

PROJETO BÁSICO 12/2024

Informações Básicas

Número do artefato	UASG	Editado por	Atualizado em
12/2024	410003-COORDENACAO GERAL DE RECURSOS LOGISTICOS	POLYANA MARIA SANTANA DA SILVA	07/05/2024 20:19 (v 3.0)
Status	ASSINADO		

Outras informações

Categoria	Número da Contratação	Processo Administrativo
Não se aplica/Não se aplica	90072/2023	53115.017225/2023-79

1. OBJETO

1.1 O objeto da presente concorrência é a contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação digital, referentes à:

- a) prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital, no âmbito do contrato;
- b) criação e execução técnica de ações e/ou peças de comunicação digital;
- c) criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdos do Ministério das Comunicações, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias.

1.1.1 A contratação dos serviços, elencados no subitem 1.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações de comunicação digital que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

1.1.2 O planejamento previsto na alínea 'a' do subitem 1.1 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações de comunicação digital para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e deve prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de performance e de resultados.

1.1.3 Os serviços previstos no subitem 1.1 não abrangem atividades com natureza distinta da comunicação digital do Ministério das Comunicações, na disseminação de informações junto à sociedade.

1.2 Será contratada 1 (uma) empresa de comunicação digital, doravante denominada licitante ou contratada.

2. REGIME DE EXECUÇÃO, MODALIDADE E TIPO

2.1 Os produtos e serviços constantes deste Projeto Básico serão executados e entregues continuamente, mediante demanda, na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário.

2.2 A empresa será contratada por meio de concorrência, do tipo Melhor Técnica, sob a égide da Lei nº 14.133/2021 e da Instrução Normativa MP nº 05/2017.

2.3 Subsidiariamente devem ser observadas as regras estabelecidas na Lei nº 12.232/2010, aplicáveis a este objeto, nos termos do Acórdão nº 6.227/2016-TCU-2ª Câmara e na Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023.

3. JUSTIFICATIVAS

3.1 O Ministério das Comunicações (MCom) é um órgão da administração federal direta que foi recriado em junho de 2020, com a edição da Medida Provisória nº 980, de 10 de junho de 2020.

3.2 Com a nova gestão governamental do país, foi publicado o Decreto nº 11.335, de 1º de janeiro de 2023, o qual foi alterado pelo Decreto nº 11.393, de 21 de janeiro de 2023, que determinou como áreas de competência do MCOM os seguintes assuntos:

I - política nacional de telecomunicações;

II - política nacional de radiodifusão; e

III - serviços postais, telecomunicações e radiodifusão.

3.3 O Ministério das Comunicações, para cumprir na integralidade a sua obrigação constitucional de prestar contas à sociedade, identificou a necessidade de contratação de serviços de comunicação social através de empresa(s) especializada(s).

3.4 Para a efetiva e eficaz comunicação com os meios de imprensa em geral, faz-se necessária a contratação de empresa capacitada para a disseminação de informação de forma ágil, técnica e inteligível, atendendo tanto aos anseios da imprensa, quanto aos dos demandantes internos, trabalho este coordenado pela Assessoria Especial de Comunicação Social – Ascom.

3.5 Destaca-se que as demandas dos meios de comunicação se fazem de forma democrática, autêntica, natural e intempestiva, motivadas por diversas razões e, por muitas vezes, são imediatas e complexas, procedentes de assuntos distintos, reforçando a necessidade de desenvolver e organizar argumentos de forma congruente e com linguagens adequadas às respostas deste Ministério e, por consequência, para o Governo Federal. Sendo assim, importante ressaltar que trata-se de uma área muito sensível e dinâmica que necessita de assessoramento profissional constante dada a natureza intelectual do objeto.

3.6 São competências da Assessoria Especial de Comunicação Social – Ascom, de acordo com a Portaria MCOM nº 8.374, de 6 de fevereiro de 2023, que dispõe sobre o regimento interno do ministério:

I - planejar, coordenar e executar a política de comunicação social do Ministério;

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

a) nos assuntos de comunicação social, imprensa, publicidade e eventos e nas ações de comunicação que utilizem 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 com as entidades dos setores de comunicação; e

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

III - apoiar os órgãos integrantes do Ministério no relacionamento com a imprensa; e

IV - planejar e executar ações de comunicação para a divulgação de políticas públicas vinculadas ao Ministério.

3.7 Dada a relevância dos serviços de comunicação, a Assessoria Especial de Comunicação Social, com vistas a alcançar seus objetivos, demanda continuamente, serviços de planejamento, criação de conteúdo e moderação de mídias sociais, entre outros que permitem tornar os conteúdos da Pasta acessíveis à sociedade, possibilitando a compreensão pelo cidadão do que o Estado tem para lhe oferecer.

3.8 Importante ressaltar que os canais digitais ampliam a relação do cidadão com o Estado, representando ferramenta essencial para a disseminação dos atos do MCom com agilidade e assertividade, pois permitem que os cidadãos tenham acesso às informações de orientação, às políticas públicas, bem como à prestação de contas

por meio de divulgação transparente e acessível em diversos formatos e meios de alcance a um público bastante diversificado.

3.9 O cidadão brasileiro, por consequência, também não é o mesmo. Estamos falando de um e-cidadão, conectado, presente, com ânsia em participar e em ser visto, notado e ouvido. O e-cidadão cobra, exige e demanda pelo ambiente digital. Um novo cidadão que curte, compartilha, comenta, reposta, reconecta. Esta transformação se dá independente de sexo, classe social, escolaridade, credo ou raça. Em alta ou baixa escala de velocidade de dados, com telefones pré ou pós-pagos, em casa ou no trabalho, a verdade é que praticamente todos estão, de alguma forma, conectados.

3.10 A constante evolução do meio digital e a contínua mudança da forma como a população se comporta diante dos novos formatos, canais e plataformas de comunicação, torna-se imprescindível que a execução de ações de comunicação digital do MCom seja realizada por meio de profissionais com conhecimentos e formações específicas além de constante atualização e sintonia com as novas tendências do segmento de comunicação digital. Tal contratação torna-se imprescindível, haja vista a inexistência de carreiras específicas na administração pública federal de servidores com tais qualificações ou mesmo com acesso à capacitação contínua neste dinâmico setor de comunicação.

3.11 Para cumprir na integralidade com a sua obrigação constitucional de prestar contas à sociedade, a alternativa viável proposta pelo Mcom é a contratação de serviços de comunicação digital prestados por intermédio de empresa especializada. Reitera-se que, para a efetiva e eficaz comunicação com seus diversos públicos no ambiente digital em geral, faz-se necessária a contratação de empresa capacitada para a disseminação de informação de forma ágil, técnica e inteligível, atendendo tanto aos anseios dos questionadores, quanto aos dos demandantes internos, trabalho este que será coordenado pela Assessoria Especial de Comunicação Social (ASCOM).

3.12 Pela própria natureza dinâmica e inovadora do segmento da comunicação digital, que requer das empresas um constante acompanhamento das novas tecnologias e das tendências do mercado, a lista de serviços/produtos de comunicação digital não se exaure, abrangendo atividades como criação de identidade visual, curadoria de assuntos a serem tratados, planejamento de conteúdo, gerenciamento de conteúdo, diagnóstico de estrutura tecnológica, monitoramento de redes, análise de performance, produção de conteúdos em textos, áudios e imagens estáticas e dinâmicas, entre muitas outras.

3.13 Neste cenário, verifica-se ainda indispensável ao Ministério contar com o assessoramento técnico especializado, a fim de que sua comunicação com a imprensa e com o cidadão seja realizada por meio de discursos alinhados, segmentados, ágeis e eficientes, abordando, portanto, linguagem clara, objetiva e acessível a todos.

3.14 Por fim, dadas as especificidades do segmento e a ausência da carreira na administração pública de servidores com tais qualificações e conhecimentos técnicos *sui generis*, torna-se fundamental e necessária a contratação de empresa que auxiliará o MCom na produção de conteúdo e na execução de outros serviços correlatos para seus canais digitais ativos e/ou que venham a ser constituídos, com intuito de levar ao

cidadão brasileiro conhecimento e acesso aos serviços e informações de interesse público promovidos pelo Ministério das Comunicações com a maior abrangência, capilaridade e acessibilidade.

3.15 Constata-se, pela atuação do Ministério das Comunicações e por suas competências, ser imprescindível a contratação de empresa especializadas para auxiliar a ASCOM, no desempenho de suas atividades, com a finalidade de atender ao princípio da publicidade previsto na Constituição Federal em seu art. 37, parágrafo § 1º.

3.16 Por todo o exposto, merece enaltecer que do dever de publicizar suas ações decorrem também a obrigação de observância ao princípio da transparência. Seu cumprimento pode se dar por diversas formas, tais como canais diretos de comunicação, a exemplo do FALA.BR, ou por veículos diversos que reproduzem e repercutem à sociedade as informações dos programas e ações do Mcom. Portanto, os serviços de comunicação são imprescindíveis para o atendimento e prestação de informações à mídia e, conseqüentemente, à população, visando ao cumprimento da publicidade, transparência e accountability (prestação de contas) pelo Ministério das Comunicações

4. CARACTERÍSTICAS DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

4.1 As demandas serão atendidas por meio da combinação dos produtos e serviços mais adequados para apoiar o MCom na superação de seus desafios e alcance dos seus objetivos de comunicação, abrangendo:

- a. 1. Produtos e Serviços Essenciais: contemplam a expertise básica da contratada na execução do objeto do contrato, sendo os itens previamente especificados e precificados pelo CONTRATANTE, com os respectivos quantitativos estimados de execução, no Apêndice I;

4.2 Os Produtos e Serviços Essenciais contemplam as necessidades elementares do CONTRATANTE relativas ao objeto da contratação e estão agrupados no catálogo constante do Apêndice I, de acordo com sua finalidade e afinidade, nas seguintes categorias:

1. Design;
2. Apresentação;
3. Planejamento Estratégico;
4. Planejamento Tático;
5. Métricas e Avaliações;
6. Conteúdo;
7. Peças Digitais;
8. Produção de Audiovisual;
9. Redes Sociais;
10. Manuais; e,
11. Atendimento.

4.2.1 Os Produtos e Serviços Essenciais estão especificados no Apêndice I, com a descrição das seguintes informações:

- a. 1. Título;
- b. 1. Descritivo;
- c. 1. Entregas;
- d. 1. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade;
- e. 1. Características consideradas na classificação da complexidade;
- f. 1. Complexidade; e
- g. 1. Prazo de entrega.

4.2.1.1 As especificações dos Produtos e Serviços Essenciais mencionadas no subitem anterior poderão ser aperfeiçoadas pelo CONTRATANTE, sempre que identificada a necessidade de maior alinhamento das informações com a prática vivenciada com a contratada, no decorrer da execução contratual.

4.2.2 Quando identificada a necessidade de execução de item não previsto no catálogo de Produtos e Serviços Essenciais, constante do Apêndice I, mas necessário à execução contratual, a contratada deverá apresentar ao CONTRATANTE justificativa acompanhada da estimativa de custos e das especificações técnicas, com a descrição das mesmas informações dispostas no subitem 4.2.1, para aprovação de sua execução, desde que o item guarde compatibilidade com o objeto do contrato.

4.2.2.1 Após a aprovação da execução do Produto e Serviço Essencial, não previsto no catálogo constante do Apêndice I, o item poderá passar a integrar o catálogo e, se for o caso, gerar nova categoria.

necessidades específicas de cada ação, com a prévia anuência e aprovação do CONTRATANTE, observadas as condições contratuais.

4.3 No interesse do CONTRATANTE poderá ocorrer deslocamentos de profissionais a serviço e, nessa hipótese, a contratada proverá os meios de transporte, hospedagem e alimentação dos técnicos designados, sendo reembolsada, mediante prestação de contas.

4.3.1 Todo deslocamento vinculado às ações relacionadas à execução contratual deverá estar previsto na Ordem de Serviço e devidamente aprovado pelo gestor do contrato.

4.3.1.1 Para autorização das despesas, na Ordem de Serviço deverão constar as seguintes informações:

- a. 1. nome do profissional;
- b. 1. finalidade da viagem;
- c. 1. datas de início e do término da viagem;

- d. 1. preço estimado das passagens; e
- e. 1. previsão de quantidade de diárias.

4.3.2 Para as passagens aéreas, fica definida a utilização de classe econômica para qualquer profissional nos trechos nacionais ou internacionais.

4.3.2.1 Nos deslocamentos excepcionais por intermédio de outros meios de transporte, que não o aéreo, o CONTRATANTE poderá aprovar a locomoção com base na apresentação, pela contratada, de orçamentos prévios e prestação de contas em regras similares às das passagens aéreas.

4.4 A execução de qualquer produto, serviço ou despesa que envolva o desembolso de recursos deverá ser prévia e expressamente autorizada pelo CONTRATANTE.

5. EXECUÇÃO CONTRATUAL

5.1 A execução contratual dar-se-á por meio da prestação de serviços e fornecimento de produtos, demandados previamente pelo CONTRATANTE, via Ordem de Serviço (OS), observado o disposto nos Anexos V e V-A da Instrução Normativa MP nº 5/2017. O detalhamento do processo de execução contratual e de demandas por meio de Ordem de Serviço será efetuado em Manual de Procedimentos editado pelo CONTRATANTE.

5.2 Para a execução, a contratada deve obrigatoriamente possuir, além de estrutura administrativa habilitada, quantitativo suficiente de profissionais que deverão estar disponíveis para a execução dos produtos e serviços, objeto da contratação, e que poderão ser alocados nas dependências do CONTRATANTE, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos, na prestação dos produtos e serviços constantes do Apêndice I.

5.2.1 A execução pela contratada de produtos e serviços nas dependências do CONTRATANTE resulta da necessidade de maior proximidade entre as equipes e de um atendimento contínuo não passível de ser prestado à distância pela contratada.

5.2.2 Para os produtos e serviços a serem prestados nas dependências do CONTRATANTE foram estabelecidas, ainda, especificações diferenciadas, devido à sua característica presencial, e os perfis técnicos necessários aos profissionais que ficarão responsáveis por sua execução.

5.2.3 O CONTRATANTE proverá infraestrutura básica para prestação dos produtos e serviços que serão executados em suas dependências, quanto ao espaço físico e mobiliário.

5.3 Será de responsabilidade da contratada, prover aos profissionais envolvidos na execução contratual, dentro e fora de suas dependências, a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de acesso à Internet por meio de banda larga (com e sem fio), microcomputadores, *softwares*,

equipamento de videoconferência, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução contratual.

5.4 A contratada deverá alocar a quantidade de prepostos necessária para garantir a melhor intermediação com o CONTRATANTE, observados os perfis necessários para cada atividade constante da execução contratual.

5.5 Não será permitida a subcontratação de fornecedores especializados pela contratada para a execução dos Produtos e Serviços Essenciais, especificados no Apêndice I.

5.6 Os preços apresentados para execução de quaisquer produtos ou serviços são da exclusiva responsabilidade da contratada, não lhe cabendo pleitear nenhuma alteração posterior, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

5.7 A execução de qualquer produto, serviço ou despesa que envolva o desembolso de recursos deverá ser prévia e expressamente autorizada pelo CONTRATANTE.

6. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIO

6.1 O valor da contratação decorrente do presente certame está estimado em R\$14.196.399,44 (quatorze milhões, cento e noventa e seis mil trezentos e noventa e nove reais e quarenta e quatro centavos), pelos primeiros 12 (doze) meses. O valor para despesas com deslocamento de profissionais a serviço, que corresponde a até 7% (sete por cento), conforme item 8.7, está estimado em R\$993.747,96 (novecentos e noventa e três mil setecentos e quarenta e sete reais e noventa e seis centavos). Sendo assim, o valor estimado total é de **R\$15.190.147,40 (quinze milhões, cento e noventa mil cento e quarenta e sete reais e quarenta centavos)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

6.2 A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2024 consta da Lei Orçamentária Anual - 2024, nas seguintes funcionais programáticas:

a) 24.122.0032.2000 - *Administração da Unidade*

PO 0000 - Administração da Unidade - Despesas Diversas

6.2.1 Se o CONTRATANTE optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

6.2.1.1 Na prorrogação, o CONTRATANTE poderá renegociar os preços praticados com a contratada, em decorrência deste certame, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

6.2.1.2 O CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos preços praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nos preços do mercado, por meio de termo aditivo.

6.3 O CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

6.4 No interesse do CONTRATANTE, a contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no art. 125 da Lei nº 14.133/2021.

7. ESTIMATIVA ANUAL DE EXECUÇÃO

7.1 As quantidades anuais dos Produtos e Serviços Essenciais, previstas no item 2 do Apêndice I, representam apenas estimativas e serão executadas à medida da necessidade e conveniência do CONTRATANTE, que poderá readequá-las, ocasionando distribuição diferente da previamente estabelecida, desde que justificada a alteração e respeitado o valor estabelecido no subitem 6.1, quanto ao valor de investimento para a contratação.

7.1.1 A quantidade anual foi prevista para ser executada, de forma não cumulativa, durante cada vigência contratual de 12 (doze) meses.

8. PAGAMENTO E REMUNERAÇÃO

8.1 Para pagamento e remuneração pela execução dos produtos e serviços previamente autorizados pelo CONTRATANTE, a contratada deverá apresentar os seguintes documentos:

a. 1. Produtos e Serviços Essenciais:

a1) nota fiscal ou fatura emitida, sem rasura, em letra legível, em nome e CNPJ do CONTRATANTE, da qual constará o número do contrato, descrição dos produtos e serviços executados, número da respectiva Ordem de Serviço e as informações para crédito em conta corrente (nome e número do banco, nome e número da agência e número da conta);

a2) documentos de comprovação da execução dos produtos e serviços.

b) Despesas com deslocamentos de profissionais a serviço:

b1) nota de débito, emitida conforme exigências da alínea 'a1', relacionando os meios de transporte contratados, com os respectivos CNPJ, razão social e valores, bem como a quantidade de diárias

necessárias para cobertura das demais despesas envolvidas no deslocamento;

b2) prestação de contas com relatório de viagem.

8.2 O gestor do contrato só atestará a execução dos produtos e serviços e liberará os documentos para pagamento quando cumpridas pela contratada todas as condições pactuadas.

8.2.1 As notas fiscais emitidas pela contratada devem ter em seu verso a seguinte declaração, assinada por funcionário da empresa de comunicação digital responsável pela documentação:

“Atestamos que todos os produtos e serviços descritos no presente documento, prestados por fornecedores especializados, foram entregues /realizados conforme autorizados pelo CONTRATANTE, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução.”

8.2.2 A contratada assumirá, com exclusividade, todos os tributos (impostos e taxas) que forem devidos em decorrência da execução dos produtos e serviços do objeto deste contrato.

8.3 O pagamento dos produtos e serviços será feito em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos no subitem 8.1 e será efetivado por meio de crédito em conta corrente mantida pela contratada.

8.4 Os pagamentos à contratada serão realizados pelos valores decorrentes de:

a) prestação efetivamente realizada de Produtos e Serviços Essenciais;

b) reembolso de despesas com deslocamentos de profissionais a serviço.

8.5 Para pagamento dos Produtos e Serviços Essenciais, dispostos na alínea 'a' do subitem anterior, serão praticados os preços da planilha constante do item 2 do Apêndice I, sobre os quais incidirão de forma linear o desconto constante da Proposta de menor preço, da presente concorrência.

8.6 O reembolso das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço no decorrer da execução contratual será realizado a partir de uma prestação de contas apresentada pela contratada ao CONTRATANTE.

8.6.1 Os deslocamentos de profissionais a serviço deverão estar previstos em Ordem de Serviço, devidamente aprovado pelo gestor do contrato.

8.6.1.1 Para autorização dos deslocamentos, na Ordem de Serviço deverão constar as seguintes informações:

a) nome do profissional;

b) finalidade da viagem;

- c) datas de início e do término da viagem;
- d) preço estimado das passagens;
- e) previsão de quantidade de diárias;
- f) previsão de utilização do adicional de embarque e desembarque (traslado aeroporto/ hotel ou evento/ aeroporto).

8.6.2 Para as passagens aéreas, fica definida a utilização de classe econômica para qualquer profissional nos trechos nacionais ou internacionais.

8.6.2.1 As despesas com passagens aéreas serão reembolsadas pelo CONTRATANTE no valor efetivamente desembolsado pela contratada, com base em 03 (três) orçamentos, com escolha do menor preço ou da melhor relação custo /benefício.

8.6.2.2 As cotações deverão ser datadas e efetuadas junto a empresas distintas que não pertençam a um mesmo grupo societário e poderão ser realizadas nos sítios das respectivas companhias aéreas.

8.6.2.2.1 As cotações deverão ser efetuadas com, pelo menos, 03 (três) dias de antecedência, sendo a impossibilidade justificada pela contratada.

8.6.2.3 Caso não haja possibilidade de apresentar 3 (três) cotações, consideradas as especificidades dos deslocamentos, a contratada deverá justificar o fato, por escrito, ao CONTRATANTE.

8.6.2.4 Nos deslocamentos excepcionais por intermédio de outros meios de transporte, que não o aéreo, o CONTRATANTE poderá aprovar a locomoção com base na apresentação, pela contratada, de orçamentos prévios e prestação de contas em regras similares às das passagens aéreas.

8.6.3 Todas as demais despesas com hospedagem, alimentação, traslados ou qualquer outra envolvida no deslocamento serão pagas pelo CONTRATANTE, por meio de diárias, de acordo com os valores estabelecidos na legislação vigente para a concessão de diárias no âmbito da Administração Pública Federal nas viagens de servidores e colaboradores eventuais a serviço.

8.6.3.1 Para diárias no país, será utilizado o valor referente ao nível "D" de indenização (equivalente ao cargo CCE-13) dos servidores civis, conforme Anexo I do Decreto nº 5.992/2006.

8.6.3.2 Para diárias no exterior, será utilizado o valor referente à Classe "III" de indenização (equivalente ao cargo DAS-4/CCE 13) dos servidores civis, conforme Anexo III do Decreto nº 71.733/1973.

8.6.3.3 Para adicional de embarque e desembarque (traslado aeroporto/hotel ou evento/aeroporto, dentro do território nacional), será utilizado o valor referente ao descrito no art. 8º e anexo II, do Decreto 5.992/2006, sendo reembolsado o valor comprovadamente utilizado, até o limite estabelecido.

8.6.4 A prestação de contas dos deslocamentos de profissionais a serviço deverá ser feita por meio de relatório de viagem a ser apresentado pela contratada ao CONTRATANTE.

8.6.4.1 O relatório de viagem deverá ser apresentado em português, com a caracterização de “reembolso” dos valores em reais, devidamente assinado pelo representante da empresa (identificado pelo nome e cargo), acompanhado dos seguintes documentos:

- a. 1. cotações de preços de passagens para o trecho solicitado;
- b. 1. comprovação de compra da passagem de menor preço;
- c. 1. comprovantes de embarque;
- d. 1. comprovante da utilização do adicional de embarque e desembarque (traslado aeroporto/hotel-evento/aeroporto), constando nome(s) do(s) colaborador(es), endereço da rota de destino, valor e horário.

8.6.5 Para a conversão dos valores em dólar americano para reais, deve ser utilizada a cotação informada pelo Banco Central, no sítio:

<http://www4.bcb.gov.br/pec/taxas/port/ptaxnpesq.asp?id=txcotacao>

8.6.5.1 A data a ser considerada para a cotação deverá ser a da Ordem de Serviço que originou a viagem, e o valor a ser utilizado é o de compra.

8.6.5.2 Como o Banco Central apresenta a cotação com quatro casas decimais, o faturamento deve considerar as quatro casas no cálculo, sendo os centavos arredondados no resultado final, para que o valor a ser ressarcido siga o padrão monetário em reais.

8.6.5.3 Serão considerados para fins de reembolso de despesas, os deslocamentos de profissionais a serviço, realizados fora da cidade sede do CONTRATANTE e fora da base da contratada.

8.7 Para pagamento dos Produtos e Serviços Essenciais não previstos no catálogo constante do Apêndice I e das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais, é destinado, como limite máximo, o percentual de até **7% (sete por cento)** do valor estimado para a execução contratual.

8.8 A contratada obrigará-se a sempre buscar o menor preço com a melhor qualidade para a execução do objeto do contrato.

8.9 O CONTRATANTE, na condição de fonte retentora, fará o desconto e o recolhimento dos tributos e contribuições a que esteja obrigado pela legislação vigente ou superveniente, referente aos pagamentos que efetuar.

8.10 Os pagamentos mediante a emissão de qualquer modalidade de ordem bancária só serão efetivados se a contratada efetuar cobrança de forma a permitir o cumprimento das exigências legais, principalmente no que se refere às retenções tributárias.

8.11 Caso a contratada seja optante pelo Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte – SIMPLES, deverá apresentar, juntamente com a nota fiscal, a devida comprovação, a fim de evitar a retenção na fonte dos tributos e contribuições, conforme legislação em vigor.

8.12 A nota fiscal ou fatura correspondente deverá ser entregue pela contratada, diretamente ao gestor/fiscal do contrato, com a devida comprovação da execução dos produtos e serviços (orçamentos, relatórios e comprovantes).

8.12.1 Havendo erro na nota fiscal ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, os documentos de cobrança serão devolvidos à contratada, e o pagamento ficará pendente até que a contratada providencie as medidas saneadoras. Nessa hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a regularização da situação ou reapresentação do documento fiscal, não acarretando nenhum ônus para o CONTRATANTE.

8.13 No caso de eventual atraso de pagamento, mediante pedido da contratada, o valor devido será atualizado financeiramente, desde que a contratada não tenha concorrido de alguma forma para esse atraso. Para tanto, fica convencionado que o índice de compensação financeira será calculado mediante aplicação da seguinte fórmula:

$$EM = I \times N \times VP$$

Sendo:

EM = Encargos Moratórios;

N = Número de dias entre a data prevista para o pagamento e a do efetivo pagamento;

VP = Valor da parcela a ser paga;

I = Índice de compensação financeira = 0,00016438, assim apurado:

$$I = \frac{(TX)}{365} \quad I = \frac{(6/100)}{365} \quad I = 0,00016438$$

TX = Percentual da taxa anual = 6%

8.13.1 A compensação financeira será incluída na nota fiscal seguinte à da ocorrência.

8.14 Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da contratada, mediante consulta *on-line*, no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF e no sítio do Tribunal Superior do Trabalho.

8.14.1 Se a contratada cadastrada no Sistema Oficial de Registro Cadastral Unificado estiver com a documentação obrigatória vencida, deverá apresentar ao CONTRATANTE Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

8.14.2 Constatada a irregularidade, a contratada será notificada, por escrito, para que no prazo de 5 (cinco) dias regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa, sob pena de rescisão contratual.

8.14.3 O prazo estipulado poderá ser prorrogado a juízo do CONTRATANTE.

8.15 Quaisquer alterações nos dados bancários deverão ser comunicadas ao CONTRATANTE, por meio de carta, ficando sob responsabilidade da contratada os prejuízos decorrentes de pagamentos incorretos devido à falta de informação.

8.16 Os pagamentos efetuados pelo CONTRATANTE não isentam a contratada de suas obrigações e responsabilidades assumidas.

9. REAJUSTE

9.1 O preço dos Produtos e Serviços Essenciais poderá ser reajustado, sendo observada a periodicidade anual, contada da data limite para apresentação da proposta ou do último reajuste, com base na variação comprovada dos preços ocorrida no período.

9.1.1 A contratada deverá apresentar ao CONTRATANTE, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias do vencimento do contrato, o pedido de reajuste do valor a ser praticado nos 12 (doze) meses subsequentes.

9.1.2 É vedada a inclusão de benefícios não previstos na proposta inicial, exceto quando se tornarem obrigatórios por força de instrumento legal, Acordo, Convenção ou Dissídio Coletivo de Trabalho, observado o Art. 6º da Instrução Normativa MP nº 5/2017.

9.2 O reajuste se dará de acordo com a lei vigente, em especial o Decreto nº 1.054/1994, alterado pelo Decreto nº 1.110/1994, a Lei nº 9.069/1995, e a Lei nº 10.192 /2001, ou em conformidade com outra norma que vier a ser editada pelo Poder Público, com base na variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M) Coluna 7, publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, utilizando-se da seguinte fórmula:

$$R = V \times \frac{I - I_0}{I_0}$$

I_0



R	Valor do reajuste procurado
V	Valor contratual do produto ou serviço a ser reajustado
I	Índice relativo à data do reajuste
Io	Índice inicial ou índice de preços na data da entrega da Proposta

10. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E CONTRATANTE

10.1 As obrigações da CONTRATADA e do CONTRATANTE, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, estão estabelecidas nas Cláusulas Quinta e Sexta da **Minuta de Contrato (Anexo III)** deste Edital

11. FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

11.1 O CONTRATANTE fiscalizará a execução dos produtos e serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

11.1.1 Serão nomeados gestor e fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato a ser firmado e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos produtos e serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção.

11.2 A fiscalização pelo CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva da contratada pela perfeita execução dos produtos e serviços.

11.3 A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do CONTRATANTE.

11.4 A contratada adotará as providências necessárias para que a execução de qualquer produto ou serviço considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para o CONTRATANTE.

11.5 A autorização, pelo CONTRATANTE, dos serviços executados pela contratada ou por fornecedores especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação dos serviços.

11.6 A ausência de comunicação por parte do CONTRATANTE, referente à irregularidade ou falhas, não exime a contratada das responsabilidades determinadas no contrato a ser firmado.

11.7 A contratada permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência do contrato a ser firmado, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos produtos e serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

11.8 A contratada se obriga a permitir que a auditoria interna do CONTRATANTE e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso aos documentos e materiais que digam respeito aos produtos e serviços prestados ao CONTRATANTE.

11.9 Ao CONTRATANTE é facultado o acompanhamento da execução dos produtos e serviços objeto do contrato a ser firmado, juntamente com representante credenciado pela contratada.

11.10 O CONTRATANTE poderá, a seu juízo, avaliar o desempenho da contratada quanto ao planejamento e à execução dos produtos e serviços objeto do contrato a ser firmado.

11.10.1 A avaliação será considerada pelo CONTRATANTE para: apurar a necessidade de solicitar da contratada correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela contratada, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

11.10.2 O instrumento de avaliação de desempenho ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

12. 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](#).

LEONARDO WAIDEMAN LIEBANA

Equipe de planejamento



Assinou eletronicamente em 07/05/2024 às 20:19:01.

POLYANA MARIA SANTANA DA SILVA

Equipe de Planejamento

 Assinou eletronicamente em 07/05/2024 às 19:56:04.

Lista de Anexos

Atenção: Apenas arquivos nos formatos ".pdf", ".txt", ".jpg", ".jpeg", ".gif" e ".png" enumerados abaixo são anexados diretamente a este documento.

- Anexo I - APENDICE I - Servicos Essenciais - MCOM - DIGITAL.pdf (1.03 MB)
- Anexo II - Apendice II - IMR Digital.pdf (658.07 KB)
- Anexo III - APENDICE III e III-A - Propostas Tecnicas - Digital.pdf (927.81 KB)
- Anexo IV - Apendice IV e IV-A - Proposta de Precos - Digital.pdf (671.58 KB)

**Anexo I - APENDICE I - Serviços Essenciais - MCOM -
DIGITAL.pdf**

APÊNDICE I

PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

1. ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

1.1 Design

1.1.1 Elemento Gráfico para Propriedade Digital

Descritivo: Criação ou adaptação de elemento gráfico para identificar ação, tema ou programa em propriedade digital, a partir de *briefing* do Ministério das Comunicações.

Entregas: Arquivo digital editável.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência da proposta ao *briefing* e ao tema.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tipo de serviço realizado.

Complexidade:

Baixa	Adaptação de elemento gráfico.
Alta	Criação de elemento gráfico.

Prazo de entrega: Até 3 dias.

1.2 Apresentação

1.2.1 Apresentação e Diagramação

Descritivo: Planejamento e execução do roteiro de uma apresentação, contendo o detalhamento escrito para uma apresentação, com ou sem elementos visuais, bem como sua diagramação com ou sem animação.

Entregas: Arquivo texto com o roteiro detalhado da apresentação, e arquivo digital com a apresentação gráfica.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação ao *briefing*.

- Aderência ao tema proposto.
- Conformidade técnica em relação ao roteiro.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de laudas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 10 Slides. Prazo de entrega: Sem animação – até 2 dias. Com animação - até 4 dias.
Média	De 11 a 20 Slides. Prazo de entrega: Sem animação – até 4 dias. Com animação - até 8 dias.
Alta	Acima de 21 Slides. Prazo de entrega: Sem animação – até 10 dias. Com animação - até 15 dias.

1.3 Planejamento Estratégico

1.3.1 Mapeamento de Presença Digital

Descritivo: Elaboração de diagnóstico sobre os ambientes digitais empregados pelo Ministério das Comunicações para expor sua marca na internet e nas redes sociais. O mapeamento compreende as seguintes atividades:

- Identificação, junto com a equipe do Ministério das Comunicações, dos principais assuntos tratados pela pasta, seus públicos e necessidades de comunicação.
- Análise editorial das propriedades digitais.
- Análise da arquitetura de informação.
- Análise da presença digital em ferramentas de busca.
- Análise da atuação da ativação nas redes sociais.
- Identificação do nível de penetração dos ambientes digitais do MCom.
- Produção de relatório com recomendações de boas práticas para as propriedades digitais do MCom.

Entregas:

- Arquivo de apresentação gráfica contendo a síntese das análises realizadas e recomendações para cada uma das propriedades digitais, com exemplos de boas práticas e sugestões de melhoria na forma de atuação do MCom;

- Arquivo texto com detalhamento do mapeamento e diagnósticos realizados, recomendações para cada uma das propriedades digitais, com exemplos de boas práticas e sugestões de melhoria na forma de atuação do MCom.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência do mapeamento.
- Consistência do diagnóstico.
- Adequação e aplicabilidade das recomendações.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de propriedades digitais levantadas e analisadas.

Complexidade:

Baixa	Até 5 canais.
Média	De 6 a 10 canais.
Alta	Acima de 10 canais.

Prazo de entrega: Até 30 dias.

1.3.2 Diagnóstico e Matriz Estratégica

Descritivo: Levantamento de informações e análise da presença digital do MCom e de suas temáticas, que subsidiarão a elaboração da sua matriz estratégica e do seu plano de ação digital. O diagnóstico e a elaboração da matriz estratégica compreendem as seguintes atividades:

- Entrevistas exploratórias presenciais com representantes do MCom para o levantamento de insumos.
- Levantamento de públicos, desejos, insumos, potencialidades, fraquezas, oportunidades e ameaças.
- Benchmarking.
- Definição do objetivo da presença digital do MCom e suas temáticas.
- Indicação dos canais de atuação e propriedades digitais.
- Desenvolvimento da matriz estratégica, com a consolidação do objetivo da presença digital do MCom e suas temáticas.
- Proposição do mapa do sítio, com indicação das áreas específicas do MCom e suas temáticas, quando couber.
- Proposição de um plano de ação digital, com recomendação de canais.
- Proposição conceitual dos indicadores de avaliação de *performance* estratégica (os indicadores deverão ser reavaliados após a entrega do sítio, de acordo com os objetivos sazonais do MCom).

- Indicação de parceiros, recursos, gestores e ferramentas necessárias para o sucesso do projeto.

Entregas:

- Arquivo texto detalhado, contendo as informações identificadas e o diagnóstico.
- Arquivo de apresentação gráfica contendo o Planejamento de Comunicação Digital.
- Planilha comparativa com o benchmarking utilizado no diagnóstico da matriz estratégica.
- Arquivo texto detalhado, contendo a estratégia concebida na matriz estratégica.
- Arquivo texto contendo proposição do mapa do sítio, com indicação das áreas específicas do MCom, quando couber.
- Recomendações.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Consistência do mapeamento e do diagnóstico realizado.
- Aplicabilidade e aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal.
- Consistência das recomendações produzidas.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de canais a serem diagnosticados.

Complexidade:

Baixa	Até 5 canais.
Média	De 6 a 10 canais.
Alta	Acima de 10 canais.

Prazo de entrega: Até 30 dias.

1.3.3 Diagnóstico de Conteúdo

Descritivo: Realização de análise dos conteúdos produzidos pelo MCom, considerando a adequação do tema, do público-alvo e do formato utilizado. O diagnóstico de conteúdo orientará as etapas de macroarquitetura padrão, projeto editorial e produção de conteúdo. O diagnóstico compreende as seguintes atividades:

- Mapeamento do conteúdo disponibilizado nos canais de comunicação digital do MCom considerando, quando for o caso, propriedades prioritárias, secundárias e terciárias de sítios/portais e redes sociais.
- Análise editorial do ambiente de comunicação digital do MCom, considerando: adequação de linguagem (clareza, qualidade de títulos e conteúdos), qualidade geral dos conteúdos, hierarquia de chamadas e conteúdos, organização geral das chamadas e dos conteúdos, aprofundamento de conteúdos, duplicidade ou não de informações,

cruzamento de conteúdo, atualização frequente (ou falta de) de conteúdos, otimização e acabamento de conteúdos, acessibilidade.

- Análise imagética do ambiente de comunicação digital do MCom.
- Análise de vídeos publicados no ambiente de comunicação digital do MCom.
- Elaboração de recomendações de melhorias.

Entregas: Arquivo texto com informações identificadas, diagnóstico e respectivas recomendações.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência e qualidade do diagnóstico.
- Consistência e aplicabilidade das recomendações.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 20 dias.

1.3.4 Planejamento de Conteúdo

Descritivo: Estabelecer, a partir de *briefing* de projetos a abordagem a ser dada ao conteúdo, com o objetivo de orientar a produção de conteúdos em ambientes digitais. O planejamento de conteúdo orientará as etapas de macroarquitetura padrão, projeto editorial e produção de conteúdo. O serviço compreende as seguintes atividades:

- Definição de temas a serem abordados para o projeto específico.
- Levantamento de insumos de conteúdo disponíveis para tratamento do tema.
- Definição de linguagem para públicos indicados na etapa de planejamento estratégico.
- Definição de hierarquia dos conteúdos apresentados.
- Indicação, quando couber, de diretrizes editoriais para produção de conteúdos aplicados ao tema (infográficos, edição de vídeos, criação de títulos, tratamento de textos e aplicação de políticas de tagueamento).
- Elaboração de diretrizes editoriais para criação de infográficos.
- Elaboração de diretrizes editoriais para criação e edição de vídeos;
- Elaboração de diretrizes editoriais para criação de títulos, chamadas, tratamento de textos e aplicação de políticas de tagueamento, seguindo os padrões de indexação de conteúdo do Governo Federal (ex: Vocabulário Controlado do Governo Eletrônico - VCGE).
- Definição de macrotemas e construção de mapa de conteúdos.

Entregas:

- Arquivo texto contendo o Planejamento de Conteúdo, com detalhamento das diretrizes editoriais e orientações para a produção de conteúdo das propriedades digitais do MCom;

- Arquivo de apresentação gráfica com o resumo das diretrizes e orientações.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência, consistência e aplicabilidade do planejamento editorial proposto.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Serviço mensal continuado.

1.3.5 Diagnóstico de Saúde Digital de Marca ou Tema

Descritivo: Elaboração de diagnóstico de saúde digital de marca ou tema, incluindo análise da percepção da marca e/ou do MCom no ambiente digital, redes sociais, blogs, portais e sites especializados, e identificação de influenciadores (detratores, evangelistas etc.), temas mais comentados, oportunidades, ameaças e saúde da marca. A elaboração do diagnóstico deve ter como premissas a análise de período suficiente para encontrar padrões e tendências, a definição de critérios para escolha de fontes e quantidade de blogs, redes, grupos ou portais especializados a serem analisados, e avaliação qualitativa contendo análise política, sociológica e comportamento de consumo.

Entregas: Diagnóstico completo da marca.

- Volume total de menções da marca nas redes sociais.
- Regionalização e origens de menções.
- Principais temas comentados.
- Análise dos principais influenciadores em fichas individualizadas.
- Análise de oportunidades de mercado detectadas.
- Análise de rankings de assuntos.
- Análise da saúde do tema (positivo/negativo).
- Análise da percepção do público (consumidores, cidadãos ou usuários) sobre o segmento de atuação em que a marca está inserida.
- Detalhamento claro sobre o formato do mercado nas redes sociais, indicando a melhor maneira de trabalhá-lo.
- Elaboração de recomendações para aprimorar a saúde da marca.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência e qualidade das informações e do diagnóstico.
- Consistência e aplicabilidade das recomendações.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 20 dias.

1.3.6 Gestão da Rede de Influenciadores Digitais

Descritivo: Realização de acompanhamento evolutivo de mapa de influenciadores anteriormente produzido. A elaboração do relatório de acompanhamento contempla as seguintes atividades:

- Atualização evolutiva de determinado mapa social.
- Acompanhamento de postagens/conteúdos nos ambientes digitais e análise da evolução do relacionamento com influenciadores digitais.
- Análise de sentimentos das postagens dos perfis identificados.
- Indicação/sugestão de ações de comunicação ou relacionamento ou corretivas por clusters definidos no mapa.

Entregas:

- Relatório contendo o mapa atualizado de influenciadores (com o detalhamento, quando couber, de públicos, canais, universo de impacto, e ranqueamento de audiência).
- Fichas individuais atualizadas com o perfil detalhado e o posicionamento em relação ao MCom e suas temáticas, análise das informações coletadas e recomendações que resultem na ativação e engajamento de influenciadores.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência e qualidade das informações coletadas.
- Consistência das análises.
- Aplicabilidade das recomendações.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Número de influenciadores.
- Quantidade de canais.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 50 influenciadores. Até 5 canais digitais. Prazo de entrega: Até 10 dias.
-------	---

1.3.7 Planejamento Estratégico de Comunicação Digital

Descritivo: Realização dos seguintes tipos de atividades para planejamento de comunicação e/ou atuação estratégica em determinado projeto:

- Identificação do objetivo estratégico da ação.
- Reunião com a equipe do MCom para discussão do *briefing*, esclarecimento dos pontos de atenção e definição sobre os resultados a serem obtidos.
- Levantamento de insumos disponíveis e necessários junto ao MCom.
- Análise do contexto: estudo sobre as presenças digitais relacionadas ao projeto, com crítica analítica sobre os aspectos estratégicos das propriedades digitais.
- Análise do público interno e externos.
- Estudo exploratório sobre as necessidade e expectativas de cada público em relação ao projeto.
- Levantamento e análise de boas práticas (benchmarking).
- Levantamento da Matriz *Swot* (ameaças, oportunidades, pontos fracos e pontos fortes).
- Proposição de plano de ação contemplando os canais a serem envolvidos e tipos de conteúdos a serem utilizados, com recomendações de linguagem e formatos.
- Definição de objetivos de comunicação e diretrizes estratégicas.
- Indicação dos canais de atuação e direcionamentos estratégicos em cada canal.
- Proposição de indicadores de avaliação de *performance* (KPI's).

Entregas: Arquivo texto e de apresentação, contendo a proposta de planejamento estratégico.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência, consistência e aplicabilidade do planejamento proposto.
- Aderência do planejamento às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 30 dias.

1.4 Planejamento Tático

1.4.1 Plano de Tagueamento de Propriedade Digital

Descritivo: Elaboração de plano para criação e orientação de implementação de metatags de acompanhamento de dados de acesso em uma propriedade digital.

Entregas:

- Mapa de tagueamento.
- Tabela de aplicação de tags.
- Relatório de validação de implementação.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade do estudo realizado.
- Abrangência e aplicabilidade das recomendações.
- Aderência ao *briefing* e às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Porte da propriedade digital.

Complexidade:

Baixa	Hotsite
Média	Site
Alta	Portal

Prazo de entrega: Até 10 dias.

1.4.2 Projeto Editorial para ambientes digitais

Descritivo: Execução das seguintes atividades:

- Indicação de produção de novos conteúdos com definição de pautas e formatos digitais;
- Consolidação da planilha de migração de conteúdo (de/para);
- Mapeamento de conteúdos relevantes de outros portais relacionados;
- Indicação de script de migração;
- Indicação de backup de conteúdo.

Entregas: Arquivo texto detalhado e/ou arquivo de planilha eletrônica contendo a consolidação do Projeto Editorial digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal.
- Abrangência e aplicabilidade das recomendações.

Características consideradas na classificação da complexidade: não há.

Prazo de entrega: Até 20 dias.

1.5 Métricas e Avaliações

1.5.1 Relatório de Análise de Propriedade Digital

Descritivo: Elaboração de relatório de *performance*, compreendendo as seguintes atividades:

- Levantamento de dados de *performance* da propriedade digital do MCom (acessos, visitas, localidades, tipos de conexões).
- Cruzamento entre o planejamento das páginas principais, as ocorrências do mês e os resultados.
- Análise do impacto de acessos a novos conteúdos e de novas funcionalidades inseridas na propriedade digital durante a semana.
- Análise de picos e vales.
- Elaboração de relação de ocorrências relevantes.
- Indicação, nos gráficos, das principais ocorrências.
- Recomendações de melhorias.

Entregas: Relatório semanal, em arquivo de apresentação e arquivo texto, contendo as ocorrências, dados de *performance*, análises realizadas e recomendações de melhorias.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência das informações coletadas.
- Qualidade da análise realizada.
- Consistência das recomendações.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Serviço mensal continuado. Entregas semanais, no primeiro dia útil da semana subsequente.

1.5.2 Relatório de Desempenho de Redes Sociais

Descritivo: Elaboração de análise do desempenho de perfis de redes sociais para subsidiar a produção de conteúdo e ações interativas. A elaboração do relatório compreende as seguintes atividades:

- Análise do desempenho de comunicação digital nas redes sociais.
- Identificação do grau de sentimentalização, classificação (tagueamento) e análise das interações de internautas com as redes sociais em questão.
- Indicação da *performance* do perfil nas redes sociais do órgão/entidade, incluindo número de seguidores, perfis, compartilhamentos, comentários, acessos, tipos de conexões, e origem de tráfego.
- Cruzamento entre postagens, interações e resultados.
- Análise do impacto de postagens.
- Análise dos picos.
- Relação de ocorrências relevantes.
- Recomendações de melhorias.

Entregas: Relatório consolidado, em arquivo de apresentação, contendo informações coletadas, análises realizadas e recomendações.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência das informações coletadas.
- Qualidade da análise realizada.
- Consistência das recomendações.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Mensal, com entrega até o 5º dia útil do mês subsequente.

1.5.3 Relatório Estratégico Gerencial de Monitoramento

Descritivo: Elaboração de análise de tema específico, a partir de dados coletados por meio de monitoramento de redes sociais e levantamento de informações estratégicas, para apoio à tomada de decisão e proposição de sugestões para ações de comunicação.

Entregas: Relatório, em arquivo de apresentação, contendo as informações coletadas, análise realizada e recomendações.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência e qualidade das informações coletadas.
- Clareza e consistência da análise.
- Consistência das recomendações.
- Tempestividade no atendimento.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: De acordo com o tipo de demanda.

1.6 Conteúdo

1.6.1 Montagem e Criação de Capa/Página de Sítio/Portal

Descritivo: Elaboração e publicação de página agregadora de conteúdo de nova editoria ou novo tema, de acordo com *briefing*. A página deverá abrigar conteúdos em formatos variados e sua criação deve contemplar as seguintes etapas:

- Arquitetura e Design: definição de formatos e quantidade de conteúdos da página; elaboração da hierarquia de informação, de acordo com o objetivo de comunicação

definido para a ação; estudo e escolha dos módulos para construção da página e apresentação do conteúdo selecionado; e desenho da página, para orientação da equipe de conteúdo e publicação.

- Verificação da viabilidade da proposta em relação ao uso dos módulos disponíveis.
- Publicação da página.

Entregas: Capa/página produzida e publicada, e imagem (print) das telas criadas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade e aplicabilidade do projeto proposto.
- Atendimento ao *briefing*.

Características consideradas na classificação da complexidade: Tipos de conteúdos considerados para aplicação na página.

Complexidade:

Baixa	Até 5 itens
-------	-------------

Prazo de entrega: Até uma hora.

1.6.2 Atualização de Página de Sítio/Portal

Descritivo: Substituição de todos os destaques nos formatos de texto, áudio, foto, vídeo, infográfico e banner, conforme planejamento do Mcom. A atualização de página compreende as seguintes atividades:

- Elaboração de proposta de destaques, a partir de planejamento de conteúdos do MCom.
- Produção de chamadas.
- Seleção de imagens.
- Publicação dos destaques.

Entregas:

- Páginas atualizadas.
- Relatório mensal, em arquivo de planilha eletrônica, com nome e link do local de publicação da página principal e imagens (prints) das peças.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Cumprimento do planejamento estabelecido.
- Aderência à linha editorial do sítio/portal.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de itens publicados.

Complexidade:

Baixa	Publicação de até 5 itens.
Média	Publicação de 6 a 15 itens.

Prazo de entrega: Até uma hora.

1.6.3 Pauta

Descritivo: Elaboração de documento com o detalhamento e definição de tipos de conteúdos, abordagens, formatos e indicação de fontes, para divulgação de determinado tema em uma propriedade digital e nas redes sociais.

Entregas: Documento com a pauta, em arquivo texto e arquivo de planilha eletrônica.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade da proposta, considerando conteúdo, formato, abordagem e aderência ao projeto editorial e ao tema.

Características consideradas na e classificação da complexidade:

- Quantidade de itens previstos/planejados por área/seção.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	De 3 a 6 itens para uma seção/área. Prazo de entrega: Até 2 dias.
Média	De 7 a 12 itens previstos/pensados para uma seção/área. Prazo de entrega: Até 7 dias.

1.6.4 Pesquisa Iconográfica

Descritivo: Realização de pesquisa e seleção de imagens em bancos de imagens gratuitos e pagos. As imagens selecionadas devem ser identificadas e organizadas conforme as especificidades do MCom para o armazenamento de imagens.

Entregas: Arquivo digital contendo as imagens selecionadas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência ao *briefing*, ao projeto editorial e à pauta.
- Qualidade da resolução das imagens.
- Organização e descrição das imagens conforme as necessidades do MCom

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Serviço mensal continuado.

1.6.5 Publicação de Conteúdo

Descritivo: Publicação e tagueamento de conteúdo (foto e legenda, fotolegenda, áudio, vídeo, infográfico, arquivo digital, banner, texto, dados e informação).

Entregas: Conteúdo publicado e tagueado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Tempestividade no atendimento.
- Qualidade do conteúdo publicado.
- Correção ortográfica.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Serviço mensal continuado.

1.7 Peças Digitais

1.7.1 Infográfico

Descritivo: Criação e produção de conteúdo com a utilização de recursos gráficos e/ou interativos e textos breves.

Entregas: Arquivo de imagem digital em alta resolução e arquivo digital aberto.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação ao *briefing*.
- Clareza, didatismo, objetividade, criatividade e atratividade visual.
- Correção ortográfica.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tipos de elementos que compõem o infográfico.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Infográfico estático, com aplicação de imagem e edição simples na composição. Prazo de entrega: Até 3 dias.
Média	Infográfico estático, com montagem de um gráfico ou de um fluxo complexo. Prazo de entrega: Até 5 dias.
Alta	Infográfico animado, com variação de comportamento nos frames, com montagem e criação com duas ou mais telas ou gráficos, ou fluxos mais complexos. Prazo de entrega: Até 7 dias.

1.7.2 Banners ou Artes

Descritivo: Criação e produção de peça gráfica digital, com conteúdo estático, animado ou interativo. Criação de peça baseada no conceito criativo. Contempla layout, redação e revisão em peça estática ou animada para veiculação em sites, blogs, portais, mídias sociais, entre outros meios, em formatos diversos nas seguintes extensões: jpeg, png, gif ou na versão mais atualizada.

Entregas: Arquivo de imagem digital e arquivo digital aberto.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação ao *briefing*.
- Clareza, objetividade, criatividade, atratividade, correção ortográfica.
- Correta aplicação de logomarcas.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tipo de elemento utilizado na elaboração do banner.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Banner estático. Prazo de entrega: Até 2 dias.
Média	Banner animado.

	Prazo de entrega: Até 3 dias.
Alta	Banner interativo. Prazo de entrega: Até 5 dias.

1.7.3 Adaptação de Banners ou Artes

Descritivo: Adaptação de banner já produzido a outro formato, com ou sem inclusão de elementos (vídeo, áudio).

Entregas: Arquivo de imagem digital e arquivo digital aberto.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação ao *briefing* e criatividade.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tipo de alteração utilizada na adaptação.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Adaptação de banner, com alteração de dimensões, ajustes de texto e troca de imagem. Prazo de entrega: Até 1 dia útil.
Média	Adaptação de banner, com alteração de formato, rediagramação, com ou sem animação. Prazo de entrega: Até 3 dias.
Alta	Adaptação de banner, com inclusão de elementos multimídia (vídeo, áudio). Prazo de entrega: Até 5 dias.

1.8 Produção de Audiovisual

1.8.1 Tutoriais

Descritivo: Produção de vídeo com roteiro, captação e edição, com locução, lettering e trilha sonora.

Entregas: Arquivo de vídeo gravado e editado com imagens e áudio captados.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação ao *briefing*.

- Clareza, didatismo, objetividade, criatividade e atratividade visual.

Características consideradas na classificação da complexidade: tempo.

Complexidade:

Baixa	Roteiro e captação de até 2 minutos através de plataforma de captação de telas da operação de site ou aplicativo, com lettering de apoio.
Média	Roteiro e captação entre 2 e 4 minutos, por meio de plataforma de captação de imagens da operação de site ou aplicativo, com narração e lettering de apoio.

Prazo de entrega: Até 5 dias.

1.8.2 Reportagem em Vídeo (Vídeo Release)

Descritivo: Vídeo reportagem elaborado a partir de *briefing* e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de roteiro criado para a realização do vídeo. Os personagens e profissionais 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.

Entregas: 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.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial do material em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado.

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

Baixa	1 dia de captação e produção. Equipe composta de 1 repórter, 1 câmera, 1 assistente. Pós-produção restrita à edição do material captado. Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após a captação.
Média	Até 2 dias de captação e produção.

	Equipe composta de 1 repórter, 1 câmera, 1 produtor, 2 assistentes. Pós-produção com edição do material captado e sonorização. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis após encerrada a captação.
Alta	De 2 a 5 dias de captação e produção. Equipe composta de 1 diretor de fotografia, 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 produtor, 4 assistentes. Pós-produção com edição do material captado, sonorização e computação gráfica. Prazo de entrega: Até 15 dias úteis após encerrada a captação.

1.8.3 Vídeo Depoimento

Descritivo: Vídeo para captação de um ou mais depoimentos sobre tema específico. Elaborado a partir de *briefing* e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de um roteiro aprovado pelo órgão/entidade. 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.

Entregas: Arquivo de texto contendo o roteiro aprovado pelo órgão/entidade, arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para uso em TV e internet, intranet ou outro meio de comunicação do MCOM, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial do material em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado.

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

Baixa	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, 1 assistente. Pós-produção restrita à edição do material captado. Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após a captação.
Média	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, 1 produtor, 2 assistentes. Pós-produção com edição do material captado e sonorização. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis após a captação.

Alta	De 2 dias a 5 dias de captação e produção. Gravação acima de 6 até 10 depoimentos com duração individual de até 1 minuto. Equipe composta de 1 diretor de fotografia, 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 produtor, 4 assistentes. Pós-produção com edição do material captado, sonorização e computação gráfica. Prazo de entrega: Até 15 dias úteis após encerrada a captação.
------	--

1.8.4 Vídeo Premium

Descrição: Vídeo com direção realizada por um diretor de externa experiente em conteúdo e formatos diferenciados de captação (exemplo: uma captação mais dinâmica com entrevistado em movimento ou em ação ou que necessite de uma escolha de locações, enquadramentos e conteúdo diferenciados), em conteúdo e roteiro jornalístico/publicitário/cinematográfico. Os equipamentos para captação devem ser de última geração com recursos que possibilitam um vídeo mais diferenciado quanto a parte estética e de áudio. A edição deve contar com ilha com mais recursos, editor e diretor de arte sênior. Pode ser aplicada até mesmo arte 3D e HD. Esse vídeo deverá contar também com trilha sonora exclusiva composta. Nesse vídeo deve ter mais recursos e capacidade técnica para inovar com o máximo de qualidade.

Entregas: Arquivo texto contendo o roteiro de edição finalizado, arquivos de vídeo em alta resolução (HD) para uso em TV e internet, documentos de cessão dos direitos autorais e uso de imagem em arquivo digitalizado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Avaliação da reportagem em relação à pauta planejada.
- Qualidade técnica do vídeo em relação ao briefing e aos roteiros aprovados.
- Qualidade editorial do vídeo em relação ao briefing e aos roteiros aprovados.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de dias de captação e produção.

Complexidade:

Baixa	1 dia de captação e produção. Prazo de entrega: até 5 dias após a captação
Média	2 dias de captação e produção. Prazo de entrega: até 5 dias após a captação
Alta	3 dias de captação e produção. Prazo de entrega: até 5 dias após a captação

1.8.5 Vídeo Animação (Motion ou Cartelado)

Descritivo: Produção de vídeo com utilização de técnica de animação (ilustrações, gráficos, tabelas, desenhos e/ou ícones), a partir de briefing e de roteiro previamente aprovado pelo MCom. O vídeo deve ser transcrito e legendado no idioma português, e se necessário em inglês e espanhol. O custo deve prever a equipe e os equipamentos necessários para a produção do vídeo, incluindo edição, letterings e trilha. (direção de edição, editor, diretor de arte, sonorização).

Entregas:

- Arquivo texto contendo o roteiro finalizado.
- Arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para uso em internet e redes sociais.
- Cópia dos documentos de cessão de direitos autorais em arquivo digitalizado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial do vídeo em relação ao briefing e ao roteiro aprovados.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Técnica de elaboração, em 2D ou 3D.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Produção de vídeo com roteiro, animação e edição entre 1 a 3 minutos, com até 2 personagens em 2D. Prazo de entrega: Até 3 dias.
Média	Produção de vídeo com roteiro, animação e edição entre 3 a 5 minutos, com até 4 personagens em 2D. Prazo de entrega: Até 5 dias.
Alta	Produção de vídeo com roteiro, animação e edição entre 5 a 7 minutos, com 5 ou mais personagens em 3D. Prazo de entrega: Até 10 dias.

1.8.6 Vídeo Colagem

Descritivo: Produção de vídeo com utilização de técnicas de videocolagem (incluindo animações e imagens), a partir de briefing e de roteiro previamente aprovado pelo MCom. O vídeo deve ser transcrito e legendado em português. O custo deve prever a equipe e os equipamentos necessários para a produção do vídeo, incluindo edição, letterings e trilha. (diretor, direção de edição, diretor de fotografia, produtor, produtor de objetos, assistente de câmera/eletricista, maquinista, edição, arte e sonorização).

Entregas:

- Arquivo texto contendo o roteiro finalizado.
- Arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para uso na internet, nas redes sociais do

MCom.

- Cópia dos documentos de cessão de direitos autorais em arquivo digitalizado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial do vídeo em relação ao briefing e ao roteiro aprovados.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Duração do vídeo.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Duração de até 1 minuto. Prazo de entrega: Até 3 dias.
Média	Duração acima de 1 e até 3 minutos. Prazo de entrega: Até 5 dias.
Alta	Duração acima de 3 minutos. Prazo de entrega: Até 8 dias.

1.8.7 Videocast

Descritivo: Captação e edição de vídeo, a partir de briefing e de roteiro previamente aprovado pelo MCom, para produção de conteúdo em formato videocast. Roteiro, nome, vinheta de abertura e fechamento com gravação e edição de videocast sobre tema de interesse.

Entregas: Arquivo de vídeo.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial em relação ao briefing.

Características consideradas na classificação da complexidade: tempo de gravação.

Média	Gravação e edição de videocast sobre tema de interesse entre 30 minutos e 1 hora.
-------	---

Prazo de entrega: Até 3 dias.

1.8.8 Reedição de Vídeo

Descritivo: Reedição de áudio/vídeo, a partir de arquivo já existente

Entregas: Arquivo de vídeo reeditado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo
- Qualidade técnica da reedição.

Características consideradas na classificação da complexidade: não se aplica.

Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.

1.8.9 Corte de Vídeo

Descritivo: Realização de corte em vídeo já produzido.

Entregas: Arquivo de vídeo com corte realizado em alta resolução (HD).

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo
- Qualidade técnica
- Conformidade com o briefing

Características consideradas na classificação da complexidade: não se aplica.

Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.

1.8.10 Transmissão e gravação ao vivo para Ambiente Digital

Descritivo: Gravação e transmissão ao vivo em redes sociais ou em canal proprietário de palestras, seminários ou eventos de até 90 minutos, considerando entrega de material após a transmissão.

O serviço contempla as seguintes atividades:

- Indicação e provimento de soluções tecnológicas para transmissão ao vivo de áudio e vídeo.
- Suporte de tecnologia e atendimento para equipe local.
- Gravação do vídeo.

Entregas: Arquivo de vídeo gravado com imagens e áudio captados, sem edição ou cortes, e relatório de atividades realizadas para a viabilização da transmissão.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica da transmissão e do vídeo gravado.

Complexidade:

Baixa	Gravação e transmissão ao vivo em redes sociais ou em canal proprietário de palestras ou eventos de até 90 minutos considerando entrega do material após a transmissão.
-------	---

Prazo de entrega: Até 1 dia após a atividade.

1.8.11 Criação de Vinheta

Descritivo: Criação de mensagem simples, de curta duração, para utilização em ambientes digitais. A vinheta pode conter texto, imagem, áudio, arte gráfica, animação, conforme solução escolhida para atendimento ao briefing.

Entregas: Vinheta em alta resolução (HD) para uso na internet ou em formato de áudio, conforme a solução aprovada.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica.
- Aderência em relação ao tema e ao briefing.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 15 dias.

1.8.12 Jingles

Descritivo: produção, redação e edição de jingles e músicas temáticas, a partir de briefing, para utilização em redes sociais, incluindo casting de músicos e compositores.

Entregas: Arquivo de áudio em formato MP3 e roteiro aprovado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência em relação ao tema e ao briefing.
- Adaptabilidade das pautas e das diretrizes editoriais

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.

1.8.13 Libras em Vídeo

Descritivo: Tradução, gravação e inserção de janela de Língua Brasileira de Sinais (Libras) em vídeo.

Entregas: Arquivo de vídeo com a tradução em libras aplicada, em alta resolução (HD) para uso na internet, nas redes sociais.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica da aplicação.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 2 dias.

1.9 Redes Sociais

1.9.1 Conteúdo para Redes Sociais

Descritivo: Produção e publicação de posts para redes sociais, a partir de pauta previamente aprovada. Envolve a elaboração de texto, edição de imagens e tagueamento.

Entregas: Relatório mensal com a descrição e comprovação das tarefas realizadas, entregue em versão digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação de atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adoção das fontes e insumos fornecidos pelo Órgão.
- Tempestividade no atendimento.
- Aderência à pauta.
- Qualidade do conteúdo produzido.
- Correção ortográfica.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade: Volume de conteúdos produzidos.

Complexidade:

Baixa	Produção de 1 a 100 conteúdos.
Média	Produção de 101 a 500 conteúdos.

Prazo de entrega: Mensal.

1.9.2 Gerenciamento de Redes Sociais

Descritivo: Gerenciamento de perfis em redes sociais, contemplando a identificação, análise e execução de ações tais como: monitoramento, resposta, exclusão etc. As

intervenções são pontuais e de rápida execução, sem necessidade de elaboração de projetos ou documentos mais elaborados. A moderação compreende as seguintes atividades:

- Acompanhamento permanente dos perfis (24 horas, 7 dias por semana).
- Leitura e classificação (neutra, positiva e negativa) de todas as interações.
- Articulação com interlocutores relacionados ao tema para a elaboração de respostas.
- Elaboração e postagem de respostas.
- Análise das ações realizadas e recomendações de melhorias.

Entregas: Relatório mensal, em versão digital, com a descrição e comprovação e análise das tarefas realizadas, com indicação de falhas e ações assertivas e recomendações de melhorias.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Tempestividade e qualidade da moderação, das interações e das análises.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de interações.

Complexidade:

Baixa	Moderação de até 100 mil comentários/mês.
Média	Moderação de até 100 mil até 500 mil comentários/mês.

Prazo de entrega: Mensal.

1.9.3 Monitoramento de Redes Sociais

Descritivo: Acompanhar de forma permanente (24x7) com apoio de ferramenta de monitoramento a imagem do órgão/tema em veículos online 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 posts/notícias que comprovem esta explicação;

Entregas:

- a) Relatório diário em horário a ser definido pelo gestor do contrato (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 nas redes sociais);

b) 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 cliente;

c) 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 monitorados. Deve ser algo direto e objetivo, algo como 3 slides que resumam bem e de forma clara o que foi a semana;

d) 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;

e) 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;
- qualidade das análises;
- alertas feitos de forma coerente e com relevância.

Método de classificação da complexidade: quantidade de menções.

Complexidade:

Baixa	Monitoramento até 10 mil comentários/mês. Prazo de entrega: conforme especificado nos entregáveis.
-------	---

1.9.4 Cobertura de eventos para redes sociais

Descritivo: Cobertura, nas redes sociais, de eventos relevantes para o Ministério. Envolve a criação de roteiro de cobertura, captação de imagens via celular, edição de imagens, publicações nas redes e tagueamento.

Entregas: Relatório mensal com: listagem das tarefas realizadas; e visão consolidada das tarefas realizadas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- fontes e insumos fornecidos pelo órgão/tema;
- Cumprimento do Prazo;
- Atendimento das necessidades ou problemática apontada pelo Órgão/Tema;

Método de classificação da complexidade: volume de coberturas.

Complexidade:

Baixa	Cobertura de 1 a 15 eventos Prazo de entrega: serviço mensal
-------	---

1.9.5 **Relações Públicas Digitais**

Descritivo: Mapeamento de lideranças digitais afetos aos temas a serem trabalhados pelo governo, a partir de briefing; contato contínuo e acompanhamento de demandas.

Entregas: Relatório mensal com: listagem das tarefas realizadas; e visão consolidada das tarefas realizadas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Fontes e insumos fornecidos pelo órgão/tema;
- Cumprimento do Prazo;
- Atendimento das necessidades ou problemática apontada pelo Órgão/Tema;

Método de classificação da complexidade: volume mensal de contatos acompanhados.

Complexidade:

Baixa	Cobertura de 1 a 100 contatos Prazo de entrega: serviço mensal
-------	---

1.10 **Manuais**

1.10.1 **Manual de Boas Práticas para Indexação de Conteúdo**

Descritivo: Elaboração de manual orientador que apresente de maneira didática, clara e simples as boas práticas na otimização de conteúdo nas propriedades digitais do MCom, abrangendo conteúdos de texto, imagem, vídeos, áudios e apresentações.

Entregas: Arquivo texto com conteúdo elaborado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica, clareza das informações e eficácia da proposta.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 20 dias.

1.10.2 **Elaboração de Manual Visual (Guia de Estilo)**

Descritivo: Elaboração de manual de estilo com orientações para montagem de propriedade digital, direcionado para equipes técnicas. O manual deve ser organizado por capítulos, com imagem da tela (prints) indicando a área e suas informações técnicas de arte. O guia deve reunir todos os artefatos produzidos em design e arquitetura, além de fornecer o mapa de elementos, documento que descreve todos os componentes interativos e seus respectivos comportamentos na interface com o usuário, com o objetivo de garantir a consistência do trabalho de design e arquitetura de informação projetado nas etapas seguintes de desenvolvimento. O documento também deve conter a padronização visual adotada na solução, desde padrões gerais, como cor e formas, até modelos gerais de telas e condições gerais do projeto (especificações que dizem respeito ao ambiente, como comportamento no *browser*, cores e tipografia), elementos gerais (especificações de elementos que aparecem em todo o ambiente ou na maioria das páginas como header e rodapé) e elementos específicos. Na parte relativa ao conteúdo, o guia de estilo deve documentar o estilo da comunicação e regras do discurso *on-line*.

Entregas: Arquivo com o manual diagramado em formato definido pelo MCom.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Observância do padrão de manuais.
- Clareza e consistência das informações.
- Uso de exemplos.
- Correção ortográfica e gramatical.
- Aderência e aplicabilidade às necessidades do MCom.

Características consideradas na classificação de complexidade: não se aplica.

Prazo de entrega: Até 20 dias.

1.11 Atendimento

1.11.1 Atendimento de Demandas

Descritivo: Identificação das necessidades do MCom e acompanhamento da execução das soluções propostas, garantindo a manutenção da qualidade técnica da entrega dos produtos e serviços executados no âmbito da contratação. O atendimento compreende as seguintes atividades:

- Compreensão plena das necessidades do MCom;
- Proposição de produtos e serviços adequados ao atendimento dessas necessidades.
- Gerenciamento das demandas em andamento.
- Documentação dos produtos/serviços realizados.

Entregas: Relatório contemplando a listagem das tarefas realizadas, com detalhamento e status de andamento, nas versões impressa e digital. O relatório deve trazer as movimentações que impactem no preço e no prazo de entrega do produto ou serviço.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento dos prazos.
- Tempestividade no atendimento.
- Qualidade na interação com o demandante.
- Precisão na documentação das atividades.
- Capacidade de atendimento em relação ao volume de demandas.

Características consideradas na classificação da complexidade: Perfil das equipes (formação acadêmica, qualificação, experiência profissional e idiomas) para o atendimento da demanda.

Complexidade:

Alta	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.
Altíssima	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 <i>media training</i> e gestão de eventos. Responsável por gerenciar e liderar equipes para execução das ações do planejamento de Comunicação. Domínio do idioma inglês.

Prazo de entrega: Execução continuada mensal.

2) PLANILHA DE ESTIMATIVA ANUAL DE EXECUÇÃO E PREÇOS UNITÁRIOS DOS PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

nº	Produto / Serviço	Quantidade Estimada	Anual	Preço (R\$)	Unitário
1.1 Design					
	Elemento Gráfico para Propriedade Digital				
1.1.1	Complexidade	Baixa	20	1.858,11	
		Alta	20	4.545,00	
nº	Produto / Serviço	Quantidade Estimada	Anual	Preço (R\$)	Unitário
1.2 Apresentação					
	Apresentação e Diagramação				
1.2.1	Complexidade	Baixa	20	2.662,00	
		Média	15	6.908,33	
		Alta	10	10.248,70	
nº	Produto / Serviço	Quantidade Estimada	Anual	Preço (R\$)	Unitário
1.3 Planejamento Estratégico					
	Mapeamento de Presença Digital				
1.3.1	Complexidade	Baixa	12	17.761,60	
		Média	6	22.500,00	
		Alta	4	32.281,53	
	Diagnóstico e Matriz Estratégica				
1.3.2	Complexidade	Baixa	2	11.495,01	
		Média	2	19.126,86	
		Alta	2	26.557,98	
1.3.3	Diagnóstico de Conteúdo	12	11.168,75		
1.3.4	Planejamento de Conteúdo	12	17.171,89		
1.3.5	Diagnóstico de Saúde Digital de Marca ou Tema	12	23.384,55		

1.3.6	Gestão da Rede de Influenciadores Digitais					
	Complexidade	Baixa	6	17.343,47		
1.3.7	Planejamento Estratégico de Comunicação Digital		1	52.015,80		
nº	Produto / Serviço		Quantidade Estimada	Anual	Preço (R\$)	Unitário
1.4 Planejamento Tático						
1.4.1	Plano de Tagueamento de Propriedade Digital					
	Complexidade	Baixa	4	14.087,50		
		Média	2	22.767,77		
		Alta	2	33.581,03		
1.4.2	Projeto Editorial para ambientes digitais		6	23.000,00		
nº	Produto / Serviço		Quantidade Estimada	Anual	Preço (R\$)	Unitário
1.5 Métricas e Avaliações						
1.5.1	Relatórios de Análise de Propriedade Digital		12	9.250,31		
1.5.2	Relatório de Desempenho de Redes Sociais		12	14.162,19		
1.5.3	Relatório Estratégico Gerencial de Monitoramento		12	17.333,79		
nº	Produto / Serviço		Quantidade Estimada	Anual	Preço (R\$)	Unitário
1.6 Conteúdo						
1.6.1	Montagem e Criação de Capa/Página de Sítio/Portal					
	Complexidade	Baixa	4	12.842,10		
1.6.2	Atualização de Página do Sítio/Portal					
	Complexidade	Baixa	4	781,85		
		Média	2	2.015,00		
1.6.3	Pauta					
	Complexidade	Baixa	52	2.776,16		
		Média	52	4.000,00		

1.6.4	Pesquisa Iconográfica		12 (1 por mês)	646,12
1.6.5	Publicação de Conteúdo		12 (1 por mês)	5.561,89
nº	Produto / Serviço		Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)
1.7 Peças Digitais				
1.7.1	Infográfico			
	Complexidade	Baixa	48	1.352,26
		Média	24	2.785,94
		Alta	12	5.791,24
1.7.2	Banners ou Artes			
	Complexidade	Baixa	12	754,52
		Média	12	1.804,34
		Alta	12	3.311,47
1.7.3	Adaptação de Banners ou Artes			
	Complexidade	Baixa	12	779,51
		Média	12	1.425,14
		Alta	12	2.140,14
nº	Produto / Serviço		Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)
1.8 Produção de Audiovisual				
1.8.1	Tutoriais			
	Complexidade	Baixa	3	10.250,00
		Média	3	17.500,00
1.8.2	Reportagem em Vídeo (Vídeo Release)			
	Complexidade	Baixa	120	13.637,81
		Média	12	25.359,62
		Alta	6	32.937,49
1.8.3	Vídeo Depoimento			
	Complexidade	Baixa	24	9.776,00

		Média	12	21.756,66
		Alta	6	32.933,75
1.8.4	Vídeo Premium			
	Complexidade	Baixa	6	45.000,00
		Média	4	65.000,00
Alta		2	86.121,77	
1.8.5	Vídeo Animação (Motion ou Cartelado)			
	Complexidade	Baixa	24	12.881,84
		Média	12	22.254,89
Alta		12	30.187,65	
1.8.6	Vídeo Colagem			
	Complexidade	Baixa	12	16.000,00
		Média	6	24.815,14
Alta		6	34.942,93	
1.8.7	Videocast			
	Complexidade	Média	48	15.273,86
1.8.8	Reedição de Vídeo		48	8.938,34
1.8.9	Corte de Vídeo		96	1.960,00
1.8.10	Transmissão e gravação ao vivo para Ambiente Digital			
	Complexidade	Baixa	12	8.415,00
1.8.11	Criação de Vinheta		18	9.894,70
1.8.12	Jingles		4	11.781,61
1.8.13	Libras em vídeo		90	5.000,00
nº	Produto / Serviço		Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)
1.9 Redes Sociais				
1.9.1	Conteúdo para Redes Sociais			
	Complexidade	Baixa	12 (1 por mês)	13.261,65

		Média	12 (1 por mês)	34.460,00
1.9.2	Gerenciamento de Redes Sociais			
	Complexidade	Baixa	12 (1 por mês)	28.500,00
		Média	12 (1 por mês)	58.082,00
1.9.3	Monitoramento de Redes Sociais			
	Complexidade	Baixa	12 (1 por mês)	35.000,00
1.9.4	Cobertura de eventos para redes sociais			
	Complexidade	Baixa	12 (1 por mês)	22.975,68
1.9.5	Relações Públicas Digitais			
	Complexidade	Baixa	12 (1 por mês)	16.800,00
nº	Produto / Serviço		Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)
1.10 Manuais				
1.10.1	Manual de Boas Práticas para Indexação de Conteúdo		1	21.797,33
1.10.2	Elaboração de Manual Visual (Guia de Estilo)		1	27.379,06
nº	Produto / Serviço		Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)
1.11 Atendimento				
1.11.1	Atendimento de Demandas			
	Complexidade	Alta	12 (1 por mês)	32.000,00
		Altíssima	12 (1 por mês)	54.400,37

2.1 As quantidades anuais apresentadas na tabela acima representam apenas estimativas e serão executadas na medida da necessidade e conveniência do CONTRATANTE, que poderá readequá-las nas mesmas condições contratuais, ocasionando distribuição diferente da previamente estabelecida, desde que justificada a alteração e respeitado o valor estabelecido no subitem 7.1, quanto ao valor de investimento para a contratação.

2.2 A quantidade anual foi prevista para ser executada de forma não cumulativa, durante cada vigência contratual de 12 (doze) meses.

Anexo II - Apendice II - IMR Digital.pdf

APÊNDICE II

INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO DE RESULTADO-IMR

1. DA DEFINIÇÃO

1.1. Este documento apresenta critérios de avaliação da qualidade dos serviços, mecanismos de cálculo, forma de acompanhamento e adequações de pagamento por eventual não atendimento das atividades estabelecidas.

2. DOS MECANISMOS DE CÁLCULO, FORMA DE ACOMPANHAMENTO E ADEQUAÇÕES DE PAGAMENTO.

2.1. Os serviços e produtos da CONTRATADA serão avaliados por meio de vários aspectos a serem considerados na avaliação da atividade, previstos no Apêndice I do Projeto Básico.

2.2. A pontuação de qualidade dos serviços pode resultar em valores entre 0 (zero) e 100 (cem), correspondentes respectivamente às situações de serviço desprovido de qualidade e serviço com qualidade elevada.

2.3. Os produtos demandados e descritos na Ordem de Serviço (OS) somente serão aceitos caso executados em sua plenitude, devendo os itens neles constantes serem entregues em sua integralidade.

2.4. As tabelas abaixo apresentam os critérios e os mecanismos de cálculo da pontuação de qualidade e seguem a numeração dos serviços descritos no Apêndice I do Projeto Básico.

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.1.1 Elemento Gráfico para Propriedade Digital	Cumprimento do prazo	40	20	0	
		Aderência da proposta do briefing e ao tema	60	30	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumriu totalmente	Cumriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.2.1 – Apresentação e Diagramação	Cumprimento do prazo	10	5	0	
		Adequação ao briefing	30	15	0	
		Aderência ao tema proposto	30	15	0	

		Conformidade técnica em relação ao roteiro	30	15	0	
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.3.1 Mapeamento de Presença Digital	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Abrangência do mapeamento	20	10	0	
		Consistência do diagnóstico	20	10	0	
		Adequação e aplicabilidade das recomendações	20	10	0	
		Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal	20	10	0	
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.3.2 Diagnóstico e Matriz Estratégica	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Consistência do mapeamento e do diagnóstico realizado	30	15	0	
		Aplicabilidade e aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal	30	15	0	
		Consistência das recomendações produzidas	20	10	0	
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.3.3 Diagnóstico de Conteúdo	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Abrangência e qualidade do diagnóstico.	30	15	0	

		Consistência e aplicabilidade das recomendações	30	15	0	
		Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal	20	10	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.3.4 - Planejamento de Conteúdo	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Abrangência, consistência e aplicabilidade do planejamento editorial proposto	40	20	0	
		Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal	40	20	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.3.5 Diagnóstico de Saúde Digital de Marca ou Tema.	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Abrangência e qualidade das informações e do diagnóstico	40	20	0	
		Consistência e aplicabilidade das recomendações	40	20	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.3.6 Gestão da Rede de Influenciadores Digitais	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Abrangência e qualidade das informações coletadas	30	15	0	
		Consistência das análises	30	15	0	

	Aplicabilidade das recomendações.	20	10	0	
		100	50	0	
	*Justificativa				

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.3.7 Planejamento Estratégico de Comunicação Digital	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Abrangência, consistência e aplicabilidade do planejamento proposto	40	20	0	
		Aderência do planejamento às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal	40	20	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.4.1 – Plano de Tagueamento de Propriedade Digital	Cumprimento do prazo	10	5	0	
		Qualidade do estudo realizado	30	15	0	
		Abrangência e aplicabilidade das recomendações	30	15	0	
		Aderência ao <i>briefing</i> e às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal	30	15	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.4.2 – Projeto Editorial para ambientes digitais	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Aderência às diretrizes de comunicação	40	20	0	

		digital do Governo Federal				
		Abrangência e aplicabilidade das recomendações	40	20	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.5.1 – Relatório de Análise de Propriedade Digital	Cumprimento do prazo	25	12,5	0	
		Abrangência das informações coletadas	25	12,5	0	
		Qualidade da análise realizada	25	12,5	0	
		Consistência das recomendações	25	12,5	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.5.2 Relatório de Desempenho de Redes Sociais	Cumprimento do prazo	25	12,5	0	
		Abrangência das informações coletadas	25	12,5	0	
		Qualidade da análise realizada	25	12,5	0	
		Consistência das recomendações	25	12,5	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.5.3 Relatório Estratégico Gerencial de Monitoramento	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Abrangência e qualidade das informações coletadas	20	10	0	
		Clareza e consistência da análise	20	10	0	

		Consistência das recomendações	20	10	0	
		Tempestividade no atendimento	20	10	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.6.1 Montagem e Criação de Capa/Página de Sítio/Portal	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Qualidade e aplicabilidade do projeto proposto	40	20	0	
		Atendimento ao <i>briefing</i>	40	20	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.6.2 - Atualização de Página de Sítio/Portal	Cumprimento do prazo	30	15	0	
		Cumprimento do planejamento estabelecido	35	17,5	0	
		Aderência à linha editorial do sítio/portal	35	17,5	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.6.3 - Pauta	Cumprimento do prazo	50	25	0	
		Qualidade da proposta, considerando conteúdo, formato, abordagem e aderência ao projeto editorial e ao tema	50	25	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
		Cumprimento do prazo	25	12,5	0	

	1.6.4 – Pesquisa Iconográfica	Aderência ao <i>briefing</i> , ao projeto editorial e à pauta	25	12,5	0	
		Qualidade da resolução das imagens	25	12,5	0	
		Organização e descrição das imagens conforme as necessidades do MCom	25	12,5	0	
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.6.5 – Publicação de Conteúdo	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Tempestividade no atendimento	20	10	0	
		Qualidade do conteúdo publicado	20	10	0	
		Correção ortográfica	20	10	0	
		Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal	20	10		
		100	50	0		
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.7.1 - Infográfico	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Adequação ao <i>briefing</i>	30	15	0	
		Clareza, didatismo, objetividade, criatividade e atratividade visual	20	10	0	
		Correção ortográfica	30	15	0	
		100	50	0		
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.7.2 – Banners ou Artes	Cumprimento do prazo	25	12,5	0	
		Adequação ao <i>briefing</i>	25	12,5	0	

		Clareza, objetividade, criatividade, atratividade, correção ortográfica	25	12,5	0	
		Correta aplicação de logomarcas	25	12,5	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.7.3 - Adaptação de Banners ou Artes	Cumprimento do prazo	40	20	0	
		Adequação ao Briefing e Criatividade	60	30	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.8.1 - Tutoriais	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Adequação ao Briefing	40	20	0	
		Clareza, didatismo, objetividade e atratividade visual	40	20	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.8.2 - Reportagem em Vídeo (Vídeo Release)	Cumprimento do prazo	40	20	0	
		Qualidade técnica e editorial do vídeo em relação ao briefing e ao roteiro aprovado	60	30	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.8.3 - Vídeo Depoimento	Cumprimento do Prazo	30	15		
		Qualidade técnica e editorial do material em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado.	70	35		
			100	50	0	

	*Justificativa
--	----------------

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.8.4 – Vídeo Premium	Cumprimento do Prazo	10	5		
		Avaliação da reportagem em relação à pauta planejada	30	15		
		Qualidade técnica do vídeo em relação ao briefing e aos roteiros aprovados	30	15		
		Qualidade editorial do vídeo em relação ao briefing e aos roteiros aprovados.	30	15		
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.8.5 - Vídeo animação (Motion ou Cartelado)	Cumprimento do prazo	40	20	0	
		Qualidade técnica e editorial do vídeo em relação ao briefing e ao roteiro aprovados	60	30	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.8.6 – Vídeo Colagem	Cumprimento do Prazo	40	20	0	
		Qualidade técnica e editorial do vídeo em relação ao briefing e ao roteiro aprovados	60	30	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.8.7 – Videocast	Cumprimento do Prazo	40	20	0	
		Qualidade técnica e editorial em relação ao briefing	60	30	0	
			100	50	0	

	*Justificativa
--	----------------

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.8.8 – Reedição de Vídeo	Cumprimento do Prazo	40	20	0	
		Qualidade técnica da reedição	60	30	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.8.9 – Corte de Vídeo	Cumprimento do Prazo	30	15	0	
		Qualidade técnica	35	17,5	0	
		Conformidade com o briefing	35	17,5	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.8.10 – Transmissão e gravação ao vivo para Ambiente Digital	Cumprimento do Prazo	25	12,5	0	
		Qualidade técnica da transmissão e do vídeo gravado	25	12,5	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.8.11 – Criação de Vinheta	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Qualidade técnica	40	20	0	
		Aderência em relação ao tema e ao briefing	40	20	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.8.12 – Jingles	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Aderência em relação ao tema e ao briefing.	40	20	0	
		Adaptabilidade das pautas e das diretrizes editoriais	40	20	0	

		100	50	0	
	*Justificativa				

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.8.13 – Libras em Vídeo	Cumprimento do prazo	40	20	0	
		Qualidade técnica da aplicação	60	30	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.9.1 - Conteúdo para Redes Sociais	Cumprimento do prazo	10	5	0	
		Adoção das fontes e insumos fornecidos pelo Órgão	20	10	0	
		Tempestividade no atendimento	10	5	0	
		Aderência à pauta	20	10	0	
		Qualidade do conteúdo produzido	20	10	0	
		Correção ortográfica	10	5	0	
		Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal	10	5	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.9.2 – Gerenciamento de Redes Sociais	Cumprimento do Prazo	40	20	0	
		Tempestividade e qualidade da moderação, das interações e das análises	60	30	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.9.3 – Monitorame	Atendimento dos prazos estipulados pelos entregáveis	30	15	0	

	nto de Redes Sociais	Qualidade das análises	35	17,5	0	
		Alertas feitos de forma coerente e com relevância	35	17,5		
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.9.4 – Cobertura de eventos para Redes Sociais	Fontes e insumos fornecidos pelo órgão/tema	30	15	0	
		Cumprimento do Prazo	35	17,5	0	
		Atendimento das necessidades ou problemática apontada pelo Órgão/Tema	35	17,5		
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.9.5 – Relações Públicas Digitais	Fontes e insumos fornecidos pelo órgão/tema	30	15	0	
		Cumprimento do Prazo	35	17,5	0	
		Atendimento das necessidades ou problemática apontada pelo Órgão/Tema	35	17,5		
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.10.1 – Manual de Boas Práticas para Indexação de Conteúdo	Cumprimento do Prazo	40	20	0	
		Qualidade técnica, clareza das informações e eficácia da proposta	60	30	0	
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.10.2 - Elaboração de Manual Visual (Guia de Estilo)	Cumprimento do prazo	10	5	0	
		Observância do padrão de manuais	20	10	0	
		Clareza e consistência das informações	15	7,5	0	
		Uso de exemplos	20	10	0	
		Correção ortográfica e gramatical	20	10	0	
		Aderência e aplicabilidade às necessidades do Órgão	15	7,5	0	
				100	50	0
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.11.1 - Atendimento de Demandas do MCom	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Tempestividade no atendimento	20	10	0	
		Qualidade na interação com o demandante	20	10	0	
		Precisão na documentação das atividades	20	10	0	
		Capacidade de atendimento em relação ao volume de demandas	20	10	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

3. DAS FAIXAS DE AJUSTE DO PAGAMENTO

3.1. As pontuações de qualidade devem ser totalizadas para os serviços indicados em cada Ordem de Serviço, conforme métodos apresentados nas tabelas acima.

3.2. A aplicação dos critérios de averiguação da qualidade resultará em uma pontuação final para cada aspecto a ser avaliado, correspondente à soma das pontuações obtidas em cada indicador, conforme fórmula abaixo:

Pontuação de qualidade do serviço = soma de todos os aspectos considerados na avaliação da atividade.

3.3. Os valores devidos por cada serviço devem ser ajustados pela pontuação de qualidade, conforme tabela e fórmula apresentadas abaixo:

Faixas de pontuação de qualidade do serviço	Pagamentos devidos
De 81 a 100	100% do valor correspondente ao serviço
De 61 a 80	90% do valor correspondente ao serviço
De 50 a 60	80% do valor correspondente ao serviço
Menos que 50	Produto inaceitável
Valor Devido por Serviço = valor do serviço x pagamento devido	

3.4. Os pagamentos devidos na ordem de serviço correspondem ao somatório de pontos dos aspectos a serem avaliados de cada serviço.

3.5. Os produtos com pontuações de qualidade inferiores a 50 pontos são inaceitáveis e devem ser recusados, não gerando à CONTRATADA qualquer direito ao recebimento pela execução dos serviços.

3.6. A Aplicação de descontos decorrentes de fatores do IMR não substitui ou impede a aplicação de sanções previstas no Edital ou na legislação.

**Anexo III - APENDICE III e III-A - Propostas Tecnicas -
Digital.pdf**

APÊNDICE III

APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

1.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Digital	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Digital
	III. Solução de Comunicação Digital
	IV. Plano de Implementação
2. Capacidade de Atendimento	
3. Relatos de Soluções de Comunicação Digital	

1.1.1 A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

1.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada: para apresentação do Plano, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m², ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato;
- d) espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

g) alinhamento justificado do texto;

h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho 12 pontos, observados os subitens 1.2.1, 1.2.2 e 1.2.3;

i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

j) sem identificação da licitante.

1.2.1 As especificações do subitem 1.2 não se aplicam aos exemplos de ações e/ou peças de comunicação digital que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 e à indicação prevista no subitem 1.3.3.3.6.

1.2.2 Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Digital poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

a) poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho de 08 a 12 pontos;

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite máximo previsto no subitem 1.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

1.2.3 Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesto Plano de Implementação poderão:

I - ser editados em cores;

II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses recursos;

III - ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

1.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

1.2.4 Os exemplos de ações e/ou peças integrantes do subquesto Solução de Comunicação Digital deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 1.2.

1.2.4.1 Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 2, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' do subitem 12.1.1.2 do Edital.

1.2.5 O Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 3.

1.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Digital e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3 estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas.

1.2.7 Os textos do Plano de Implementação não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto na alínea 'c' do subitem 12.1.1.2 e no subitem 18.2.1 do Edital.

1.2.8 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Digital e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de páginas previsto no subitem 1.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 1.2, no que couber

1.3 A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada com base no *Briefing* (Apêndice III-A), observadas as seguintes disposições:

1.3.1 Subquesto 1 – Raciocínio Básico – apresentação em que a licitante descreverá:

a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;

b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas;

c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

1.3.2 Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Digital – apresentação e defesa da estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*, compreendendo:

a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital.

b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e tagueamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.

1.3.3 Subquesto 3 – Solução de Comunicação Digital – apresentação das ações e/ou peças de comunicação digital de acordo com a estratégia proposta, contemplando:

a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*, com o detalhamento de cada uma;

b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.

1.3.3.1 O detalhamento mencionado na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deve contemplar a especificação, dinâmica ou mecanismo de cada ação e/ou peça de comunicação digital, a explicitação de sua finalidade, seu público-alvo e suas funções táticas no âmbito da estratégia proposta.

1.3.3.2 Se a proposta da licitante prever número de ações e/ou peças de comunicação digital superior ao limite estabelecido no subitem 1.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as ações e/ou peças apresentadas como exemplos e outro para o restante.

1.3.3.3 Os exemplos de ações e/ou peças de comunicação digital de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 estão limitados a 05 (cinco), independentemente do seu tipo ou de sua característica e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) roteiros, *storyboards* e leiautes impressos;

b) *storyboards* animados ou *animatics*;

c) 'monstros' ou leiautes eletrônicos.

1.3.3.3.1 Os *storyboards* e os leiautes impressos devem preservar a capacidade de leitura das mensagens, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passee-partout*, observado o disposto no subitem 1.2.4.

1.3.3.3.2 No *storyboard* animado ou no *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

1.3.3.3.3 Nos 'monstros' ou nos leiautes eletrônicos poderão ser inseridos todos os elementos de referência da ação e/ou peça de comunicação digital, como navegabilidade, funcionalidade, imagens em movimento, trilha sonora, voz de personagens e locução.

1.3.3.3.4 O 'monstro' ou leiautes eletrônicos e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

1.3.3.3.4.1 Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

1.3.3.3.5 Os exemplos não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para apresentação.

1.3.3.3.6 Para facilitar seu cotejo com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de ação e/ou peça de comunicação digital.

1.3.3.4 Para fins de cômputo das ações e/ou peças de comunicação digital que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 05 (cinco), devem ser observadas as seguintes regras:

a) as variações de abordagem ou formato serão consideradas como novos exemplos;

c) uma ação com várias etapas ou uma peça sequencial será considerada 01 (um) exemplo, se o conjunto transmitir mensagem única;

d) uma *landpage* e todas as suas páginas serão considerados 01 (um) exemplo;

e) um vídeo e uma *landpage* que o hospeda serão considerados 02 (dois) exemplos;

f) um *post* e a *landpage* por ele direcionada serão considerados 02 (dois) exemplos.

1.3.4 Subquesto 4 – Plano de Implementação – a licitante deverá apresentar e defender um plano para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital constantes de sua proposta, contemplando:

a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos;

b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica.

1.3.4.1 As licitantes deverão apresentar o orçamento disposto na alínea 'b' do subitem 1.3.4, com base:

a) na verba referencial para investimento, estabelecida no *Briefing* do Apêndice III-A; e,

b) nos valores cheios previstos na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais do Apêndice I.

1.3.4.2 Todas as ações e/ou peças de comunicação digital que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3, deverão estar contempladas no Plano de Implementação, tanto no cronograma como no orçamento.

1.4 O Plano de Comunicação Digital – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada, sem os exemplos de ações e/ou peças da Solução de Comunicação Digital, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.5 Quesito 2 – Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes

de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.5.1 O caderno específico mencionado no subitem 1.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste.

1.5.2 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, para os quais desenvolveu soluções de comunicação digital, com a especificação do início de atendimento e do objeto do contrato ou do serviço prestado a cada um deles.

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência) dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação.

c) infraestrutura, instalações e recursos materiais da licitante que estarão à disposição do CONTRATANTE.

d) sistemática operacional de atendimento, meios e processos a serem adotados no relacionamento com o CONTRATANTE, considerada a prestação de serviços tanto nas dependências da contratada como nas dependências do CONTRATANTE.

1.6 Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Digital: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as ações e/ou peças de comunicação digital que constituem o quesito, em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.6.1 Os documentos, as informações e as ações e/ou peças dos relatos mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 3.

1.6.2 A licitante deverá apresentar 02 (dois) relatos, cada um com o máximo de 05 (cinco) páginas, em que serão descritas soluções de comunicação digital propostas

pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada relato:

I – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II – deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III - não pode referir-se a ações de comunicação digital solicitadas ou aprovadas pelo CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos;

IV – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar a sua autenticidade.

1.6.2.1 A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 1.6.2. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

1.6.2.2 Os Relatos de Soluções de Comunicação Digital, de que trata o subitem 1.6.2 devem ter sido implementados a partir de 01 de janeiro de 2022.

1.6.3 É permitida a inclusão de até 03 (três) ações e/ou peças de comunicação digital, independentemente do seu tipo ou de sua característica, em cada relato, observando-se as seguintes regras para sua apresentação:

I – na versão digital: deverão ser fornecidas em DVD, CD ou *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.6 ou ser apresentadas soltas;

II – na versão impressa: poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.6, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura dos textos e das mensagens e indicadas suas dimensões originais;

III - para cada ação e/ou peça de comunicação digital, deverá ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

2.1 As Propostas Técnicas das licitantes serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Apêndice.

2.2 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

2.2.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Digital

2.2.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do contexto de sua atuação;

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas;

c) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pelo CONTRATANTE e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

2.2.1.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Digital

a) a adequação da linha temática e conceitual que fundamenta a solução proposta à natureza e às atividades do CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital do CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos;

c) a consistência técnica da apresentação e defesa das fases e dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Digital pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*

d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados;

e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no *Briefing*.

2.2.1.3 Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital

a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta;

b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*;

c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo;

d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas a que se destinam;

e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações;

g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível.

2.2.1.4 Subquesto 4 – Plano de Implementação

a) a adequação do cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no *Briefing*;

b) o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no *Briefing*, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta;

c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso;

d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da solução de comunicação digital, se for o caso.

2.2.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação digital e o período de atendimento a cada um;

b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação digital e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do CONTRATANTE;

c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao CONTRATANTE na execução do contrato;

d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o CONTRATANTE e a licitante.

2.2.3 Quesito 4 – Relatos de Soluções de Comunicação Digital

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação digital em cada relato;

b) a demonstração de que a solução de comunicação digital contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;

c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos;

d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente;

e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.

2.3 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

2.3.1 Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito deverá ser avaliado o grau de atendimento das Propostas Técnicas ao disposto neste Apêndice.

2.3.2 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, pela Subcomissão Técnica, no máximo, os seguintes pontos:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Digital		75
SUBQUESITOS	I. Raciocínio Básico	5
	II. Estratégia de Comunicação Digital	20
	III. Solução de Comunicação Digital	30
	IV. Plano de Implementação	20
2. Capacidade de Atendimento		10
- Relação dos principais clientes		<i>Presença de clientes integrantes do Poder Executivo Federal – 2,5</i>

	<i>Apenas clientes com atuação nacional – 2,0</i>
	<i>Presença de clientes com atuação nacional e regional – 1,5</i>
	<i>Apenas clientes com atuação regional – 1,0</i>
- Quantificação e qualificação dos profissionais	<i>Mais de 10 profissionais com experiência superior a 20 anos – 2,5</i>
	<i>Até 07 profissionais com experiência superior a 20 anos – 2,0</i>
	<i>Até 05 profissionais com experiência superior a 20 anos – 1,5</i>
	<i>Até 02 profissionais com experiência superior a 20 anos – 0,5</i>
- Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante	<i>Atende – 2,5</i>
	<i>Atende parcialmente – 1,5</i>
	<i>Não atende – 0</i>
- Sistemática operacional de atendimento	<i>Atende – 2,5</i>
	<i>Atende parcialmente – 1,5</i>
	<i>Não atende – 0</i>
3. Relatos de Soluções de Comunicação Digital	15
PONTUAÇÃO TOTAL	100%

2.3.2.1 Se a licitante não observar a quantidade estabelecida no subitem 1.6.2 deste Apêndice para apresentação dos Relatos de Soluções de Comunicação Digital, sua pontuação máxima, nesse quesito, será proporcional à quantidade de relatos por ela apresentada, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação à sua pontuação máxima prevista no subitem 2.3.2.

2.3.3 A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

2.3.4 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos no Edital.

2.3.4.1 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

2.3.5 A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 03 (três) quesitos: Plano de Comunicação Digital; Capacidade de Atendimento; e Relatos de Soluções de Comunicação Digital.

2.4 Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação, observado o disposto no subitem 2.5 deste Apêndice.

2.5 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 3;

b) não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;

c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

2.5.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência, podendo ser relevados aspectos puramente formais que não comprometam a lisura e o caráter competitivo da concorrência.

2.6 Se houver empate que impossibilite a identificação automática da melhor Proposta Técnica, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Digital, Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital.

2.7 Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado em sessão ou ato público, com data previamente divulgada e participação de todas as licitantes.

APÊNDICE III-A

BRIEFING

**Anexo IV - Apendice IV e IV-A - Proposta de Precos -
Digital.pdf**

APÊNDICE IV

APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

1.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta de Preços:

a) em caderno único, em papel que a identifique, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;

b) datada e assinada por quem detenha poderes de representação, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.2 A Proposta de Preços deverá ser elaborada conforme o modelo do Apêndice V-A e será constituída de:

a) percentual de desconto;

b) conjunto de declarações;

c) informações sobre a licitante.

1.2.1 O percentual de desconto, a ser concedido ao CONTRATANTE, incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, constante do Apêndice I, não poderá ser inferior a 5% (cinco por cento).

1.2.1.1 Nos preços unitários dos Produtos e Serviços Essenciais elencados no Apêndice I estão incluídos todos os custos internos da licitante, diretos e indiretos, tais como: despesas com planejamento e apresentações; encargos sociais e trabalhistas de mão de obra; equipamentos (*hardware*), programas (*software*); impostos; taxas; seguros; e demais obrigações financeiras, de qualquer natureza, envolvidas na execução do objeto do contrato.

1.3 Os percentuais de desconto devem ser apresentados em valores numéricos, com 2 (duas) casas decimais, e por extenso.

1.4 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias corridos, contados de sua apresentação.

1.4.1 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 1.4 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Especial de Licitação

realizará com ela diligência nos termos do §3º do art. 43 da Lei nº 8.666/1993, como forma de prorrogar o referido prazo.

1.4.1.1 A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

1.5 Os preços dos Produtos e Serviços Essenciais, decorrentes do percentual de desconto proposto, são de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear nenhuma alteração posterior, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

1.6 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital.

1.7 Os Invólucros com as Propostas de Preços das licitantes desclassificadas ficarão sob a guarda da Comissão Especial de Licitação.

1.8 A Comissão Especial de Licitação verificará o correto preenchimento pela licitante, das informações apresentadas na sua Proposta de Preços, conforme modelo do Apêndice V-A.

1.9 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar percentual de desconto ou percentual de honorários baseado em outra Proposta, que contiver qualquer condicionante para a entrega dos produtos e serviços, que não contiver alguma das informações solicitadas neste Apêndice, ou que for considerada inexecutável pelo MCOM, observada a legislação aplicável.

1.10 Será considerada a Proposta de menor preço a que apresentar maior percentual de desconto, a ser concedido ao CONTRATANTE, incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, constante do Apêndice I.

1.11 Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será considerado o preço por extenso.

APÊNDICE IV-A

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À
Comissão Especial de Licitação

Concorrência nº XX / ano – MCOM

1. Declaramos que, caso esta licitante venha a ser contratada pelo MCOM, como resultado da concorrência em epígrafe, adotaremos os seguintes preços na execução do contrato:

a) percentual de desconto de% (.....**por cento**), a ser concedido ao CONTRATANTE, incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, constante do Apêndice I do Anexo I do Edital desta concorrência.

2. Declaramos ainda que:

a) os direitos patrimoniais sobre autoria dos conteúdos, bem como os direitos de uso dos dados coletados, incluídos os estudos, análises e planos elaborados por esta licitante, por meio de nossos empregados ou prepostos, em decorrência da execução do contrato, passam a ser integralmente do MCOM;

a1) consideram-se incluídos os valores equivalentes à remuneração desses direitos, mencionados na alínea 'a', na remuneração dos produtos e serviços;

a2) o MCOM poderá, a seu juízo, utilizar os direitos referidos na alínea 'a' durante a vigência do contrato a ser celebrado, e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus;

b) nos preços dos Produtos e Serviços Essenciais, decorrentes do percentual de desconto acima proposto, estão incluídos todos os nossos custos internos, diretos e indiretos, tais como: despesas com planejamento e apresentações; encargos sociais e trabalhistas de mão de obra; equipamentos (*hardware*), programas (*software*); tributos (impostos e taxas); seguros; e demais obrigações financeiras, de qualquer natureza, envolvidas na execução do objeto do contrato e não será pleiteado nenhum ressarcimento relacionado a esses custos;

c) os percentuais acima propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear nenhuma alteração posterior, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto, na vigência do contrato caso seja firmado;

d) manteremos, por nós e por nossos prepostos, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer informações que nos sejam fornecidas;

e) estamos cientes de que o MCOM procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei;

f) esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital desta concorrência e tem validade de (.....) dias, contados de sua apresentação.

3. Por fim, informamos os seguintes dados:

Nome empresarial:
Endereço:
CEP:
CNPJ:
Inscrição Estadual ou Municipal:

local e data

<nome completo da licitante, nome, cargo e
assinatura dos representantes legais>