

PROJETO BÁSICO 11/2024

Informações Básicas

Número do artefato	UASG	Editado por	Atualizado em
11/2024	410003-COORDENACAO GERAL DE RECURSOS LOGISTICOS	POLYANA MARIA SANTANA DA SILVA	29/05/2024 15:32 (v 3.0)
Status	ASSINADO		

Outras informações

Categoria	Número da Contratação	Processo Administrativo
Não se aplica/Não se aplica	90073/2023	53115.022571/2023-79

1. Objeto

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

- a) a prospecção, o planejamento, o desenvolvimento, a implementação, a manutenção e o monitoramento de soluções de comunicação institucional, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional e internacional, no que couber;
- b) manutenção e monitoramento das ações e soluções de comunicação institucional; e
- c) criação e execução técnica de projetos, ações ou produtos de comunicação institucional.

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 institucional 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 institucional 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 resultados.

1.1.3 Os serviços previstos no subitem 1.1 não abrangem atividades com natureza distinta da comunicação institucional do Ministério das Comunicações, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas.

1.2 Será contratada 1 (uma) empresa prestadora de serviços de comunicação institucional 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 Diante das competências acima expostas, é essencial implantar uma estrutura organizada de atendimento e interação com os diversos veículos de comunicação, com a finalidade de sistematizar e padronizar as atividades no que se refere ao relacionamento com os veículos de imprensa e demais solicitantes.

3.8 Essa necessidade surge em função da rápida ampliação do acesso à informação pela população, especialmente com a popularização do acesso à internet e da atuação dos muitos veículos de comunicação que difundem notícias no meio online, e ainda pelo crescimento global da audiência e circulação de todos os tipos de mídias. Esse aumento gera grande volume de demandas sobre a reduzida equipe de comunicação que atualmente cuida do relacionamento do Ministério com a mídia.

3.9 O Ministério das Comunicações não pode prescindir de um assessoramento nas áreas específicas de comunicação institucional para, em articulação com os outros serviços congêneres, promover a relação com os mais diferentes públicos no tocante à missão institucional do órgão. Trata-se de uma área muito sensível e dinâmica. A contratação de empresa especializada, que detenha experiência e domine técnicas modernas e eficazes de comunicação e relacionamento, certamente ampliará a capacidade e eficiência das ações da Assessoria Especial de Comunicação deste Ministério, cujos resultados trarão benefícios para a Administração Pública.

3.10 A empresa contratada também subsidiará a área de comunicação acompanhando a presença do Ministério das Comunicações e seus porta-vozes na mídia e redes

sociais, identificando e antecipando os eventos com potencial de se transformar em notícia, o que permitirá um melhor posicionamento da própria instituição, contribuindo, assim, para fortalecer a imagem institucional e dos programas e ações, inclusive em momentos de crise. Os serviços constantes deste documento serão realizados e executados sob a supervisão, coordenação e orientação da Assessoria Especial de Comunicação Social deste Ministério.

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 Ministério das Comunicações na superação de seus desafios e alcance dos seus objetivos de comunicação, abrangendo:

a) 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:

- a) Estratégia de Comunicação;
- b) Atendimento de Imprensa;
- c) Treinamento;
- d) Monitoramento e análise;
- e) Produção de conteúdos;
- f) Prevenção e gerenciamento de crises;
- g) Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas; e,
- h) Ação de Relações Públicas; e,
- i) Atendimento.

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

- a) Título;
- b) Descritivo;
- c) Entrega;
- d) Método de classificação e complexidade e

e) Prazo de entrega.

4.4 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.

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

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 previsto no apêndice III deste Projeto Básico.

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, excepcionalmente, poderão ser alocados nas dependências do CONTRATANTE, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.

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, máquinas fotográficas, câmeras filmadoras, *softwares*, equipamento de videoconferência, ferramentas tecnológicas, pen drives, fones de ouvido, webcam, gravadores digitais, 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\$14.571.468,63 (quatorze milhões, quinhentos e setenta e um mil quatrocentos e sessenta oito reais e sessenta e três centavos), pelos primeiros 12 (doze) meses. O valor para despesas com deslocamento de profissionais a serviço, que corresponde a até 5% (cinco por cento), conforme item 8.7, está estimado em R\$728.573,43 (setecentos e vinte e oito mil quinhentos e setenta e três e quarenta e três centavos). Sendo assim, o valor estimado total é de **R\$15.300.042,06 (quinze milhões, trezentos mil quarenta e dois reais e seis centavos)**.

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) 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 ou fiscal 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 institucional 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, ou qualquer outra envolvida no deslocamento, que não envolva o aeroporto, 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 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) cotações de preços de passagens para o trecho solicitado;
- b) comprovação de compra da passagem de menor preço;
- c) comprovantes de embarque;
- d) 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 das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais, é destinado, como limite máximo, o percentual de até **5% (cinco por cento)** do valor estimado do contrato em edital. Esclarecemos que o valor final do contrato será composto pelo valor final fixado para os produtos e serviços descritos no Apêndice I, do Projeto Básico, acrescidos do valor correspondente ao percentual previsto neste item.

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:

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

$$365 \quad 365$$

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 Oficial de Registro Cadastral Unificado 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 do orçamento estimado 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:

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

lo

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 DO 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. APÊNDICES

12.1 Integram este Anexo os seguintes apêndices:

Apêndice I: Produtos e Serviços Essenciais;

Apêndice II: Instrumento de Medição de Resultado - IMR;

Apêndice III: Apresentação e Julgamento das Propostas Técnicas

Apêndice III-A: *Briefing*

Apêndice IV: Apresentação das Propostas de Preços

Apêndice IV-A: Modelo de Proposta de Preços

13. 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 29/05/2024 às 15:32:03.

POLYANA MARIA SANTANA DA SILVA

Equipe de Planejamento



Assinou eletronicamente em 29/05/2024 às 15:20:44.

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 DO PROJETO BASICO.pdf (1.3 MB)
- Anexo II - APENDICE II DO PROJETO BASICO.pdf (764.86 KB)
- Anexo III - APENDICES III e III-A DO PROJETO BASICO.pdf (858.93 KB)
- Anexo IV - APENDICES IV e IV-A DO PROJETO BASICO (2).pdf (797.17 KB)

Anexo I - APENDICE I DO PROJETO BASICO.pdf

MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES

CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

APÊNDICE I DO PROJETO BÁSICO PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

1. ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

1.1 Estratégia de Comunicação

1.1.1 Avaliação da Percepção de Imagem

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- 1) Cumprimento do prazo.
- 2) Acuidade demonstrada na análise do *briefing*.
- 3) Adequação da proposta e dos entrevistados selecionados.
- 4) Pertinência do roteiro de entrevistas.
- 5) Consistência da análise dos resultados.
- 6) Assertividade das conclusões.
- 7) Exequibilidade das recomendações.
- 8) Organização, clareza e objetividade das informações e dados apresentados.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de entrevistas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa – Nacional	Até 30 entrevistas. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.
Baixa – Regional	Até 100 entrevistas. Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.

1.1.2 Mapa de Influenciadores

Descritivo: Identificação, quantificação e qualificação de jornalistas e outros formadores de opinião (como as lideranças locais) que influenciam as percepções do cidadão por meio da divulgação de informações sobre o MCom e suas temáticas.

Entregas: Planilha contendo relação dos formadores de opinião, com nome do influenciador, seu perfil, histórico profissional, síntese de seu posicionamento e os assuntos sensíveis aos quais está relacionado, canais e veículos de comunicação (*on-line* e *off-line*) que atua podendo ser de sua autoria ou de terceiros, com as respectivas estatísticas de audiência e recomendações de ação de relacionamento e de distribuição de informação personalizada.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo.
- b) Consistência da indicação dos influenciadores em relação ao Governo Federal e suas temáticas.
- c) Qualidade da apresentação das informações, quanto à organização, clareza e objetividade.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- 1) Quantidade de influenciadores mapeados.
- 2) Prazo de entrega.

Complexidade:

Alta – Nacional	De 101 a 200 influenciadores. Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.
Baixa – Regional	Até 300 influenciadores. Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.

1.1.3 Diagnóstico e Matriz Estratégica

Descritivo: Levantamento de informações e análise do ambiente e dos cenários internos e externos do MCom e de suas temáticas que subsidiará o plano de ação de comunicação institucional do órgão/entidade, contemplando:

- a) Identificação de públicos internos e externos relevantes para o órgão/entidade em relação às suas temáticas.
- b) Planejamento e realização de entrevistas exploratórias de imersão, presenciais, gravadas em áudio e transcritas, com os públicos identificados.
- c) Realização de *benchmarking* junto a órgãos/entidades que atuem de forma exemplar.
- d) Levantamento de informações sobre o MCom e suas temáticas em outras fontes, tais como: livros, *websites*, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, auditorias de imagem, entre outras.
- e) Levantamento de insumos relevantes relacionados ao Mcom, tais como missão, visão de futuro, matriz *swot* (pontos fortes, pontos fracos, ameaças e oportunidade).
- f) Definição dos objetivos da comunicação institucional do MCom em suas temáticas de atuação.
- g) Desenvolvimento de matriz estratégica dos objetivos da comunicação institucional do MCom em suas temáticas de atuação.
- h) Indicação dos potenciais parceiros, recursos, gestores e ferramentas necessárias para o sucesso da atuação em comunicação institucional do MCom.

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- 1) Cumprimento do prazo.
- 2) Abrangência e consistência do diagnóstico.
- 3) Confiabilidade das fontes pesquisadas.
- 4) Qualidade da apresentação das informações dos relatórios.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- 1) Quantidade de entrevistas.
- 2) Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 10 entrevistas. Prazo de entrega: Até 15 dias úteis.
Média	Até 50 entrevistas.

	Prazo de entrega: Até 25 dias úteis.
Alta	Até 100 entrevistas. Prazo de entrega: Até 35 dias úteis.

1.1.4 Plano Estratégico de Comunicação Institucional

Descritivo: Plano estratégico de comunicação institucional do MCom, baseado no diagnóstico e na matriz estratégica, abrangendo os seguintes pontos:

- a) Definição dos objetivos estratégicos do plano.
- b) Proposição e validação das mensagens-chave a serem transmitidas pelo órgão/entidade junto a seus públicos.
- c) Proposição e validação de política de porta-vozes: identificação dos membros da instituição que poderão representá-la formalmente; dos temas a serem abordados pelos porta-vozes; da abrangência das informações a serem repassadas e das formas de aplicação das mensagens-chave.
- d) Recomendação de ações e eventos com vistas a atingir os objetivos do MCom.
- e) Recomendação de treinamento de porta-vozes e indicação do escopo do treinamento.
- f) Cronograma de realização das ações propostas.

Entregas: Plano estratégico de comunicação institucional do MCom, nas versões impressa e digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo.
- b) Aderência e alinhamento do Plano às diretrizes do Governo Federal;
- c) Abrangência e sua aplicabilidade.
- d) Qualidade da apresentação das informações nos documentos.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.

1.1.5 - Plano de Ação de Comunicação Interna

Descritivo: Plano de ação baseado no diagnóstico específico de comunicação interna, abrangendo os seguintes pontos:

- a) Identificação dos objetivos do plano;
- b) Elaboração e validação das mensagens-chave;
- c) Recomendações de ações com vistas a atingir os objetivos do órgão;
- d) Recomendação de ações e eventos com vistas a atingir os objetivos do MCom.
- e) Definição de cronograma de atividades.

Entregas: Plano de Ação de comunicação interna, nas versões impressa e digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo.
- b) Aderência e alinhamento do Plano às diretrizes do Governo Federal;
- c) Abrangência e sua aplicabilidade.
- d) Qualidade da apresentação das informações nos documentos.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.

1.1.6 Planejamento de Eventos Institucionais no Brasil

Descritivo: Auxiliar as unidades do MCOM, tão somente quanto ao planejamento das fases de cada evento, na elaboração do projeto descritivo a serem organizados, que contenha planejamento das fases de pré-produção, produção e pós-produção, com as ações a serem realizadas em cada uma dessas fases, com no mínimo, os seguintes conteúdos: justificativa, objetivos, públicos de interesse, tipo do evento, data e local de realização, recursos humanos, recursos materiais e financeiros e estratégia de comunicação. Prestar auxílio na produção, coordenação e organização de eventos, contribuindo na proposta do evento, na data e no local de realização, nos objetivos, na estimativa de participantes, nos perfis dos públicos, nas estratégias de divulgação, elaborando os roteiros cerimoniais e nos recursos disponíveis para conduzir os trabalhos, bem como acompanhar montagem de estruturas físicas e prestar apoio durante todo o evento, inclusive no pós-evento.

Entregas: Relatório mensal, em até 5 (cinco) dias úteis, contendo todos os planejamentos realizados e orçamentos detalhados, descrevendo ainda todos os eventos realizados.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento dos prazos.
- Tempestividade no atendimento.
- Precisão no planejamento e na organização das atividades

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Local de realização do evento.
- Porte do evento.
- Presença de autoridades.
- Quantidade de participantes.

Padrão de pontos para definição da complexidade: Para composição da complexidade deve-se analisar os itens abaixo, escolher 01 item de cada e somar os pontos levando em consideração cada evento a ser realizado.

Quanto ao local	Evento na sede – 10 pontos Evento no DF, mas fora da sede – 20 pontos Evento em outro estado – 30 pontos
------------------------	---

Quanto ao Porte do Evento	Evento Nacional - cujos participantes sejam todos brasileiros – 10 pontos Evento Internacional - Se houver participantes brasileiros e estrangeiros – 20 pontos
Quanto a presença de autoridades	Eventos com participação de mais de 2 autoridades de 1º escalão (ministros) – 20 pontos Eventos com participação do Presidente da República do Brasil – 30 pontos *Obs: Se o evento contar apenas com a participação do ministro da Pasta esse item não deverá ser pontuado.
Quanto a quantidade de participantes	Evento com até 50 pessoas – 10 pontos Eventos de 51 a 150 pessoas – 20 pontos Eventos com mais de 150 pessoas – 30 pontos

Complexidade

Baixa	Até 30 pontos ou evento on-line
Média	40 ou 50 pontos
Alta	60 ou 70 pontos
Altíssima	Acima de 70 pontos

1.2 Assessoria de Imprensa

1.2.1 Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação

Descritivo: Desenvolvimento contínuo de atividades nas dependências do MCom, com período de execução mensal, no atendimento, recebimento, tratamento e resposta às solicitações de veículos de comunicação nacionais, regionais e internacionais. Inclui as seguintes atividades:

- a) Atendimento telefônico, por e-mail ou por outros meios eletrônicos.
- b) Atendimento presencial.
- c) Consulta a fontes.
- d) Elaboração de *press-releases*, notas, artigos, respostas e outros conteúdos.
- e) Envio de *press-releases*, notas, artigos, respostas e outros conteúdos;
- f) Atualização do *mailing* a partir do contato realizado.

Entregas: Relatórios mensais da quantidade de solicitações atendidas, com identificação dos veículos de comunicação e dos jornalistas solicitantes, o teor de cada demanda e respectiva resposta.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

1. Cumprimento do prazo.
2. Alinhamento da resposta ao posicionamento estratégico, ao discurso institucional e às mensagens-chave de interesse do MCom.

3. - Amplitude das informações repassadas.
4. - Comparativo entre o relatório mensal apresentado com o resultado de auditoria de imagem, no mesmo período.

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.

1.2.2 Contatos Proativos com Veículos de Comunicação

Descritivo: Desenvolvimento contínuo de atividades nas dependências do MCom, com período de execução mensal, na realização de contatos proativos para articulação com veículos de comunicação - nacionais, regionais e internacionais -, com o objetivo de gerar pautas de interesse, divulgar ações e promover a imagem institucional do MCom, incluindo as seguintes atividades:

- a) Contatos telefônicos, por e-mail ou por outros meios eletrônicos.

- b) Contatos presenciais.
- c) Envio de *press-releases*, notas e outros conteúdos.
- d) Atualização do *mailing* a partir do contato realizado.

Entregas: Relatórios mensais com as quantidades das pautas geradas, os respectivos temas e conteúdos e os dados dos veículos de comunicação e dos jornalistas responsáveis pelas matérias.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- 1) Cumprimento do prazo.
- 2) Relevância do veículo de comunicação e do profissional de mídia contatado, em termos do alcance de público e do seu potencial como formador de opinião.
- 3) Espaço editorial obtido (mídia espontânea).
- 4) Alinhamento da pauta às prioridades estratégicas do MCom.
- 5) Comparativo entre o relatório mensal apresentado com o resultado de auditoria de imagem, no mesmo período.

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.

1.2.3 Entrevista Coletiva

Descritivo: Organização e realização de entrevista coletiva para porta-vozes no âmbito do MCom junto a um grupo de jornalistas de diferentes veículos de comunicação. As atividades incluem:

- a) Reunião de *briefing* com a Ascom/MCom.
- b) Planejamento, preparação e redação do conteúdo que será divulgado e dos documentos que serão entregues.
- c) Preparação e acompanhamento dos porta-vozes.
- d) Seleção de convidados e envio de convites.
- e) Estabelecimento da sistemática e execução de credenciamento dos participantes.
- f) Averiguação do local de realização do encontro.
- g) Supervisão e operação da coletiva (recepção dos convidados, organização da ordem de perguntas, triagem, mediação e registro).
- h) Levantamento e análise da repercussão da coletiva.

Entregas:

- 1) *Briefing*, conteúdos divulgados e documentos entregues, documentação da coletiva.
- 2) *Mailing* dos jornalistas convidados, relatórios de cobertura com o registro dos jornalistas participantes e dos resultados obtidos na mídia espontânea, a partir da realização da coletiva.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- 1) Cumprimento do prazo.
- 2) Adequação do planejamento e da operação do evento; eficácia da preparação dos porta-vozes em relação às perguntas feitas pelos jornalistas.
- 3) Repercussão da coletiva na imprensa e os resultados obtidos em mídia espontânea.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- 1) Quantidade de jornalistas convidados, amplitude da coletiva (local, regional, nacional).
- 2) Prazo para realização.

Complexidade:

Baixa	Até 10 jornalistas convidados para coletiva local, com antecedência de até 1 dia.
-------	---

Média	Até 30 jornalistas convidados para coletiva regional, com antecedência de até 3 dias.
Alta	Até 50 jornalistas, para coletiva nacional, com antecedência de até 5 dias.

Prazo de entrega: Até 10 dias.

1.2.4 Elaboração de perfis de profissionais de imprensa e/ou de veículos de comunicação nacional, regional e internacional

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

Entregas:

Ficha em formata de texto ou apresentação, com detalhamento do perfil do profissional de imprensa.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- 1) Cumprimento do prazo.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 5 dias.

1.2.5 Criação e atualização de Mailing Nacional e Internacional

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

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Complexidade:

Baixa	Cadastro de até 100 profissionais de comunicação. Prazo de entrega: até 5 dias úteis.
Média	Cadastro de 101 a 500 profissionais de comunicação. Prazo de entrega: até 7 dias úteis.

1.2.6 Planejamento de *Presstrip / Tour*

Descritivo: Identificação de oportunidade para trabalho direcionado a jornalistas-alvo, que façam a cobertura de imprensa de área de interesse do MCom. O planejamento de uma *presstrip* deve apontar os perfis dos jornalistas, considerando a relevância do convidado a partir de dados pessoais e do veículo a que está ligado. Também deve avaliar a pertinência do convite para a viagem em função da temática e dos objetivos estabelecidos no planejamento estratégico do MCom.

Entregas: Planejamento de viagem, com sugestão de tema, detalhamento das atividades sugeridas para cada dia de viagem e indicação da lista completa de convidados. O planejamento deve prever sugestões de hotéis, restaurantes e passeios. O material deve conter informações sobre a viagem, pré-requisitos e condições especiais, como vistos, vacinas, necessidade de credenciamento para dado evento ou atividade, entre outras variáveis. Também deve conter previsão orçamentária e recomendação de equipe técnica necessária para acompanhamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo.
- b) Adequação do planejamento aos objetivos estratégicos do MCom.
- c) A precisão do detalhamento do roteiro de viagem e adequação da seleção de jornalistas convidados.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.

1.2.7 Acompanhamento de *Presstrip / Tour*

Descritivo: Designação de equipes para coordenar atividades e acompanhar viagens de até 5 jornalistas convidados, conforme planejamento previamente aprovado.

Entregas: Relatório de cobertura com a descrição das atividades realizadas em cada dia da viagem, apresentação e análise das percepções dos convidados, identificadas por meio de questionário de entrevista ou pesquisa, contemplando fotos e/ou vídeos de registro das visitas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- 1) Cumprimento do prazo.
- 2) Comparação entre o relatório de atividades e o planejamento da viagem, para verificar se os resultados obtidos com a iniciativa foram os esperados.
- 3) Análise do *feedback* dos convidados.
- 4) Verificação e análise de espaços editoriais (mídia espontânea) relacionados à promoção da *presstrip/tour*.

Características consideradas na classificação da complexidade: Duração da viagem.

Complexidade:

Baixa	Viagem com duração de até 2 dias.
Média	Viagem com duração de até 4 dias.
Alta	Viagem com duração de até 6 dias.

Prazo de entrega: Até 10 dias.

1.3 Treinamento

1.3.1 Planejamento e Execução de *Media Training*

Descritivo: Treinamento de porta-vozes para relacionamento com a imprensa, mediante apresentação de perfil dos veículos de comunicação e de jornalistas de diferentes mídias, orientações e procedimentos para o contato adequado com jornalistas, havendo, se necessário, acompanhamento de fonoaudiólogo, atividades práticas, por meio da simulação de entrevistas, análise e avaliação conjunta da postura dos participantes em situações diversas, simulação de entrevistas com gravação de vídeos, análise de performance com identificação e definição de responsabilidades do grau de autonomia de cada um dos porta-vozes, em relação às temáticas relacionadas ao MCom.

Entregas: Planejamento e estruturação do *media training* e relatórios de avaliação com informações relativas ao evento e ao desempenho de cada participante, acompanhado dos DVDs com gravações realizadas no decorrer do treinamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo.
- b) Desempenho dos instrutores.
- c) Relevância das informações repassadas.
- d) Pertinência das atividades práticas e simulações realizadas no treinamento com as situações reais vivenciadas pelo CONTRATANTE.
- e) Avaliação dos participantes.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- 1) Quantidade de participantes, tipo do treinamento com base nos meios de comunicação (Eletrônicos: TV, e Rádio, Impressos: Jornal e Revista e Digitais: Mídias *on-line*/sociais).
- 2) Carga horária do treinamento.

Complexidade:

Baixa	Treinamento de 1 porta-voz para os meios TV, Rádio e Impressos. Carga horária de até 4 horas.
Média	Treinamento de até 4 porta-vozes para os meios TV, Rádio e Impressos. Carga horária de até 6 horas.
Alta	Treinamento de até 4 porta-vozes para os meios TV, Rádio, Impressos e Digitais, com acompanhamento de fonoaudiólogo. Carga horária de até 8 horas.

Prazo de entrega: Até 5 dias após o treinamento.

1.3.2 *Media Training* em Situações de Crise

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

Entregas: Planejamento e estruturação do *media training* e relatórios de avaliação com informações relativas ao evento e ao desempenho de cada participante, acompanhado dos DVDs com gravações realizadas no decorrer do treinamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo.
- b) Desempenho dos instrutores; consistência e alinhamento do programa e roteiro de treinamento com os dispositivos preventivos de crise (manuais, perguntas e respostas, fluxogramas); relevância das informações repassadas.
- c) Pertinência das atividades práticas e simulações realizadas no treinamento com as situações reais de crise.
- d) Avaliação dos participantes.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- 1) Quantidade de participantes.
- 2) Tipo do treinamento (entrevista coletiva, entrevista exclusiva, quebra-queixo, debate, oitiva, entre outros) com base nos meios de comunicação (Eletrônicos: TV, e Rádio, Impressos: Jornal e Revista e Digitais: Mídias *on-line*/sociais).

- 3) Carga horária do treinamento.
- 4) Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Treinamento de 1 porta-voz. Meios de comunicação: TV, Rádio e Impressos. Carga horária mínima de até 4 horas. Prazo de entrega: Até 5 dias após o treinamento.
Média	Treinamento de até 4 porta-vozes. Meios de comunicação: TV, Rádio e Impressos. Carga horária mínima de 4 horas e máxima de 6 horas. Prazo de entrega: Até 10 dias após o treinamento.
Alta	Treinamento de até 4 porta-vozes. Meios de comunicação: TV, Rádio, Impressos e Digitais, com acompanhamento de fonoaudiólogo. Carga horária mínima de 5 horas e máxima de 8 horas. Prazo de entrega: Até 15 dias após o treinamento.

1.3.3 Treinamento para Apresentações

Descritivo: Capacitação de 01 porta-voz em tema específico para realização de apresentações diversas, incluindo audiências públicas, palestras, exposições sobre planos, ações e resultados de programas e projetos, campanhas, entre outras. As atividades incluem:

- a) Definição do direcionamento do discurso no contexto político, com indicação das mensagens pertinentes aos públicos-alvo das apresentações.
- b) Simulação da performance para treinamento de lideranças e defesa de posicionamento institucional em ambiente contraditório, como audiências públicas e comissões do Congresso Nacional.
- c) Laboratório de fonoaudiologia com profissional especialista, com o objetivo de aprimorar a dicção, a postura e o discurso.

Entregas:

- 1) Relatório com o roteiro do treinamento.
- 2) Avaliação do desempenho do participante.
- 3) Recomendações.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- 1) Cumprimento do prazo.
- 2) Pertinência do roteiro, das especificidades e das atividades propostas para o treinamento.

Características consideradas na classificação da complexidade: Carga horária.

Complexidade:

Baixa	Treinamento de até 3 horas.
Média	Treinamento acima de 3 e até 5 horas.
Alta	Treinamento acima de 5 e de até 8 horas.

Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após o treinamento.

1.3.4 Workshops / Seminários para Jornalistas

Descritivo: Idealização, organização e realização de evento para familiarização de jornalistas com temas de atuação do MCom. O objetivo central é fazer com que os profissionais de imprensa tenham a oportunidade de aprofundar seus conhecimentos sobre determinado tema, influenciando positivamente na redação de matérias. Os temas poderão ser apresentados por técnicos ou especialistas do setor, ligados ao MCom, ao mercado ou à academia.

Entregas: Planejamento da atividade, incluindo lista de participantes e convidados, indicação dos benefícios e ganhos para o MCom, com a realização da atividade e relatório de avaliação do evento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) - Cumprimento do prazo.
- b) - Adequação da proposta e formatação do evento aos objetivos estratégicos do MCom.
- c) - Relevância dos resultados alcançados.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- 1) - Número de jornalistas convidados.
- 2) - Quantidade de atores externos mobilizados (palestrantes, especialistas, educadores, pensadores e/ou empresários do setor, fornecedores etc).
- 3) - Prazo de entrega do relatório.

Complexidade:

Baixa	Até 20 jornalistas convidados. Evento com até 5 atores externos envolvidos. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 5 dias.
Média	Acima de 20 e até 30 jornalistas convidados. Evento com até 7 atores externos envolvidos. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 7 dias.
Alta	Acima de 30 e até 50 jornalistas convidados. Evento com até 10 atores externos envolvidos. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 10 dias.

1.3.5 Manual/Guia de relacionamento com a imprensa

Descritivo: Guia para consulta para as autoridades, bem como para todo o corpo de servidores e colaboradores do MCom acerca dos processos de comunicação e a relação com a imprensa. Reúne conceitos teóricos, dicas e cases. O objetivo é oferecer uma ferramenta para auxiliar os agentes do MCom para facilitar o contato com a mídia, de modo a evitar eventuais ruídos na comunicação e minimizar as tensões naturais presentes neste tipo de interlocução.

Entregas: Manual impresso e em arquivo digital.

- 1) Cumprimento do prazo.
- 2) Consistência, organização e clareza das informações e sua aderência às temáticas de atuação do MCom.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- 1) Quantidade de páginas.
- 2) Prazo de entrega.

Complexidades:

Baixa	Até 50 páginas. Prazo de entrega: Até 45 dias.
-------	--

1.4 Monitoramento e Análise

1.4.1 Análise de Jornais, Revistas e Portais de Notícias

Descritivo: Síntese analítica diária do conteúdo monitorado em jornais, revistas e portais de notícias, com alertas sobre temas que ofereçam oportunidades ou riscos de comunicação à imagem do MCom e recomendações de medidas a serem adotadas.

Entregas:

- a) 2 relatórios eletrônicos diários, enviados por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pelo MCom. O primeiro boletim deverá ser enviado até às 8h30. O segundo relatório até às 16h, inclusive nos finais de semana e feriados.
- b) Alertas – mensagem eletrônica (em formato previamente acordado) sobre fatos de impacto e de interesse do MCom, noticiados nos intervalos entre o envio dos relatórios.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- 1) Cumprimento do prazo.
- 2) Atendimento dos prazos estipulados com tolerância de até 30 minutos.
- 3) Qualidade das análises.

- 4) Relevância e coerência dos alertas efetuados.
- 5) Aderência aos temas do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- 1) - Tipo de circulação (nacional, regional ou internacional).
- 2) - Quantidade de veículos monitorados.

Complexidade:

Alta – Nacional e Regional	De 51 a 100 veículos monitorados.
----------------------------	-----------------------------------

Prazo de entrega: Mensal.

1.4.2 Auditoria de Imagem

Descritivo: Auditoria mensal de exposição do MCom e de suas temáticas a partir de análise quantitativa e qualitativa da sua presença nos meios de comunicação monitorados (jornais, revistas, portais de notícias, TV e rádio). A auditoria deverá apontar os principais temas publicados/veiculados na imprensa, por tipo de veículo e impacto para a imagem do MCom.

Entregas: Relatório analítico (quantitativo e qualitativo), com apresentação presencial, da forma como os públicos estratégicos os meios/veículos de comunicação monitorados constroem a imagem do MCom e de suas temáticas, os atributos positivos e negativos e as principais percepções sobre sua atuação. O relatório deve ser entregue na forma impressa e em formato digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) - Cumprimento do prazo.
- b) - Consistência das análises quantitativas e qualitativas.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Mensal.

1.4.3 Clipping Nacional – Jornais, Revistas e Portais de Notícias

Descritivo: *Clipping* diário de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse do MCom e de suas temáticas, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até 10 jornais de relevância nacional, em até 10 revistas de circulação nacional, em até 10 portais de notícias e em até 60 jornais regionais.

Entregas: 02 boletins eletrônicos diários com os conteúdos noticiosos identificados, enviado por correio eletrônico, sendo o primeiro até às 7h30 (conteúdo monitorado a partir de 16h do dia anterior até às 7h do dia vigente), e o segundo até às 16h30 (conteúdo monitorado a partir de 7h até às 16h do dia vigente, para lista de e-mails definidos pelo MCom.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo.
- b) Abrangência do monitoramento.
- c) Aderência aos temas de interesse do MCom.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

1.4.4 Clipping Nacional - TV

Descritivo: *Clipping diário* de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse do MCom, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até 05 emissoras de TV aberta e 05 emissoras de TV fechada, conforme lista a ser definida pelo MCom.

Entregas: 03 boletins eletrônicos diários com os conteúdos noticiosos identificados, enviados por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pelo órgão/entidade. O primeiro boletim deverá ser enviado até às 9h30 (conteúdo monitorado a partir de 20h30 do dia anterior até às 8h30 do dia vigente). O segundo boletim até às 14h30 (conteúdo monitorado a partir de 8h30 até às 13h30). O terceiro boletim até às 21h30 (conteúdo monitorado a partir de 13h30 até às 20h30). Os horários de entrega dos boletins poderão sofrer alteração de acordo com a grade de programação das emissoras.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- 1) Cumprimento do prazo, com tolerância de até 30 minutos.
- 2) Abrangência do monitoramento.
- 3) Aderência aos temas de interesse do MCom.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

1.4.5 Clipping Nacional - Rádio

Descritivo: *Clipping diário* de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse do MCom, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até 100 emissoras de rádio, conforme lista a ser definida pelo MCom.

Entregas: 02 boletins eletrônicos diários com os conteúdos noticiosos identificados, enviados por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pelo órgão/entidade. O primeiro boletim deverá ser enviado até às 8h30 (conteúdo monitorado a partir de 18h do dia anterior até às 7h30 do dia vigente). O segundo boletim até às 18h (conteúdo monitorado a partir de 7h30 até às 17h30).

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- 1) Cumprimento do prazo, com tolerância de até 30 minutos.
- 2) Abrangência do monitoramento.
- 3) Aderência aos temas de interesse do MCom.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

1.5 Produção de Conteúdos

1.5.1 Elaboração, Edição e Revisão de Texto em Língua Portuguesa

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

Entregas: Texto produzido, ou matéria editada e revisada com indicação das fontes consultadas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo.
- b) Adoção das fontes e insumos fornecidos pelo MCom.
- c) Tempestividade no atendimento e na resposta às necessidades e/ou problemática apresentada pelo MCom.
- d) Qualidade dos textos quanto à ortografia e a legislação.
- e) Confiabilidade das fontes.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- 1) Tipo de texto e conteúdo.
- 2) Quantidade de fontes.
- 3) Tipo de apuração.
- 4) Quantidade de laudas.
- 5) Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	<p>Texto original, com conteúdo factual. Formulado a partir de informações obtidas com até 2 fontes. Sem necessidade de consultas externas. Até 2 laudas. Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.</p>
Média	<p>Texto original, com conteúdo factual e analítico. Formulado a partir de informações obtidas em consulta a 3 ou 4 fontes. Podendo ocorrer pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos. De 2 a 4 laudas. Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.</p>
Alta	<p>Texto original, com conteúdo factual e analítico. Formulado a partir de informações obtidas em consulta a 5 ou mais fontes. Recomendações: comparação e checagem entre informações divergentes; entrevistas com especialistas em determinado assunto ou com conhecimento especializado em determinado tema, acima do conhecimento curricular do profissional padrão e, ainda, a possibilidade de consulta a materiais de referência escritos em outras línguas. Acima de 4 laudas. Prazo de entrega: Até 7 dias úteis.</p>

1.5.2 Revisão e Edição de Texto em Língua Portuguesa

Descritivo: Revisão de publicação dos textos elaborados ou originários de fontes oficiais, de acordo com a demanda, conforme a língua portuguesa, respeitando as correções ortográficas e gramaticais oficiais, assim como a coerência e coesão e a concordância verbal e temporal.

Entregas: Publicação revisada em língua portuguesa.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo MCOM.
- Tempestividade no atendimento ou na resposta às necessidades e/ou problemática apontada pelo MCOM.
- Observância das normas de correção ortográfica e a legislação.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de páginas.

Baixa	Até 24 páginas – prazo de entrega até 2 dias úteis
Média	De 25 a 50 páginas – prazo de entrega até 3 dias úteis
Alta	De 51 a 100 páginas – prazo de entrega até 5 dias úteis
Altíssima	Acima de 101 páginas – prazo de entrega até 7 dias úteis

1.5.3 Edição e revisão de texto de língua estrangeira (Inglês ou Espanhol)

Descritivo: Edição, revisão e formatação de texto nos idiomas Inglês e Espanhol. A edição compreende a tradução do texto e sua contextualização em relação aos termos comuns de comunicação da língua estrangeira, com consultas a fontes oficiais (ministérios, secretarias, autarquias, empresas públicas, vinculadas, ou instituições financeiras), relatórios governamentais ou a especialistas. Deverão ser adotados o inglês norte-americano e o espanhol da Espanha. Deverão ser respeitadas as normas gramaticais do idioma da tradução.

Entregas: Texto ou matéria editada, revisada e adequada para publicação.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo MCom.
- b) Tempestividade no atendimento ou na resposta às necessidades e/ou problemática apontada pelo MCom.
- c) Observância das normas de correção ortográfica e a legislação.
- d) Cumprimento do prazo.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de laudas.

Complexidades

Baixa	Até 3 laudas. Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.
Média	De 4 a 9 laudas. Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.
Alta	Acima de 10 laudas. Prazo de entrega: Até 5 dias úteis.

1.5.4 Elaboração, edição de texto e captação de sonora com gravação para rádio, com distribuição por meio digital.

Descritivo: Redação, edição, revisão e adequação de textos elaborados ou originários de fontes oficiais, e gravação de sonoras para rádio. Boletim de rádio deverá ser oferecido de maneira proativa e enviado para emissoras de rádio. Poderá ser exigida a disponibilização para download em meio digital próprio de distribuição.

Entregas:

- Texto editado, revisado e adequado, e arquivo de áudio editado.
- Relatório de aproveitamento dos boletins contendo emissoras que fizeram a utilização, área de abrangência e público potencial atingido.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo MCOM.
- Tempestividade no atendimento ou na resposta às necessidades e/ou problemática apontada pelo MCOM.

- Observância das normas de correção ortográfica e a legislação.

Prazos de entrega:

- 1 dia útil após a execução (para os arquivos de áudio)
- Mensal para o relatório de aproveitamento

1.5.5 Cobertura fotográfica para agenda de autoridades

Descritivo: Cobertura fotográfica de agenda dos porta-vozes, especialmente reuniões e eventos, de forma contínua, nas dependências do CONTRATANTE, com período de execução mensal, ou em viagem, conforme agenda das autoridades assessoradas. As fotos devem ser tratadas para entrega.

Entregas: Relatório mensal com descrição de todo material produzido, além de arquivos digitais das fotos, em alta resolução. Deverá ser observada a legislação vigente no que diz respeito a direitos autorais e de cessão de imagem. A entrega das imagens deverá ser feita por meio da disponibilização instantânea dos arquivos digitais finais em plataformas online do órgão (como Flickr, Google Drive ou similares), seguindo orientação do CONTRATANTE.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do Prazo
- Aderência aos temas de interesse do órgão.
- Avaliação da qualidade técnica e editorial das fotografias.

Características consideradas na classificação da complexidade: Perfil profissional do(s) prestador(es) de serviço (qualificação, experiência e profissional).

Complexidade:

Média	perfil profissional do(s) prestador(es) de serviço de no mínimo 5 anos de experiência em fotojornalismo e tratamento de imagem.
Alta	Perfil profissional do(s) prestador(es) de serviço de no mínimo 7 anos de experiência em fotojornalismo e tratamento de imagem.

Prazo de entrega do relatório: mensal.

1.5.6 Produção, seleção e edição de Fotografia

Descritivo: Produção de fotos de interesse do Ministério das Comunicações, para utilização junto aos públicos externo e/ou interno, e para compor banco de imagens do órgão. As imagens deverão ser selecionadas e editadas de acordo com o interesse do MCOM.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial das fotografias.
- Alinhamento das temáticas com o briefing.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Cumprimento dos prazos
- Tempo de produção.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Produção com duração de até 4 horas. Prazo de entrega: Até 1 hora após a produção
Média	Produção com duração acima de 4 horas e até 6 horas. Prazo de entrega: Até 2 horas após a produção.
Alta	Produção com duração acima de 6 horas e até 8 horas. Prazo de entrega: Até 2 horas após a produção.

1.5.7 Gestão de Banco de Mídias

Descritivo: Criação, gerenciamento e armazenamento, por meio de sistema *on-line*, da produção fotografias e áudios, que incluem as seguintes atividades:

- a) Montagem de estrutura operacional visando disponibilizar todos os arquivos no Banco de Mídias;
- b) Disponibilização, durante o contrato, de acesso ao *software* com funcionalidades para a gestão dos arquivos do Banco de Mídias;
- c) Disponibilização de *storage* em rede com arranjo redundante, conteúdos espelhados e backups em nuvem e/ou HD externo, como forma de garantir a integridade dos conteúdos arquivados;
- d) Disponibilização de *download* e conteúdo do Banco de Mídias, em formato a ser definido;
- e) Manutenção do banco de imagens no Flickr do MCom;
- f) Disponibilização do Banco de Mídias, ao final do contrato, ao MCom.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Organização
- Seleção

- Manutenção

Características consideradas na classificação da complexidade: Volume armazenado.

Complexidade:

Alta	Inserção e guarda de até 30 horas áudio sem edição/mês; 1 hora de peças em áudios prontos/mês; 1.200 imagens de foto/mês.
------	---

Prazo de entrega: Mensal

1.6 Prevenção e Gerenciamento de Crises

1.6.1 Formação de Comitês de Crises

Descritivo: Formação, em conjunto com o MCom, de time multidisciplinar de trabalho para analisar os riscos de imagem e definir estratégias de mitigação de riscos e crises. O trabalho inclui avaliação da estrutura organizacional do MCom e de suas principais áreas de atuação, para identificar lideranças e setores diretamente envolvidos em uma situação de crise. A partir desta análise, serão indicadas as áreas a ter assento no comitê e o seu modus operandi, sob validação do MCom. Também será identificado o local apropriado para formação de sala de crise.

Entregas: Relatório com a indicação de nomes e atribuições dos membros envolvidos no comitê de crises, por tema.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo.
- b) Pertinência e consistência da formatação proposta para os comitês.
- c) Adequação das linhas de ação de cada grupo ou tema de risco e das principais atividades e tarefas a serem executadas.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- 1) Quantidades de comitês formados.
- 2) Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 2 comitês de risco. Prazo de entrega do relatório: Até 30 dias.
Média	Até 5 comitês de risco. Prazo de entrega do relatório: Até 60 dias.
Alta	Até 10 comitês de risco. Prazo de entrega do relatório: Até 90 dias.

1.6.2 Fluxograma de Processo para Atuação em Crise

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo.
- b) Organização do conteúdo.
- c) Clareza na apresentação dos fluxos das informações e do plano de atuação em situação de crise.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- 1) Quantidade de fluxogramas.
- 2) Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 5 fluxogramas. Prazo de entrega: Até 30 dias.
Média	De 6 até 10 fluxogramas. Prazo de entrega: Até 60 dias.
Alta	De 11 até 20 fluxogramas. Prazo de entrega: Até 90 dias.

1.6.3 Mapeamento de Públicos Envolvidos na Crise

Descritivo: Identificação de públicos potencialmente atingidos pela crise, considerando até 3 públicos por risco. A indicação de cada público envolvido terá uma justificativa, demonstrando o seu grau de envolvimento e de relevância para o agravamento ou redução dos efeitos da crise.

Entregas: Relatório de mapeamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo.
- b) Objetividade na identificação dos riscos.
- c) Clareza na apresentação dos fluxos de informações.
- d) Pertinência das ações recomendadas para as situações de crise.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- 1) Quantidade de riscos.
- 2) Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 10 riscos. Prazo de entrega: até 30 dias.
Média	De 11 até 20 riscos. Prazo de entrega: até 60 dias.
Alta	De 21 até 50 riscos. Prazo de entrega: até 90 dias.

1.6.4 Manual de Crise

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

Entregas: Manual de crise.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- 3) Cumprimento do prazo.
- 4) Consistência, organização e clareza das informações e sua aderência às temáticas de atuação do MCom.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- 3) Quantidade de páginas.
- 4) Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 50 páginas. Prazo de entrega: Até 45 dias.
-------	--

1.6.5 Gerenciamento de Crise Regional

Descritivo: Conjunto de ações deflagradas para administrar uma crise, incluindo o atendimento à imprensa, a produção de conteúdos sobre o tema para abastecer a mídia e a sala de imprensa *on-line* no portal do MCom, o acompanhamento de entrevistas e a organização de encontros com a imprensa, com o objetivo de esclarecer o posicionamento

do MCom sobre dada situação. A equipe envolvida no gerenciamento deve trabalhar em conjunto com o(s) comitê(s) de crise, a fim de aplacar as demandas internas e externas de comunicação.

Entregas: Relatório de atividades, contendo as medidas internas e externas deflagradas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo.
- b) Adequação das iniciativas tomadas e repercussão na imprensa.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- 1) Tempo de duração da crise.
- 2) Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Crise de até 10 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 10 dias após a crise.
Média	Crise de 11 até 20 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 15 dias após a crise.
Alta	Crise acima de 21 até 30 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 20 dias após a crise.

1.6.6 Gerenciamento de Crise Nacional

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

Entregas: Relatório de atividades, contendo as medidas internas e externas deflagradas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- 1) Cumprimento do prazo.
- 2) Adequação das iniciativas tomadas e repercussão na imprensa.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- 1) Tempo de duração da crise.
- 2) Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Crise de até 10 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 10 dias após a crise.
Média	Crise de 11 até 20 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 15 dias após a crise.
Alta	Crise de 21 até 30 dias. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 20 dias após a crise.

1.7 Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas

1.7.1 Projeto Gráfico

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

Entregas: Projeto gráfico detalhado, impresso ou em meio digital aplicável ao portal do MCom.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo.
- b) Aplicabilidade do projeto.
- c) Adequação aos desafios de comunicação e as necessidades apontadas no *briefing*.
- d) Qualidade estética.
- e) Pertinência ao tema.
- f) Aderência às diretrizes de comunicação do MCom.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- 1) Quantidade de páginas.
- 2) Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 10 páginas. Prazo de entrega: Até 10 dias.
Média	De 11 até 50 páginas. Prazo de entrega: Até 20 dias.
Alta	De 51 até 100 páginas. Prazo de entrega: Até 30 dias.

1.7.2 Diagramação / Editoração de Publicações Impressas

Descritivo: Organização do conteúdo e dos elementos gráficos em espaço determinado, em projeto gráfico (leiaute) previamente aprovado, devendo incorporar os princípios do design gráfico para manter a identidade da peça ou publicação.

Entregas: Peça ou publicação diagramada, em arquivo digital, para impressão.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- 1) Cumprimento do prazo.
- 2) Fidelidade da diagramação ao projeto gráfico.
- 3) Adequação do conteúdo à proposta de trabalho descrita no *briefing*.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- 1) Quantidade de páginas.
- 2) Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 50 páginas. Prazo de entrega: Até 10 dias.
Média	De 51 até 100 páginas. Prazo de entrega: Até 20 dias.
Alta	De 101 até 200 páginas. Prazo de entrega: Até 30 dias.

1.7.3 Diagramação de Apresentações Eletrônicas

Descritivo: Formatação de arquivo de apresentação para projeção ou exibição eletrônica, conforme conteúdo e programação visual estabelecidos previamente. O foco do trabalho está na hierarquia das informações, garantindo equilíbrio entre os recursos visuais, de forma a dinamizar e otimizar a exposição do conteúdo.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação visual do conteúdo à proposta de trabalho descrita no *briefing*.
- Qualidade estética e pertinência ao tema.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de lâminas de apresentação.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 20 lâminas. Prazo de entrega: Até 3 dias.
Média	De 21 até 50 lâminas. Prazo de entrega: Até 5 dias.

1.7.4 Infográficos Estáticos e/ou Impressos

Descritivo: Utilização de recursos gráficos para o detalhamento de informações, ou seja, junção de textos breves com ilustrações explicativas para a melhor compreensão do conteúdo. Esse tipo de recurso contribui para a melhor compreensão de informações e conceitos complexos e são usados para apoiar exposições de mapas e manuais técnicos, educativos ou científicos. Pode combinar fotografia, ilustração e texto.

Entregas: Infográfico aprovado, em meio digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo.
- b) Qualidade do desenho final, após a mescla de todas as variáveis (texto e recursos gráficos usados como ponto de partida, fotos, gráficos e ilustrações).
- c) Clareza e correta hierarquização dos dados expostos.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- 1) Tamanho do infográfico, no que se refere aos recursos utilizados (foto ou ilustração).
- 2) Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Infográfico com foto e/ou ilustração existente, mais texto. Prazo de entrega: Até 2 dias.
Média	Infográfico com foto e/ou ilustração a serem produzidas, mais texto. Prazo de entrega: Até 3 dias.
Alta	Infográfico com foto, ilustração e gráfico a serem produzidos e mesclados, mais texto. Prazo de entrega: Até 5 dias.

1.7.5 Projeto Editorial

Descritivo: Elaboração de documento com planejamento das diretrizes de um produto editorial (revista, jornal, portal institucional do MCom, entre outros). Definição das características do produto (seções, títulos, conteúdos, formatos, imagens), dos objetivos da

publicação e temas a serem abordados, da linguagem a ser utilizada, da periodicidade, da distribuição e do cronograma de execução.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo.
- b) Aderência do projeto às diretrizes de comunicação do MCom.
- c) Aplicabilidade.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo: até 20 dias úteis

1.7.6 Conteúdo e Design para Apresentação

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

Entregas: Apresentação em formato digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo.
- b) Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo MCom.
- c) Tempestividade no atendimento e nas respostas às necessidades e/ou problemática apresentada pelo MCom.
- d) Observância das normas de correção ortográfica e a legislação.
- e) Observância da aplicação correta de marcas, contempladas as orientações do MCom, a exemplo da acessibilidade.
- f) Utilização de fontes confiáveis.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- 1) Tipo de texto e conteúdo.
- 2) Quantidade de fontes.
- 3) Tipo de apuração.
- 4) Quantidades de laudas elaboradas.
- 5) Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Texto original, com conteúdo factual. Formulado a partir de informações obtidas com até 1 fonte.
-------	---

	Sem necessidade de consultas externas. Até 10 laudas produzidas. Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.
Média	Texto original, com conteúdo factual e analítico. Formulado a partir de informações obtidas a partir de 2 a 3 fontes. Com pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos. De 11 a 50 laudas produzidas. Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.
Alta	Texto original, com conteúdo factual e analítico. Formulado a partir de informações obtidas a partir de 4 ou mais fontes. Comparação e checagem entre informações divergentes; consulta a um número de fontes superior a 4; entrevistas com especialistas em determinado assunto, ou com conhecimento especializado em determinado tema, acima do conhecimento curricular do profissional padrão e, ainda, necessidade de consultar materiais de referência escritos em outras línguas. Acima de 50 laudas produzidas. Prazo de entrega: até 7 dias úteis.

1.8 Ação de Relações Públicas

1.8.1 Planejamento de Ações Institucionais para Relacionamento com Públicos Influenciadores

Descritivo: Planejamento para definição de linha editorial e posicionamento estratégico, com calendário das ações a serem implementadas em cada ambiente digital ou aquele indicado pelo MCom, seja na internet ou intranet, por exemplo.

Entregas:

- Documento contendo avaliação de perfil do público-alvo.
- Conjunto de normas com a descrição do objetivo, tipo de conteúdo, público-alvo, linguagem e periodicidade a ser utilizada em cada ambiente e calendário de ações, com frequência de entregas e apresentação de produtos de comunicação.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Abrangência do planejamento.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Planejamento para períodos inferiores a 3 meses. Prazo de entrega: 5 dias úteis.
Média	Planejamento para períodos entre 3 e 6 meses. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.

1.9 Atendimento

1.9.1 **Atendimento de Demandas do MCom**

Descritivo: Atividades que contemplam gerenciar, articular, documentar, acompanhar e entender plenamente as necessidades do MCom, para a proposição do conjunto de produtos e serviços mais adequados para atendimento dessas necessidades, garantindo a manutenção da qualidade técnica da entrega de todos os produtos e serviços executados no âmbito da contratação.

Entregas: Relatório contemplando a listagem das tarefas realizadas, seu detalhamento e status de andamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo.
- b) Indicadores e métricas de mensuração de desempenho (qualidade e eficiência).
- c) Tempestividade no atendimento.
- d) Qualidade na interação com o demandante.
- e) Precisão na documentação das atividades.
- f) A avaliação do desempenho e do volume de atendimento às demandas será realizada mês a mês.

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 Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)	
1.1 Estratégia de Comunicação				
	Avaliação da Percepção de Imagem			
1.1.1	Complexidade	Baixa Nacional	2	45.000,00
		Baixa Regional	2	70.000,00
	Mapa de Influenciadores			
1.1.2	Complexidade	Alta Nacional	2	47.421,10
		Baixa Regional	2	42.241,10
	Diagnóstico e Matriz Estratégica			
1.1.3	Complexidade	Baixa	1	44.219,53
		Média	1	55.274,41
		Alta	1	58.210,64
1.1.4	Plano Estratégico de Comunicação Institucional	2	74.500,00	
1.1.5	Plano de Ação de Comunicação Interna	2	74.000,00	

1.1.6	Planejamento de Eventos Institucionais no Brasil			
	Complexidade	Baixa	6	22.000,00
		Média	6	25.000,00
		Alta	6	33.541,00
		Altíssima	2	72.437,00
nº	Produto / Serviço	Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)	
1.2 Assessoria de Imprensa				
1.2.1	Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação			
	Complexidade	Alta	12	59.136,82
		Altíssima	12	60.600,00
1.2.2	Contatos Proativos com Veículos de Comunicação			
	Complexidade	Alta	12	32.735,06
		Altíssima	12	44.521,00
1.2.3	Entrevista Coletiva			
	Complexidade	Baixa	12	15.481,80
		Média	6	19.880,64
		Alta	4	28.278,86
1.2.4	Elaboração de perfis de profissionais de imprensa e/ou de veículos de comunicação nacional, regional e internacional		12	3.942,53
1.2.5	Criação e atualização de Mailing Nacional e Internacional			
	Complexidade	Baixa	2	6.088,29

		Média	2	11.550,26
1.2.6	Planejamento de <i>Presstrip / Tour</i>		6	14.000,00
1.2.7	Acompanhamento de <i>Presstrip / Tour</i>			
	Complexidade	Baixa	2	10.977,00
		Média	2	17.746,66
Alta		2	26.238,58	
nº	Produto / Serviço		Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)
1.3 Treinamento				
1.3.1	Planejamento e Execução de <i>Media Training</i>			
	Complexidade	Baixa	2	35.138,40
		Média	2	43.120,50
Alta		2	56.450,37	
1.3.2	<i>Media Training</i> em Situações de Crise			
	Complexidade	Baixa	2	38.000,00
		Média	2	46.577,00
Alta		2	59.500,00	
1.3.3	Treinamento para Apresentações			
	Complexidade	Baixa	4	17.500,00
		Média	1	26.427,00
Alta		1	32.125,00	
1.3.4	<i>Workshops / Seminários</i> para Jornalistas			
	Complexidade	Baixa	1	28.425,00
Média		1	39.636,95	

		Alta	1	48.412,04
1.3.5	Manual/ guia de relacionamento com a imprensa			
	Complexidade	Baixa	2	22.629,00
nº	Produto / Serviço		Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)
1.4 Monitoramento e Análise				
	Análise de Jornais, Revistas e Portais de Notícias			
1.4.1	Complexidade	Alta – Nacional e Regional	12 (1 por mês)	46.375,00
1.4.2	Auditoria de Imagem		12 (1 por mês)	34.997,81
1.4.3	Clipping Nacional – Jornais, Revistas e Portais de Notícias		12 (1 por mês)	15.457,13
1.4.4	Clipping Nacional - TV		12 (1 por mês)	15.841,04
1.4.5	Clipping Nacional - Rádio		12 (1 por mês)	12.811,75
nº	Produto / Serviço		Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)
1.5 Produção de Conteúdos				
	Elaboração, Edição e Revisão de Texto em Língua Portuguesa			
1.5.1	Complexidade	Baixa	676	1.250,00
		Média	72	1.935,00
		Alta	36	3.075,00
	Revisão e Edição de Texto em Língua Portuguesa			
1.5.2	Complexidade	Baixa	12	8.460,00
		Média	12	5.390,00
		Alta	6	10.060,00
		Altíssima	6	14.874,00
1.5.3	Edição e revisão de texto de língua estrangeira (Inglês ou Espanhol)			

	Complexidade	Baixa	6	1.668,67
		Média	4	2.335,61
		Alta	2	4.968,42
1.5.4	Elaboração, edição de texto e captação de sonora com gravação para rádio, com distribuição por meio digital		104	3.550,00
1.5.5	Cobertura fotográfica para agenda de autoridades			
	Complexidade	Média	12	13.027,00
		Alta	12	17.437,00
1.5.6	Produção, seleção e edição de Fotografia			
	Complexidade	Baixa	12	2.300,00
		Média	12	2.600,00
		Alta	12	4.560,00
1.5.7	Gestão de Banco de Mídias			
	Complexidade	Alta	12	14.725,00
nº	Produto / Serviço		Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)
1.6 Prevenção e Gerenciamento de Crises				
1.6.1	Formação de Comitês de Crises			
	Complexidade	Baixa	1	25.000,00
		Média	1	40.000,00
		Alta	1	52.210,25
1.6.2	Fluxograma de Processo para Atuação em Crise			
	Complexidade	Baixa	1	20.364,08

		Média	1	28.745,01
		Alta	1	37.397,62
	Mapeamento de Públicos Envolvidos na Crise			
1.6.3	Complexidade	Baixa	1	23.281,51
		Média	1	33.250,00
		Alta	1	45.125,00
1.6.4	Manual de Crise			
	Complexidade	Baixa	1	43.848,50
	Gerenciamento de Crise Regional			
1.6.5	Complexidade	Baixa	2	43.607,78
		Média	2	57.500,00
		Alta	1	75.620,50
	Gerenciamento de Crise Nacional			
1.6.6	Complexidade	Baixa	2	72.507,76
		Média	2	106.327,00
		Alta	1	142.482,31
1.7 Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas				
	Projeto Gráfico			
1.7.1	Complexidade	Baixa	12	14.512,44
		Média	12	16.593,00
		Alta	6	19.048,31
	Diagramação / Editoração de Publicações Impressas			
1.7.2	Complexidade	Baixa	12	12.100,00
		Média	6	19.845,00

		Alta	4	24.512,00
	Diagramação de Apresentações Eletrônicas			
1.7.3	Complexidade	Baixa	24	10.000,00
		Média	12	15.000,00
	Infográficos Estáticos e/ou Impressos			
1.7.4	Complexidade	Baixa	60	2.775,00
		Média	36	3.400,00
		Alta	12	4.250,00
1.7.5	Projeto Editorial		6	12.765,39
	Conteúdo e Design para Apresentação			
1.7.6	Complexidade	Baixa	24	5.600,00
		Média	12	7.500,00
		Alta	6	10.000,00
1.8 Ação de Relações Públicas				
	Planejamento de Ações Institucionais para Relacionamento com Públicos Influenciadores			
1.8.1	Complexidade	Baixa	2	37.437,00
		Média	1	52.349,00
1.9 Atendimento				
	Atendimento de Demandas			
1.9.1	Complexidade	Alta	24	52.365,00
		Altíssima	12	60.000,00

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 DO PROJETO BASICO.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 Avaliação e percepção de Imagem	Cumprimento do prazo	10	5		
		Acuidade demonstrada na análise do <i>briefing</i> .	10	5		
		Adequação da proposta e dos entrevistados selecionados	10	5		
		Pertinência do roteiro de entrevistas.	10	5		
		Consistência da análise dos resultados	15	7,5		
		Assertividade das conclusões	15	7,5		
		Exequibilidade das recomendações	15	7,5		
		Organização, clareza e objetividade das informações e dados apresentados	15	7,5		
			100	50	0	

*Justificativa

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.1.2 – Mapa de Influenciadores	Cumprimento do prazo	20	10		
		Consistência da indicação dos influenciadores em relação ao Governo Federal e suas temáticas	40	20		
		Qualidade da apresentação das informações, quanto à organização, clareza e objetividade	40	20		
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.1.3 Diagnóstico e Matriz Estratégica	Cumprimento do prazo	20	10		
		Abrangência e consistência do diagnóstico.	30	15		
		Confiabilidade das fontes pesquisadas	20	10		
		Qualidade da apresentação das informações dos relatórios	30	15		
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.1.4 - Plano Estratégico de Comunicação Corporativa	Cumprimento do prazo	10	5		
		Aderência e alinhamento do Plano às diretrizes do Governo Federal	10	5		

		Abrangência e sua aplicabilidade	10	5		
		Qualidade da apresentação das informações nos documentos	10	5		
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.1.5 - Plano de Ação de Comunicação Interna	Cumprimento do prazo	20	10		
		Aderência e alinhamento do Plano às diretrizes do Governo Federal	20	10		
		Abrangência e sua aplicabilidade	40	20		
		Qualidade da apresentação das informações nos documentos	40	20		
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.1.6 - Planejamento de Eventos Institucionais no Brasil	Cumprimento do prazo	20	10		
		Tempestividade no atendimento	40	20		
		Precisão no planejamento e na organização das atividades	40	20		
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.2.1 – Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação	Cumprimento do prazo	10	5		
		Alinhamento da resposta ao posicionamento	30	5		

		estratégico, ao discurso institucional e às mensagens-chave de interesse do órgão				
		Amplitude das informações repassadas	30	5		
		Comparativo entre o relatório mensal apresentado com o resultado de auditoria de imagem, no mesmo período	30	5		
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.2.2 Contatos Proativos com Veículos de Comunicação	Cumprimento do prazo	20	10		
		Relevância do veículo de comunicação e do profissional de mídia contatado, em termos do alcance de público e do seu potencial como formador de opinião	20	10		
		Espaço editorial obtido (mídia espontânea)	20	10		
		Alinhamento da pauta às prioridades estratégicas	20	10		
		Comparativo entre o relatório mensal apresentado com o resultado de auditoria de imagem, no mesmo período	20	10		
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
		Cumprimento do prazo	10	5		

	1.2.3 Entrevista Coletiva	Adequação do planejamento e da operação do evento; eficácia da preparação dos porta-vozes em relação às perguntas feitas pelos jornalistas.	10	5		
		Repercussão da coletiva na imprensa e os resultados obtidos em mídia espontânea	10	5		
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.2.4 – Elaboração de perfis de profissionais da imprensa e/ou de veículos de comunicação nacional, regional e internacional	Cumprimento do prazo	10	5		
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.2.5 – Criação e atualização de Mailing Nacional e Internacional	Cumprimento do prazo	100	50		
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.2.6 Planejamento de Presstrip/Tour	Cumprimento do prazo	20	10		
		Adequação do planejamento aos objetivos	40	20		

	estratégicos do Órgão				
	A precisão do detalhamento do roteiro de viagem e adequação da seleção de jornalistas convidados	40	20		
		100	50	0	
*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.2.7 Acompanhamento de Presstrip/Tour	Cumprimento do prazo	25	12,5		
		Comparação entre o relatório de atividades e o planejamento da viagem, para verificar se os resultados obtidos com a iniciativa foram os esperados	25	12,5		
		Análise do <i>feedback</i> dos convidados	25	12,5		
		Verificação e análise de espaços editoriais (mídia espontânea) relacionados à promoção da <i>presstrip/tour</i>	25	12,5		
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.3.1 Planejamento e Execução de Media Training	Cumprimento do prazo	20	10		
		Desempenho dos instrutores	20	10		
		Relevância das informações repassadas	20	10		

		Pertinência das atividades práticas e simulações realizadas no treinamento com as situações reais vivenciadas pelo CONTRATANTE	20	10		
		Avaliação dos participantes	20	10		
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.3.2 - Media Training em situações de crise	Cumprimento do prazo	10	5		
		Desempenho dos instrutores	20	10		
		Consistência e alinhamento do programa e roteiro de treinamento com os dispositivos preventivos de crise (manuais, perguntas e respostas, fluxogramas);	15	7,5		
		Relevância das informações repassadas	20	10		
		Pertinência das atividades práticas e simulações realizadas no treinamento com as situações reais vivenciadas pelo CONTRATANTE	20	10		
		Avaliação dos participantes	15	7,5		
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.3.3 Treinamento para Apresentações	Cumprimento do prazo	50	25		
		Pertinência do roteiro, das especificidades e das	50	25		

		atividades propostas para o treinamento.				
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.3.4 - Workshops / Seminários para Jornalistas	Cumprimento do prazo	20	5		
		Adequação da proposta e formatação do evento aos objetivos estratégicos do órgão	40	10		
		Relevância dos resultados alcançados	40	7,5		
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.3.5 – Manual / Guia de relacionamento com a imprensa	Cumprimento do prazo	40	20		
		Consistência, organização e clareza das informações e sua aderência às temáticas de atuação do Órgão	60	30		
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.4.1 - Análise de Jornais, Revistas e Portais de Notícias	Cumprimento do prazo	20	10		
		Atendimento dos prazos estipulados com tolerância de até 30 minutos	20	10		
		Qualidade das análises	20	10		
		Relevância e coerência dos alertas efetuados	20	10		
		Aderência aos temas 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
	1.4.2 – Auditoria de Imagem	Cumprimento do prazo	40	20		
		- Consistência das análises quantitativas e qualitativas.	60	30		
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.4.3 - Clipping Nacional – Jornais, Revistas e Portais de Notícias	Cumprimento do prazo	20	5		
		Abrangência do monitoramento	40	10		
		Aderência aos temas de interesse do Órgão	40	7,5		
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.4.4 - Clipping Nacional – TV	Cumprimento do prazo	20	5		
		Abrangência do monitoramento	40	10		
		Aderência aos temas de interesse do Órgão	40	7,5		
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.4.5 - Clipping Nacional – Rádio	Cumprimento do prazo	20	5		
		Abrangência do monitoramento	40	10		
		Aderência aos temas de interesse do Órgão	40	7,5		
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
		Cumprimento do prazo	20	10		

		Adoção das fontes e insumos fornecidos pelo Órgão	20	10		
	1.5.1 - Elaboração, Edição e Revisão de Texto em Língua Portuguesa	Tempestividade no atendimento e na resposta às necessidades e/ou problemática apresentada pelo Órgão	20	10		
		Qualidade dos textos quanto à ortografia e a legislação	20	10		
		Confiabilidade das fontes	20	10		
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.5.2 - Revisão e Edição de Texto em Língua Portuguesa	Cumprimento do prazo	25	12,5		
		Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo Órgão	25	12,5		
		Tempestividade no atendimento e na resposta às necessidades e/ou problemática apontada pelo Órgão	25	12,5		
		Observância das normas de correção ortográfica e a legislação	25	12,5		
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.5.3 - Edição e revisão de texto de língua estrangeira (Inglês ou Espanhol)	Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo Órgão	25	12,5		
		Tempestividade no atendimento e na resposta às necessidades e/ou problemática apontada pelo Órgão	25	12,5		

		Observância das normas de correção ortográfica e a legislação	25	12,5		
		Cumprimento do prazo	25	12,5		
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.5.4 - Elaboração, edição de texto e captação de sonora com gravação para rádio, com distribuição por meio digital	Cumprimento do prazo	20	10		
		Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo Órgão	20	10		
		Tempestividade no atendimento e na resposta às necessidades e/ou problemática apontada pelo Órgão	20	10		
		Observância das normas de correção ortográfica e a legislação	20	10		
		Cumprimento do prazo	20	10		
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.5.5 – Cobertura fotográfica para agenda de autoridades	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Aderência aos temas de interesse do órgão	40	20	0	
		Avaliação da qualidade técnica e editorial das fotografias	40	20	0	
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
----------	---------	----------------------------	--------------------	-----------------------	-------------	-------------------

	1.5.6 - Produção, seleção e edição de Fotografia	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Qualidade técnica e editorial das fotografias	40	20	0	
		Alinhamento das temáticas com o 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
	1.5.7 - Gestão de Banco de Mídias	Organização	30	15	0	
		Seleção	35	17,5	0	
		Manutenção	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
	1.6.1 - Formação de Comitês de Crises	Cumprimento do Prazo	30	15		
		Pertinência e consistência da formatação proposta para os comitês	35	17,5		
		Adequação das linhas de ação de cada grupo ou tema de risco e das principais atividades e tarefas a serem executadas	35	17,5		
		100	50	0		
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.6.2 - Fluxograma de Processo para Atuação em Crise	Cumprimento do Prazo	30	15		
		Organização do conteúdo	35	17,5		
		Clareza na apresentação dos fluxos das informações e do	35	17,5		

		plano de atuação em situação de crise				
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.6.3 – Mapeamento de Públicos Envolvidos na Crise	Cumprimento do Prazo	25	12,5		
		Objetividade na identificação dos riscos	25	12,5		
		Clareza na apresentação dos fluxos de informações	25	12,5		
		Pertinência das ações recomendadas para as situações de crise	25	12,5		
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.6.4 – Manual de Crise	Cumprimento do prazo	40	20		
		Consistência, organização e clareza das informações e sua aderência às temáticas de atuação do Órgão	60	30		
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.6.5 – Gerenciamento de Crise Regional	Cumprimento do prazo	40	20		
		Adequação das iniciativas tomadas e repercussão na imprensa	60	30		
			100	50	0	
	*Justificativa					

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.6.6 – Gerenciamento de Crise Nacional	Cumprimento do prazo	35	17,5		
		Adequação das iniciativas tomadas e repercussão na imprensa	30	15		
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.7.1 - Projeto Gráfico	Cumprimento do prazo	10	5		
		Aplicabilidade do projeto	20	10		
		Adequação aos desafios de comunicação e as necessidades apontadas no briefing	15	7,5		
		Qualidade estética	20	10		
		Pertinência ao tema	20	10		
		Aderência às diretrizes de comunicação do Órgão	15	7,5		
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.7.2 – Diagramação/ Editoração de Publicações Impressas	Cumprimento do Prazo	30	15		
		Fidelidade da diagramação ao projeto gráfico	35	17,5		
		Adequação do conteúdo à proposta de trabalho descrita no briefing	35	17,5		
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
----------	---------	----------------------------	--------------------	-----------------------	-------------	-------------------

	1.7.3 – Diagramação de Apresentações Eletrônicas	Cumprimento do Prazo	30	15		
		Adequação visual do conteúdo à proposta de trabalho descrita no <i>briefing</i>	35	17,5		
		Qualidade estética e pertinência ao 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
	1.7.4 – Infográficos Estáticos e/ou Impressos	Cumprimento do Prazo	30	15		
		Qualidade do desenho final, após a mescla de todas as variáveis (texto e recursos gráficos usados como ponto de partida, fotos, gráficos e ilustrações)	35	17,5		
		Clareza e correta hierarquização dos dados expostos	35	17,5		
		100	50	0		
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.7.5 – Projeto Editorial	Cumprimento do Prazo	30	15		
		Aderência do projeto às diretrizes de comunicação do MCom	35	17,5		
		Aplicabilidade	35	17,5		
		100	50	0		
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.7.6 - Conteúdo	Cumprimento do prazo	10	5		

	Design para Apresentação	Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo MCom	20	10		
		Tempestividade no atendimento e nas respostas às necessidades e/ou problemática apresentada pelo MCom.	15	7,5		
		Observância das normas de correção ortográfica e a legislação	20	10		
		Observância da aplicação correta de marcas, contempladas as orientações do MCom, a exemplo da acessibilidade	20	10		
		Utilização de fontes confiáveis	15	7,5		
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.8.1 – Planejamento de Ações Institucionais para Relacionamento com Públicos Influenciadores	Cumprimento do prazo	30	15		
		Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal	70	35		
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.9.1 - Atendimento de Demandas do MCom	Cumprimento do prazo	10	5		
		Indicadores e métricas de mensuração de desempenho	20	10		

	(qualidade e eficiência)				
	Tempestividade no atendimento	15	7,5		
	Qualidade na interação com o demandante	20	10		
	Precisão na documentação das atividades	20	10		
	A avaliação do desempenho e do volume de atendimento às demandas será realizada mês a mês	15	7,5		
		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 - APENDICES III e III-A DO PROJETO
BASICO.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 Institucional	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Institucional
	III. Solução de Comunicação Institucional
	IV. Plano de Implementação
2. Capacidade de Atendimento	
3. Relatos de Soluções de Comunicação Institucional	

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 Institucional - 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 materiais de comunicação institucional que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 e à indicação prevista no subitem 1.3.3.9.

1.2.2 Os subquestos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Institucional 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 materiais integrantes do subquesto Solução de Comunicação Institucional 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 Institucional – 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 Institucional 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, gráficos, quadros, tabelas e planilhas integrantes do Plano de Implementação estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas, cabendo 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 Institucional 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 Institucional – Via Não Identificada com base no *Briefing* (Apêndice IV-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 institucional identificadas;

c) compreensão da relação do MCOM com seus diferentes públicos;

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

1.3.2 Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Institucional – 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 das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes do MCOM no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse, vinculadas à temática do *Briefing*.

b) proposição e defesa dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; como fazer, quais recursos próprios de comunicação utilizar; que outros recursos ou instrumentos de comunicação institucional utilizar; diretrizes editoriais e de conteúdo a serem adotadas; quais públicos; que ações, instrumentos ou materiais utilizar; e quais efeitos e resultados esperados.

1.3.2.1 A licitante não poderá contemplar na Estratégia de Comunicação Institucional atividades de promoção e a realização de eventos, sem vínculo com a natureza de uma ação de comunicação institucional, de relacionamento com a imprensa e de relações públicas.

1.3.3 Subquesto 3 – Solução de Comunicação Institucional – apresentação das ações e/ou materiais de comunicação institucional de acordo com a estratégia proposta, contemplando:

a) relação de todas as ações e/ou materiais de comunicação institucional que a licitante julga necessários 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 materiais de comunicação institucional que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para ilustrar 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 instrumento de comunicação institucional, 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 previr número de ações e/ou materiais de comunicação institucional 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 materiais apresentados como exemplos e outro para o restante.

1.3.3.3 Os exemplos de ações e/ou materiais de comunicação institucional 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) roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;

b) 'monstro' ou leiaute eletrônico, para o meio rádio;

c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;

d) 'boneca' ou leiaute montado dos materiais de não mídia.

1.3.3.4 Os *storyboards* e os leiautes impressos e/ou montados ('boneca') devem preservar a capacidade de leitura dos textos e das mensagens, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passe-partout*, observado o disposto no subitem 1.2.4.

1.3.3.5 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.

1.3.3.6 Nos 'monstros' ou nos leiautes eletrônicos poderão ser inseridos todos os elementos de referência da ação e/ou materiais de comunicação institucional, como imagens em movimento, trilha sonora, e locução.

1.3.3.7 O 'monstro', o leiaute eletrônico, o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em CD, DVD ou *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

1.3.3.7.1 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.

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

1.3.3.9 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 material de comunicação institucional.

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

a) as variações de abordagem dos textos produzidos serão consideradas como novos exemplos;

b) cada mapa de influenciadores relacionado aos diferentes aspectos do *Briefing* será considerado 01 (um) novo exemplo;

c) um *media training* estruturado em módulos distintos para diferentes públicos será considerado 01 (um) exemplo;

d) um vídeo *release* (ou uma sonora) e a página na internet onde ficará hospedado serão considerados 02 (dois) exemplos;

e) um manual distribuído em um treinamento 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 materiais de comunicação institucional constantes de sua proposta, contemplando:

a) cronograma de produção, implementação, manutenção e conclusão das ações e/ou materiais de comunicação institucional, com os respectivos públicos e períodos;

b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou materiais de comunicação institucional, 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 IV-A;

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

1.3.4.1.1 Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de mercado a que se refere a alínea 'c' do subitem 1.3.4.1 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

1.3.4.2 Todas as ações e/ou materiais de comunicação institucional 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 Institucional – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Institucional - Via Não Identificada, sem os exemplos de ações e/ou materiais da Solução de Comunicação Institucional, 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 Institucional – 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 institucional, 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 Institucional: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as ações e/ou materiais de comunicação institucional 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 materiais dos relatos mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Institucional – 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 institucional 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 institucional 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 Institucional, de que trata o subitem 1.6.2 devem ter sido implementados a partir de 01 de janeiro de 2023.

1.6.3 É permitida a inclusão de até 03 (três) ações e/ou materiais de comunicação institucional, 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 formado, 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 material de comunicação institucional, 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 Institucional

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 institucional 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 Institucional

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

b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação institucional 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 pelo 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 proposta e os efeitos e resultados esperados;

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

2.2.1.3 Subquesto 3 – Solução de Comunicação Institucional

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

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

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

d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação 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, 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 institucional, 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 na área dos serviços, objeto da licitação, se for o caso.

2.2.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

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

b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação institucional 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 Institucional

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

b) a demonstração de que a solução de comunicação institucional 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 das ações e/ou peças de comunicação institucional desenvolvidos 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 Institucional		75
SUBQUESITOS	I. Raciocínio Básico	5
	II. Estratégia de Comunicação Institucional	20
	III. Solução de Comunicação Institucional	30
	IV. Plano de Implementação	20
2. Capacidade de Atendimento		10
- Relação dos principais clientes	<i>4 ou mais clientes da Administração Pública Federal ou Estadual – 2,5</i>	
	<i>Até 3 clientes da Administração Pública Federal ou Estadual – 2,0</i>	
	<i>Cliente(s) com atuação nacional – 1,5</i>	
	<i>Cliente(s) com atuação regional ou municipal – 1,0</i>	
- Qualificação e Experiência dos profissionais	<i>10 ou mais profissionais com experiência superior a 20 anos – 2,5</i>	
	<i>De 06 a 09 profissionais com experiência superior a 20 anos – 2,0</i>	
	<i>De 03 a 05 profissionais com experiência superior a 20 anos – 1,5</i>	
	<i>Até 02 profissionais com experiência superior a 20 anos – 1,0</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 Institucional	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 Institucional, 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 Institucional; Capacidade de Atendimento; e Relatos de Soluções de Comunicação Institucional.

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 Institucional – 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 Institucional, Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Institucional.

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 - APENDICES IV e IV-A DO PROJETO
BASICO (2).pdf**

APÊNDICE I V

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, 180 (cento e oitenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

1.4.1 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 1.3 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 §2º do art.90 da Lei nº 14.133/2021, 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 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 ___/2024 – 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; e

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*); impostos; 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.

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

g) 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>