição das atividades, a subdivisão dos produtos pretendidos e os critérios de aceitação. Os 5 (cinco) candidatos que obtiverem as melhores pontuações na análise do *Curriculum Vitae* serão convocados, por correio eletrônico. A entrevista será realizada de maneira remota, por meio de contato telefônico, de instrumentos e softwares de teleconferência ou por videoconferência. Em caso de empate entre candidatos classificados na quinta colocação, convocar-se-ão ambos para participarem da entrevista.
- c. A entrevista será realizada por Comissão de Avaliação composta por, no mínimo, 2 (dois) funcionários do Ministério. O candidato aprovado deverá obter, no mínimo, 20 pontos válidos durante a entrevista. A entrevista técnica será avaliada de acordo com critérios objetivos de pontuação conforme tabela abaixo.

<b>Critério</b>	<b>Pontuação Mínima</b>	<b>Pontuação Máxima</b>
<b>Análise de Currículo</b>	<b>10</b>	<b>70</b>
Os candidatos devem obrigatoriamente possuir:		
1. Formação acadêmica em Comunicação ou em áreas afins: <ul style="list-style-type: none"> <li>– Graduação: 3 (três) pontos</li> <li>– Especialização (mínimo 360 horas): 3 (três) pontos</li> <li>– Mestrado: 4 (quatro) pontos</li> </ul>	6	10
2. Experiência mínima de 6 (seis) anos em coordenação, execução ou gestão de projetos de Comunicação. <ul style="list-style-type: none"> <li>– Experiência de 6 (seis) anos: 2 (dois) pontos</li> <li>– A cada ano de experiência acima de 6 (seis) anos: contam-se 2 (dois) pontos, até o máximo de 30 (trinta) pontos, com 14 (quatorze) anos ou mais de experiência acima do sexto ano.</li> </ul>	2	30
3. Experiência mínima em coordenação, execução ou gestão na Comunicação de 1 (um) projeto, programa ou política pública. <ul style="list-style-type: none"> <li>– Experiência em 1 (um) projeto: 2 (dois) pontos</li> <li>– A cada projeto acima de 1(um), contam-se dois pontos, até o máximo de 30 (trinta) pontos, com 14 (quatorze) projetos ou mais acima do primeiro.</li> </ul>	2	30
<b>Entrevista Técnica baseada nos seguintes pontos:</b>	<b>0</b>	<b>30</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Abordagem proposta para realização do trabalho demonstrando o grau de entendimento para as atividades descritas nos objetivos e o escopo da tarefa.</li> <li>– A proposta deve ser elaborada considerando as atividades a serem executadas e as estratégias para a entrega dos produtos esperados. A pontuação será dada a partir do planejamento de realização das atividades a serem executadas como descritas neste Termo de Referência, indicando as bases de dados e as ferramentas a serem utilizadas como subsídio na elaboração do documento.</li> </ul>	0	20
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Capacidade de expressar ideias com clareza, dialogar em grupos e defender pontos de vista.</li> </ul>	0	10
<b>Total</b>	<b>10 pontos</b>	<b>100 pontos</b>

## 9. PRAZO DE EXECUÇÃO

O prazo para realização dos trabalhos e entrega dos produtos é de 12 (doze) meses, contados a partir da data de assinatura do contrato, sendo este prazo passível de prorrogação, em comum acordo entre o Ministério e o consultor.

## 10. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO DO PRODUTO

O pagamento do Produto é condicionado à efetivação das entregas previstas no item 6 (subdivisão do produto), acima, bem como à aprovação das parcelas do Produto por parte do responsável por seu conteúdo técnico e de seu supervisor.

## 11. ESCLARECIMENTOS E INFORMAÇÕES ADICIONAIS

A execução dos trabalhos previstos neste Termo de Referência não implica qualquer relação de vínculo trabalhista com a instituição executora do projeto. As relações contratuais no âmbito do Projeto BRA/18/023 são regidas pelo Decreto 5.151/2004 e pela Portaria 717, do Ministério das Relações Exteriores.

A propriedade dos produtos desenvolvidos com os recursos do Projeto será do Ministério da Economia.

Não há previsão de viagens nacionais ou internacionais para execução dos trabalhos. Todas as reuniões que forem necessárias poderão ser realizadas virtualmente.

Os interessados em participar do processo seletivo a que se refere este Termo de Referência deverão encaminhar, até o dia 18/04/2022, impreterivelmente, mensagem eletrônica com **currículo padrão** para o endereço [andrea.stelet@economia.gov.br](mailto:andrea.stelet@economia.gov.br). O título da mensagem deverá conter menção ao número do edital e do perfil a que o candidato pretende habilitar-se.

**ATENÇÃO: É obrigatório o envio de currículo no modelo padrão exigido pelo Ministério. O modelo padrão está disponível para download no link <<https://www.gov.br/economia/pt-br/acesso-a-informacao/licitacoes-e-contratos/contratos/pnud-projeto-bra-18-023-modernizacao-da-economia-e-promocao-qualificada-do-comercio-exterior-brasileiro/cvpadro.docx/view>>.**

Candidatos que enviarem currículos fora do padrão serão eliminados do processo seletivo. Informações incompletas ou omitidas do currículo padrão não serão consideradas na análise dos currículos. Candidatos que não comprovem, antes da assinatura do contrato, as experiências acadêmicas e/ou profissionais descritas no currículo padrão serão desclassificados. Nesse caso, o segundo colocado no processo seletivo será convocado.

- NOME DO RESPONSÁVEL PELA SUPERVISÃO DOS TRABALHOS:

ANDRÉA GOMES STELET - Especialista em Políticas Públicas e Gestão Governamental

- NOME DO TITULAR DA UNIDADE SOLICITANTE:

JACKLINE DE SOUZA CONCA - Subsecretária de Inovação e Transformação Digital