

Contratação de Serviços de Comunicação Corporativa 1 /2024

Informações Básicas

Número do artefato	UASG	Editado por	Atualizado em
1/2024	320004-MME-CGC-COORD.GERAL DE RECURSOS LOGISTICOS/DF	LETICIA CIRQUEIRA DE OLIVEIRA	10/07/2024 09:35 (v 6.0)
Status	ASSINADO		

Outras informações

Categoria	Número da Contratação	Processo Administrativo
V - prestação de serviços, inclusive os técnico-profissionais especializados/Serviço continuado com dedicação exclusiva de mão de obra		48300.000562 /2023-08

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.

1.1.1. 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, 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 CONTRATANTE, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas.

1.1.4. Será contratada 1 (uma) empresa prestadora de serviços de comunicação institucional doravante denominada licitante ou contratada, conforme métrica estabelecida no §2º do art. 5º da Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023.

2. REGIME DE EXECUÇÃO

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

2.2. As empresas serão contratadas por meio de concorrência, do critério de julgamento Melhor Técnica, sob a égide da Lei nº 14.133/21 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 nº 1, de 2023, relativa à matéria.

3. JUSTIFICATIVAS

1.

1.1. A presente contratação faz-se necessária para auxiliar o Ministério de Minas e Energia, por meio da Assessoria Especial de Comunicação, no desempenho de sua missão institucional, contribuindo para o desafio de fortalecer a comunicação do Ministério de Minas e Energia junto à sociedade Brasileira e estrangeira

1.2. De acordo com o DECRETO Nº 11.492, DE 17 de abril de 2023 ANEXO I, Art. 1º O Ministério de Minas e Energia, órgão da administração pública federal direta, tem como áreas de competência os seguintes assuntos:

- I. 1.2.1. políticas nacionais de aproveitamento dos recursos energéticos, incluídos recursos hídricos, eólicos, solares, nucleares e de demais fontes;
- II. 1.2.2. políticas nacionais de integração do sistema elétrico; III - políticas tarifárias para o setor de energia elétrica;
- III. 1.2.3. políticas de integração energética com outros países;
- IV. 1.2.4. políticas nacionais do petróleo, do combustível, do biocombustível, do gás natural e de energia elétrica;
- V. 1.2.5. políticas nacionais de geologia, de exploração e de produção de recursos minerais e energéticos;
- VI. 1.2.6. política nacional de mineração e transformação mineral;

- VII. 1.2.7. políticas nacionais de sustentabilidade e de desenvolvimento econômico, social e ambiental dos recursos elétricos, energéticos e minerais;
- VIII. 1.2.8. diretrizes para o planejamento dos setores de minas e de energia;
- IX. 1.2.9. universalização do acesso e do uso da energia elétrica, inclusive a energização rural;
- X. 1.2.10. elaboração e aprovação das outorgas relativas aos setores de minas e de energia;
- XI. 1.2.11. avaliação ambiental estratégica, quando couber, em conjunto com o Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima e os demais órgãos relacionados;
- XII. 1.2.12. participação em negociações internacionais relativas aos setores de minas e de energia;
- XIII. 1.2.13. fomento ao desenvolvimento e adoção de novas tecnologias relativas aos setores de minas e de energia; e
- XIV. 1.2.14. equilíbrio conjuntural e estrutural entre a oferta e a demanda de energia elétrica no País.

1.3. A Assessoria Especial de Comunicação Social (AESCOM) do Ministério de Minas e Energia, vinculada ao Gabinete do Ministro, é o setor responsável pela coordenação das ações de comunicação de interesse institucional do Ministério. Compete a esta Assessoria conforme Art. 8º do DECRETO Nº 11.492, de 17 de abril de 2023:

- I. 1.3.1. planejar, coordenar e executar a política de comunicação social e de publicidade e relações institucionais do Ministério, de acordo com as diretrizes da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República;
- II. 1.3.2. providenciar a divulgação de matérias relacionadas à área de atuação do Ministério e de suas entidades vinculadas;
- III. 1.3.3. exercer atividades relativas à assessoria de imprensa do Ministério;
- IV. 1.3.4. exercer as atividades de comunicação social relativas às realizações do Ministério; e
- V. 1.3.5. articular com as entidades vinculadas a comunicação social dos temas relativos às políticas públicas de competência do Ministério.

São desenvolvidas atividades, como:

. 1.

1.1.

- VI. 1.1.1. atendimento adequado ao intenso fluxo de demandas da imprensa – de abrangência regional, nacional, internacional - por informações;
- VII. 1.1.2. orientação, provisão, seleção e edição de textos e fotos;
- VIII. 1.1.3. acompanhamento do noticiário diário de rádio, TV, jornais, revistas e internet para verificar as matérias publicadas relacionadas

diretamente às ações do Ministério e suas vinculadas, bem como demais notícias relacionadas ao tema de competência do Ministério com o objetivo de identificar possíveis necessidades de ações de comunicação do Ministério de Minas e Energia;

- IX. 1.1.4. produção de pautas e redação de textos e artigos a serem distribuídos para a imprensa nacional, regional e internacional e colocados à disposição dos meios de comunicação por meio do site do Ministério de Minas e Energia;
- X. 1.1.5. agendamento e acompanhamento de entrevistas com autoridades do Ministério de Minas e Energia de acordo com a demanda da imprensa;
- XI. 1.1.6. organização, cobertura e coordenação de eventos, entrevistas coletivas e solenidades de posse ou de assinatura de acordos e convênios, bem como publicação de iniciativas individuais, conjuntas e intersetoriais;
- XII. 1.1.7. produção de notícias de âmbito interno do Ministério de Minas e Energia;
- XIII. 1.1.8. cobertura fotográfica de eventos selecionados estrategicamente, no Brasil e em outros países, organização do banco de imagens e distribuição de fotos quando solicitadas pela imprensa em geral;
- XIV. 1.1.9. divulgação das ações do Ministério de Minas e Energia;
- XV. 1.1.10. acompanhamento das atividades do Gabinete o Ministro, do Secretário- Executivo e de todas as secretarias do órgão, bem como de suas entidades vinculadas quando de interesse;

1.2. À luz do cenário acima exposto, pode-se dizer que a Assessoria Especial de Comunicação (AESCOM) do Ministério de Minas e Energia não conta com uma estrutura para atendimento da carga de atribuições institucionais a ela conferida, ainda mais com o sensível aumento em sua demanda.

1.3. Atualmente, a AESCOM/MME possui em seu quadro somente 8 (oito) servidores, número insuficiente para suprir as necessidades do Ministério de Minas e Energia no que tange à área comunicação social. No presente momento, não há contratação que permita apoio de empresa para serviços de comunicação e assessoria de imprensa, como ocorre em outros Ministérios e em diversas áreas do Governo.

1.4. A AESCOM/MME não conta, no momento, com o apoio de empresa contratada para atendimento a essa necessidade de serviços técnicos especializados, com a finalidade de atender às demandas de análise, planejamento, execução de atividades de comunicação, cobertura e assessoria de imprensa.

1.5. A contratação de empresa com experiência comprovada e amplo domínio das modernas e eficazes técnicas de comunicação e relacionamento ampliará a capacidade e eficácia das ações conduzidas pelo Ministério de Minas e Energia e possibilitará maior divulgação nas mídias nacionais e internacionais.

1.6. O contrato almejado permitirá ao Ministério de Minas e Energia continuar sendo apoiado, com expectativa de maior eficiência, eficácia e qualidade, na disseminação de informações pertinentes às ações, programas e

políticas desenvolvidas pelo Ministério, com a execução de serviços estratégicos planejados e definidos pelo Órgão e, ainda, possibilitará:

- a. 2. robustecer a capacidade de comunicação sistêmica da comunicação institucional do Ministério, hoje marcada pela limitação dos recursos humanos exigidos para o bom desempenho de suas funções técnicas;
- b. 3. fortalecer o discurso institucional do Ministério por meio de ações que integrem e uniformizem, verbal e visualmente, o tratamento das mensagens, conceitos, valores e princípios difundidos;
- c. 4. fortalecer a capacidade do Ministério de prover informação relevante e de interesse público com qualidade;
- d. 5. apoiar o Ministério no cumprimento dos preceitos constitucionais de transparência pública e, em especial, da Lei de Acesso à Informação, fortalecendo os mecanismos de diálogo de interesse público para o exercício da cidadania.

5.1. Assim sendo, a empresa de comunicação institucional auxiliará o Ministério de Minas e Energia no atendimento das demandas de comunicação do Órgão por meio de planejamento e execução de estratégias de comunicação, produção de conteúdo, inteligência da mídia e produção de diagnósticos de exposição e imagem, dentre outros

4. CARACTERÍSTICAS DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

As demandas serão atendidas por meio da combinação dos produtos e serviços mais adequados para apoiar o Ministério de Minas e Energia 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 Produtos e Serviços Essenciais do objeto do contrato, sendo os itens previamente especificados e precificados pelo Ministério de Minas e Energia, com os respectivos quantitativos estimados de execução, no Termo de Referência;

b) **Deslocamento de Profissionais:** para captação de imagens e vídeos e também para acompanhamento de técnicos e autoridades do Ministério de Minas e Energia fora de Brasília, para produção de conteúdo institucional durante eventos, inaugurações, audiências públicas e visitas técnicas nos Estados, muitos dos quais vêm contando inclusive com a presença de autoridades como o Presidente da República, o Ministro de Estado dos Transportes e governadores estaduais.

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

1. Gerenciamento de Atendimento

2. Análise e Acompanhamento de Mídia;
3. Planejamento e Conteúdo;
4. Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas;

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

- a. 1. Título;
- b. 2. Descritivo;
- c. 3. Entregável;
- d. 4. Método de classificação da complexidade Complexidade, e
- e. 5. Prazo de entrega.

As especificações dos Produtos e Serviços Essenciais mencionadas no subitem anterior poderão ser aperfeiçoadas pelo Ministério de Minas e Energia, sempre que identificada a necessidade de maior alinhamento das informações com a prática vivenciada com as contratadas, no decorrer da execução contratual por meio do aditamento.

No interesse do Ministério de Minas e Energia poderá ocorrer deslocamentos de profissionais a serviço e, nessa hipótese, as contratadas proverão os meios de transporte, hospedagem e alimentação dos técnicos designados, sendo reembolsada, mediante prestação de contas e considerando a porcentagem estabelecida de até 5% sob o valor total estimado.

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

1.1. Para autorização das despesas, 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
- e) previsão de quantidade de diárias.

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

Nos deslocamentos excepcionais por intermédio de outros meios de transporte, que não o aéreo, o Ministério de Minas e Energia poderá aprovar a locomoção com base na apresentação, pelas contratadas, de orçamentos prévios e prestação de contas em regras similares às das passagens aéreas.

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

5. EXECUÇÃO CONTRATUAL

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

5.2. Para a execução, as contratadas devem 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.

5.3. De forma excepcional poderão ser alocados nas dependências do CONTRATANTE, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos, na prestação dos seguintes produtos e serviços constantes dos subitens do Apêndice I:

1.1 Gerenciamento de atendimento

1.2 Atendimento à Imprensa Nacional e Regional, Produção e Edição de conteúdo

3.5 Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Fotografia

3.6 Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Vídeo Release

3.7 Cobertura Jornalística e/ou Institucional – Vídeo Depoimento

3.8 Cobertura Jornalística e/ou Institucional – Vídeo Animação

4.1 Projeto Gráfico

4.2 Diagramação e animação de apresentação em Língua Portuguesa

5.3.1. A execução pelas contratadas 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 pelas contratadas.

5.3.2. 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.

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

5.4. Será de responsabilidade das contratadas prover aos profissionais envolvidos na execução contratual, dentro e fora de suas dependências, a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de acesso à Internet por meio de banda larga (com e sem fio), microcomputadores, *softwares*, equipamento de videoconferência, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução contratual.

5.5. As contratadas deverão 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.

5.6. Será permitida a execução de despesas de até 5% (cinco por cento) sobre o valor do contrato, para cobrir custos referentes ao deslocamentos de profissionais a serviço.

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

5.8. O presente contrato terá duração inicial de 12 (doze) meses, a contar da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado, respeitada a vigência máxima decenal, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021, mediante a celebração do competente Termo Aditivo.

6. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIO

6.1. O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em **R\$ 14.028.356,43 (quatorze milhões vinte e oito mil trezentos e cinquenta e seis reais e quarenta e três centavos)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

6.1.1. No valor acima estão incluídas todas as despesas ordinárias diretas e indiretas decorrentes da execução do objeto, inclusive tributos e/ou impostos, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais incidentes, taxa de administração, frete, seguro e outros necessários ao cumprimento integral do objeto da contratação.

6.1.2. Nesse valor está previsto também o percentual de 5% (cinco por cento) referente às despesas com deslocamentos dos profissionais à serviço.

6.2. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento Geral da União.

6.3. A contratação será atendida pela seguinte dotação:

I - UG: 320076 - MME

II - Programa de Trabalho: 25131003246410001- Programa de Gestão do Poder Executivo Federal

III - Ação: 4641 – Publicidade e Utilidade Pública

IV - Fonte de Recurso: 1000000000

V - Natureza de Despesa: 3.3.90.39

6.4. A dotação relativa aos exercícios financeiros subsequentes será indicada após aprovação da Lei Orçamentária respectiva e liberação dos créditos correspondentes, mediante apostilamento.

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

6.6. No interesse do CONTRATANTE, as contratadas ficarão obrigadas 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 14.133/21.

6.7. Se o CONTRATANTE optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, serão consignadas nos próximos exercícios, no Plano Plurianual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

6.7.1. Na prorrogação, o CONTRATANTE poderá renegociar os preços praticados com as contratadas, 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.

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

7. ESTIMATIVA ANUAL DE EXECUÇÃO

7.1. As quantidades anuais dos Produtos e Serviços Essenciais, previstas no Apêndice I, representam apenas estimativas e serão executadas à medida da necessidade e conveniência do CONTRATANTE, que poderá readequá-las seguindo o disposto no art. 124 da Lei nº 14.133, de 2021.

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

1.

1.1. Para pagamento e remuneração pela execução dos produtos e serviços previamente autorizados pelo Ministério de Minas e Energia, as contratadas deverão apresentar os seguintes documentos:

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 entregáveis.

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.

1. O gestor e fiscal do contrato só atestarão a execução dos produtos e serviços e liberarão os documentos para pagamento quando cumpridas pelas contratadas todas as condições pactuadas.

1.1. As notas fiscais emitidas pelas contratadas deverão 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, foram entregues/realizados conforme autorizados pela contratante, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução.”

1.

1.1.

1.1.1. 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.

1.2. O pagamento dos produtos e serviços será feito conforme disposto no art. 7º da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77, de 4 de novembro de 2022, após a apresentação dos documentos previstos no subitem 8.1 e será efetivado por meio de crédito em conta corrente mantida pelas contratadas.

1.3. 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.

1.

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

1.2. 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 pelas contratadas ao Ministério de Minas e Energia.

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

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

- a. 1. nome do profissional;
- b. 2. finalidade da viagem;
- c. 3. datas de início e do término da viagem;
- d. 4. preço estimado das passagens;
- e. 5. previsão de quantidade de diárias.
- f. 6.
- g. 7. Para as passagens aéreas, fica definida a utilização de classe econômica para qualquer profissional nos trechos nacionais ou internacionais.

7.1. 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.

h. 8.

8.1.

8.1.1.

8.1.1.1. 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.

8.1.1.2. As cotações deverão ser efetuadas com, pelo menos, 10 (dez) dias de antecedência, sendo a impossibilidade justificada pelas contratadas.

8.1.1.3. Caso não haja possibilidade de apresentar 3 (três) cotações, consideradas as especificidades dos deslocamentos, as contratadas deverão justificar o fato, por escrito, ao CONTRATANTE.

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

8.1.2. Todas as demais despesas com hospedagem, alimentação, traslados ou qualquer outra envolvida no deslocamento serão reembolsadas 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.

8.1.2.1. Para diárias no país, será utilizado o valor referente a letra "d" do Anexo I, Tabela "Valor da Indenização de Diárias aos servidores públicos federais, no País", que são para os demais cargos, empregos e funções públicas, "C" de indenização dos servidores civis, conforme Anexo I do Decreto nº 5.992/2006, alterado pelo Decreto 11.117/2022, ou alterações posteriores, que venham a substituir, total ou parcial, a legislação atual.

8.1.2.1.1. Caso não seja necessário o pernoite do profissional fora da sede, o valor máximo de reembolso, será a metade dos valores constantes da legislação vigente sobre o tema, de acordo com a localidade e as comprovações apresentadas

8.1.2.1.2. Os valores que excederem os gastos diários fixados pela Administração não serão reembolsados pela contratante

8.1.3. A prestação de contas dos deslocamentos de profissionais a serviço deverá ser feita por meio de relatório de viagem a ser apresentado pelas contratadas ao CONTRATANTE.

8.1.3.1. 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:

- i. 9. cotações de preços de passagens para o trecho solicitado;
- b. 1. comprovação de compra da passagem de menor preço;
- c. 1. comprovantes de embarque.

1.

1.1.

1.1.1. 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>

1.

1.1.

1.1.1. 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.

2.

2.1.

2.1.1. 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, para que o valor a ser ressarcido siga o padrão monetário em reais.

2.1.2. Serão considerados para fins de reembolso de despesas os deslocamentos de profissionais que realizarão o serviço fora da cidade sede do CONTRATANTE e fora da base das contratadas.

2.2. 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 para a execução contratual.

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

2.4. 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.

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

2.6. 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.

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

2.7.1. 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 as contratadas providenciem 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.

2.8. No caso de eventual atraso de pagamento, mediante pedido das contratadas, o valor devido será atualizado financeiramente, desde que as contratadas não tenham 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:

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

TX = Percentual da taxa anual = 6%

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

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

Se a contratada cadastrada no SICAF e no Sistema de Registro Cadastral Unificado estiverem 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.

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.

O prazo estipulado poderá ser prorrogado a juízo do CONTRATANTE.

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

Os pagamentos efetuados pelo CONTRATANTE não isentam as contratadas de suas obrigações e responsabilidades assumidas.

9. REAJUSTE

Os preços contratados serão alterados, para mais ou para menos, conforme o caso, se houver, após a data da apresentação da proposta, criação, alteração ou extinção de quaisquer tributos ou encargos legais ou a superveniência de disposições legais, com comprovada repercussão sobre os preços contratados, na forma do inciso II, do §8º, do art. 25, da Lei nº 14.133, de 2021.

As contratadas deverão 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.

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.

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:

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

I₀

R	Valor do reajuste procurado
V	Valor contratual do produto ou serviço a ser reajustado
I	Índice relativo à data do reajuste
I₀	Índice inicial ou índice de preços na data da entrega da Proposta

10. OBRIGAÇÕES DAS CONTRATADAS E CONTRATANTE

10.1. Constituem obrigações da contratada, além das demais previstas no contrato a ser firmado ou dele decorrentes:

10.1.1. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

10.1.2. Fornecer os produtos e serviços relacionados com o objeto do contrato a ser firmado de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE.

10.1.3. Executar todos os serviços relacionados com o objeto do contrato a ser firmado, mediante demanda do CONTRATANTE.

10.1.4. Exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pelo CONTRATANTE.

10.1.5. Obter a autorização prévia do CONTRATANTE, por escrito, para realizar qualquer despesa relacionada com o contrato a ser firmado.

10.1.6. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores especializados, desde que as ocorrências não tenham sido por eles causadas.

10.1.7. Manter, durante a execução do contrato a ser firmado, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem ao referido instrumento.

10.1.8. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto do contrato a ser firmado, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que deu origem ao referido instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao CONTRATANTE.

10.1.8.1. Prover aos profissionais envolvidos na execução contratual, dentro e fora de suas dependências, a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de acesso à Internet por meio de banda larga (com e sem fio), microcomputadores, *softwares*, equipamento de videoconferência, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução contratual.

10.1.8.2. 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.

10.1.9. Manter, por si e por seus prepostos, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer informações que lhe sejam fornecidas, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE.

10.1.10. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato a ser firmado, que envolvam o nome do CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

10.1.11. Assinar Termo de Compromisso relativo à confidencialidade e ao sigilo, conforme modelo definido pelo CONTRATANTE, se comprometendo, por si e seus prepostos, a não repassar o conhecimento das informações confidenciais, responsabilizando-se por todas as pessoas que vierem a ter acesso às informações, por seu intermédio, e obrigando-se, assim, a ressarcir a ocorrência de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.

10.1.12. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

10.1.13. Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.

10.1.14. Assumir, com exclusividade, todos os tributos (impostos e taxas) que forem devidos em decorrência do objeto do contrato a ser firmado, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de

trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

10.1.15. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços prestados.

10.1.16. Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

10.1.17. Responder perante o CONTRATANTE por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto do contrato a ser firmado.

10.1.18. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas para o CONTRATANTE.

10.1.19. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados e prepostos, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato a ser firmado.

10.1.20. Em caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, adotar as providências necessárias no sentido de preservar o CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsar ao CONTRATANTE as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

10.1.21. Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato a ser firmado.

10.1.22. Prestar esclarecimentos ao CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a contratada, independentemente de solicitação.

10.1.23. Não caucionar ou utilizar o contrato a ser firmado como garantia para qualquer operação financeira.

10.1.24. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 5º da Lei nº 14.133/21, regulamentada pelo Decreto nº 7.746/2012.

10.1.25. Observar as condições para fornecimento de produtos e de serviços ao CONTRATANTE estabelecidas no Edital que deu origem ao contrato a ser firmado.

10.2. São obrigações do CONTRATANTE, além de outras assumidas no contrato a ser firmado:

1. a) cumprir os compromissos financeiros assumidos com a contratada;
- b) fornecer e colocar à disposição das contratadas os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos produtos e serviços;
- c) proporcionar condições para a boa execução dos produtos e serviços;

- d) notificar a contratada, formal e tempestivamente, sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato a ser firmado;
- e) notificar a contratada, por escrito e com antecedência, garantida a defesa, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;
- f) efetuar os pagamentos nas condições e preços pactuados.

10.2.1. O CONTRATANTE comunicará à contratada por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

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. Será nomeado 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.

11.1.2. Será nomeado, pelo CONTRATADO, preposto aceito pela Administração a ser mantido no local de execução do serviço para representá-lo na execução do Contrato.

11.2. A fiscalização pelo CONTRATANTE em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva das contratadas 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. As contratadas adotarão 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 ausência de comunicação por parte do CONTRATANTE, referente à irregularidade ou falhas, não exime as contratadas das responsabilidades determinadas no contrato a ser firmado.

11.6. As contratadas permitirão e oferecerão 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.

11.7. As contratadas se obrigam 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.

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

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

11.9.1. A avaliação será considerada pelo CONTRATANTE para: apurar a necessidade de solicitar das contratadas 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.

11.9.2. Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao gestor e fiscal do contrato a ser firmado e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo

12. APÊNDICES

12. APÊNDICES

12.1. Integram este Anexo os seguintes apêndices:

Apêndice I: Produtos e Serviços Essenciais

Apêndice II: Apresentação e Julgamento das Propostas Técnica

Apêndice III: *Briefing*

Apêndice IV: Apresentação das Propostas de Preços

Apêndice IV-A: Modelo de Proposta de Preços

Apêndice V- Instrumento de Medição de Resultados - IMR

Apêndice VI: Modelo de Procuração

Apêndice VII: Minuta de Contrato

APÊNDICE I

PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

GERENCIAMENTO E ATENDIMENTO

- 1.
2. **Gerenciamento de atendimento**

Descritivo: Gerenciar, articular, documentar e compreender as necessidades do contratante com o objetivo de oferecer os serviços e soluções adequados para o atendimento das demandas de comunicação institucional. Entre as necessidades, estão:

- a) centralizar, organizar, articular, planejar, controlar e distribuir as demandas internas e externas;
- b) gerenciar a equipe de atendimento ao contratante;
- c) acompanhar continuamente as reuniões estratégicas e os eventos institucionais, por meio de profissionais especializados, com dedicação exclusiva e permanente;
- d) garantir a qualidade técnica da entrega e a manutenção de todos os produtos e serviços executados no âmbito da contratação;
- e) coordenar o planejamento, elaboração e execução de briefings, press releases, press kits, notas e outros conteúdos multimídia oriundos do contratante;
- f) coordenar a articulação e promoção entrevistas, encontros ou reuniões entre porta-vozes e veículos de comunicação, de acordo com interesse do contratante, em ambiente presenciais ou virtuais;
- g) apresentar ao contratante, sempre que solicitado, os status das demandas e o andamento das atividades realizadas pelas equipes de atendimento;
- h) centralizar, organizar e controlar as comprovações referentes às ordens de serviço associadas ao contrato; e
- i) preparar prévia de informações pertinentes para o contratante, como briefings, papers temáticos ou perfis de veículos ou profissionais de comunicação.

Entregáveis:

- Desenvolvimento contínuo de atividades nas dependências do contratante;
- Relatório mensal contendo as principais informações sobre as demandas solicitadas e atendidas e as atividades de coordenação realizadas.

Prazo de entrega: execução continuada mensal

Método de classificação da complexidade: por perfis profissionais.

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

Alta Complexidade

Descritivo: Um perfil profissional de Comunicação Sênior. Deverá ser formado preferencialmente em Comunicação Social, com habilitação em jornalismo ou relações públicas, preferencialmente com especialização em cursos dessas áreas que sejam reconhecidos pelo Ministério da Educação, e obrigatoriamente ter pelo menos 8 (oito) anos de atuação comprovada na área, com passagem por veículos da imprensa com repercussão nacional, ou ainda órgãos públicos ou privados, nas áreas de assessoria de imprensa ou relações públicas. Necessário, igualmente, conhecimento amplo de ferramentas de gestão e habilidades para elaboração de propostas de trabalho de comunicação e de orçamentos, definição e implementação de planejamentos, projetos de comunicação, formulação de políticas e estratégias de comunicação e de relacionamento com formadores de opinião e gestão de eventos. Desejável conhecimento em inglês.

Prazo de entrega: execução continuada mensal

Quantidade de profissionais: Um (01) profissional Sênior para Coordenação.

Altíssima Complexidade

Descritivo: Um perfil profissional de Comunicação Master. Deverá ser formado preferencialmente em Comunicação Social, com habilitação em jornalismo ou relações públicas, preferencialmente com especialização em cursos dessas áreas que sejam reconhecidos pelo Ministério da Educação, e obrigatoriamente ter pelo menos 10 (dez) anos de atuação comprovada na área, com passagem por veículos da imprensa, ou ainda órgãos públicos ou privados, nas áreas de assessoria de imprensa ou relações públicas. Necessário, igualmente, conhecimento amplo de ferramentas de gestão e habilidades para elaboração de propostas de trabalho de comunicação e de orçamentos, definição e implementação de planejamentos, projetos de comunicação, formulação de políticas e estratégias de comunicação e de relacionamento com formadores de opinião e gestão de eventos internacionais. Desejável conhecimento em inglês.

Prazo de entrega: execução continuada mensal

Quantidade de profissionais: Um (01) profissional Master para Direção de Atendimento.

1.

2. **Atendimento à Imprensa Nacional e Regional, Produção e Edição de conteúdo**

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

Elaboração, revisão e edição de conteúdos textuais a partir de fontes oficiais fornecidos pelo contratante para publicação nos canais oficiais do órgão e/ou divulgação para a imprensa e veículos de comunicação.

Inclui as seguintes atividades:

- a. 1. realizar os atendimentos de rotina às demandas de profissionais de comunicação e às necessidades de divulgação de informações em veículos nacionais e regionais;
- b. 2. promover contatos proativos com profissionais de comunicação, criando oportunidades de pautas e promovendo as ações e a imagem institucional do contratante junto aos veículos de imprensa;
- c. 3. planejar, elaborar, executar e distribuir briefings, press releases, press kits, notas e outros conteúdos oriundos do contratante;
- d. 4. articular e promover entrevistas, encontros ou reuniões entre porta-vozes e veículos de comunicação nacionais e regionais, de acordo com interesse do contratante;
- e. 5. acompanhar as entrevistas e eventos dos quais representantes e porta-vozes do contratante participem, em ambiente interno ou externo à instituição, em ambiente presencial ou virtual;
- f. 6. acompanhar o cliente em eventos em que haja interesse do contratante para atendimento à imprensa;
- g. 7. preparar prévia de informações pertinentes para o contratante, como briefings, papers temáticos ou perfis de veículos ou profissionais de comunicação;
- h. 8. Promover encontros de representantes e porta-vozes com profissionais da imprensa nacional e regional;
- i. 9. Atendimento telefônico, por e-mail ou por outros meios eletrônicos;
- j. 10. Contatos telefônicos, por e-mail ou por outros meios eletrônicos;
- k. 11. Consulta a fontes oficiais e/ou de parceiros institucionais estratégicos para o órgão;
- l. 12. Acompanhar e participar de reuniões semanais para apresentação de sugestões e pautas jornalísticas, propor ações junto à imprensa;
- m. 13. Planejar e executar ações, como coordenar e/ou participar de reuniões para elaboração de pautas, levantar informações, produzir e enviar releases à

- imprensa, produzir conteúdos, em formatos multimídia diversos para canais institucionais e fazer gestão junto à imprensa para publicação e/ou veiculação de matérias jornalísticas sobre projetos, ações ou eventos do CONTRATANTE;
- n. 14. Elaborar planejamento semanal e mensal para a produção de conteúdo multimídia, o que proporcionará uma maior eficiência da distribuição do conteúdo divulgado nos canais institucionais.
 - o. 15. Produzir conteúdo multimídia para divulgação em canais institucionais.
 - p. 16. Planejar, mobilizar e realizar bate-papos, ao vivo, pelos canais institucionais
 - q. 17. Elaborar, revisar e editar gramaticalmente textos jornalísticos ou institucionais direcionados aos públicos interno e/ou externo a partir de consultas a fontes oficiais, representantes e especialistas do setor. Os conteúdos produzidos poderão ser utilizados como press releases, notas à imprensa, avisos de pauta, artigos de opinião, pautas especiais, posicionamentos (position paper), briefings, manuais, cartilhas, publicações e/ou apresentações, guia de perguntas e respostas, mensagens-chave, entre outros;
 - r. 18. Elaborar roteiros audiovisuais e briefings para peças gráficas de divulgação do contratante em canais institucionais.
 - s. 19. Tratar e analisar dados para gerar inteligência na elaboração de estratégias de conteúdos e ações para alcançar resultados, KPI's e metas.

Entregáveis:

Relatório mensal de atendimento com: descritivo das atividades realizadas, quantidade de demandas solicitadas, identificação dos veículos de comunicação e dos jornalistas solicitantes, o teor de cada demanda e respectiva resposta; além de porta-vozes acompanhados em entrevistas pela equipe; planejamentos de conteúdo e diagnósticos produzidos;

Relatório mensal de produção/edição de conteúdo com: quantidade de produtos e serviços sob demanda desenvolvidos; quantidade das pautas geradas; textos produzidos com indicação das fontes consultadas; e textos editados.

Método de classificação da complexidade: por perfis profissionais dedicados ao atendimento e à produção de conteúdo. Para a produção e edição de conteúdo, será considerada a quantidade de fontes utilizadas na apuração.

Baixa Complexidade: texto formulado a partir de informações obtidas com até 1 fonte, sem necessidade de consultas externas. Prazo de entrega: Até 1 dia útil;

Média Complexidade: texto formulado a partir de informações obtidas com até 2 fontes, sem necessidade de consultas externas. Prazo de entrega: até dois dias úteis;

Alta Complexidade: texto formulado a partir de informações obtidas com até 4 fontes, sem necessidade de consultas externas. Prazo de entrega: Até 5 dias úteis.

Prazo de entrega: execução continuada mensal

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

Baixa Complexidade

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

Média Complexidade

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

Alta Complexidade

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

apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes. Edição de conteúdos. Domínio da norma padrão da língua portuguesa. Desejável conhecimento em inglês.

1. **ANÁLISE E ACOMPANHAMENTO DE MÍDIA**

1.

1.1. **Análise de Jornais, Revistas e Portais de Notícias – Regional e Nacional**

Descritivo: Síntese analítica diária do conteúdo acompanhado em jornais, revistas, blogs e portais de notícias, com alertas sobre temas que ofereçam oportunidades ou riscos de comunicação à imagem do CONTRATANTE. A atividade tem caráter continuado, sendo 24x7.

Entregáveis:

Dois relatórios eletrônicos diários, enviados por correio eletrônico (ou meio definido pelo contratante) para lista de e-mails definidos pelo órgão. Os relatórios devem ser entregues, inclusive, aos finais de semana e feriados, com edições extras, caso necessário e nos horários definidos pelo contratante;

Alertas – Mensagem eletrônica (em formato previamente acordado) sobre fatos de impacto de interesse do órgão, noticiados nos intervalos entre o envio dos relatórios.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de veículos monitorados.

Baixa Complexidade:

Descritivo: até 30 veículos acompanhados.

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

Média Complexidade:

Descritivo: de 31 a 50 veículos acompanhados.

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

Alta Complexidade:

Descritivo: de 51 a 70 veículos acompanhados.

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

1.

2. **Clipping – Rádio**

Descritivo: Clipping diário de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse do CONTRATANTE, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até 50 emissoras de rádio, conforme lista de veículos a ser definida pelo contratante.

Entregáveis:

Três relatórios eletrônicos diários, enviados por correio eletrônico, aplicativo de mensagens ou outro meio definido pelo contratante. Os relatórios devem ser entregues, inclusive, aos finais de semana e feriados, com edições extras, caso necessário e nos horários definidos pelo contratante; e

Alertas – Mensagem eletrônica enviada por correio eletrônico, aplicativo de mensagens ou outro meio definido pelo contratante (em formato previamente acordado) sobre fatos de impacto de interesse do órgão, noticiados nos intervalos entre o envio dos relatórios.

Método de classificação da complexidade: não se aplica.

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

1.

2. **Auditoria de Imagem Nacional e Regional**

Descritivo: Auditoria mensal de exposição do CONTRATANTE e de suas temáticas a partir de análise quantitativa e qualitativa da sua presença nos meios de comunicação nacionais e regionais, a partir do levantamento e estudo de perfil tendo como referência o conteúdo acompanhado em jornais, revistas e portais de notícias. A auditoria deverá trazer um diagnóstico apontando os principais temas publicados/veiculados na imprensa, por tipo de veículo e impacto para a imagem do CONTRATANTE, bem como indicar os riscos e oportunidades para a promoção dos programas e ações do Ministério, tais como entrevistas com o público de interesse, análise de conteúdos publicados e consulta a publicações de referência. O diagnóstico será realizado de acordo com o clipping fornecido pelo contratante e poderá, de acordo com a solicitação do contratante, compreender os seguintes tópicos:

a) Análise quantitativa e qualitativa de publicações em meios de comunicação sobre assuntos de interesse no órgão (quantidade total e conteúdo);

b) Análise editorial dos conteúdos analisados (conteúdo e formatos);

Análise de atuação dos publicadores (frequência de publicação e moderação);

c) Análise de sentimentalização dos conteúdos analisados;

d) Análise comparativa com até 5 (cinco) perfis similares nos veículos de comunicação (considerando mesmas variáveis).

Entregáveis:

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

Método de classificação da complexidade: quantidade de veículos analisados.

Baixa Complexidade:

Descritivo: análise de até 20 veículos

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

Média Complexidade:

Descritivo: análise de 21 a 40 veículos

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

Alta Complexidade:

Descritivo: análise de 41 a 70 veículos.

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

2.4 Mapa de Temas

Descritivo: Mapear na imprensa, em seus diversos canais, diálogo de temas e atividades de interesse do CONTRATANTE que possam gerar repercussão negativa, com destaque para a avaliação de oportunidades e riscos e recomendação de ações de comunicação. O mapa poderá incluir também a percepção das comunidades quanto aos temas de interesses. O mapa tem como objetivo identificar suas áreas de influência para minimizá-las.

Entregáveis:

- Relatório diários com os temas relevantes do dia e temas com potencial para continuar na pauta, com recomendações de atuação.
- Relatório semanal com uma visão geral dos principais temas e o que mais repercutiu, com recomendações de atuação.
- Relatório mensal contendo descrição, análise e recomendações a respeito dos temas de interesse mapeados.

Método de classificação da complexidade:

- Quantidade de temas mapeados;
- Quantidade de menções aos temas.

Complexidade:

Baixa Complexidade:

Descritivo: até 10 veículos em qualquer de seus canais, com até 5.000 menções /mês.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregáveis.

1. PLANEJAMENTO E CONTEÚDO

1.

1.1. Diagnóstico e Matriz Estratégica

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

- a. 1. Identificar públicos internos e externos relevantes para o órgão/entidade em relação as suas temáticas;
- b. 2. Planejar e realizar entrevistas exploratórias de imersão, presenciais, gravadas em áudio e transcritas, com os públicos identificados, respeitando a LGPD;
- c. 3. Realizar benchmarking junto a órgãos/entidades que atuem de forma exemplar;
- d. 4. Levantar informações sobre o CONTRATANTE e suas temáticas em outras fontes, tais como: livros, websites, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, auditorias de imagem, entre outras;
- e. 5. Levantar insumos relevantes relacionados ao CONTRATANTE, tais como missão, visão de futuro, matriz swot (pontos fortes, pontos fracos, ameaças e oportunidade);
- f. 6. Definir objetivos da comunicação institucional nacional em conjunto com o contratante em suas temáticas de atuação;
- g. 7. Desenvolver matriz estratégica dos objetivos da comunicação institucional nacional do contratante em suas temáticas de atuação;
- h. 8. Indicação dos potenciais parceiros, recursos, gestores e ferramentas necessárias para o sucesso da atuação em comunicação institucional do contratante.

Entregáveis:

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

Método de classificação da complexidade: Quantidade de entrevistas.

Baixa complexidade

Descritivo: Até 12 entrevistas.

Prazo de entrega: Até 15 dias úteis.

Média complexidade

Descritivo: Até 30 entrevistas.

Prazo de entrega: Até 25 dias úteis.

- 1.
2. **Apoio ao Planejamento Estratégico de Comunicação Institucional Nacional**

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

- a. 1. Definição de objetivo (s) de um órgão ou tema;
- b. 2. Definição de estratégias alinhadas com o(s) objetivo(s) proposto(s);
- c. 3. Definição de públicos-alvo/personas/personagens;
- d. 4. Definição e indicação de meios de comunicação de atuação;
- e. 5. Indicação de posicionamento/proposta de valor;
- f. 6. Proposição de KPIs (Indicadores de performance) para avaliação de ações e resultados.

Entregáveis:

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

Método de classificação da complexidade: não se aplica.

Prazo de entrega: até 20 dias úteis

1.

1.1. **Plano de Comunicação Temático Nacional**

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

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

Entregáveis:

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

Método de classificação da complexidade: não se aplica

Prazo de entrega: até 10 dias úteis.

- 1.
2. **Media Training**

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

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

Método de classificação da complexidade: Quantidade de participantes, carga horária mínima e especificidades dos meios de comunicação (TV, rádio, impressos e mídias sociais).

Baixa Complexidade:

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

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

Média Complexidade:

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

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

Alta Complexidade:

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

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

3.5 Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Fotografia

Descritivo: Cobertura jornalística e/ou institucional com produção de fotos de eventos, ações e projetos de interessante do CONTRATANTE.

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

Método de classificação da complexidade: Tempo de produção e prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa: Produção com duração de até 4 horas.

Prazo de entrega: Até 1 hora após a cobertura.

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

Prazo de entrega: Até 2 horas após a cobertura.

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

Prazo de entrega: Até 4 horas após a cobertura.

3.6 Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Vídeo Release

Descritivo: Cobertura jornalística e/ou institucional com produção de vídeo de eventos, ações e projetos do CONTRATANTE elaborado a partir de briefing e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de pauta/roteiro criado e aprovado para a realização do vídeo. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral em arquivo texto. O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo. O vídeo deve ser legendado em Português.

Entregável: Arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para distribuição a veículos de imprensa e utilização em canais institucionais próprios, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos

Método de classificação da complexidade: Quantidade de dias de captação, equipe utilizada na produção e prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa Complexidade:

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

Prazo de entrega: Até 2 dias úteis após a captação.

Média Complexidade:

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

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

Alta Complexidade:

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

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

3.7 Cobertura Jornalística e/ou Institucional – Vídeo Depoimento

Descritivo: Cobertura jornalística e/ou institucional com produção de vídeo com captação de um ou mais depoimentos sobre tema específico para distribuição para a imprensa. Elaborado a partir de briefing e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de um roteiro aprovado pelo CONTRATANTE. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral. O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo. O vídeo deve ser legendado em Português.

Entregável: Arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para distribuição a veículos de imprensa e utilização em canais institucionais próprios, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de dias de captação e produção, quantidade de depoimentos e prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa Complexidade:

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

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

Média Complexidade:

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

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

Alta Complexidade:

Descritivo: De 2 dias a 5 dias de captação e produção. Gravação acima de 5 até 10 depoimentos com duração individual de até 1 minuto. Equipe composta de 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 produtor, 1 assistente.

Pós-produção com edição do material captado, sonorização e computação gráfica.

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

3.8 Cobertura Jornalística e/ou Institucional – Vídeo Animação

Descritivo: Produção de vídeo com linguagem jornalística e/ou institucional e utilização de técnica de animação e computação gráfica. Elaborado a partir de pauta jornalística previamente aprovada. Os profissionais envolvidos devem ceder o

uso de direito autoral em arquivo texto. O vídeo deve ser transcrito e legendado em Português. O custo deve prever equipe necessária para a produção.

Entregável: Arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para distribuição a veículos de imprensa e utilização em canais institucionais próprios, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.

Método de classificação da complexidade: duração e técnica de elaboração: 2D /3D.

Complexidade:

Baixa Complexidade:

Descritivo: 2D e duração de até 1 minuto.

Prazo de entrega: Até 5 dias úteis.

Média Complexidade:

Descritivo: 2D e duração de até 2 minutos.

Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.

Alta Complexidade:

Descritivo: 3D e duração de até 1 minuto.

Prazo de entrega: Até 15 dias úteis

1. DESIGN APLICADO À PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PARA RELAÇÕES PÚBLICAS

1.

1.1. Projeto Gráfico

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

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

Método de classificação da complexidade: 1) Quantidade de páginas. 2) Prazo de entrega.

Baixa Complexidade

Descritivo: Até 10 páginas.

Prazo de entrega: Até 5 dias.

Média Complexidade

Descritivo: De 11 até 50 páginas.

Prazo de entrega: Até 10 dias.

Alta Complexidade

Descritivo: De 51 até 100 páginas.

Prazo de entrega: Até 20 dias.

1.

1.1. **Diagramação e animação de Apresentação em Língua Portuguesa**

Descritivo: Diagramação e animação de apresentação, em Língua Portuguesa para projeção ou exibição eletrônica, incluindo recursos de ilustrações, imagens e infográficos, conforme conteúdo, roteiro e programação visual estabelecidos previamente. O foco do trabalho está na hierarquia das informações, garantindo equilíbrio entre os recursos visuais, de forma a dinamizar e otimizar a exposição do conteúdo.

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

Método de classificação da complexidade: quantidade lâminas

Baixa Complexidade

Descritivo: Até 10 lâminas.

Prazo de entrega: Até 3 dias.

Média Complexidade

Descritivo: De 11 até 30 lâminas.

Prazo de entrega: Até 5 dias.

Alta Complexidade

Descritivo: De 31 até 50 lâminas.

Prazo de entrega: Até 7 dias.

APÊNDICE II

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. 1. Raciocínio Básico
	II. 1. Estratégia de Comunicação Institucional
	III. 1. Solução de Comunicação Institucional
	IV. 1. Plano de Implementação
1. Capacidade de Atendimento	
1. 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. 1. em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b. 1. capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m², ambas em branco;
- c. 1. conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m², orientação retrato;

- d. 1. espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e. 1. títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f. 1. espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g. 1. alinhamento justificado do texto;
- h. 1. 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. 1. numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j. 1. 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 13.1.1.2 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 13.1.1.2 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 III-A), observadas as seguintes disposições:

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

- a. 1. análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b. 1. diagnóstico relativo às necessidades de comunicação institucional identificadas;
- c. 1. compreensão da relação do CONTRATANTE com seus diferentes públicos;
- d. 1. 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. 1. explicitação e defesa das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes do CONTRATANTE no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse, vinculadas à temática do *Briefing*.
- b. 1. 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. 1. 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. 1. 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 10 (dez), independentemente do seu tipo ou de sua característica, 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 10 (dez), 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 um *podcast*) 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 III-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;

1.3.4.2 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. 1. 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. 2. 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.

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 5 (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 2 (dois) anos anteriores à esse certame.

1.6.3 É permitida a inclusão de até 3 (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 das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes do CONTRATANTE às suas atividades, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

b) o alcance e as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação institucional do CONTRATANTE no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse;

- c) a consistência técnica da apresentação e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Institucional pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*;
- d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Institucional proposta e os efeitos e resultados esperados;
- e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Institucional, considerada a verba referencial estabelecida no *Briefing*.

2.2.1.3 Subquesto 3 – Solução de Comunicação Institucional

- a) o alinhamento das ações e/ou materiais de comunicação institucional com a estratégia proposta;
- b) a pertinência das ações e/ou materiais propostos com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*;
- c) a adequação das ações e/ou materiais propostos ao perfil dos respectivos públicos e sua compatibilidade com os recursos próprios de comunicação do CONTRATANTE;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que as ações e/ou materiais comportam;
- e) a funcionalidade das ações e/ou materiais propostos;
- f) a exequibilidade das ações e/ou materiais propostos, com base no investimento disponível.

2.2.1.4 Subquesto 4 – Plano de Implementação

- a. 1. a adequação do cronograma de produção, implementação, manutenção e conclusão das ações e/ou materiais 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.

2.2.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- a) o porte, a abrangência e a tradição 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;

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 materiais 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
1. Plano de Comunicação Institucional		80
SUBQUESITOS	Raciocínio Básico	10
	Estratégia de Comunicação Institucional	30
	Solução de Comunicação Institucional	25
	Plano de Implementação	15
1. Capacidade de Atendimento		10
Relação dos principais clientes (Pontuação máxima)		5

SUBQUESITOS	Pelo menos 2 clientes integrantes do Poder Executivo Federal. (2,5 pontos para cada cliente, até o máximo de 5 pontos)	5
	Pelo menos 2 clientes com atuação nacional em pelo menos três regiões do Brasil (1,5 pontos para cada cliente, até o máximo de 3 pontos)	3
	Pelo menos 2 clientes com atuação regional em uma ou duas regiões do Brasil (1 ponto para cada cliente, até o máximo de 2 pontos)	2
Quantificação e qualificação dos profissionais (Pontuação máxima)		5
SUBQUESITOS	Cada profissional de Comunicação ou Marketing com experiência de 15 anos ou mais na área = 0,6 pontos Pontuação máxima 1,8 pontos	1,8
	Cada profissional de Comunicação ou Marketing com experiência de 8 até 14 anos na área = 0,4 pontos Pontuação máxima 1,6 pontos	1,6
	Cada profissional de Comunicação ou Marketing com experiência de 5 até 7 anos na área = 0,3 pontos Pontuação máxima 1,2 pontos	1,2
	Cada profissional de Comunicação ou Marketing com experiência de 2 até 4 anos na área = 0,2 pontos Pontuação máxima 1,0 pontos	1,0

1. Relatos de Soluções de Comunicação Institucional	10
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. 1. 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. 2. não alcançar, no total, 75 (setenta e cinco) pontos;
- c. 3. 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:

Briefing: Por motivo de sigilo, será inserido no momento oportuno

APÊNDICE IV

APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

1.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta de Preços:

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

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

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

- a. 1. percentual de desconto;
- b. 2. conjunto de declarações;
- c. 3. informações sobre a licitante.

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

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

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

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

1.4.1 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 1.3 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.

APÊNDICE IV-A

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À Comissão Especial de Licitação

Concorrência nº XX / ano – órgão/entidade

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

- a. 1. 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;

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 CONTRATANTE;

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

a2) o CONTRATANTE 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) comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores especializados, transferindo ao CONTRATANTE todas as vantagens obtidas;

d1) garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores especializados, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do CONTRATANTE, nos termos do item 9 do Anexo I do Edital desta concorrência;

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

f) estamos cientes de que o CONTRATANTE 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.

1. 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>

APÊNDICE V

INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO DE RESULTADO-IMR

DA DEFINIÇÃO

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.

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

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 Termo de Referência.

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.

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.

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 Termo de Referência.

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem Avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.1 Gerenciamento de atendimento	Cumprimento do prazo	10	5		
		Indicadores e métricas de mensuração de desempenho	20	10		
		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	15	7,5		
			100	50	0	
*Justificativa						
Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem Avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	1.2 Atendimento à Imprensa Nacional e Regional, Produção e Edição de conteúdo	Cumprimento do prazo	10	5		
		Indicadores e métricas de mensuração de desempenho	20	10		
		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	15	7,5		
			100	50	0	
*Justificativa						
	Serviço					

Nº da OS	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
2.1 Análise de Jornais, Revistas e Portais de Notícias - Regional e Nacional	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
2.2 Clipping – 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
	2.3 Auditoria de Imagem Nacional e Regional	Cumprimento do prazo	40	20		
		Consistênciadas 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
	2.4 Mapa de Temas	Cumprimento do prazo	40	20		
		Abrangência e consistência do diagnóstico e qualidade das recomendações	60	30		
			100	50	0	
*Justificativa						
Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	3.1 Diagnóstico e	Cumprimento do prazo	20	10		
		Abrangência e consistência do diagnóstico.	30	15		

Matriz Estratégica	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
3.2 Apoio ao Planejamento Estratégico de Comunicação Institucional Nacional		Cumprimento do prazo	20	10		
		Adequação do planejamento aos objetivos estratégicos do Órgão	30	15		
		Qualidade do detalhamento das etapas do planejamento	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
		Cumprimento do prazo	20	10		

3.3 Plano de Comunicação Temático Nacional	Adequação do plano aos objetivos estratégicos do Órgão	30	15			
	Qualidade do detalhamento das etapas do planejamento	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
3.4 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
	3.5 Cobertura Jornalística e /ou Institucional - Fotografia	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
	3.6 Cobertura Jornalística e /ou Institucional - Vídeo Release	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Aderência aos temas de interesse do órgão	40	20	0	
		Avaliação da qualidade técnica e editorial dos vídeos	40	20	0	
			100	50	0	
*Justificativa						

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	3.7 Cobertura Jornalística e /ou Institucional – Vídeo Depoimento	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Aderência aos temas de interesse do órgão	40	20	0	
		Avaliação da qualidade técnica e editorial dos vídeos	40	20	0	
			100	50	0	

*Justificativa

Nº da OS	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu	Nota dos aspectos
	3.8 Cobertura Jornalística e /ou Institucional – Vídeo Animação	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Aderência aos temas de interesse do órgão	40	20	0	
		Avaliação da qualidade técnica e editorial dos vídeos	40	20	0	
			100	50	0	

*Justificativa

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

4.1 Projeto Gráfico	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
4.2 Diagramação e animação de apresentação em Língua Portuguesa	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						

DAS FAIXAS DE AJUSTE DO PAGAMENTO

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

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.

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

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

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.

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

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](#).

RAONI IAGO PINHEIRO SANTOS

Responsável pela Contratação



Assinou eletronicamente em 10/07/2024 às 09:35:47.

Despacho: PORTARIA Nº 444/SPOA/SE/MME, DE 05 DE ABRIL DE 2024

ANA SUELY GADELHA DA FROTA SILVA

Equipe de Planejamento da Contratação



Assinou eletronicamente em 05/07/2024 às 15:40:36.

Despacho: Integrante Administrativo, designada pela Portaria nº 444/SPOA/SE/MME, DE 05 DE ABRIL DE 2024

LETICIA CIRQUEIRA DE OLIVEIRA

Membro da comissão de contratação



Assinou eletronicamente em 05/07/2024 às 15:48:30.