

# Termo de Referência 26/2024

## Informações Básicas

Número do artefato	UASG	Editado por	Atualizado em
26/2024	540004-COORDENAÇÃO-GERAL DE RECURSOS LOGÍSTICOS	GUSTAVO JOSE BATISTA AMARAL	23/08/2024 10:18 (v 3.0)
Status	CONCLUIDO		

## Outras informações

Categoria	Número da Contratação	Processo Administrativo
V - prestação de serviços, inclusive os técnico-profissionais especializados/Serviço continuado sem dedicação exclusiva de mão de obra		72031007447202358

## 1. Definição do objeto

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

a. 1.

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. 2.

manutenção e monitoramento das ações e soluções de comunicação institucional; e

c. 3.

criação e execução técnica de projetos, ações ou produtos de comunicação institucional.

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

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

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

1.2 Será contratada 1 (uma) empresa prestadora de serviços de comunicação institucional doravante denominada licitante ou contratada.

1.3. O prazo de vigência da contratação é de 12 meses (máximo de 5 anos) contados da assinatura do contrato, prorrogável por até 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº14.133, de 2021.

1.3.1. O contrato poderá ser prorrogado sucessivamente respeitada a vigência máxima decenal, desde que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, conforme estabelece o art. 107 da Lei 14.133, de 2021.

1.3.2 O serviço é enquadrado como continuado tendo em vista que resta demonstrado sua essencialidade e habitualidade para o contratante. A essencialidade atrela-se à necessidade de existência e manutenção do contrato, pelo fato de que eventual paralisação da atividade contratada implicará em prejuízo ao exercício das atividades da Administração e também por esta necessidade de contratação se estender por mais de um exercício financeiro e continuamente.

1.4. O contrato oferece maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à vigência da contratação.

## 2. Fundamentação da contratação

2.1. A contratação visa adequar as demandas atuais do MTUR em comunicação pública, em especial, da sua área de comunicação, com o acompanhamento da presença do órgão e de seus porta-vozes nas mais diversas plataformas midiáticas. Visa, ainda, a identificar e antecipar os eventos com potencial de se transformar em notícia e informação de interesse público ao cidadão e aos demais grupos de relacionamento. A mesma contratação permitirá o melhor posicionamento do Ministério e contribuirá, igualmente, para fortalecer a imagem institucional e dos programas e ações, bem como atuar durante uma eventual crise por meio de ações de gestão e gerenciamento de crise. Dar a devida publicidade às políticas, aos projetos, às ações e aos programas empreendidos, com disseminação de informação e desenvolvimento de estratégias de comunicação pública de qualidade é competência precípua da CONTRATANTE, por meio de sua ASCOM.

2.2 Dentre as atribuições do Ministério do Turismo, destacam-se:

- política nacional de desenvolvimento do turismo sustentável;
- promoção e divulgação do turismo nacional, no País e no exterior;
- estímulo à inovação, ao empreendedorismo e às iniciativas públicas e privadas de incentivo às atividades turísticas;
- planejamento, coordenação, supervisão e avaliação dos planos e dos programas de incentivo ao turismo;
- criação de diretrizes para a integração das ações e dos programas para o desenvolvimento do turismo nacional entre os governos federal, estaduais, distrital e municipais;
- formulação, em coordenação com os demais Ministérios, de políticas e de ações destinadas à melhoria da infraestrutura, à geração de emprego e renda, ao enfrentamento de crises, resiliência e ações climáticas nos destinos turísticos;
- incentivo a programas de financiamento e acesso ao crédito e gestão do Fundo Geral de Turismo (Fungetur); e
- regulação, fiscalização e estímulo à formalização, à certificação e à classificação das atividades, dos empreendimentos e dos equipamentos dos prestadores de serviços turísticos.

2.3 A divulgação de políticas, projetos, ações e programas requer uma comunicação institucional objetiva, com atuação em diversas plataformas, viabilizando um eficiente diálogo com a população e, por isso, o MTUR não pode prescindir de um assessoramento nas áreas específicas de comunicação institucional, por ser considerada uma área estratégica e dinâmica.

2.4 Para o atendimento às demandas de comunicação institucional, é essencial implantar uma estrutura organizada de gerenciamento e atendimento à imprensa nacional, regional e internacional; planejamento; análise e monitoramento de mídia; produção de conteúdo para os diferentes canais de comunicação do órgão; relacionamento com os públicos-alvo; prevenção e gerenciamento de crises, com a finalidade de qualificar a relação do MTUR com os seus públicos diversos. Essa necessidade surge em função da rápida ampliação do acesso à informação, especialmente com a popularização do acesso à internet e a atuação dos muitos veículos de comunicação que difundem notícias em meio eletrônico, e ainda pelo crescimento global da audiência e pela circulação de todos os tipos de mídias.

2.5 Cumpre esclarecer que o Ministério do Turismo não dispõe, em seu quadro de pessoal, de cargos suficientes e recursos humanos para atendimento dos referidos serviços, especificamente na dimensão que a abrangência que o Ministério requer. Para tanto, torna-se necessário o apoio com a terceirização do serviço referido que, por sua vez, encontra respaldo legal do Decreto nº 9.507, de 21 de setembro de 2018 e na Instrução Normativa SEGE/MPDG nº 5, de 25 de maio de 2017.

2.6 Não se pode divulgar programas e políticas públicas sem contar com técnicas adequadas de comunicação. É essencial que este Ministério esteja devidamente estruturado, de modo a garantir que a população receba, com agilidade, a informação sobre os programas e projetos. Para tanto, a área de comunicação social precisa atuar com estratégias organizacionais especializadas e inovadoras para cumprir sua missão de informar a sociedade com propriedade e oportunidade, em diversas plataformas de informação, o que reforça a imprescindibilidade da contratação dos serviços requeridos.

2.7 As novas mídias propõem um modelo de comunicação institucional que vai além da produção de conteúdo e atendimento a demandas direcionadas de profissionais de imprensa. Mais dinâmico e direto, esse modelo permite o diálogo com os públicos, exigindo que a Administração Pública esteja sempre atenta e à disposição para esclarecer, destacar e promover positivamente suas pautas. Nesse sentido, a comunicação necessita adaptar-se a essas mídias em sua linguagem, dinâmica e formatos para agregar maior credibilidade e tempestividade às ações de divulgação.

2.8 Essa comunicação, eficiente e integrada, para a consolidação da imagem do órgão, deve ser disseminada e ratificada diariamente, a fim de firmar com a sociedade o compromisso, a missão e os valores da instituição.

2.9 Os serviços prestados de forma contínua são aqueles que, pela sua essencialidade, visam atender à necessidade pública de forma permanente e continuada, por mais de um exercício financeiro, assegurando a integridade do patrimônio público ou o funcionamento das atividades finalísticas do órgão, de modo que sua interrupção possa comprometer a prestação de um serviço público ou o cumprimento da missão institucional.

2.10 A Fundamentação da Contratação e de seus quantitativos encontra-se pormenorizada em Tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares, apêndice deste Termo de Referência.

2.2. O objeto da contratação está previsto no Plano de Contratações Anual [ANO], conforme detalhamento a seguir:

I) ID PCA no PNCP: 05457283000119-0-000002/2024

II) Data de publicação no PNCP: 12/07/2024

III) Id do item no PCA: 132

IV) Classe/Grupo: serviços 831 - SERVIÇOS DE CONSULTORIA E DE GERÊNCIA/GESTÃO

V) Identificador da Futura Contratação:540004-47/2024

### 3. Descrição da solução

3.1. A descrição da solução como um todo encontra-se pormenorizada em tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares, apêndice deste Termo de Referência.

### 4. Requisitos da contratação

#### Sustentabilidade:

4.1. Além dos critérios de sustentabilidade eventualmente inseridos na descrição do objeto, devem ser atendidos os seguintes requisitos, que se baseiam no [Guia Nacional de Contratações Sustentáveis](#):

4.1.1. Em atendimento ao disposto na Lei 14.133/2021 e tendo em vista a natureza dos serviços de assessoria de comunicação, a contratação prevista não tende a apresentar impactos ambientais diretos significativos. Contudo, é imperativo manter uma abordagem responsável que esteja alinhada com as práticas de desenvolvimento nacional sustentável, conforme preconizado pelos princípios da eficiência, da economicidade e do desenvolvimento nacional sustentável, todos destacados na referida lei.

4.1.2. Ainda que indiretos, considera-se relevante a adoção de práticas administrativas e operacionais que minimizem impactos ambientais possivelmente correlacionados às atividades contratadas. Assim, a empresa especializada deverá implementar ações como:

4.1.2.1. Otimização do uso de recursos digitais com vistas à redução das impressões em papel, promovendo a digitalização de documentos e a sustentabilidade ambiental.

4.1.2.2. Uso de plataformas e ferramentas digitais que possuam políticas de eficiência energética, minimizando o gasto de energia em servidores e data centers.

4.1.2.3. Gerenciamento eletrônico de documentos para diminuição da necessidade de armazenamento físico e consequente redução de material descartável.

4.1.2.4. Conscientização da equipe envolvida quanto à necessidade de práticas sustentáveis, inclusive no âmbito digital, alinhando as operações com padrões éticos e ecologicamente corretos.

4.1.2.5. Adoção de medidas que promovam a reciclagem de equipamentos e materiais eletrônicos utilizados pela equipe em consonância com os preceitos da logística reversa.

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

4.1.4. Destaca-se que tais medidas contribuem para a mitigação de potenciais impactos e estão em harmonia com os objetivos de transparência, eficácia e eficiência que norteiam as contratações públicas, garantindo não apenas a conformidade com a legislação, mas também a valorização de práticas que favoreçam o desenvolvimento sustentável.

**Indicação de marcas ou modelos** (Art. 41, inciso I, da Lei nº 14.133, de 2021):

4.2. Na presente contratação não será indicada qualquer referência à marca ou modelo de qualquer objeto.

### **Subcontratação**

4.3. Não é admitida a subcontratação do objeto contratual.

### **Garantia da contratação**

4.4. Será exigida a garantia da contratação conforme item 4.14 do Estudo Técnico Preliminar anexo a este Termo de Referência

4.5. Em caso de opção pelo seguro-garantia, a parte adjudicatária deverá apresentá-la, no máximo, até a data de assinatura do contrato.

4.6. A garantia, nas modalidades caução e fiança bancária, deverá ser prestada em até 10 dias úteis após a assinatura do contrato.

4.7 O contrato oferece maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à garantia da contratação.

4.8 Não há necessidade de realização de avaliação prévia do local de execução dos serviços.

## 5. Modelo de execução do objeto

5.1 A execução do objeto seguirá a seguinte dinâmica:

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

a. 1.

Produtos e Serviços: contemplam a expertise básica da contratada na execução do objeto do contrato, sendo os itens previamente especificados e precificados pelo CONTRATANTE, com os respectivos quantitativos estimados de execução, no Apêndice I anexo a este Termo de Referência

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

a. 1.

Estratégia de Comunicação

b. 2.

Atendimento de Demandas e Assessoria de Imprensa

c. 3.

Treinamento

d. 4.

Levantamento de Informação e Análise

e. 5.

Produção de Conteúdo

f. 6.

Prevenção e Gerenciamento de Crises

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

a. 1.

Título;

b. 2.

Descritivo;

c. 3.

Entregas;

d. 4.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade;

e. 5.

Método de classificação e complexidade e

f. 6.

Prazo de entrega.

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

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

6.1.1. *Início da execução do objeto*: da emissão da primeira ordem de serviço;

6.1.2. Descrição detalhada dos métodos, rotinas, etapas, tecnologias procedimentos, frequência e periodicidade de execução do trabalho:

5.4 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).

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

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

5.4.3 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.

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

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

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

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

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

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

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

5.9 O cronograma de execução dos serviços está descrito no Apêndice I - Produtos e Serviços, contendo todo o detalhamento de cada produto a ser entregue pela CONTRATADA

#### **Local e horário da prestação dos serviços**

5.10. Os serviços contratados darão suporte à comunicação do MTur, considerando a imprevisibilidade dos acontecimentos, a rotina do órgão de acordo com as agendas do Ministério, de suas Secretarias e Departamentos, necessidades de coberturas de eventos, entre outros, não se limitando ao horário comum de expediente.

**Rotinas a serem cumpridas**

5.11 A execução contratual observará as rotinas dispostas no anexo no Apêndice I anexo a este Termo de Referência

**Informações relevantes para o dimensionamento da proposta**

5.12 A demanda do órgão tem como base as seguintes características:

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

a. 1.

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

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

a. 1.

Estratégia de Comunicação

b. 2.

Atendimento de Demandas e Assessoria de Imprensa

c. 3.

Treinamento

d. 4.

Levantamento de Informação e Análise

e. 5.

Produção de Conteúdo

f. 6.

Prevenção e Gerenciamento de Crises

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

a. 1.

Título;

b. 2.

Descritivo;

c. 3.

Entregas;

d. 4.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade;

e. 5.

Método de classificação e complexidade e

f. 6.

Prazo de entrega.

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

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

**Especificação da garantia do serviço** ([art. 40, §1º, inciso III, da Lei nº 14.133, de 2021](#))

5.17. Não se aplica prazo de garantia contratual dos serviços, considerando-se a natureza dos serviços.

#### **Procedimentos de transição e finalização do contrato**

5.18 Não serão necessários procedimentos de transição e finalização do contrato devido às características do objeto.

## **6. Modelo de gestão do contrato**

6.1 O contrato deverá ser executado fielmente pelas partes, de acordo com as cláusulas avençadas e as normas da Lei nº 14.133, de 2021, e cada parte responderá pelas consequências de sua inexecução total ou parcial.

6.2 Em caso de impedimento, ordem de paralisação ou suspensão do contrato, o cronograma de execução será prorrogado automaticamente pelo tempo correspondente, anotadas tais circunstâncias mediante simples apostila.

6.3 As comunicações entre o órgão ou entidade e a contratada devem ser realizadas por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

6.4 O órgão ou entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

6.5 Após a assinatura do contrato ou instrumento equivalente, o órgão ou entidade poderá convocar o representante da empresa contratada para reunião inicial para apresentação do plano de fiscalização, que conterá informações acerca das obrigações contratuais, dos mecanismos de fiscalização, das estratégias para execução do objeto, do plano complementar de execução da contratada, quando houver, do método de aferição dos resultados e das sanções aplicáveis, dentre outros.

#### **Preposto**

6.6 A Contratada designará formalmente o preposto da empresa, antes do início da prestação dos serviços, indicando no instrumento os poderes e deveres em relação à execução do objeto contratado.

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

6.8 A Contratante poderá recusar, desde que justificadamente, a indicação ou a manutenção do preposto da empresa, hipótese em que a Contratada designará outro para o exercício da atividade.

#### **Fiscalização**

6.9 A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos ([Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, caput](#)).

#### **Fiscalização Técnica**



6.10 O fiscal técnico do contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração. ([Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, VI](#));

6.11 O fiscal técnico do contrato anotarà no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados. ([Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, §1º](#) e [Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, II](#));

6.12 Identificada qualquer inexactidão ou irregularidade, o fiscal técnico do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção. ([Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, III](#));

6.13 O fiscal técnico do contrato informará ao gestor do contrato, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem sua competência, para que adote as medidas necessárias e saneadoras, se for o caso. ([Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, IV](#));

6.14 No caso de ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas aprezadas, o fiscal técnico do contrato comunicará o fato imediatamente ao gestor do contrato. ([Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, V](#));

6.15 O fiscal técnico do contrato comunicará ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à tempestiva renovação ou à prorrogação contratual ([Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, VII](#)).

### **Fiscalização Administrativa**

6.16 O fiscal administrativo do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário (Art. 23, I e II, do Decreto nº 11.246, de 2022).

6.17 Caso ocorra descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal administrativo do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência; (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 23, IV).

### **Gestor do Contrato**

6.18 O gestor do contrato coordenará a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, IV).

6.19 O gestor do contrato acompanhará os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, II).

6.20 O gestor do contrato acompanhará a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotarà os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, III).

6.21 O gestor do contrato emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado nos indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, VIII).

6.22 O gestor do contrato tomará providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, X).

6.23 O gestor do contrato deverá elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, VI).

6.24 O gestor do contrato deverá enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão nos termos do contrato.

## 7. Critérios de medição e pagamento

7.1. A avaliação da execução do objeto utilizará o Instrumento de Medição de Resultado (IMR), conforme Apêndice V anexo a este Termo de Referência.

7.1.1. Será indicada a retenção ou glosa no pagamento, proporcional à irregularidade verificada, sem prejuízo das sanções cabíveis, caso se constate que a Contratada:

7.1.1.1. não produzir os resultados acordados,

7.1.1.2. deixar de executar, ou não executar com a qualidade mínima exigida as atividades contratadas; ou

7.1.1.3. deixar de utilizar materiais e recursos humanos exigidos para a execução do serviço, ou utilizá-los com qualidade ou quantidade inferior à demandada.

7.2. A aferição da execução contratual para fins de pagamento considerará os seguintes critérios:

a) Produtos e Serviços Essenciais

a1) nota fiscal ou fatura emitida, sem rasura, em letra legível, em nome e CNPJ do CONTRATANTE, da qual constará o número do contrato, descrição dos produtos e serviços executados, número da respectiva Ordem de Serviço e as informações para crédito em conta corrente (nome e número do banco, nome e número da agência e número da conta); nos casos em que obrigatória, deverá ser apresentada a Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) ou Nota Fiscal de Serviços Eletrônica (NFS-e), conforme regime tributário aplicável à transação e fato gerador, e ao domicílio tributário da contratada, ou outro critério legalmente aceitável.

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

b) Despesas com deslocamentos de profissionais a serviço:

b1) nota de débito, emitida conforme exigências da alínea 'a1', relacionando os meios de transporte contratados, com os respectivos CNPJ, razão social e valores, bem como a quantidade de diárias necessárias para cobertura das demais despesas envolvidas no deslocamento;

b2) prestação de contas com relatório de viagem.

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

7.3.1. 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

7.4. Os pagamentos à contratada serão realizados pelos valores decorrentes de:

a) prestação efetivamente realizada de Produtos e Serviços Essenciais;

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

7.5. A contratada obrigar-se-á a sempre buscar o menor preço com a melhor qualidade para a execução do objeto do contrato.

7.6. 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.

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

**Do recebimento**

7.8. Os serviços serão recebidos provisoriamente, nos prazos estabelecidos no Apêndice I - PRODUTOS E SERVIÇOS pelos fiscais técnico e administrativo, mediante termos detalhados, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico e administrativo. ([Art. 140, I, a, da Lei nº 14.133](#) e [Arts. 22, X e 23, X do Decreto nº 11.246, de 2022](#)).

7.9. Os prazos da disposição acima serão contados do recebimento de comunicação de cobrança oriunda do contratado com a comprovação da prestação dos serviços a que se referem a parcela a ser paga.

7.10. O fiscal técnico do contrato realizará o recebimento provisório do objeto do contrato mediante termo detalhado que comprove o cumprimento das exigências de caráter técnico. ([Art. 22, X, Decreto nº 11.246, de 2022](#)).

7.11. O fiscal administrativo do contrato realizará o recebimento provisório do objeto do contrato mediante termo detalhado que comprove o cumprimento das exigências de caráter administrativo. ([Art. 23, X, Decreto nº 11.246, de 2022](#))

7.12. O fiscal setorial do contrato, quando houver, realizará o recebimento provisório sob o ponto de vista técnico e administrativo.

7.13. Para efeito de recebimento provisório, ao final de cada período de faturamento, o fiscal técnico do contrato irá apurar o resultado das avaliações da execução do objeto e, se for o caso, a análise do desempenho e qualidade da prestação dos serviços realizados em consonância com os indicadores previstos, que poderá resultar no redimensionamento de valores a serem pagos à contratada, registrando em relatório a ser encaminhado ao gestor do contrato.

7.13.1. Será considerado como ocorrido o recebimento provisório com a entrega do termo detalhado ou, em havendo mais de um a ser feito, com a entrega do último;

7.13.2. O Contratado fica obrigado a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no todo ou em parte, o objeto em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou materiais empregados, cabendo à fiscalização não atestar a última e/ou única medição de serviços até que sejam sanadas todas as eventuais pendências que possam vir a ser apontadas no Recebimento Provisório.

7.13.3. A fiscalização não efetuará o ateste da última e/ou única medição de serviços até que sejam sanadas todas as eventuais pendências que possam vir a ser apontadas no Recebimento Provisório. (Art. 119 c/c art. 140 da Lei nº 14133, de 2021)

7.13.4. O recebimento provisório também ficará sujeito, quando cabível, à conclusão de todos os testes de campo e à entrega dos Manuais e Instruções exigíveis.

7.13.5. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência e nas propostas, sem prejuízo da aplicação das penalidades

7.14. Quando a fiscalização for exercida por um único servidor, o Termo Detalhado deverá conter o registro, a análise e a conclusão acerca das ocorrências na execução do contrato, em relação à fiscalização técnica e administrativa e demais documentos que julgar necessários, devendo encaminhá-los ao gestor do contrato para recebimento definitivo.

7.15. Os serviços serão recebidos definitivamente nos prazos estabelecidos no Apêndice I - PRODUTOS E SERVIÇOS, contados do recebimento provisório, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, após a verificação da qualidade e quantidade do serviço e consequente aceitação mediante termo detalhado, obedecendo os seguintes procedimentos:

7.15.1. Emitir documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial, quando houver, no cumprimento de obrigações assumidas pelo contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado em indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de ateste de cumprimento de obrigações, conforme regulamento ([art. 21, VIII, Decreto nº 11.246, de 2022](#)).

7.15.2. Realizar a análise dos relatórios e de toda a documentação apresentada pela fiscalização e, caso haja irregularidades que impeçam a liquidação e o pagamento da despesa, indicar as cláusulas contratuais pertinentes, solicitando à CONTRATADA, por escrito, as respectivas correções;

7.15.3. Emitir Termo Detalhado para efeito de recebimento definitivo dos serviços prestados, com base nos relatórios e documentações apresentadas; e

7.11.4. Comunicar a empresa para que emita a Nota Fiscal ou Fatura, com o valor exato dimensionado pela fiscalização.

7.15.5. Enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão.

7.16. No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, deverá ser observado o teor do [art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021](#), comunicando-se à empresa para emissão de Nota Fiscal no que pertine à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

7.17. Nenhum prazo de recebimento ocorrerá enquanto pendente a solução, pelo contratado, de inconsistências verificadas na execução do objeto ou no instrumento de cobrança.

7.18 O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança do serviço nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.

### Liquidação

7.19. Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, correrá o prazo de dez dias úteis para fins de liquidação, na forma desta seção, prorrogáveis por igual período, nos termos do [art. 7º, §2º da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77/2022](#).

7.20. O prazo de que trata o item anterior será reduzido à metade, mantendo-se a possibilidade de prorrogação, nos casos de contratações decorrentes de despesas cujos valores não ultrapassem o limite de que trata o [inciso II do art. 75 da Lei nº 14.133, de 2021](#).

7.21. Para fins de liquidação, o setor competente deverá verificar se a nota fiscal ou instrumento de cobrança equivalente apresentado expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

7.21.1. o prazo de validade;

7.21.2. a data da emissão;

7.21.3. os dados do contrato e do órgão contratante;

7.21.4. o período respectivo de execução do contrato;

7.21.5. o valor a pagar; e

7.21.6. eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

7.22. Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal/Fatura, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que o contratado providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus à contratante;

7.23. A Nota Fiscal ou Fatura deverá ser obrigatoriamente acompanhada da comprovação da regularidade fiscal, constatada por meio de consulta on-line ao SICAF ou, na impossibilidade de acesso ao referido Sistema, mediante consulta aos sítios eletrônicos oficiais ou à documentação mencionada no [art. 68 da Lei nº 14.133/2021](#).

7.24. A Administração deverá realizar consulta ao SICAF para: a) verificar a manutenção das condições de habilitação exigidas no edital; b) identificar possível razão que impeça a participação em licitação, no âmbito do órgão ou entidade, que implique proibição de contratar com o Poder Público, bem como ocorrências impeditivas indiretas (INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 3, DE 26 DE ABRIL DE 2018).

7.25. Constatando-se, junto ao SICAF, a situação de irregularidade do contratado, será providenciada sua notificação, por escrito, para que, no prazo de 5 (cinco) dias úteis, regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa. O prazo poderá ser prorrogado uma vez, por igual período, a critério do contratante.

7.26. Não havendo regularização ou sendo a defesa considerada improcedente, o contratante deverá comunicar aos órgãos responsáveis pela fiscalização da regularidade fiscal quanto à inadimplência do contratado, bem como quanto à existência de pagamento a ser efetuado, para que sejam acionados os meios pertinentes e necessários para garantir o recebimento de seus créditos.

7.27. Persistindo a irregularidade, o contratante deverá adotar as medidas necessárias à rescisão contratual nos autos do processo administrativo correspondente, assegurada ao contratado a ampla defesa.

7.28. Havendo a efetiva execução do objeto, os pagamentos serão realizados normalmente, até que se decida pela rescisão do contrato, caso o contratado não regularize sua situação junto ao SICAF.

#### **Prazo de pagamento**

7.29. O pagamento será efetuado no prazo máximo de até dez dias úteis, contados da finalização da liquidação da despesa, conforme seção anterior, nos termos da [Instrução Normativa SEGES/ME nº 77, de 2022](#).

#### **Forma de pagamento**

7.31. O pagamento será realizado por meio de ordem bancária, para crédito em banco, agência e conta corrente indicados pelo contratado.

7.32. Será considerada data do pagamento o dia em que constar como emitida a ordem bancária para pagamento.

7.33. Quando do pagamento, será efetuada a retenção tributária prevista na legislação aplicável.

7.33.1. Independentemente do percentual de tributo inserido na planilha, quando houver, serão retidos na fonte, quando da realização do pagamento, os percentuais estabelecidos na legislação vigente.

7.34. O contratado regularmente optante pelo Simples Nacional, nos termos da [Lei Complementar nº 123, de 2006](#), não sofrerá a retenção tributária quanto aos impostos e contribuições abrangidos por aquele regime. No entanto, o pagamento ficará condicionado à apresentação de comprovação, por meio de documento oficial, de que faz jus ao tratamento tributário favorecido previsto na referida Lei Complementar.

#### **Antecipação de pagamento**

7.35. Não se aplica ao objeto da contratação

#### **Cessão de crédito**

7.36. É admitida a cessão fiduciária de direitos creditícios com instituição financeira, nos termos e de acordo com os procedimentos previstos na [Instrução Normativa SEGES/ME nº 53, de 8 de Julho de 2020](#), conforme as regras deste presente tópico.

7.36.1. As cessões de crédito não fiduciárias dependerão de prévia aprovação do contratante.

7.37. A eficácia da cessão de crédito, de qualquer natureza, em relação à Administração, está condicionada à celebração de termo aditivo ao contrato administrativo.

7.38. Sem prejuízo do regular atendimento da obrigação contratual de cumprimento de todas as condições de habilitação por parte do contratado (cedente), a celebração do aditamento de cessão de crédito e a realização dos pagamentos respectivos também se condicionam à regularidade fiscal e trabalhista do cessionário, bem como à certificação de que o cessionário não se encontra impedido de licitar e contratar com o Poder Público, conforme a legislação em vigor, ou de receber benefícios ou incentivos fiscais ou creditícios, direta ou indiretamente, conforme o [art. 12 da Lei nº 8.429, de 1992](#), tudo nos termos do [Parecer JL-01, de 18 de maio de 2020](#).

7.39. O crédito a ser pago à cessionária é exatamente aquele que seria destinado à cedente (contratado) pela execução do objeto contratual, restando absolutamente incólumes todas as defesas e exceções ao pagamento e todas as demais cláusulas exorbitantes ao direito comum aplicáveis no regime jurídico de direito público incidente sobre os contratos administrativos, incluindo a possibilidade de pagamento em conta vinculada ou de pagamento pela efetiva comprovação do fato gerador, quando for o caso, e o desconto de multas, glosas e prejuízos causados à Administração.

7.40. A cessão de crédito não afetará a execução do objeto contratado, que continuará sob a integral responsabilidade do contratado.

## Reajuste

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

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

7.42.1 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.

7.43 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:

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

<b>R</b>	Valor do reajuste procurado
<b>V</b>	Valor contratual do produto ou serviço a ser reajustado
<b>I</b>	Índice relativo à data do reajuste
<b>I<sub>0</sub></b>	Índice inicial ou índice de preços na data da entrega da Proposta

## 8. Critérios de seleção do fornecedor

8.1. O fornecedor será selecionado por meio da realização de procedimento de LICITAÇÃO, na modalidade CONCORRÊNCIA, do tipo Melhor Técnica nos termos do arts. 20-A e 20-B da Lei nº 12.232, de 2010, e de forma subsidiária a Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, bem como o Decreto nº 6.555, de 08 de setembro de 2008, e a Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023.

### Regime de execução

8.2. O regime de execução do contrato será por empreitada por preço unitário.

### Exigências de habilitação

8.3. Para fins de habilitação, deverá o licitante comprovar os seguintes requisitos:

#### Habilitação jurídica

8.4 ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, em se tratando de sociedades comerciais, devidamente registrado e acompanhado de documentos de eleição de seus administradores, quando se tratar de sociedades por ações;

8.4.1 os documentos mencionados na alínea no item anterior deverão estar acompanhados de suas alterações ou da respectiva consolidação e deles deverá constar, entre os objetivos sociais, a execução de atividades da mesma natureza ou compatível com o objeto desta concorrência;

8.5 inscrição do ato constitutivo em cartório de Registros de Pessoas Jurídicas, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova da diretoria em exercício;

8.6 cédula de identidade dos responsáveis legais da licitante;

8.7 registro comercial, em caso de empresa individual.

8.8. **Sociedade empresária estrangeira:** portaria de autorização de funcionamento no Brasil, publicada no Diário Oficial da União e arquivada na Junta Comercial da unidade federativa onde se localizar a filial, agência, sucursal ou estabelecimento, a qual será considerada como sua sede, conforme [Instrução Normativa DREI/ME n.º 77, de 18 de março de 2020](#).

8.9. **Sociedade simples:** inscrição do ato constitutivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

8.10. **Filial, sucursal ou agência de sociedade simples ou empresária:** inscrição do ato constitutivo da filial, sucursal ou agência da sociedade simples ou empresária, respectivamente, no Registro Civil das Pessoas Jurídicas ou no Registro Público de Empresas Mercantis onde opera, com averbação no Registro onde tem sede a matriz

8.11. **Sociedade cooperativa:** Dada a significativa complexidade dos serviços de comunicação corporativa e seguindo a mesma linha de contratações vigentes e anteriores, a presente contratação não deve permitir a participação no certame de organizações cooperativas, ou seja, empresas sem fins lucrativos.

8.12. Os documentos apresentados deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

#### **Habilitação fiscal, social e trabalhista**

8.13. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas ou no Cadastro de Pessoas Físicas, conforme o caso;

8.14. Prova de regularidade fiscal perante a Fazenda Nacional, mediante apresentação de certidão expedida conjuntamente pela Secretaria da Receita Federal do Brasil (RFB) e pela Procuradoria-Geral da Fazenda Nacional (PGFN), referente a todos os créditos tributários federais e à Dívida Ativa da União (DAU) por elas administrados, inclusive aqueles relativos à Seguridade Social, nos termos da [Portaria Conjunta nº 1.751, de 02 de outubro de 2014](#), do Secretário da Receita Federal do Brasil e da Procuradora-Geral da Fazenda Nacional.

8.15. Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);

8.16. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo [Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943](#);

8.17. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes Estadual/Distrital ou Municipal/Distrital relativo ao domicílio ou sede do fornecedor, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

8.18. Prova de regularidade com a Fazenda [Estadual/Distrital] ou [Municipal/Distrital] do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;

8.19. Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos Estadual/Distrital ou Municipal/Distrital relacionados ao objeto contratual, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

8.20. O fornecedor enquadrado como microempreendedor individual que pretenda auferir os benefícios do tratamento diferenciado previstos na Lei Complementar n. 123, de 2006, estará dispensado da prova de inscrição nos cadastros de contribuintes estadual e municipal.

#### **Qualificação Econômico-Financeira**

8.21. Certidão negativa de insolvência civil expedida pelo distribuidor do domicílio ou sede do licitante, caso se trate de pessoa física, desde que admitida a sua participação na licitação ([art. 5º, inciso II, alínea “c”, da Instrução Normativa Seges/ME nº 116, de 2021](#)), ou de sociedade simples;

8.22. Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor - [Lei nº 14.133, de 2021, art. 69, caput, inciso II](#));

8.23. Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, comprovando:

8.23.1. índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC), e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um);

8.23.2. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura; e

8.23.3. Os documentos referidos acima limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos.

8.23.4. Os documentos referidos acima deverão ser exigidos com base no limite definido pela Receita Federal do Brasil para transmissão da Escrituração Contábil Digital - ECD ao Sped.

8.24. A licitante deve apresentar resultado igual ou maior que 1 (um) e comprovar que possui patrimônio líquido equivalente a 10% (dez por cento) do valor total estimado da contratação.

8.25. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura. ([Lei nº 14.133, de 2021, art. 65, §1º](#)).

8.26. O atendimento dos índices econômicos previstos neste item deverá ser atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo fornecedor.

#### **Qualificação Técnica**

8.27 declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) produtos e serviços comparáveis com o objeto desta concorrência, nos termos do Apêndice I do Anexo I deste TR, nos últimos 36 (trinta e seis) meses.

8.27.1 a(s) declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) previstas na alínea 'a' deverão ser apresentadas em papel timbrado de, no mínimo, 2 (dois) clientes diferentes, assinados, com telefone de identificação dos representantes dos respectivos declarantes.

8.27.2 serão considerados serviços compatíveis com o objeto desta concorrência a realização de pelo menos 50% das estimativas anuais previstas no Apêndice I deste TR (podendo cumular atestados para alcançar a exigência, desde que cada serviço, separadamente, seja realizado dentro dos mesmos 12 meses consecutivos, independentemente de ser um ano de exercício) nos seguintes serviços de maior relevância e no mínimo 3 anos de experiência:



<b>Produtos e Serviços Essenciais</b>	<b>Quantidade mínima exigida para Qualificação Técnica</b>
Diagnóstico e matriz estratégica	1 relatório anual
Plano de Comunicação	1 plano, podendo ser estratégico de comunicação corporativa ou de comunicação interna
Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação	12 relatórios anuais
Contatos Proativos	12 relatórios anuais, em qualquer das complexidades previstas no apêndice I do Projeto Básico
Media training	3 treinamentos, em qualquer complexidade, podendo inclusive combinar complexidades
Análise de Jornais, revistas e portais	6 relatórios, em qualquer complexidade, podendo inclusive combinar complexidades
Auditoria de Imagem	06 auditorias
Elaboração de Texto em Língua Portuguesa	392 textos - de qualquer complexidade, podendo cumular.

8.28 comprovação de possuir em seu quadro permanente, na data prevista para entrega dos Documentos de Habilitação e das Propostas Técnica e de Preços, profissional com formação de nível superior ou outra devidamente reconhecida por entidade competente, relacionada ao objeto da licitação;

8.28.1 a aderência da formação de nível superior ou outra devidamente reconhecida por entidade competente ao objeto da contratação, disposta na alínea anterior, deverá ser demonstrada pela licitante, por meio da descrição da experiência do profissional indicado, para avaliação da Comissão Especial de Licitação e, nos casos de dúvida, da área técnica vinculada à licitação;

8.28.2 o profissional indicado pela licitante para fins de comprovação da capacitação técnico profissional deverá coordenar a execução dos serviços objeto da licitação, admitindo-se a substituição por profissional de experiência equivalente ou superior, desde que aprovada pelo CONTRATANTE.

## **9. Estimativas do Valor da Contratação**

**Valor (R\$):** 12.091.887,66

9.1. O custo estimado total da contratação é de R\$ 12.091.887,66 (doze milhões, noventa e um mil, oitocentos e oitenta e sete reais e sessenta e seis centavos).

## 10. Adequação orçamentária

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

10.1.1. A contratação será atendida pela seguinte dotação:

I) Gestão/Unidade: 540004;

II) Fonte de Recursos: 100

III) Programa de Trabalho: 23.122.0032.2000.0001

IV) Plano Interno: 0225PRMANUT

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

## 11. Responsáveis

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

Despacho: Portaria SAD nº 54, de 10 de julho de 2024.

**FLAVIA ANDREA FIGUEIREDO CHAVES**

Membro da comissão de contratação

Despacho: Portaria SAD nº 50, de 10 de julho de 2024.

**DANDARA VALENA DA SILVA MARTINS**

Membro da comissão de contratação

Despacho: Portaria SAD nº 50, de 10 de julho de 2024

**RENATA DE FARIA**

Membro da comissão de contratação

Despacho: Portaria MTUR nº 21, de 05 de julho de 2023

**ANA CARLA MACHADO LOPES**

Autoridade competente

## Lista de Anexos

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

- Anexo I - Apendice I - PRODUTOS E SERVICOS.pdf (1.05 MB)
- Anexo II - Apendice II - APRESENTACAO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TECNICAS.pdf (775.49 KB)
- Anexo III - Apendice III - BRIEFING.pdf (523.13 KB)
- Anexo IV - Apendice IV - APRESENTACAO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PRECOS.pdf (589.15 KB)
- Anexo V - Apendice IV-A - MODELO DE PROPOSTA DE PRECOS.pdf (583.83 KB)
- Anexo VI - Apendice V - INSTRUMENTO DE MEDICAO DE RESULTADO.pdf (151.04 KB)
- Anexo VII - Mapa\_Comparativo- atualizado.xlsx (27.49 KB)

**Anexo I - Apendice I - PRODUTOS E SERVICOS.pdf**

## APÊNDICE I

### PRODUTOS E SERVIÇOS

#### 1. ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

##### 1. Estratégia de Comunicação

###### 1.1 Avaliação da Percepção de Imagem

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

###### Entregas:

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

###### Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

###### Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de entrevistas.
- Prazo de entrega.

###### Complexidade:

Baixa	Até 30 entrevistas. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.
-------	--

Média	Até 60 entrevistas. Prazo de entrega: Até 15 dias úteis.
Alta	Até 90 entrevistas. Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.

## 1.2 Mapa de Formadores de Opinião

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Consistência da indicação dos Formadores de opinião em relação ao Governo Federal e suas temáticas.
- Qualidade da apresentação das informações, quanto à organização, clareza e objetividade.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de Formadores de opinião mapeados.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 50 Formadores de opinião. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.
Média	De 51 a 100 Formadores de opinião. Prazo de entrega: Até 40 dias úteis.
Alta	De 101 a 200 Formadores de opinião. Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.

### 1.1.3 Matriz Estratégica e diagnóstico para Comunicação Institucional

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

- Identificação de públicos internos e externos relevantes para CONTRATANTE em relação às suas temáticas.
- Planejamento e realização de entrevistas exploratórias de imersão, presenciais, gravadas em áudio e transcritas, com os públicos identificados.
- Realização de *benchmarking* junto a órgãos/entidades que atuem de forma exemplar.
- Levantamento de 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.

- Levantamento de insumos relevantes relacionados ao CONTRATANTE, tais como missão, visão de futuro, matriz *swot* (pontos fortes, pontos fracos, ameaças e oportunidade).
- Definição dos objetivos da comunicação institucional do CONTRATANTE em suas temáticas de atuação.
- Desenvolvimento de matriz estratégica dos objetivos da comunicação institucional do CONTRATANTE em suas temáticas de atuação.
- Indicação dos potenciais parceiros, recursos, gestores e ferramentas necessárias para o sucesso da atuação em comunicação institucional do CONTRATANTE.

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência e consistência do diagnóstico.
- Confiabilidade das fontes pesquisadas.
- Qualidade da apresentação das informações dos relatórios.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de entrevistas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 10 entrevistas. Prazo de entrega: Até 15 dias úteis.
Média	Até 50 entrevistas. Prazo de entrega: Até 25 dias úteis.
Alta	Até 80 entrevistas. Prazo de entrega: Até 35 dias úteis.

**1.1.4 Plano Estratégico de Comunicação Institucional**

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

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



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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.

### **1.1.5 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.

Entregas:

- 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.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Coerência na identificação dos temas de interesse mapeados ao tema do evento.

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

Baixa	até 10 veículos em qualquer de seus canais, com até 5.000 menções/mês.
Média	até 30 veículos em qualquer de seus canais, de 5.001 a 20.000 menções/mês.
Alta	De 31 a 60 veículos em qualquer de seus canais, de 20.001 a 40.000 menções/mês.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

## 2. Atendimento de Demandas e Assessoria de Imprensa

### 2.1 Gerenciamento de Demandas

Descritivo: Articulação e relacionamento com os principais porta-vozes da CONTRATANTE para divulgação de ações e programas junto aos diversos públicos de relacionamento, acompanhamento ao cliente em reuniões estratégicas e eventos institucionais diversos.

Entregas: Relatório mensal de atividades realizadas no período definido pelo CONTRATANTE determinado na Ordem de Serviço.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo;
- Indicadores e métricas de mensuração de desempenho (qualidade e eficiência);
- Tempestividade no atendimento;
- Qualidade da interação com o demandante;
- Precisão na documentação das atividades.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade e perfil (formação acadêmica, qualificação, experiência profissional) dos profissionais necessários para o gerenciamento.

Complexidade:

Altíssima	Profissional de Comunicação Master: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 15 anos de atuação em órgãos públicos/agências/empresas ou veículos de comunicação de abrangência nacional; experiência como chefe ou coordenador de assessoria de imprensa privada ou governamental, gerente de atendimento em órgão público, agências, e/ou redator chefe, e/ou editor. Conhecimento amplo das ferramentas de gestão e habilidades para elaboração de proposta de trabalho de Comunicação e de orçamentos, definição e implantação de planejamentos, projetos de Comunicação, formulação de políticas e estratégias de Comunicação e de relacionamento com formadores de opinião, condução de <i>media training</i> e gestão de eventos. Responsável por gerenciar e liderar equipes para execução das ações do planejamento de Comunicação.
-----------	--

Prazo de entrega: Execução mensal.

### 2.2 Coordenação de Demandas

Descritivo: Articular, documentar e entender plenamente as necessidades do CONTRATANTE, com o objetivo de transformá-las em um produto ou serviço especificado com qualidade. Deve garantir a qualidade técnica e a manutenção dos

produtos e serviços tais como Estratégia de Comunicação, Atendimento de Demandas e Assessoria de Imprensa, Treinamentos, Levantamento de Informação e Análise, Produção de Conteúdos, Prevenção e gerenciamento de crises.

Entregas: Relatório mensal com listagem das tarefas realizadas no período definido pelo CONTRATANTE determinado na Ordem de Serviço, bem como o detalhamento de cada movimentação que altere a situação de desenvolvimento do produto ou serviço.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo;
- Indicadores e métricas de mensuração de desempenho (qualidade e eficiência);
- Tempestividade no atendimento;
- Qualidade da interação com o demandante;
- Precisão na documentação das atividades.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade e perfil (formação acadêmica, qualificação, experiência profissional) dos profissionais necessários para a coordenação.

Complexidade:

Alta	Profissional de Comunicação Sênior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 10 anos de atuação em assessorias de imprensa de órgãos públicos, agências, empresas ou em veículos de comunicação de abrangência nacional, ou ter atuado como gerente ou coordenador de atendimento em assessorias de imprensa pública ou agência. Experiência em administração e coordenação das atividades de Comunicação, redação e edição de textos, discursos e artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definir divulgações e programas de relacionamento com jornalistas. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes.
------	--

Prazo de entrega: Execução mensal.

### **2.3 Atendimento de Demandas para desenvolvimento de ações de comunicação institucional**

Descritivo: Desenvolvimento contínuo de atividades que contemplem as seguintes atividades:

- Gerenciar, articular, documentar, acompanhar continuamente o cliente, incluindo reuniões estratégicas e eventos institucionais.
- Planejar ações de comunicação semanais.
- Planejar e executar ações, como participar de reuniões para elaboração de pautas, levantar informações, produzir e enviar releases à imprensa e fazer gestão junto à imprensa para publicação e/ou veiculação de matérias jornalísticas sobre projetos, ações ou eventos do CONTRATANTE.

- Atender, receber, tratar e responder às solicitações de veículos de comunicação nacionais, regionais e internacionais (atendimento presencial, telefônico, por e-mail ou por outros meios eletrônicos).
- Atualizar *mailing* a partir de contatos realizados.
- Realizar contatos proativos para articulação com veículos de comunicação - nacionais, regionais e internacionais -, com o objetivo de gerar pautas de interesse, divulgar ações e promover a imagem institucional do CONTRATANTE (contatos presenciais, telefônicos, por e-mail ou por outros meios eletrônicos).
- Produzir e implementar ações de comunicação dirigida para públicos estratégicos, como representantes da sociedade civil, jornalistas e parlamentares.
- Antecipar e prever assuntos e situações que podem ter exposição negativa na mídia e que, de alguma forma, possam afetar negativamente a imagem do CONTRATANTE.
- Preparar os porta-vozes para entrevistas em geral.
- Planejar, produzir e emplacar conteúdos, em diversos formatos multimídia, para divulgar diariamente em todos os canais institucionais do CONTRATANTE.
- Planejar, mobilizar e realizar bate-papos, ao vivo, pelos canais institucionais, conforme demandado pelo CONTRATANTE.
- Tratar e analisar dados para gerar inteligência na elaboração de estratégias de conteúdos e ações para alcançar resultados, KPI's e metas.
- Elaborar roteiros audiovisuais e briefing para peças gráficas de divulgação do CONTRATANTE, em canais institucionais.
- 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.
- Produzir conteúdo multimídia para divulgação em canais institucionais.
- Desenvolver continuamente atividades de comunicação interna.

Entregas: Relatórios mensais contemplando a listagem das tarefas realizadas, com as seguintes características:

- Quantidade de solicitações atendidas, com identificação dos veículos de comunicação e dos jornalistas solicitantes, o teor de cada demanda e respectiva resposta.
- Quantidade de pautas geradas, os respectivos temas e conteúdos e os dados dos veículos de comunicação e dos jornalistas solicitantes.
- Conteúdos multimídia produzidos.
- Diagnósticos produzidos.
- Planejamentos de conteúdo produzidos.
- Atividades de comunicação interna produzidas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Alinhamento da resposta ao posicionamento estratégico, ao discurso institucional e às mensagens-chave do CONTRATANTE.
- Amplitude das informações repassadas.
- Comparativo entre o relatório mensal apresentado com o resultado de auditoria de imagem, no mesmo período.

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

Complexidade:

Média	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 <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação.
Alta	Profissional de Comunicação Sênior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 8 anos de atuação em assessorias de imprensa de órgãos públicos, agências, empresas ou em veículos de comunicação de abrangência nacional, ou ter atuado como gerente ou coordenador de atendimento em assessorias de imprensa pública ou agência. Experiência em administração e coordenação das atividades de Comunicação, redação e edição de textos, discursos e artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definir divulgações e programas de relacionamento com jornalistas. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes.

Prazo de entrega: Execução mensal.

#### **2.4 Elaboração de Perfis de Profissionais de Imprensa e/ou de veículos de comunicação regional e nacional**

Descritivo: Elaboração de perfil de profissional ou de veículo da imprensa, formador de opinião ou personalidade, a fim de subsidiar o porta-voz com informações importantes durante a preparação para uma entrevista ou ação de comunicação institucional incluindo informações detalhadas, tais como: nome, histórico, breve currículo, contatos (endereço eletrônico e telefone), áreas e editorias de atuação, últimas publicações, temáticas abordadas e avaliação no contexto solicitado previamente pela contratante.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- prazo de entrega
- priorização dos perfis

Características consideradas na classificação da complexidade: não se aplica.

Prazo de entrega: 5 dias úteis.

## **2.5 Criação de Mailing Nacional**

Descritivo: Levantamento de dados para a elaboração de cadastro em plataforma/programa compatível com a da contratante, que permita o armazenamento de informações organizadas, partilháveis e sujeitas a controle central de atualização, com possibilidade de customização. No citado cadastro deverão constar informações referentes aos contatos de profissionais de comunicação e de veículos, respeitando as regras da LGPD, contendo as seguintes informações

Entregas: Dados exportáveis em formato planilha, com todos os campos preenchidos e/ou sistema de gerenciamento de contatos.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de contatos cadastrados.

Complexidade:

Baixa	Descritivo: Cadastro de até 100 profissionais de comunicação. Prazo de entrega: 5 dias úteis.
Média	Descritivo: Cadastro de 101 a 500 profissionais de comunicação. Prazo de entrega: 7 dias úteis.
Alta	Descritivo: Cadastro de 501 a 1000 profissionais de comunicação. Prazo de entrega: 10 dias úteis.

## **2.6 Atualização de Mailing Nacional**

Descritivo: Manutenção do cadastro e atualização das informação dos contatos de profissionais de comunicação e veículos regionais e nacionais, respeitando as regras da LGPD .

Entregas: Cadastro com todos os campos preenchidos e/ou sistema de gerenciamento de contatos e indicação das atualizações (com possibilidade de exportação em formato planilha).

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de contatos atualizados.

Complexidade:

Baixa	Descritivo: atualização de cadastro de até 100 profissionais ou veículos de comunicação. Prazo de entrega: 5 dias úteis.
Média	Descritivo: atualização de cadastro de 101 a 500 profissionais ou veículos de comunicação. Prazo de entrega: 7 dias úteis.
Alta	Descritivo: atualização de cadastro de 501 a 1000 profissionais ou veículos de comunicação. Prazo de entrega: 10 dias úteis.

## 2.7 Entrevista Coletiva

Descritivo: Organização e realização de entrevista coletiva para porta-vozes no âmbito do Governo Federal junto a um grupo de jornalistas de diferentes veículos de comunicação. Os eventuais custos para contratação de infraestrutura específica serão de responsabilidade da CONTRATANTE, por meio de produtos complementares. As atividades incluem:

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

Baixa	Até 10 jornalistas convidados para coletiva local, com antecedência de até 1 dia.
Média	Até 20 jornalistas convidados para coletiva regional, com antecedência de até 3 dias.
Alta	Até 30 jornalistas, para coletiva nacional, com antecedência de até 5 dias.

Prazo de entrega: Até 10 dias.

## **2.8 Entrevista Coletiva não presencial**

Descritivo: Planejamento e preparação de live/apresentação/coletiva não presencial de porta-voz via utilização de sistema de telecomunicação e/ou plataformas como Microsoft Teams, Google Meet (ou similar), com jornalistas e/ou formadores de opinião. A CONTRATADA deverá fazer levantamento de formadores de opinião a serem convidados; definição de moderador; preparação técnica para realização; coletânea de perguntas; análise de dados coletados e repercussão da divulgação. Os eventuais custos para contratação de infraestrutura tecnológica específica serão de responsabilidade da CONTRATANTE, por meio de produtos complementares.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação dos participantes indicados em relação ao tema do evento.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 5 dias úteis.

## **2.9 Acompanhamento de Coletiva não presencial**



Descritivo: Acompanhamento de live/apresentação/coletiva não presencial de porta-voz via utilização de sistema de telecomunicação e/ou plataformas como Microsoft Teams, Google Meet (ou similar), com jornalistas e/ou formadores de opinião.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- cumprimento do prazo
- condução e cumprimento do planejamento da coletiva não presencial

Características consideradas na classificação da complexidade: não se aplica

Prazo de entrega: até 7 dias.

## **2.10 Planejamento de *Presstrip / Tour***

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação do planejamento aos objetivos estratégicos do CONTRATANTE.
- A precisão do detalhamento do roteiro de viagem e adequação da seleção de jornalistas convidados.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de jornalistas convidados e duração da atividade

Complexidade:

Baixa	Até 2 jornalistas, com duração de 2 dias
Média	De 3 a 4 jornalistas, com duração de 3 dias
Alta	Até 5 jornalistas, com duração de 4 dias.

Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.

### **2.11 Acompanhamento de *Presstrip / Tour***

Descritivo: Designação de equipes para coordenar atividades e acompanhar viagens de até 5 jornalistas convidados, conforme planejamento previamente aprovado. Os custos para contratação de infraestrutura específica (passagens domésticas e internacionais; hospedagem; diárias de alimentação para o grupo; passeios e atividades; contratação de transporte e guia; seguro-viagem) serão de responsabilidade do CONTRATANTE, por meio de produtos complementares.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Duração da viagem.

Complexidade:

Baixa	Viagem com duração de 2 dias.
Média	Viagem com duração de 3 dias.
Alta	Viagem com duração de 4 dias.

Prazo de entrega: Até 10 dias.

### **2.12 Organização de atividades de imprensa e de relações públicas no exterior por ocasião de viagens oficiais de autoridades do CONTRATANTE.**

Descritivo: Planejamento de atividades de imprensa e de relações públicas por ocasião de viagens oficiais ao exterior de autoridades do CONTRATANTE.

Entregas: Relatório detalhado do planejamento, por viagem, das ações propostas, em formato texto e/ou apresentação.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo;
- Indicadores e métricas de mensuração de desempenho (qualidade e eficiência);
- Tempestividade no atendimento;
- Qualidade da interação com o demandante;
- Precisão na documentação das atividades.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega: Planejamento deve ser apresentado em até 10 dias antes da viagem.

### **2.13 Acompanhamento de atividades de imprensa e de relações públicas no exterior por ocasião de viagens oficiais de autoridades do CONTRATANTE**

Descritivo: Apoio, acompanhamento e avaliação de resultados de atividades de imprensa e de relações públicas por ocasião de viagens oficiais ao exterior de autoridades do CONTRATANTE.

Entregas: Relatório detalhado, por viagem, das ações desenvolvidas, em formato texto e/ou apresentação. Os eventuais custos para contratação de infraestrutura específica serão de responsabilidade do CONTRATANTE, por meio de produtos complementares.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo;
- Indicadores e métricas de mensuração de desempenho (qualidade e eficiência);
- Tempestividade no atendimento; qualidade da interação com o demandante;
- Precisão na documentação das atividades.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega: Relatório deve ser apresentado em até 7 dias após a viagem.

## **3 Treinamento**

### **3.1 Planejamento e Execução de *Media Training***

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

autonomia de cada um dos porta-vozes, em relação às temáticas relacionadas ao Governo Federal.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

Baixa	Treinamento de 1 porta-voz para os meios TV e Impressos. Carga horária de até 4 horas.
Média	Treinamento de 2 a 3 porta-vozes para os meios TV, Rádio e Impressos. Carga horária de até 5 horas.
Alta	Treinamento de até 4 porta-vozes para os meios TV, Rádio, Impressos, com acompanhamento de fonoaudiólogo. Carga horária de até 8 horas.

Prazo de entrega: Até 10 dias após o treinamento.

### **3.2 Treinamento para Apresentações**

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

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

Entregas:

- Relatório com o roteiro do treinamento.
- Avaliação do desempenho do participante.
- Recomendações.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Carga horária.

Complexidade:

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

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

### **3.3 Workshops / Seminários para Jornalistas**

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação da proposta e formatação do evento aos objetivos estratégicos do CONTRATANTE.
- Relevância dos resultados alcançados.

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

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

#### **4 Levantamento de Informação e Análise**

##### **4.1 *Clipping* Nacional – Jornais, Revistas e Portais de Notícias**

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

Entregas: 01 boletim eletrônico diário com os conteúdos noticiosos identificados, enviado por correio eletrônico até às 7h30, para lista de e-mails definidos pelo CONTRATANTE.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência do monitoramento.
- Aderência aos temas de interesse do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

##### **4.2 *Clipping* Nacional - TV**

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

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

boletins poderão sofrer alteração de acordo com a grade de programação das emissoras.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo, com tolerância de até 30 minutos.
- Abrangência do monitoramento.
- Aderência aos temas de interesse do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

#### **4.3 Clipping Nacional - Rádio**

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo, com tolerância de até 30 minutos.
- Abrangência do monitoramento.
- Aderência aos temas de interesse do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

#### **4.4 Análise de Imprensa em seus canais (Jornais, Revistas e Portais de Notícias)**

Descritivo: Síntese analítica diária do conteúdo, a partir dos clippings e captações existentes (jornais, revistas, portais de notícias, entre outros), com alertas sobre temas que ofereçam oportunidades ou riscos de comunicação à imagem do Governo Federal e recomendações de medidas a serem adotadas.

Entregas:

- 02 relatórios eletrônicos diários, enviados por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pelo CONTRATANTE. O primeiro boletim deverá ser enviado até às 8h30. O segundo relatório até às 16h, inclusive nos finais de semana e feriados.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Atendimento dos prazos estipulados com tolerância de até 30 minutos.
- Qualidade das análises.
- Relevância e coerência dos alertas efetuados.
- Aderência aos temas do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade: não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

#### **4.5 Auditoria de Imagem**

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Consistência das análises quantitativas e qualitativas.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Mensal.

### **5 Produção de Conteúdo**

#### **5.1 Elaboração de Texto em Língua Portuguesa**

Descritivo: Elaboração e revisão de textos jornalísticos ou institucionais direcionados ao público interno ou externo, a partir de consultas a fontes oficiais (autoridades e/ou técnicos de órgãos públicos nas diversas esferas e poderes), representantes do setor privado, especialistas, bem como relatórios e outros documentos governamentais, livros, *websites*, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, pesquisas



estatísticas e outros conteúdos e publicações impressos ou eletrônicos. Os textos produzidos poderão ser utilizados como *press-releases*, notas à imprensa, avisos de pauta, artigos de opinião, ambiente digital, posicionamentos (*position paper*), *briefing*, livro branco, manuais, cartilhas, dossiês, textos institucionais para publicações e/ou apresentações, guia de perguntas e respostas, mensagens-chave, entre outros.

Entregas: Texto produzido e revisado com indicação das fontes consultadas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tipo de texto e conteúdo.
- Quantidade de fontes.
- Tipo de apuração.
- Quantidade de laudas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Texto original, com conteúdo factual. Formulado a partir de informações obtidas com até 2 fontes. Sem necessidade de consultas externas. Até 1 lauda. Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.
Média	Texto original, com conteúdo factual e analítico. Formulado a partir de informações obtidas em consulta a 3 ou 4 fontes. Podendo ocorrer pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos. De 2 a 4 laudas. Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.
Alta	Texto original, com conteúdo factual e analítico. Formulado a partir de informações obtidas em consulta a 5 ou mais fontes. Recomendações: comparação e checagem entre informações divergentes; entrevistas com especialistas em determinado assunto ou com conhecimento especializado em determinado tema, acima do conhecimento curricular do profissional padrão e, ainda, a possibilidade de consulta a materiais de referência escritos em outras línguas. De 5 a 8 laudas. Prazo de entrega: Até 7 dias úteis.

## 5.2 Publicação de conteúdo jornalístico e/ou institucional

Descritivo: Publicação de conteúdo jornalístico e/ou institucional do Ministério do Turismo.

Entregas: Relatório mensal com as publicações realizadas

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- cumprimento de prazos

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega:

Baixa	Até 100 conteúdos publicados
Média	De 101 a 250 conteúdos publicados
Alta	De 251 a 350 conteúdos publicados

### **5.3 Revisão de Texto em Língua Portuguesa**

Descritivo: Revisão de textos elaborados ou originários de fontes oficiais.

Entregas: Texto editado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Complexidade:

Baixa	Até 20 laudas. Prazo de entrega: 2 dias úteis
Média	De 21 a 50 laudas. Prazo de entrega: 6 dias úteis
Alta	De 51 a 150 laudas. Prazo de entrega: 15 dias úteis

### **5.4 Tradução de texto jornalístico ou institucional para idioma estrangeiro**

Descritivo: Tradução de textos elaborados ou originários de fontes oficiais para idiomas estrangeiros (Ex: inglês, francês, espanhol, entre outros).

Entregas: Texto traduzido.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Complexidade:

Baixa	Até 10 laudas. Prazo de entrega: 2 dias úteis
Média	De 11 a 30 laudas. Prazo de entrega: 6 dias úteis
Alta	De 31 a 50 laudas. Prazo de entrega: 15 dias úteis

## **5.5 Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Fotografia**

Descritivo: Cobertura fotográfica e/ou em vídeo de agenda dos porta-vozes, especialmente reuniões e eventos, de forma contínua, nas dependências do Ministério do Turismo, com período de execução mensal, ou em viagem, conforme agenda da CONTRATANTE.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Aderência aos temas de interesse do órgão.
- Avaliação da qualidade técnica e editorial das imagens.
- Capacidade de organização e hierarquização do conteúdo armazenado.

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

Complexidade:

Baixa	Perfil profissional do(s) prestador(es) de serviço de, no mínimo, 3 anos de experiência em fotografia e/ou captação/edição de vídeo e tratamento de imagem.
-------	---

	Prazo de entrega: Até 500 fotografias editadas. Mensal.
Media	Perfil profissional do(s) prestador(es) de serviço de, no mínimo, 5 anos de experiência em fotografia e/ou captação/edição de vídeo e tratamento de imagem. Prazo de entrega: De 500 a 1.000 fotografias editadas. Mensal
Alta	Perfil profissional do(s) prestador(es) de serviço de, no mínimo, 8 anos de experiência em fotografia e/ou captação/edição de vídeo e tratamento de imagem. Prazo de entrega: Acima de 1.000 fotografias editadas. Mensal.

## 5.6 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.

Entregas: 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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Avaliação da reportagem em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado, qualidade técnica do material, qualidade editorial do material.

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

Complexidade:

Baixa	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	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	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.

## 5.7 Cobertura Jornalística e/ou Institucional – Vídeo Personagem

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.

Entregas: 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.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

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

Complexidade:

Baixa	1 dia de captação e produção. Gravação de até 2 depoimentos com duração individual de até 1 minuto. Equipe composta de 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 assistente. Pós-produção restrita à edição do material captado. Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após a captação.
Média	Até 2 dias de captação e produção. Gravação de até 5 depoimentos com duração individual de até 1 minuto. Equipe composta de 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 assistente. Pós-produção com edição do material captado e sonorização. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis após a captação.
Alta	De 2 dias a 5 dias de captação e produção. Gravação acima de 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.

## 5.8 Cobertura Jornalística e/ou Institucional – Vídeo Animação

Descritivo: Cobertura jornalística com produção de vídeo em linguagem institucional jornalística com 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.

Entregas: 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.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: duração e técnica de elaboração: 2D/3D.

Complexidade:

Baixa	2D e duração de até 1 minuto. Prazo de entrega: Até 5 dias úteis.
Média	2D e duração de até 2 minutos. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.
Alta	3D e duração de até 1 minuto. Prazo de entrega: Até 15 dias úteis

## **5.9 Captação e Edição de áudio para Imprensa e Públicos Formadores de Opinião**

Descrito: Captação e edição de áudio, com linguagem jornalística e/ou institucional, a partir de briefing e pauta previamente aprovados. O custo deve prever repórter, operador de áudio e ferramenta de distribuição.

Entregas: Arquivo de áudio editado para distribuição a veículos de imprensa e utilização em canais institucionais próprios. Os profissionais envolvidos devem ceder o uso de direito autoral em arquivo texto.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Minutos editados.

Complexidade:

Baixa	Até 1 minuto.
-------	---------------

	Prazo de entrega: Até 1 dia útil.
Média	Acima de 1 e até 3 minutos. Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.
Alta	Acima de 3 e até 5 minutos. Prazo de entrega: Até 5 dias úteis

### 5.10 Projeto Editorial

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo: até 20 dias úteis

### 5.11 Projeto Gráfico

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aplicabilidade do projeto.
- Adequação aos desafios de comunicação e as necessidades apontadas no *briefing*.
- Qualidade estética.
- Pertinência ao tema.
- Aderência às diretrizes de comunicação do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas.

- Prazo de entrega.

Complexidade:

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

### 5.12 Diagramação / Editoração de Publicações Impressas

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

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

### 5.13 Conteúdo e Design para Apresentação Institucional

Descritivo: Elaboração de conteúdo para apresentação institucional em reunião, seminário, evento, audiência etc, com conteúdo factual e analítico, a partir de informações obtidas de fontes diversas indicadas pelo CONTRATANTE. E formatação de arquivo de apresentação para projeção ou exibição eletrônica, conforme conteúdo e programação visual estabelecidos previamente. O foco do trabalho está na hierarquia das informações, garantindo equilíbrio entre os recursos visuais, de forma a dinamizar e otimizar a exposição do conteúdo.



Entregas: Apresentação em formato digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tipo de texto e conteúdo.
- Quantidade de fontes.
- Tipo de apuração.
- Quantidades de slides elaborados.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Texto original, com conteúdo factual. Formulado a partir de informações obtidas com até 1 fonte. Sem necessidade de consultas externas. Até 20 slides produzidos. Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.
Média	Texto original, com conteúdo factual e analítico. Formulado a partir de informações obtidas a partir de 2 a 3 fontes. Com pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos. De 21 a 40 slides produzidos. Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.
Alta	Texto original, com conteúdo factual e analítico. Formulado a partir de informações obtidas a partir de 4 ou mais fontes. Comparação e checagem entre informações divergentes; consulta a um número de fontes superior a 4; entrevistas com especialistas em determinado assunto, ou com conhecimento especializado em determinado tema, acima do conhecimento curricular do profissional padrão e, ainda, necessidade de consultar materiais de referência escritos em outras línguas. De 41 a 60 slides produzidos. Prazo de entrega: até 7 dias úteis.

#### **5.14 Infográficos Estáticos e/ou Impressos**

Descritivo: Utilização de recursos gráficos para o detalhamento de informações jornalística e/ou institucional, ou seja, junção de textos breves com ilustrações explicativas para a melhor compreensão do conteúdo. Esse tipo de recurso contribui

para a melhor compreensão de informações e conceitos complexos e são usados para apoiar exposições de mapas e manuais técnicos, educativos ou científicos. Pode combinar fotografia, ilustração e texto. Pode ser distribuído a veículos de comunicação ou utilizado em eventos ou canais institucionais.

Entregas: Infográfico aprovado, em meio digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

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

### **5.15 Infográfico Dinâmico e/ou Interativo**

Descritivo: Representação visual de informações jornalística e/ou institucional, com a utilização de recursos gráficos, tais como fotos, gráficos ou ilustrações e textos breves. Inclusão de recursos interativos (áudio e/ou vídeo embedados, animações em flash, em HTML5 ou 3D) para dar dinamismo à apresentação. Pode ser distribuído a veículos de comunicação ou utilizado em eventos ou canais institucionais.

Entregas: Infográfico aprovado, em meio digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade do desenho final, após a mescla de todas as variáveis (texto, recursos gráficos e interativos).
- Clareza e correta hierarquização dos dados expostos.

Características consideradas na classificação da complexidade:

### Complexidade:

Baixa	Infográfico com foto e/ou ilustração existente, breve texto, e animação de áudio e vídeo embedados. Prazo de entrega: Até 5 dias.
Média	Infográfico com foto e/ou ilustração existente, breve texto e animação em flash. Prazo de entrega: Até 10 dias.
Alta	Infográfico com foto e/ou ilustração existente, breve texto e animação em 3D ou HTML5. Prazo de entrega: Até 15 dias.

### **5.16 Peças de Design Gráfico**

Descritivo: Produção de design em peças gráficas com conteúdo jornalístico e/ou institucional, adequadas a cada plataforma em que será divulgado o conteúdo.

Entregas: Peças produzidas e diagramadas, em arquivo digital, em alta resolução.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação do conteúdo à proposta de trabalho descrita no briefing.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de peças.
- Prazo de entrega.

### Complexidade:

Baixa	Pacote de produtos que envolve, no mínimo 1 e máximo 5 peças de Design Gráfico (ilustração, tabelas, gráficos, adaptação de imagens já produzidas, fotomontagem a partir de imagens já produzidas, entre outros.) Prazo de entrega: Até 2 dias
Média	Pacote de produtos que envolve, no mínimo 6 e máximo 10 peças de Design Gráfico (ilustração, tabelas, gráficos, adaptação de imagens já produzidas, fotomontagem a partir de imagens já produzidas) Prazo de entrega: Até 5 dias
Alta	Pacote de produtos que envolve no mínimo 11 e no máximo 15 peças de Design Gráfico (ilustração, tabelas, gráficos, adaptação de imagens já produzidas, fotomontagem a partir de imagens já produzidas) Prazo de entrega: Até 7 dias.

## 5.17 Video Motion

Descritivo: Vídeos animados, com imagens de vetores, com possibilidade de inclusão de locução e trilha, que não requerem captação de imagem.

Entregas: Arquivo de texto contendo o roteiro aprovado pelo órgão, e o arquivo do video motion.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Por minutos produzidos

Complexidade:

Baixa	até 1 minuto. Prazo de entrega: Até 5 (cinco) dias úteis
Média	até 2 minutos. Prazo de entrega: Até 10 (dez) dias úteis após a captação.
Alta	até 3 minutos. Prazo de entrega: Até 15 (quinze) dias úteis após encerrada a captação.

## 5.18 E-mail marketing e newsletter

Descritivo: Criação de e-mail mkts e newsletters.

Entregas: Arquivos aprovados, em meio digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Método de classificação da complexidade:

- Recursos estáticos ou dinâmicos.

Complexidade:

Baixa	Estático. Prazo de entrega: até 2 dias úteis.
Média	HTML simples. Prazo de entrega: até 3 dias úteis.
Alta	HTML avançado. Prazo de entrega: até 5 dias úteis

## 5.19 Edição de vídeo

Descritivo: Edição de material audiovisual para vídeos institucionais. Tratamento, montagem e/ou finalização de vídeo a partir de material recebido ou de banco de imagens.

Entregas: Arquivo de texto contendo o roteiro aprovado pelo MTur, arquivo de vídeo em alta resolução(HD) bem como cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade: Qualidade técnica e editorial do material em relação à pauta demandada e ao roteiro simplificado aprovado.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Duração do material bruto fornecido pelo MTur.
- Duração do produto entregue.

Complexidade:

Baixa	Material bruto até 1 hora de duração. Duração do vídeo editado até 2 minutos. Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.
Média	Material bruto até 1 hora de duração. Duração do vídeo editado até 3 minutos. Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.
Alta	Material bruto maior que 1 hora de duração. Duração do vídeo editado até 5 minutos. Prazo de entrega: Até 7 dias úteis.

## 6 Prevenção e Gerenciamento de Crises

### 6.1 Manual de Crise

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

Entregas: Manual de crise.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Consistência, organização e clareza das informações e sua aderência às temáticas de atuação do Governo Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

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

## 6.2 Gerenciamento de Crise Regional

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tempo de duração da crise.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

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

## 6.3 Gerenciamento de Crise Nacional

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tempo de duração da crise.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

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

## PLANILHA DE ESTIMATIVA E PREÇOS MÁXIMOS DO CATÁLOGO DE PRODUTOS E SERVIÇOS

Produtos e Serviços Comunicação Institucional	Quantidade estimada de produtos e serviços	Preço Unitário	Preço Global
<b>1. ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO</b>			
<b>1.1 Avaliação da Percepção de Imagem</b>			
Baixa	1	R\$ 31.445,00	R\$ 31.445,00
Média	1	R\$ 47.386,87	R\$ 47.386,87
Alta	1	R\$ 61.197,33	R\$ 61.197,33
<b>1.2 Mapa de Formadores de Opinião</b>			
Baixa	1	R\$ 33.645,93	R\$ 33.645,93
Média	1	R\$ 52.580,07	R\$ 52.580,07
Alta	1	R\$ 68.531,13	R\$ 68.531,13
<b>1.3 Matriz Estratégica e diagnóstico para Comunicação Institucional</b>			
Baixa	1	R\$ 39.436,00	R\$ 39.436,00
Média	1	R\$ 70.859,75	R\$ 70.859,75
Alta	1	R\$ 91.668,00	R\$ 91.668,00
<b>1.4 Plano Estratégico de Comunicação Institucional</b>	1	R\$ 65.339,00	R\$ 65.339,00
<b>1.5 Mapa de Temas</b>			
Baixa	1	R\$ 23.300,67	R\$ 23.300,67
Média	1	R\$ 32.173,00	R\$ 32.173,00
Alta	1	R\$ 41.038,00	R\$ 41.038,00
<b>2. ATENDIMENTO DE DEMANDAS E ASSESSORIA DE IMPRENSA</b>			
<b>2.1 Gerenciamento de Demandas</b>			

Altíssima	12	R\$ 63.269,60	R\$ 759.235,20
<b>2.2 Coordenação de Demandas</b>			
Alta	12	R\$ 49.649,53	R\$ 595.794,41
<b>2.3 Atendimento de Demandas para desenvolvimento de ações de comunicação institucional</b>			
Média	24	R\$ 35.723,27	R\$ 857.358,38
Alta	12	R\$ 45.825,73	R\$ 549.908,81
<b>2.3 Elaboração de Perfis de Profissionais de Imprensa e/ou de veículos de comunicação regional e nacional</b>			
	50	R\$ 5.985,30	R\$ 299.265,00
<b>2.4 Criação de Mailing Nacional</b>			
Baixa	1	R\$ 7.035,50	R\$ 7.035,50
Média	1	R\$ 11.379,25	R\$ 11.379,25
Alta	1	R\$ 16.701,00	R\$ 16.701,00
<b>2.5 Atualização de Mailing Nacional</b>			
Baixa	1	R\$ 3.245,67	R\$ 3.245,67
Média	1	R\$ 5.003,75	R\$ 5.003,75
Alta	1	R\$ 6.757,08	R\$ 6.757,08
<b>2.6 Entrevista Coletiva</b>			
Baixa	2	R\$ 10.694,40	R\$ 21.388,80
Média	2	R\$ 16.911,07	R\$ 33.822,13
Alta	2	R\$ 22.950,60	R\$ 45.901,20
<b>2.7 Entrevista Coletiva não presencial</b>			
	2	R\$ 16.520,00	R\$ 33.040,00
<b>2.8 Acompanhamento de entrevista Coletiva não presencial</b>			
	2	R\$ 7.655,00	R\$ 15.310,00
<b>2.9 Planejamento de <i>Presstrip / Tour</i></b>			
Baixa	2	R\$ 23.118,53	R\$ 46.237,07
Média	2	R\$ 31.222,13	R\$ 62.444,27
Alta	2	R\$ 40.649,93	R\$ 81.299,87
<b>2.10 Acompanhamento de <i>Presstrip / Tour</i></b>			
Baixa	2	R\$ 17.017,80	R\$ 34.035,60
Média	2	R\$ 21.606,33	R\$ 43.212,67
Alta	2	R\$ 30.365,27	R\$ 60.730,53
<b>2.11 Organização de atividades de imprensa e de relações públicas no exterior por ocasião de viagens oficiais de autoridades do CONTRATANTE.</b>			
	2	R\$ 19.197,50	R\$ 38.395,00
<b>2.12 Acompanhamento de atividades de imprensa e de relações públicas no exterior por ocasião de viagens oficiais de autoridades do CONTRATANTE</b>			
	2	R\$ 26.296,75	R\$ 52.593,50
<b>3 TREINAMENTO</b>			
<b>3.1 Planejamento e Execução de <i>Media Training</i></b>			
Baixa	2	R\$ 32.224,07	R\$ 64.448,13
Média	1	R\$ 41.480,93	R\$ 41.480,93
Alta	1	R\$ 53.491,87	R\$ 53.491,87



<b>3.4 Treinamento para Apresentações</b>			
Baixa	2	R\$ 11.746,67	R\$ 23.493,33
Média	1	R\$ 19.658,93	R\$ 19.658,93
Alta	1	R\$ 28.053,73	R\$ 28.053,73
<b>3.5 Workshops / Seminários para Jornalistas</b>			
Baixa	1	R\$ 37.932,93	R\$ 37.932,93
Média	1	R\$ 53.444,00	R\$ 53.444,00
Alta	1	R\$ 65.947,33	R\$ 65.947,33
<b>4 LEVANTAMENTO DE INFORMAÇÃO E ANÁLISE</b>			
<b>4.1 Clipping Nacional – Jornais, Revistas e Portais de Notícias</b>	365	R\$ 915,23	R\$ 334.060,17
<b>4.2 Clipping Nacional – TV</b>	365	R\$ 1.063,42	R\$ 388.147,08
<b>4.3 Clipping Nacional – Rádio</b>	365	R\$ 1.306,88	R\$ 477.009,38
<b>4.4 Análise de Imprensa em seus canais (Jornais, Revistas e Portais de Notícias)</b>	365	R\$ 1.872,29	R\$ 683.386,76
<b>4.5 Auditoria de Imagem</b>	12	R\$ 48.687,67	R\$ 584.252,02
<b>5 PRODUÇÃO DE CONTEÚDO</b>			
<b>5.1 Elaboração de Texto em Língua Portuguesa</b>			
Baixa	100	R\$ 2.003,93	R\$ 200.393,40
Média	46	R\$ 3.914,93	R\$ 180.086,96
Alta	12	R\$ 5.850,73	R\$ 70.208,81
<b>5.2 Publicação de conteúdo jornalístico e/ou institucional</b>			
Baixa	12	R\$ 4.955,33	R\$ 59.464,00
Média	6	R\$ 9.362,67	R\$ 56.176,00
Alta	3	R\$ 13.769,33	R\$ 41.308,00
<b>5.3 Revisão de Texto em Língua Portuguesa</b>			
Baixa	12	R\$ 5.649,67	R\$ 67.796,00
Média	6	R\$ 16.551,33	R\$ 99.308,00
Alta	3	R\$ 32.570,33	R\$ 97.711,00
<b>5.4 Tradução de Texto jornalístico ou institucional para idioma estrangeiro</b>			
Baixa	12	R\$ 3.663,83	R\$ 43.966,00
Média	6	R\$ 9.726,50	R\$ 58.359,00
Alta	3	R\$ 16.195,83	R\$ 48.587,50
<b>5.5 Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Fotografia</b>			
Baixa	12	R\$ 20.085,75	R\$ 241.029,00
Média	1	R\$ 25.635,75	R\$ 25.635,75
Alta	12	R\$ 32.746,50	R\$ 392.958,00
<b>5.6 Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Vídeo Release</b>			
Baixa	12	R\$ 12.705,08	R\$ 152.460,99
Média	8	R\$ 18.999,50	R\$ 151.996,00
Alta	4	R\$ 27.115,50	R\$ 108.462,00
<b>5.7 Cobertura Jornalística e/ou Institucional – Vídeo Personagem</b>			

Baixa	8	R\$ 11.542,00	R\$ 92.336,00
Média	4	R\$ 16.409,75	R\$ 65.639,00
Alta	2	R\$ 23.431,33	R\$ 46.862,67
<b>5.8 Cobertura Jornalística e/ou Institucional – Vídeo Animação</b>			
Baixa	8	R\$ 19.979,00	R\$ 159.832,00
Média	4	R\$ 26.448,33	R\$ 105.793,33
Alta	2	R\$ 31.573,33	R\$ 63.146,67
<b>5.9 Captação e Edição de áudio para Imprensa e Públicos Formadores de Opinião</b>			
Baixa	24	R\$ 2.529,38	R\$ 60.705,00
Média	12	R\$ 3.689,63	R\$ 44.275,50
Alta	6	R\$ 5.579,75	R\$ 33.478,50
<b>5.10 Projeto Editorial</b>			
<b>5.11 Projeto Gráfico</b>			
Baixa	2	R\$ 17.062,80	R\$ 34.125,60
Média	1	R\$ 24.553,27	R\$ 24.553,27
Alta	1	R\$ 34.716,13	R\$ 34.716,13
<b>5.12 Diagramação / Editoração de Publicações Impressas</b>			
Baixa	4	R\$ 11.528,17	R\$ 46.112,67
Média	4	R\$ 17.949,42	R\$ 71.797,67
Alta	4	R\$ 29.820,17	R\$ 119.280,67
<b>5.13 Conteúdo e Design para Apresentação Institucional</b>			
Baixa	4	R\$ 15.109,00	R\$ 60.436,00
Média	2	R\$ 22.517,80	R\$ 45.035,60
Alta	1	R\$ 33.509,93	R\$ 33.509,93
<b>5.14 Infográficos Estáticos e/ou Impressos</b>			
Baixa	12	R\$ 3.911,67	R\$ 46.940,00
Média	6	R\$ 5.145,00	R\$ 30.870,00
Alta	3	R\$ 6.726,33	R\$ 20.179,00
<b>5.15 Infográfico Dinâmico e/ou Interativo</b>			
Baixa	6	R\$ 10.752,67	R\$ 64.516,00
Média	2	R\$ 17.581,00	R\$ 35.162,00
Alta	1	R\$ 20.314,00	R\$ 20.314,00
<b>5.16 Peças de Design Gráfico</b>			
Baixa	12	R\$ 6.160,50	R\$ 73.926,00
Média	1	R\$ 9.424,67	R\$ 9.424,67
Alta	1	R\$ 13.637,50	R\$ 13.637,50
<b>5.17 Video Motion</b>			
Baixa	4	R\$ 9.444,00	R\$ 37.776,00
Média	2	R\$ 18.309,00	R\$ 36.618,00
Alta	1	R\$ 27.166,67	R\$ 27.166,67
<b>5.18 E-mail marketing e newsletter</b>			
Baixa	6	R\$ 4.983,67	R\$ 29.902,00
Média	3	R\$ 7.365,00	R\$ 22.095,00

Alta	1	R\$ 9.805,00	R\$ 9.805,00
<b>5.19 Edição de vídeo</b>			
Baixa	12	R\$ 6.047,33	R\$ 72.568,00
Média	3	R\$ 8.740,00	R\$ 26.220,00
Alta	1	R\$ 11.817,33	R\$ 11.817,33
<b>6 PREVENÇÃO E GERENCIAMENTO DE CRISES</b>			
<b>6.4 Manual de Crise</b>			
Baixa	1	R\$ 39.912,73	R\$ 39.912,73
<b>6.5 Gerenciamento de Crise Regional</b>			
Baixa	1	R\$ 31.178,50	R\$ 31.178,50
<b>6.6 Gerenciamento de Crise Nacional</b>			
Baixa	1	R\$ 55.161,33	R\$ 55.161,33
<b>TOTAL PRODUTOS E SERVIÇOS</b>			<b>R\$ 11.195.540,40</b>
<b>REEMBOLSOS VIAGENS</b>		<b>9%</b>	R\$ 1.007.598,64
<b>TOTAL (PRODUTOS + REEMBOLSOS)</b>			<b>R\$ 12.203.139,03</b>

2.1 As quantidades anuais apresentadas na tabela acima representam apenas estimativas e serão executadas na medida da necessidade e conveniência do CONTRATANTE, que poderá readequá-las nas mesmas condições contratuais, ocasionando distribuição diferente da previamente estabelecida, desde que justificada a alteração e respeitado o valor estabelecido no subitem 6.1, quanto ao valor de investimento para a contratação.

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

**Anexo II - Apendice II - APRESENTACAO E  
JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TECNICAS.pdf**

## 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. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Institucional
	III. Solução de Comunicação Institucional
	IV. Plano de Implementação
2. Capacidade de Atendimento	
3. Relatos de Soluções de Comunicação Institucional	

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

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

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- d) espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;

g) alinhamento justificado do texto;

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

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

j) sem identificação da licitante.

1.2.1 As especificações do subitem 1.2 não se aplicam aos exemplos de ações e/ou materiais de comunicação institucional que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 e à indicação prevista no subitem 1.3.3.9.

1.2.2 Os subquestos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Institucional e Solução 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 modelo a ser disponibilizado pela Comissão de Licitação.

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.

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

b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação institucional identificadas;

c) compreensão da relação do Ministério do Turismo com seus diferentes públicos;

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

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

a) explicitação e defesa das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes do Ministério do Turismo no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse, vinculadas à temática do *Briefing*.

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

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

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

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

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

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

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

1.3.3.3 Os exemplos de ações e/ou materiais de comunicação institucional de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 estão limitados a 5 (cinco), independentemente do seu tipo ou de sua característica e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos;



b) 'monstro', leiaute eletrônico, *storyboard* animado ou *animatic*;

d) 'boneca' ou leiaute montado dos materiais.

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 *passee-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 5 (cinco), devem ser observadas as seguintes regras:

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

b) cada mapa de formadores de opinião 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 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) relação nominal dos seus principais clientes, para os quais desenvolveu soluções de comunicação institucional, com a especificação do início de atendimento e do objeto do contrato ou do serviço prestado a cada um deles.

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

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

d) sistemática operacional de atendimento, meios e processos a serem adotados no relacionamento com o CONTRATANTE.

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 2 (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 01 de janeiro de 2020.

1.6.3 É permitida a inclusão de até 2 (duas) 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 Ministério do Turismo 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 Subquesito 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) a adequação do cronograma 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 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;

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

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

#### 2.2.3 Quesito 4 – Relatos de Soluções de Comunicação Institucional

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

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

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

d) a qualidade da execução das ações e/ou 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 MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Institucional		80
SUBQUESITOS	I. Raciocínio Básico	15 pontos
	II. Estratégia de Comunicação Institucional	25 pontos
	III. Solução de Comunicação Institucional	25 pontos
	IV. Plano de Implementação	15 pontos
2. Capacidade de Atendimento		10 pontos
- Relação dos principais clientes (máximo 3 pontos e não cumulativos)		<i>Presença de clientes integrantes do Poder Executivo Federal, Estadual ou Municipal – 3</i>
		<i>Presença de clientes com atuação nacional – 2</i>
		<i>Presença de clientes com atuação regional – 1</i>

- Quantificação e qualificação dos profissionais (máximo 4 pontos e não cumulativos)	<i>Mais de 5 profissionais com pós graduação – 2</i>
	<i>Até 5 profissionais com pós graduação – 1</i>
	<i>Presença de profissionais com experiência somadas superior a 50 anos – 2</i>
	<i>Presença de profissionais com experiência somadas de até 50 anos – 1</i>
- Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante (máximo de 1,5 pontos, não cumulativos)	<i>Atende – 1,5</i>
	<i>Atende parcialmente – 0,5</i>
	<i>Não atende – 0</i>
- Sistemática operacional de atendimento (máximo de 1,5 pontos, não cumulativos)	<i>Atende – 1,5</i>
	<i>Atende parcialmente – 0,5</i>
	<i>Não atende – 0</i>
3. Relatos de Soluções de Comunicação Institucional	<i>10</i>
<b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>	<b>100</b>

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

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

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



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

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

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

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

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

b) não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;

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

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

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

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

**Anexo III - Apendice III - BRIEFING.pdf**

## **APÊNDICE III**

### **BRIEFING**

#### **1. SITUAÇÃO GERAL**

- Perfil, missão, valores, cultura, funções e áreas de atuação do CONTRATANTE e demais informações institucionais relevantes.
- Mudanças institucionais e operacionais relevantes pelas quais passou, está passando ou deverá passar.
- Imagem, reputação ou conceito que o CONTRATANTE tem no mercado, junto à sociedade e a seus públicos de interesse.
- Principais características, imagem e reputação de produtos, serviços, programas ou ações sociais.
- Mercado, atual e potencial, segmentos sociais ou de público com os quais se relaciona.
- Regiões em que o CONTRATANTE, produto, serviço, programa ou ação social tem maior presença ou potencial de penetração.
- Formas de distribuição do produto, serviço, programa ou ação social, os canais mais utilizados, distribuição geográfica, restrições operacionais, tecnológicas, éticas ou políticas para uso de outros canais.
- Principais concorrentes diretos e indiretos.
- Pontos fortes e fracos (institucionais e/ou mercadológicos) em relação aos principais concorrentes, que sejam relevantes para as ações de comunicação institucional do CONTRATANTE.
- Demais informações relevantes a respeito do objeto temático da ação de comunicação institucional.

#### **2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO**

- Descrição de um desafio concreto e importante para o CONTRATANTE, que as ações de comunicação institucional devam contribuir para sua superação. As ameaças e oportunidades que se configuram em face do cenário e interferem no alcance dos seus objetivos institucionais ou negociais.

### **3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO – GERAL E ESPECÍFICOS**

- Os objetivos de comunicação devem estar diretamente vinculados à ação de comunicação institucional que contribuirá, direta ou indiretamente, para a superação do desafio de comunicação, como por exemplo: posicionar, reposicionar, valorizar, destacar, lançar, informar, divulgar, disseminar, reafirmar, esclarecer, desmistificar, orientar, estimular, motivar, sensibilizar etc.

### **4. PÚBLICOS-ALVO**

- Públicos externos e internos a serem atingidos pela ação de comunicação institucional – prioritários e secundários.

- Perfil sociodemográfico: idade, sexo, escolaridade, classe social, ocupação, nível de renda, localização.

- Perfil psicológico: atitudes e comportamentos em relação ao produto, serviço, programa ou ação social.

- Razões de uso do produto, serviço, programa ou ação social: porque utiliza, que benefícios espera e que fatores influenciam sua decisão de compra/uso/adesão.

### **5. PRAÇAS**

- Local e nacional

### **6. PERÍODO**

4 meses

### **7. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO**

2 milhões de reais no período

### **8. PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES**

- Estudos, pesquisas, relatórios e documentos relevantes que contribuam para o conhecimento do CONTRATANTE e entendimento do desafio de comunicação.

- Fontes complementares de informação, tais como portal na internet, manuais etc.

### **9. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO**

- Recursos de comunicação de propriedade do CONTRATANTE que podem ser utilizados nas ações de comunicação institucional, tais como: sítios e portais na Internet, perfis em redes sociais, canais de relacionamento/atendimento ao público/cliente, aplicativos e serviços acessados por dispositivos eletrônicos, etc.

#### **10. ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL**

- Esforços realizados em anos recentes por intermédio de ações de comunicação institucional, relativos ao tema do Briefing.

- Conceitos ou slogans que o contratante utilizou e/ou ainda utiliza na comunicação com seus públicos.

- Resultados desses esforços de comunicação institucional para a imagem do CONTRATANTE ou de seus produtos, serviços, programas ou ações sociais.

-Endereço eletrônico onde as licitantes possam acessar e conhecer as principais materiais de comunicação institucionais anteriores.

**Anexo IV - Apendice IV - APRESENTACAO E  
JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PRECOS.pdf**

## APÊNDICE IV

### APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO 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) percentual de desconto;

b) conjunto de declarações;

c) informações sobre a licitante.

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

1.2.1.1 Nos preços unitários dos Produtos e Serviços, 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 O percentual de desconto deve ser apresentado 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, 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

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

realizará com ela diligência nos termos do §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, 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.

## **2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS**

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

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

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

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

2.5 Será considerada a Proposta de menor preço a que apresentar:

a) maior percentual de desconto, a ser concedido ao CONTRATANTE, incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços, constante do Apêndice I;

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



**Anexo V - Apendice IV-A - MODELO DE PROPOSTA  
DE PRECOS.pdf**

## 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 do Ministério do Turismo, como resultado da concorrência em epígrafe, adotaremos os seguintes preços na execução do contrato:

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

2. Declaramos ainda que:

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

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

a2) O Ministério do Turismo 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, decorrentes do percentual de desconto acima proposto, estão incluídos todos os nossos custos internos, diretos e indiretos, tais como: despesas com planejamento e apresentações; encargos sociais e trabalhistas de mão de obra; equipamentos (*hardware*), programas (*software*); impostos; taxas; seguros; e demais obrigações financeiras, de qualquer natureza, envolvidas na execução do objeto do contrato e não será pleiteado nenhum ressarcimento relacionado a esses custos;

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

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

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

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

3. Por fim, informamos os seguintes dados:

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

local e data

---

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

**Anexo VI - Apendice V - INSTRUMENTO DE MEDICAO  
DE RESULTADO.pdf**

## Instrumento de medição de Resultado (IMR)

### (Avaliação da qualidade dos serviços)

INDICADOR	
Nº 1 – PLENA EXECUÇÃO CONTRATUAL DENTRO DOS PRAZOS PREVISTOS NO PROJETO BÁSICO	
ITEM	DESCRIÇÃO
Finalidade	Garantir o cumprimento da execução do serviço dentro dos prazos previstos no Projeto Básico, observando a especificidade de cada serviço disposto na tabela de produtos e serviços – Apêndice I.
Meta a Cumprir	Execução plena dos serviços contratados nos termos do projeto básico.
Instrumento de Medição	Ausência de ocorrência. A qualidade será aferida pela inexistência de relatos de erros, ocorrência de má qualidade, atrasos em coberturas, etc.
Forma de Acompanhamento	<ul style="list-style-type: none"><li>• A forma de acompanhar a qualidade dos serviços contratados se dará nos casos onde houver ocorrência da inexecução ou do relato de má qualidade dos serviços prestados.</li><li>• A incidência deverá ser formalizada ao fiscal/gestor do contrato.</li><li>• Os fiscais/gestores deverão realizar relatório das ocorrências recebidas a fim de registrar o cálculo das glosas.</li><li>• As ocorrências poderão ser realizadas por qualquer cidadão, servidor, etc, que perceba a má qualidade do serviço contratado.</li><li>• Poderão ser formalizadas por Ofício ou registrada via e-mails ao fiscal/gestor.</li></ul>
Periodicidade	<ul style="list-style-type: none"><li>• Por ocorrência. A inexistência de relatos dará como certo a plena execução dos serviços.</li><li>• O relatório do fiscal/gestor é dispensável à confirmação da plena execução contratual.</li><li>• Havendo ocorrência o fiscal/gestor deverá apresentar relatório prévio ao pagamento do serviço mal executado ou realizado abaixo dos critérios estabelecidos no Projeto Básico</li></ul>
Mecanismo de Cálculo	A cada ocorrência.
Início da Vigência	Data da assinatura do contrato.
Faixas de ajustes no pagamento	A inexistência de erros implicará no pagamento integral da nota fiscal/fatura. A cada ocorrência De 1 a 5 ocorrências = 100% do valor do serviço. De 6 a 10 ocorrências = 90% do valor do serviço.

	De 11 a 20 ocorrências = 80% do valor do serviço.
Sanções	Mais de 20 ocorrências = Sanção/Multas prevista no Projeto Básico

INDICADOR	
Nº 2 – PRESTAÇÃO DE CONTAS	
ITEM	DESCRIÇÃO
Finalidade	Garantir a qualidade na prestação de contas dos serviços prestados.
Meta a Cumprir	Apresentar com qualidade a prestação de contas com os devidos registros e quantitativos dos serviços prestados conforme o item 3 – Forma de Prestação dos Serviços, elencado no Projeto Básico.
Instrumento de Medição	Aferição, via sistema eletrônico, dos serviços e quantitativos executados, em consonância com as respectivas prestações de contas apresentadas pela contratada.
Forma de Acompanhamento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A forma de acompanhar a qualidade das prestações de contas se dará mediante relatórios, e as devidas comprovações da execução dos serviços prestados, com a apresentação de vídeos, áudios, links e demais formas apresentadas fisicamente ou via dispositivos eletrônicos.</li> <li>• A ocorrência será formalizada pelo fiscal e/ou gestor do contrato a contrata.</li> <li>• Os fiscais/gestores deverão realizar relatório das ocorrências recebidas a fim de registrar o cálculo das glosas.</li> <li>• As ocorrências poderão ser evidenciadas pelo fiscal e/ou gestor do contrato caso perceba a má qualidade da prestação de contas.</li> <li>• Poderão ser formalizadas por Ofício ou registrada via e-mail a contratada.</li> </ul>
Periodicidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por ocorrência. A inexistência de relatos dará como certo a plena execução dos serviços.</li> <li>• O relatório do fiscal/gestor é dispensável à confirmação da plena execução contratual</li> </ul>
Mecanismo de Cálculo	A cada ocorrência.
Início da Vigência	Data da assinatura do contrato.
Faixas de ajustes no pagamento	<p>A inexistência de erros implicará no pagamento integral da nota fiscal/fatura.</p> <p>A cada ocorrência</p> <p>De 1 a 5 ocorrências = 100% do valor do serviço.</p>

	De 6 a 10 ocorrências = 90% do valor do serviço. De 11 a 20 ocorrências = 80% do valor do serviço.
Sanções	Mais de 20 ocorrências = Sanção/Multas prevista no Projeto Básico

INDICADOR	
Nº 3 – CUMPRIMENTO DE OBRIGAÇÕES TRABALHISTAS E PREVIDENCIÁRIAS	
ITEM	DESCRIÇÃO
Finalidade	Evitar ocorrências de atrasos e de pagamentos fracionados de salários, auxílio transporte, alimentação e outros benefícios, bem como recolhimento de FGTS e INSS.
Meta a Cumprir	Nenhuma ocorrência no mês.
Instrumento de Medição	Constatação formal de ocorrências mediante fiscalização da documentação apresentada pela empresa.
Forma de Acompanhamento	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pessoal, pelo fiscal e gestor do contrato.</li> </ul>
Periodicidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mensal</li> </ul>
Mecanismo de Cálculo	Identificação de pelo menos uma ocorrência de atraso em salário ou outro benefício no mês de referência.
Início da Vigência	Data da assinatura do contrato.
Faixas de ajustes no pagamento	A inexistência de erros implicará no pagamento integral da nota fiscal/fatura. A cada ocorrência De 1 a 5 ocorrências = 100% do valor do serviço. De 6 a 10 ocorrências = 90% do valor do serviço. De 11 a 20 ocorrências = 80% do valor do serviço.
Sanções	Caso o problema persista, será possível a rescisão contratual.

INDICADOR	
Nº 4 – QUALIDADE DOS SERVIÇOS PRESTADOS	
ITEM	DESCRIÇÃO
Finalidade	Buscar a qualidade dos produtos e serviços a serem entregues garantindo o devido fornecimento de materiais e equipamentos, ferramentas e utensílios necessários à qualidade de execução deste Projeto Básico.
Meta a Cumprir	Suprir as equipes, técnicas e de jornalismo, de materiais e equipamentos necessários à devida prestação dos serviços objeto deste Projeto Básico.

Instrumento de Medição	A qualidade dos materiais, equipamentos, ferramentas e utensílios será subsidiariamente auferida pela qualidade dos produtos entregues decorrentes dos serviços contratados previstos nos descritivos no TERMO DE REFERÊNCIA.
Forma de Acompanhamento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O devido fornecimento dos materiais, equipamentos, ferramentas e utensílios necessários a qualidade para a prestação dos serviços poderá ser atestada pela qualidade dos produtos entregues nas condições, prazos e quantitativos demandados pela contratante.</li> <li>• A incidência deverá ser formalizada ao fiscal/gestor do contrato mediante verificação da qualidade dos produtos entregues ao fiscal do contrato ou servidor designado para qualificar os produtos entregues em razão dos serviços contratados.</li> <li>• Os fiscais/gestores realizarão relatório das ocorrências recebidas a fim de registrar o cálculo das glosas.</li> <li>• As ocorrências poderão ser formalizadas por Ofício e registrada via e-mails ao fiscal/gestor.</li> </ul>
Periodicidade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por ocorrência. A inexistência de relatos dará como certo a plena execução dos serviços.</li> <li>• O relatório do fiscal/gestor é dispensável à confirmação da plena execução contratual.</li> <li>• Havendo ocorrência o fiscal/gestor deverá apresentar relatório prévio ao pagamento do serviço realizado abaixo dos critérios estabelecidos no Projeto Básico</li> </ul>
Mecanismo de Cálculo	A cada ocorrência.
Início da Vigência	Data da assinatura do contrato.
Faixas de ajustes no pagamento	<p>A inexistência de erros implicará no pagamento integral da nota fiscal/fatura.</p> <p>A cada ocorrência</p> <p>De 1 a 5 ocorrências = 100% do valor do serviço.</p> <p>De 6 a 10 ocorrências = 90% do valor do serviço.</p> <p>De 11 a 20 ocorrências = 80% do valor do serviço.</p>
Sanções	Mais de 20 ocorrências = Sanção/Multas prevista no Projeto Básico