

PROJETO BÁSICO

1. APRESENTAÇÃO

- 1.1. Contratação de empresas prestadoras de serviços de comunicação digital para atender as necessidades da Secretaria Municipal de Comunicação do Município de Maceió, referentes à: **a)** prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital, no âmbito do contrato; **b)** criação, execução técnica e distribuição de ações e/ou peças de comunicação digital; e **c)** criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdos do Município de Maceió, suas secretarias e administrações, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias.
- 1.2. A contratação dos serviços tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações de comunicação digital que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.
- 1.3. O planejamento previsto na alínea 'a' do subitem 1.1 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações de comunicação digital para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e deve prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de performance e de resultados.
- 1.4. Os serviços previstos no subitem 1.1 não abrangem atividades com natureza distinta da comunicação digital do Município de Maceió, na disseminação de informações junto à sociedade.
- 1.5. Será contratada 01 (uma) empresas de comunicação digital, doravante denominadas Licitante ou Contratada.

2. DA IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO:

2.1. TÍTULO

Comunicação Digital do Município de Maceió;

2.2. PROPONENTE

Prefeitura Municipal de Maceió – AL, pela interveniência da Secretaria Municipal de Comunicação Social - SECOM.

2.3. RESPONSÁVEL

Nome: Luís Moisés Novais Lino

Função: Secretário Municipal de Comunicação

Profissão: Jornalista e professor

Telefone: 82 3312-5840

E-mail: contato.licitacao@secom.maceio.al.gov.br

2.4. LOCALIDADE ALVO

Município de Maceió, Alagoas.

2.5. MODALIDADE

Concorrência pública.

2.6. JULGAMENTO

Melhor Técnica.

2.7. EMPREITADA

Preço unitário.

3. DA JUSTIFICATIVA

3.1. O Princípio da Publicidade e Comunicação é um dos pilares da Administração Pública e tem como finalidade fazer com que o Poder Público atue com a maior transparência possível, para que a população tenha conhecimento de todas as suas ações e decisões. Além disso, contemporaneamente, para que a população possa interagir e participar através de opiniões e trocas de informações. Hoje, é inegável que empresas e organizações em geral são cobradas e monitoradas em tempo quase que real pela sociedade. Que precisam agir, reagir, informar e responder em uma medida de tempo que vai muito além do padrão de

comunicação tradicional – ouvidoria, imprensa ou publicidade – e com formas e linguagens compatíveis com os canais modernos. Além disso, toda organização pública precisa ser aberta, do tipo que interage. Precisa superar a burocracia para se comunicar diretamente com o cidadão. E é dentro desta visão que a comunicação digital, e sua ampla janela que dá visão e acesso ao mundo social, está inserida. Com foco em dar acessibilidade e assertividade a um governo ou instituição pública que tenha como objetivo ser moderno, alinhado ao comportamento social e eficiente.

3.2. A Secretaria Municipal de Comunicação do Município de Maceió tem assumido o desafio de estruturar a Comunicação Digital da atual gestão, bem como buscado avançar no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicar e interagir com o cidadão. E para que esta comunicação seja efetiva e possa atuar em consonância com o que se espera de um governo ágil e focado na otimização de investimentos, é que propomos um passo adiante, com a contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação digital. Um modelo já comum em diversos órgãos públicos do país – Estados e no próprio Governo Federal – e que tem se demonstrado eficiente.

3.3. Abaixo descrevemos contexto, diagnóstico e necessidades que justificam a solicitação, além dos serviços considerados necessários.

CONTEXTO DIGITAL. A agência mundial *We Are Social*, em parceria com a *Hootsuite*, divulgou Pesquisa [1] com o cenário digital de 2018, revelando que no Brasil a penetração digital chegou a 66% da população (139 milhões de pessoas) sendo que, destes, 130 milhões são usuários ativos das redes sociais e gastam, em média, 9 horas e 14 minutos online – mais de 3 horas acima da média global. Ainda em 2018, o IBGE [2] apontou que 85,3% dos brasileiros acessam a web. Estes dados apenas ilustram o que, na prática, pode ser percebido no cotidiano de qualquer empresa privada ou órgão público: a presença digital da população crescente em acesso e cada vez maior em intensidade.

DIAGNÓSTICO DO SETOR. Os setores responsáveis pela comunicação digital são responsáveis por produzir conteúdos, orientar e normatizar o ambiente digital, interagir com a população e monitorar a internet. Tudo relacionado ao Governo Municipal de Maceió, suas secretarias e administrações.

Há, ainda, a percepção empírica de que os canais sociais do Município são buscados pelos cidadãos fortemente para contato com o Município, o que constitui, portanto, um imenso potencial para aproveitamento dos mesmos dentro das políticas sociais e ações do governo. A comunicação digital pode – e deve – ser mais estrategicamente utilizada por qualquer governo que se proponha a ser mais moderno e eficiente. Comunicação é instrumento e deve ser protagonista para todas as políticas públicas. É por isso que propomos, dentro das possibilidades orçamentárias e legais, a contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação digital, em regime de empreitada por preço unitário para que o dimensionamento e os custos sejam ajustáveis e otimizados, visando economicidade dos recursos públicos.

PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD), IBGE em ww2.ibge.gov.br;

Fonte: <https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>;

4. CARACTERÍSTICAS DOS PRODUTOS E SERVIÇOS:

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

a) **Produtos e Serviços Essenciais**: contemplam a expertise básica da contratada na execução do objeto do contrato, sendo os itens previamente especificados e precificados pela equipe da SECOM, com os respectivos quantitativos estimados de execução no Apêndice I deste Projeto Básico.

4.2. Os Produtos e Serviços Essenciais contemplam as necessidades elementares do Município de Maceió relativas ao objeto da contratação e estão agrupados no Apêndice I deste Projeto Básico, de acordo com sua finalidade e afinidade, nas seguintes categorias: 1. Design; 2. Apresentação; 3. Planejamento Estratégico; 4. Planejamento Tático; 5. Métricas e Avaliações; 6. Conteúdo; 7. Peças Digitais; 8. Tecnologia; 9. Vídeo; 10. Redes Sociais; 11. Manuais; 12. Ferramentas de Comunicação Digital e 13. Atendimento. As especificações dos Produtos e Serviços Essenciais mencionadas poderão ser aperfeiçoadas pela Contratante, sempre que identificada a necessidade de maior alinhamento das informações com a prática vivenciada com a contratada, no decorrer da execução contratual.

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

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

4.3. Produtos Essenciais:

Design - Criação e Produção de Ícone; Adaptação ou Replicação de Tela e Elemento Gráfico para Propriedade Digital.

Apresentação - Roteirização de Apresentação e Diagramação de Apresentação.

Planejamento Estratégico - Mapeamento de Presença Digital; Diagnóstico e Matriz Estratégica; Diagnóstico de Conteúdo; Planejamento de Conteúdo; Diagnóstico Digital de Marca ou Tema; Gestão da Rede de Influenciadores Digitais e- Planejamento Estratégico de Comunicação Digital.

Planejamento Tático - Arquitetura de Propriedade Digital; Criação/Adequação de Leiaute de Propriedade Digital; Projeto Editorial; Plano de Tagueamento de Propriedade Digital; Migração de Conteúdo; Escopo Funcional de Módulo e Escopo Funcional de Propriedade Digital.

Métricas e Avaliações - Relatório de Análise de Propriedade Digital; Relatório "Relatar Erros"; Relatório de Business Intelligence (BI) de Propriedade Digital (Sítio/Portal e Blog); Relatório de Desempenho de Redes Sociais; Relatório de Análise de Ação de Comunicação em Propriedade Digital e suas Respectivas Redes; Relatório Estratégico Gerencial de Monitoramento e Relatório Gerencial Consolidado de Propriedade Digital.

Conteúdo - Montagem e Criação de Capa/Página de Sítio/Portal; Atualização de Página Principal de Sítio/Portal; Pauta; Edição de Texto em Língua Estrangeira; Elaboração de Texto em Língua Estrangeira; Edição de Texto em Língua Portuguesa; Elaboração de Texto em Língua Portuguesa; Pesquisa Iconográfica; Capacitação para Publicação de Conteúdo; Publicação de Conteúdo; Distribuição de Conteúdos e Gestão de Conteúdo.

Peças Digitais – Infográfico; E-mail Marketing; Banner e Adaptação de Banner.

Tecnologia - Disparo de Mensagens Instantâneas.

Vídeo - Transmissão ao Vivo para Ambiente Digital e Criação de Vinheta.

Redes Sociais - Conteúdo para Redes Sociais e Moderação em Redes Sociais.

Manuais - Manual de Boas Práticas para Indexação de Conteúdo e Elaboração de Manual Textual; Elaboração de Manual Visual (Guia de Estilo); Elaboração de Manual Visual (Guia de Estilo) - Expresso; Diagramação de Manual; Diagramação de Manual - Expresso; Criação de Item Novo em Manual Visual; Edição de Página em Manual Visual; Projeto Gráfico de Manual e Atualização de Manuais Orientadores.

Ferramentas de Comunicação Digital - Disparo de E-mail Marketing - Boletim Eletrônico; Disparo de E-mail Marketing e Gestão e Manutenção de Departamentos (Sublistas) – E- mail Marketing.

Atendimento - Atendimento de Demandas e Atendimento Técnico.

4.4. Os preços propostos para a execução de quaisquer produtos e serviços são de exclusiva responsabilidade da Contratada, não lhes cabendo pleitear nenhuma alteração, sob alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

4.5. Não fazem parte do objeto da contratação serviços de hospedagem (*hosting*) de portais, sítios e aplicativos.

5. EXECUÇÃO CONTRATUAL:

5.1. A execução contratual dar-se-á por meio da prestação de serviços e fornecimento de produtos, demandados previamente pela Contratante, via Ordem de Serviço (OS). O detalhamento de todo o processo de contratação via Ordem de Serviço será efetuado em manual de procedimentos a ser editado pela Contratante e modelo constante do apêndice V deste Projeto Básico.

5.2. Para a execução, a Contratada deve, obrigatoriamente, possuir quantitativo suficiente de profissionais, além de estrutura administrativa habilitada, que deverá estar disponível para o cumprimento e execução dos produtos e serviços, objeto da contratação, e que excepcionalmente poderão ser requisitados para alocação, nas dependências da Contratante, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e prazos exigidos no fornecimento de Produtos e Serviços Essenciais.

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

contratada.

- 5.2.2. Para os produtos e serviços a serem prestados nas dependências do Contratante foram estabelecidas, ainda, especificações diferenciadas, devido à sua característica presencial, e os perfis técnicos necessários aos profissionais que ficarão responsáveis por sua execução.
- 5.2.3. A Contratante proverá infraestrutura básica para prestação dos produtos e serviços que serão executados em suas dependências, quanto ao espaço físico e mobiliário.
- 5.3. A Contratada deverá alocar a quantidade de prepostos necessária para garantir a melhor intermediação com a Contratante. Os perfis definidos para essa atividade deverão atuar em caráter permanente e com dedicação exclusiva, e ficarão alocados nas dependências da Contratante.
- 5.4. Será de responsabilidade da Contratada prover, aos profissionais mencionados no subitem 5.2, a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de microcomputadores, softwares, equipamento de videoconferência, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução dos produtos e serviços definidos neste Projeto Básico.
- 5.4.1. Consideradas as especificidades das ações a serem implementadas com a aprovação da Contratante, a Contratada poderá proceder a contratação de veículos de divulgação *on-line* para distribuição de conteúdos e peças de comunicação digital desenvolvidos no âmbito da contratação, observado o disposto no subitem 1.6.11 do Apêndice I.
- 5.4.2. A Contratada também poderá proceder a gestão dos conteúdos de comunicação digital da Secretaria de Comunicação por meio da contratação de mecanismos de busca na internet, observado o disposto no subitem 1.6.12 do Apêndice I.
- 5.4.3. A contratação de veículos de divulgação *on-line* e de mecanismos de busca na internet pela Contratada se dará por ordem e conta da Contratante.
- 5.5. 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.

5.6. A execução de qualquer produto, serviço ou despesa que envolva o desembolso de recursos deverá ser prévia e expressamente autorizada pela Contratante.

6. CONTRATAÇÃO DE FORNECEDORES ESPECIALIZADOS

6.1. Nesses casos, fica vedada a contratação, direta ou indireta, de empregado, sócio ou dirigente da contratada, bem como de empresas em que tenham participação societária.

6.2. Na intermediação e supervisão da execução de Serviços, prestados por fornecedores especializados, a Contratada deverá preservar as regras e condições do seu contrato com a Contratante, respondendo integralmente por toda e qualquer infração decorrente dessas situações.

7. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

7.1. O valor da contratação está estimado em R\$ 1.516.453,08 (um milhão e quinhentos e dezesseis mil e quatrocentos e cinquenta e três reais e oito centavos), pelos primeiros 12 (doze) meses.

7.2. A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2022 consta da Lei Orçamentária Anual - ano da LOA, nas seguintes funcionais programáticas:

Unidade Orçamentária: 05001 – Secretaria Municipal de Comunicação –
SECOM

Programa de Trabalho n.º: Programa 04.122.0045.231009

Elemento da Despesa: 33.90.39

Fonte de Recursos: 0.1.01.100000 – Recursos Próprios

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

7.2.1.1. Na prorrogação, a Contratante poderá renegociar os preços praticados com a Contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

7.2.1.2. A Contratante poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos preços praticados com a Contratada, em decorrência de eventual redução identificada nos preços do mercado, por meio de termo aditivo.

7.3. A Contratante se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

7.4. No interesse da Contratante, a Contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto nos §§ 1º e 2º do artigo 65 da Lei nº 8.666/1993.

8. ESTIMATIVA ANUAL DE EXECUÇÃO:

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

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

9. PAGAMENTO E REMUNERAÇÃO

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

a) Produtos e Serviços Essenciais:

a1) nota fiscal ou fatura emitida, sem rasura, em letra legível, em nome e CNPJ do Contratante, da qual constará o número do contrato, descrição dos produtos e serviços executados, número da respectiva Ordem de Serviço e as informações para crédito em conta corrente (nome e número do banco, nome e número da agência e número da conta). 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) Produtos e Serviços Essenciais – Distribuição de Conteúdos e Gestão de Conteúdos:

b1) nota fiscal ou fatura da contratada emitida conforme as exigências descritas na alínea 'a1', para faturamento do preço dos serviços Distribuição de Conteúdos ou Gestão de Conteúdos, constantes do Apêndice I, conforme o caso, acompanhada da primeira via do documento fiscal do veículo de divulgação on-line ou do mecanismo de busca na internet, que será emitido em nome do Contratante. 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.

b2) documentos que comprovem a atuação da contratada no planejamento, intermediação e supervisão da prestação dos serviços, tais como planejamento, estudos, defesas técnicas, apresentações, planos de mídia, pedidos de inserção, dentre outros.

b3) documentos de comprovação da efetiva distribuição de peças e/ou gestão de conteúdos de comunicação digital, por parte dos veículos de divulgação on-line e dos mecanismos de busca na internet, por meio de relatórios de checagem fornecidos por empresas de tecnologia ou relatório de veiculação, emitido sob as penas do art. 299 do Código Penal Brasileiro, com históricos de desempenho e avaliação de resultados.

c) Despesas com deslocamentos de profissionais a serviço:

c1) 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;

c2) prestação de contas com relatório de viagem.

d) Para todos os serviços, a Contratada deverá apresentar os seguintes documentos:

d1) Certificado de Regularidade do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, fornecido pela CEF – Caixa Econômica Federal, devidamente atualizado (Lei n.º 8.036/90);

d2) Certidão de Regularidade com a Fazenda.

d3) Prova de regularidade com a Fazenda Federal por meio da Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos aos Tributos Federais, inclusive contribuições previdenciárias, e a Dívida Ativa da União, expedida pelo Ministério da Fazenda/Secretaria da Receita Federal do Brasil (Portaria Conjunta RFB/PGFN nº

1.751/2014);

d4) Certidão de regularidade relativa a débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, em plena validade, que poderá ser obtida no site www.tst.jus.br/certidao.

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

9.2.1.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.

9.3. O pagamento dos produtos e serviços será feito em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos no subitem 9.1 e será efetivado por meio de crédito em conta corrente mantida pela Contratada.

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

a) prestação efetivamente realizada de Produtos e Serviços Essenciais;

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

9.5.1.Nos casos de contratação de veículos de divulgação on-line e de mecanismos de busca na internet, a contratada receberá o valor final negociado, devidamente comprovado, para pagamento dos mesmos, acrescido do preço estabelecido no catálogo de produtos e serviços essenciais constante do Apêndice I, para os serviços distribuição de conteúdos ou gestão de conteúdos, aplicado o percentual de desconto da Proposta de menor preço.

9.5.2. Para recebimento dos valores referidos no parágrafo anterior, a contratada deverá ainda apresentar, sem ônus à Contratante, a comprovação da efetiva prestação dos serviços, emitido sob as penas do artigo 299 do Código Penal Brasileiro.

9.5.3. Nos casos da execução de item não previsto no catálogo de Produtos e Serviços Essenciais, constante do Apêndice I, a Contratada deverá apresentar ao

Contratante justificativa acompanhada da estimativa de custos e das especificações técnicas, com a descrição das seguintes informações: a) Título; b) Descritivo; c) Entregas; d) Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade; e) Características consideradas na classificação da complexidade; f) Complexidade; e g) Prazo de entrega.

9.5.3.1. A estimativa de custos de item não previsto no catálogo de Produtos e Serviços Essenciais deverá ser acompanhada de mais 2 (dois) orçamentos do mercado, além do orçamento da contratada.

9.5.3.2. Os orçamentos deverão conter as seguintes informações: nome empresarial; CNPJ; endereço completo; telefone, fax e e-mail para contato; descrição detalhada do produto ou serviço cotado, quantidade, preço unitário e preço total; local e data de emissão; e nome por extenso, RG, CPF, cargo e função do responsável pela cotação.

9.5.3.3. Os orçamentos deverão ser originais e assinados pelos respectivos responsáveis pelas cotações, podendo ser aceitas propostas encaminhadas por meio eletrônico, desde que emitidos dos endereços institucionais das empresas.

9.5.3.4. Caso não haja possibilidade de apresentar outros 2 (dois) orçamentos, a contratada deverá justificar o fato, por escrito, para apreciação do Contratante.

9.5.3.5. A partir da especificação técnica apresentada, a proposta será avaliada pela Contratante que, para a aprovação do orçamento, poderá verificar, a qualquer tempo e a seu juízo, a adequação dos preços da contratada, em relação aos do mercado.

9.5.3.6. Para subsidiar a análise dos orçamentos apresentados pela contratada, a Contratante buscará as referências dos preços praticados pela Administração Pública em relação aos produtos e serviços essenciais.

9.5.3.7. Os orçamentos deverão conter as seguintes informações: nome empresarial; CNPJ; endereço completo; telefone, fax e e-mail para contato; descrição detalhada do produto ou serviço cotado, quantidade, preço unitário e preço total; local e data de emissão; e nome por extenso, RG, CPF, cargo e função do responsável pela cotação.

9.5.3.8. Os orçamentos deverão ser originais e assinados pelos respectivos responsáveis pelas cotações, podendo ser aceitas propostas encaminhadas por meio eletrônico, desde que emitidos dos endereços institucionais das

empresas.

9.5.3.9. Para a aprovação dos custos, o Contratante poderá proceder consulta junto ao mercado para verificação dos orçamentos apresentados.

9.5.4. Os pagamentos a fornecedores especializados deverão ser efetuados pela contratada em até 10 (dez) dias após o crédito em sua conta, da ordem bancária realizada pela Contratante.

9.5.4.1. A contratada entregará à Contratante, até o 10º (décimo) dia do mês subsequente, relatório consolidado dos pagamentos efetuados a fornecedores especializados no mês anterior.

9.5.4.2. O relatório consolidado dos pagamentos a fornecedores especializados deverá conter, pelo menos, as seguintes informações: a) número da Ordem de Serviço; b) data do crédito da ordem bancária da Contratante; c) data do pagamento ao fornecedor especializado pela contratada; d) nome do fornecedor especializado favorecido; e) número do documento fiscal; f) valor do pagamento.

9.5.4.3. O não cumprimento do disposto no subitem 9.6.2 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da contratada, até que seja resolvida a pendência.

9.5.4.4. Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contado da notificação da Contratante, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da contratada.

9.5.4.5. Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 9.6.2.4, a Contratante poderá optar pela rescisão do contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores especializados.

9.5.4.6. Para preservar o direito dos fornecedores especializados de receber com regularidade pelos produtos e serviços executados, a Contratante poderá instituir procedimento alternativo de controle para que a contratada efetue o repasse dos valores devidos aos fornecedores em operações concomitantes com o crédito recebido da Contratante que, em caráter excepcional, ainda poderá diretamente liquidar as despesas e efetuar os pagamentos aos fornecedores.

9.5.4.7. Eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes

da inobservância, pela contratada, de prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade.

9.5.4.8. As regras estabelecidas para pagamento de fornecedores especializados, estabelecidas no subitem 9.6.2 e subsequentes, também se aplicam nos casos de pagamento a veículos de divulgação on-line e mecanismos de busca na internet.

9.5.5. A título de honorários será considerado pelo Contratante o percentual constante da Proposta de menor preço da concorrência.

9.5.6. Os honorários de que trata o subitem anterior serão calculados sobre o preço efetivamente faturado, a ele não acrescido nenhum valor relativo a tributos cujo recolhimento seja de competência da Contratada.

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

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

9.6.1.1. Para autorização dos deslocamentos, na Ordem de Serviço deverão constar as seguintes informações: a) nome do profissional; b) finalidade da viagem; c) datas de início e do término da viagem; d) preço estimado das passagens; e) previsão de quantidade de diárias.

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

9.6.2.1. As despesas com passagens aéreas serão reembolsadas pelo Contratante no valor efetivamente desembolsado pela contratada, com escolha do menor preço ou da melhor relação custo/benefício.

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

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

9.6.3. Todas as demais despesas com hospedagem, alimentação, traslados ou qualquer outra envolvida no deslocamento serão pagas pela Contratante, por meio

de diárias, de acordo com os valores estabelecidos na legislação vigente para a concessão de diárias no âmbito da Administração Pública nas viagens de servidores e colaboradores eventuais a serviço.

9.6.4. A prestação de contas dos deslocamentos de profissionais a serviço deverá ser feita por meio de relatório de viagem a ser apresentado pela Contratada à Contratante.

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

9.7. Para pagamento dos Produtos e Serviços Essenciais não previstos no catálogo constante do Apêndice I e das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais, é destinado, como limite máximo, o percentual de até 15% (quinze por cento) do valor estimado para a execução contratual.

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

9.9. A 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.

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

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

9.12. A nota fiscal ou fatura correspondente deverá ser entregue pela contratada, diretamente ao executor do contrato, com a devida comprovação da execução dos

produtos e serviços (orçamentos, relatórios e comprovantes).

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

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

9.13.1. Se a Contratada cadastrada no SICAF estiver com a documentação obrigatória vencida, deverá apresentar ao Contratante Certificado de Regularidade do Fundo de Garantia por Tempo de Serviço – FGTS, fornecido pela CEF – Caixa Econômica Federal, devidamente atualizado (Lei n.º 8.036/90), Prova de regularidade com a Fazenda Federal por meio da Certidão Conjunta Negativa de Débitos relativos aos Tributos Federais, inclusive contribuições previdenciárias, e a Dívida Ativa da União, expedida pelo Ministério da Fazenda/Secretaria da Receita Federal do Brasil (Portaria Conjunta RFB/PGFN nº 1.751/2014); Certidão de Regularidade com a Fazenda Estadual e Certidão de regularidade relativa a débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, em plena validade, que poderá ser obtida no site www.tst.jus.br/certidao.

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

9.13.3. O prazo estipulado poderá ser prorrogado a juízo da Contratante.

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

9.15. Os pagamentos efetuados pela Contratante não isentam a contratada de suas

obrigações e responsabilidades assumidas.

10. REAJUSTE

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

10.1.1. A contratada deverá apresentar à 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.

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

10.1.3. Para o caso de serviços não contínuos, o critério de reajuste, quando couber, deverá retratar a variação efetiva do custo de produção, admitida a adoção de índices específicos ou setoriais, que reflitam a variação dos insumos utilizados, desde a data prevista para apresentação da proposta, até a data do adimplemento de cada parcela.

10.1.4. A variação de preços para efeito de reajuste anual será medida por índice adequado, legalmente criado e relacionado ao objeto do certame, ou na falta de previsão específica, pelo Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA, devendo a contratada para tanto, apresentar Planilha de Custos e Formação de Preços, com demonstração analítica.

11. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

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

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

11.1.2. Fornecer os produtos e serviços relacionados com o objeto do contrato a ser firmado de acordo com as especificações estipuladas pela Contratante.

11.1.3. Executar todos os serviços relacionados com o objeto do contrato a ser firmado, mediante demanda da Contratante.

11.1.4. Exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela Contratante.

11.1.5. Obter a autorização prévia da Contratante, por escrito, para realizar qualquer despesa relacionada com o contrato a ser firmado.

11.1.6. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da Contratante, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores especializados, veículos de divulgação on-line e mecanismos de busca na internet, desde que as ocorrências não tenham sido por eles causadas.

11.1.7. Manter, durante a execução do contrato a ser firmado, em compatibilidade com as obrigações por esse assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem ao referido instrumento.

11.1.8. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto do contrato a ser firmado, os profissionais necessários ao atendimento do objeto, com a comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal ao Contratante.

11.1.8.1. Prover aos profissionais envolvidos na execução contratual, se for o caso, 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.

11.1.8.2. Alocar a quantidade de prepostos necessária para garantir a melhor intermediação com a Contratante, observados os perfis necessários para cada atividade constante da execução contratual.

11.1.9. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores especializados, veículos de divulgação on-line e mecanismos de busca na internet e transferir à Contratante todas as vantagens obtidas.

11.1.9.1. A Contratada só poderá reservar e comprar espaço ou tempo de veículos de divulgação on- line e mecanismos de busca na internet,

por ordem e conta da Contratante, se previamente tiver sido por ela expressamente autorizada.

11.1.9.1.1. A autorização a que se refere o subitem precedente não exime da Contratada sua responsabilidade pela escolha e inclusão de veículos de divulgação on-line e mecanismos de busca na internet nos planejamentos de mídia por ela apresentados, para a distribuição peças e gestão de conteúdos de comunicação digital durante a vigência deste contrato.

11.1.10. Apresentar à Contratante, para autorização do plano de mídia da ação de comunicação digital, que preveja a distribuição de peças ou gestão de conteúdos de comunicação digital, relação dos veículos de divulgação on-line e dos mecanismos de busca na internet dos quais será possível e dos quais se revela impossível obter os relatórios de checagem fornecidos por empresas de tecnologia, com históricos de desempenho e avaliação de resultados.

11.1.10.1. Nos casos de indicação de veículos de divulgação on-line e de mecanismos de busca na internet, para os quais não seja possível obter relatórios de checagem, apresentar para apreciação da Contratante, justificativas e alternativas de checagem da execução dos serviços.

11.1.11. Preservar as regras e condições do contrato com a Contratante na intermediação e supervisão dos serviços prestados por fornecedores especializados e responder integralmente por toda e qualquer infração decorrente dessas situações.

11.1.11.1. Quando a execução do Produto ou Serviço Complementar tiver valor superior a 5% (cinco por cento) do valor global do contrato a ser firmado, a contratada coletará orçamentos dos fornecedores em envelopes fechados, que serão abertos em sessão pública, convocada e realizada sob a fiscalização da Contratante.

11.1.11.1.1. Se e quando julgar conveniente, a Contratante poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela contratada, quando a execução do Produto ou Serviço Complementar tiver valor igual ou inferior a 5% (cinco por cento).

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

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

11.1.14. Assinar Termo de Responsabilidade por todas as pessoas que vierem a ter acesso às informações, por seu intermédio, e obrigando-se, assim, a ressarcir a ocorrência de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.

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

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

11.1.17. Assumir, com exclusividade, todos os tributos (impostos e taxas) que forem devidos em decorrência do objeto do contrato a ser firmado, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

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

11.1.19. Apresentar, quando solicitado pela Contratante, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

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

11.1.21. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas para a Contratante.

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

11.1.23. Prestar esclarecimentos à Contratante sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a contratada, independentemente de solicitação.

11.1.24. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no artigo 3º da Lei nº 8.666/1993, reproduzido na Lei Federal nº 14.133/2021.

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

11.2. São obrigações da CONTRATANTE, além de outras assumidas no contrato a ser firmado:

- a) cumprir os compromissos financeiros assumidos com a Contratada;
- b) fornecer e colocar à disposição da Contratada os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos produtos e serviços;
- c) proporcionar condições para a boa execução dos produtos e serviços;
- d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à Contratada e às condições de contratação de fornecedores especializados, pela Contratada;
- e) notificar a Contratada, formal e tempestivamente, sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato a ser firmado;
- f) notificar a Contratada, por escrito e com antecedência, garantida a defesa, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;
- g) efetuar os pagamentos nas condições e preços pactuados.

11.2.1. A Contratante comunicará à Contratada por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

12. FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

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

12.2. A fiscalização pela Contratante em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva da Contratada pela perfeita execução dos produtos e serviços.

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

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

12.5. A autorização, pela Contratante, dos serviços executados pela Contratada ou por fornecedores especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação dos serviços.

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

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

12.8. A Contratada se obriga a permitir que a auditoria interna da Contratante e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso aos documentos e materiais que digam respeito aos produtos e serviços prestados ao Contratante.

12.9. À Contratante é facultado o acompanhamento da execução dos produtos e serviços objeto do contrato a ser firmado, juntamente com representante credenciado pela Contratada.

12.10. A Contratante poderá, a seu juízo, avaliar o desempenho da Contratada quanto ao planejamento e à execução dos produtos e serviços objeto do contrato a ser firmado.

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

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

13. VIGÊNCIA

13.1. O contrato terá vigência de 12 (doze) meses a contar de sua assinatura, com eficácia a partir de sua publicação, podendo ser prorrogado, no interesse da Contratante, por iguais e sucessivos períodos até o limite de 60 (sessenta) meses, conforme artigo 57, inciso II, da lei nº. 8666/93.

14. DOS REQUISITOS NECESSÁRIOS

14.1. NATUREZA DO SERVIÇO

14.1.1. SERVIÇO DE NATUREZA INCOMUM

Como cediço e nos termos da legislação vigente, os bens e serviços comuns devem ser adquiridos mediante pregão e a inviabilidade de sua utilização deve ser justificada pela autoridade competente pela licitação.

Dessa forma, entende-se que as características do serviço de comunicação digital são diferenciadas, razão pela qual não se enquadram no conceito de bens e serviços comuns, tendo em vista que não são dotados de padrões de desempenho e qualidade que possam ser objetivamente definidos pelo edital, por meio de especificações usuais no mercado.

O tipo “melhor técnica” encontra-se baseado no art. 46 da Lei nº 8.666/1993, o qual dispõe que podem ser usadas para serviços de natureza predominantemente intelectual, como no caso da contratação em comento.

Ademais, cabe ressaltar que a opção pelo tipo de licitação “melhor técnica”, deve ser justificada pelo órgão ou entidade.

A proposta de menor preço não é necessariamente a mais vantajosa para a Administração Pública, razão pela qual, outros parâmetros de avaliação foram criados pela Lei

nº 8.666/1993, resultando em tipos específicos de licitação, a depender do serviço a ser contratado.

Os tipos específicos são adequados para situações em que a vantajosidade da oferta não é medida exclusivamente pelo seu preço. Trata-se de um critério oportuno para situações em que as modificações na qualidade do bem ou serviço ofertado impliquem em variações significativas no atendimento ao interesse público visado.

Nesses tipos de licitação, a proposta mais vantajosa buscada pela Administração, não é aquela necessariamente menos onerosa. Além da onerosidade, a qualidade tem suma importância na apreciação das propostas.

O TCU apresenta vasta jurisprudência sobre o enquadramento do tipo de licitação que deve ser usado na contratação de serviços de predominância intelectual, como, por exemplo, o Acórdão 2172/2008 – Plenário:

“Entendo como serviços de natureza intelectual aqueles em que a arte e a racionalidade humana sejam essenciais para a sua satisfatória execução. Não se trata, pois, de tarefas que possam ser executadas mecanicamente ou segundo protocolos, métodos e técnicas pré-estabelecidos e conhecidos. [...] Ressalto, a propósito, que os serviços de caráter predominantemente intelectual devem ser licitados com a adoção dos tipos de licitação de melhor técnica ou técnica e preço. (...) Tal conclusão decorre dos preceitos contidos nos arts. 45, parágrafo 4º, e 46 da Lei nº 8.666/1993”.

Deve-se ressaltar ainda que, numa licitação de tipo “melhor técnica” não se ignora a realidade de preços do mercado. Ao contrário, ao mesmo tempo em que se almeja contratar serviços de qualidade superior e compatível com os desafios institucionais, se estabelece um valor máximo de contratação de cada item com base numa extensa e qualificada cotação de mercado, e as propostas de preço das licitantes apresentarão descontos sobre os preços máximos pré-estabelecidos, o que caracteriza clara vantagem para a Administração.

A título exemplificativo, vale destacar que a união, conforme previsto na Instrução Normativa SECOM nº 4/2018, adota a modalidade técnica para as contratações de empresa de comunicação corporativa.

14.2.2. EXECUÇÃO CONTINUADA

É certo que artigo 57, II da Lei 8.666/93 prevê que os contratos relativos à prestação de serviços executados de forma contínua admitem prorrogações sucessivas da vigência anual até o limite de sessenta meses.

A contratação em questão deve ser firmada com a possibilidade de renovação, nos termos do citado dispositivo infraconstitucional.

Nessa linha, há diversos entendimentos na jurisprudência, entretanto, sobre a caracterização dos serviços de comunicação digital como serviços de execução contínua aptos a justificarem a perquirida prorrogação do contrato.

Essa posição, aliás, é prestigiada tanto no âmbito do Tribunal de Contas da União e é adotada por todos os órgãos federais, como bem sintetiza Instrução Normativa da Secretaria de Comunicação vinculada a presidência da república, segundo a qual “A vigência dos contratos poderá ser prorrogada na forma da legislação que trata das licitações e contratos administrativos”.

Pois bem, a se adotar essa linha, resta a esse corpo técnico demonstrar a natureza contínua dos serviços de comunicação a que se pretende contratar. Inicialmente, é importante registrar que a comunicação não é uma faculdade, mas uma obrigação do administrador público que está disciplinada, inicialmente, no caput do artigo 37 da Constituição da República e no § 1º do mesmo artigo. Quanto à publicidade institucional, disciplina o §1º que

“a publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.”

Pelas características dos serviços a que se contratar a Prefeitura de Maceió, estes nada mais são do que serviços que não podem ser interrompidos, razão pela qual os agentes públicos da área da comunicação social, a quem nos termos da legislação administrativista e nos termos de recentes precedentes possuem competência para afirmar que os serviços em questão são executados de forma contínua, nunca tem dúvidas de tal caráter dos serviços de comunicação.

Cabe ressaltar que, caso os instrumentos não sejam prorrogados, será necessário um novo procedimento licitatório para a contratação dos serviços, o que, pelos ditames das Leis nº 8.666/93, demanda um procedimento de concorrência que levará, na melhor das hipóteses, 6 (seis) meses para ser ultimado. A renovação desses procedimentos, a toda evidência geraria custo e energia por parte da Administração pública.

14.3. CARGA HORÁRIA DA MÃO DE OBRA

A contratação em questão leva em consideração a entrega de serviços, cabendo a contratada tratar internamente com seus colaboradores a forma de contratação bem como o regime de trabalho.

Ao contratante, Prefeitura de Maceió, importa apenas a entrega e as características do profissional que executará o serviço, estando descrito no objeto a qualificação necessária para cada um das atividades a que se pretende contratar.

14.4. REGIME DE EXECUÇÃO DO SERVIÇO

O regime de execução do presente objeto deve se dar por preço unitário, com pagamento pela prestação dos serviços relacionados a Secretaria de Comunicação Social através de uma remuneração fixa e mensal (*fee mensal*), após a devida comprovação da execução de todas as atividades descritas no objeto.

14.5. PRAZO DE VIGÊNCIA

O presente contrato deve ser realizado pelo prazo de 12 (doze meses), podendo ser prorrogado pela administração pública, nos termos do art. 57, II da Lei 8.666/93, pelo prazo de até 60 (sessenta) meses por se tratar de prestação de serviços de natureza continuada, tal como já tratado em tópico específico.

14.6. QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

Para a realização do serviço em questão, é imprescindível que se tenha empresa com porte e capacidade financeira para a correta execução dos serviços contratados. Desta feita é imprescindível exigir-se um patrimônio líquido mínimo.

No caso, compreende-se que o patrimônio de 5% do valor anual da contratação é razoável para garantir a execução do contrato. Nesse contexto, sugere-se a inclusão da seguinte cláusula no edital:

“[...] Comprovação de patrimônio líquido mínimo no valor de (5%) do valor anual previsto para a contratação, devendo tal comprovação ser feita relativamente à data da apresentação da proposta, na forma da lei, admitida a atualização para esta data através de índices oficiais”;

14.7. CAPACIDADE TÉCNICO-OPERACIONAL

Para a execução da presente contratação é imprescindível que a empresa contratada esteja regular com “registro da empresa na Associação Brasileira das Agências de Comunicação – ABRACOM ou no Sindicato da classe no Estado ou cidade sede da Licitante”.

Deve, ainda, apresentar “comprovação de aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características qualitativas e quantitativas com o objeto da

licitação, mediante apresentação de 2 (dois) atestados expedidos por pessoa jurídica de direito público ou privado que tenham sido ou estejam sendo atendidos pela licitante”.

14.8. CAPACIDADE TÉCNICO-PROFISSIONAL

A relação dos profissionais integrantes da equipe técnica do licitante vencedor deverá ser apresentada conjuntamente com o ato da contratação, em conjunto com documentos comprobatórios dos perfis de todos os profissionais indicados (formação e experiência), com o respectivo currículo.

14.9. INSTALAÇÕES E APARELHAMENTO

Entende-se ser necessária a apresentação, no prazo de 30 dias após a assinatura do contrato, de uma *“relação da estrutura básica da Licitante, contendo indicação das instalações e do aparelhamento adequado e disponível à execução dos serviços bem como da Equipe Técnica que se responsabilizará pelos trabalhos. A licitante deve ter, no mínimo, estrutura de atendimento em Maceió”* o que se justifica pela necessidade de acompanhamento de parte das atividades na localidade.

Vale dizer que parte dos serviços demanda contato diário e direto com a equipe da Secretaria de Comunicação.

14.12. UNIFORMES, MATERIAIS E EQUIPAMENTOS

Não há qualquer necessidade específica de uso de uniforme por parte dos colaboradores da contratada.

Os colaboradores devem possuir computador próprio e/ou qualquer outro equipamento necessário a execução do objeto contratual. No entanto, não há qualquer vedação de se utilizarem do equipamento da Secretaria de Comunicação caso estejam em atendimento dentro do próprio órgão.

14.13. PARTICIPAÇÃO DE COOPERATIVA

Não se trata de serviço passível de ser executado por cooperativa. A empresa contratada deve ter vínculo e responsabilidade direta pela execução dos serviços e pela atuação de seus colaboradores.

Vale dizer que da forma como o serviço de comunicação digital é realizado é imprescindível a necessidade de subordinação jurídica entre a contratada e os seus prepostos.

14.14. QUADRO DE SOLUÇÕES DE MERCADO E ESCOLHA DA SOLUÇÃO A CONTRATAR

A solução encontrada para a contratação atende ao que preconiza a ABRACOM - Associação brasileira de Comunicação Cooperativa e é o mesmo modelo adotado pelos mais diversos órgãos e segue o modelo adotado pelo Governo Federal para contratações dessa espécie.

15. SANÇÕES

15.1. Em caso de inexecução parcial ou total das condições pactuadas, erro ou demora na execução do Contrato, garantida a prévia defesa, ficará a Contratada sujeita às sanções indicadas abaixo, sem prejuízo de outras previstas na legislação vigente:

a) Advertência formal: falhas ou irregularidades que não acarretem prejuízos à Administração;

b) Pelo atraso na entrega do produto/serviço em relação ao prazo estipulado: 1% (um por cento) do valor do evento, por hora de atraso decorrido, até o limite de 10% (dez por cento);

c) Pela não realização do serviço, 10% (dez por cento) do valor do serviço;

d) Pela demora em refazer o serviço rejeitado, a contar da primeira hora após o vencimento do prazo estipulado para a substituição: 2% (dois por cento) do valor do produto recusado, até o limite de 10% (dez por cento);

e) Pelo não cumprimento de qualquer condição fixada neste Termo de Referência e não abrangida nas alíneas anteriores: 1% (um por cento) do valor contratado, para cada serviço/produto;

f) Suspensão temporária, pelo período de até 02 (dois) anos, de participação em licitação e contratação com o Município de Maceió;

g) Declaração de inidoneidade, que o impede de participar de licitações, bem como de contratar com a Administração Pública pelo prazo de até cinco anos.

15.2. Na ocorrência de falhas ou irregularidades diferentes daquelas indicadas no item anterior, a Administração poderá aplicar à futura Contratada quaisquer das sanções listadas no item 15.1., consideradas a natureza e a gravidade da infração cometida e sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal que seus atos ensejarem.

15.3. A critério da Contratante e nos termos do art. 87, § 2º, da Lei nº 8.666/93, as sanções previstas nas alíneas “f” e “g” poderão ser aplicadas cumulativamente com quaisquer das multas previstas nas alíneas “b” a “e”.

15.4. As multas previstas, caso sejam aplicadas, serão descontadas por ocasião de pagamentos futuros ou serão pagas por meio de Documento de Arrecadação Municipal (DAM) pela futura Contratada no prazo que o despacho de sua aplicação determinar.

15.5. As sanções fixadas serão aplicadas nos autos do processo de gestão do Contrato, no qual será assegurado à futura Contratada o contraditório e a ampla defesa.

15.6. O atraso, para efeito de cálculo de multa, será contado em dias corridos, a partir do dia seguinte ao do vencimento do prazo de entrega dos produtos ou serviços, se dia de expediente normal no órgão ou entidade interessada, ou do primeiro dia útil seguinte.

15.7. Decorridos 30 (trinta) dias de atraso injustificado na entrega dos produtos ou serviços, a Nota de Empenho ou Contrato deverá ser cancelada ou rescindido, exceto se houver justificado interesse público em manter a avença, hipótese em que será aplicada multa.

15.8. A suspensão e o impedimento são sanções administrativas que temporariamente obstam a participação em licitação e a contratação, sendo aplicadas nos seguintes prazos e hipóteses:

15.9. Por até 30 (trinta) dias, quando, vencido o prazo da Advertência, a Contratada permanecer inadimplente;

15.9.1. Por até 01 (um) ano, quando a Contratada falhar ou fraudar na execução do Contrato, comportar-se de modo inidôneo, fizer declaração falsa ou cometer fraude fiscal; e

15.9.2. Por até 02 (dois) anos, quando a Contratada:

- a) Praticar atos ilegais ou imorais visando frustrar os objetivos da contratação; ou
- b) For multada, e não efetuar o pagamento.

15.10. O prazo previsto no item 15.9.2, alínea “b”, poderá ser aumentado em até 5 (cinco) anos.

15.11. O descredenciamento ou a proibição de credenciamento no sistema de cadastramento de fornecedores deste Município são sanções administrativas acessórias à aplicação de suspensão temporária de participação em licitação e impedimento de contratar, sendo aplicadas por igual período.

15.12. A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar será aplicada à vista dos motivos informados na instrução processual, podendo a reabilitação ser requerida após 2 (dois) anos de sua aplicação.

15.13 A declaração de inidoneidade para licitar ou contratar permanecerá em vigor enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a sanção, a qual será concedida sempre que a CONTRATADA ressarcir os prejuízos resultantes da sua conduta e depois de decorrido o prazo das sanções de suspensão e impedimento aplicadas.

15.14. As sanções administrativas serão registradas no SICAF.

16. DA SUBCOMISSÃO TÉCNICA

16.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão Especial ou Permanente de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

16.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, constituída por 03 (três) integrantes com formação acadêmica ou experiência profissional em áreas conexas ao objeto desta concorrência

16.2.1 Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual com o órgão/entidade.

16.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá 04 (quatro) integrantes com vínculo com a Prefeitura Municipal de Maceió e 02 (dois) sem vínculo, previamente cadastrados.

16.3.1. Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 03 (três) membros da Subcomissão Técnica serão todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares.

16.3.1.1. Para composição da relação prevista no subitem 16.3, a Comissão Especial ou Permanente de Licitação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 16.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

16.3.2. A relação dos nomes referidos no subitem 16.3 será publicada pela Comissão Especial ou Permanente de Licitação no Diário Oficial da União, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

16.3.3. O sorteio será processado pela Comissão Especial ou Permanente de Licitação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a Prefeitura Municipal de Maceió, nos termos do subitem 16.3 deste Projeto Básico.

16.3.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 16.3, mediante a apresentação à Comissão Especial ou Permanente de Licitação de justificativa para a exclusão.

16.3.5. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

16.3.6. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o(s) nome(s) impugnado(s), respeitado o disposto neste item.

16.3.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior à quantidade disposta no subitem 16.3 deste Edital.

16.3.6.2. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

16.3.7. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 17.3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

16.4. A Comissão Especial ou Permanente de Licitação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Projeto Básico busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 3º, *caput*, da Lei 8.666/1993.

16.4.1. Os membros da Comissão Especial ou Permanente de Licitação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos:

COMISSÃO ESPECIAL OU PERMANENTE DE LICITAÇÃO

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu,, Matrícula nº, lotado no, integrante da Comissão Especial ou Permanente de Licitação



responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência nº/..... realizado pelo(a), para a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação digital, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação a qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de Habilitação e de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Preços das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

2. Comprometo-me, ainda, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão Especial ou Permanente de Licitação;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão Especial ou Permanente de Licitação que agora ocupo;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão Especial ou Permanente de Licitação;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão Especial ou Permanente de Licitação, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: ____ de _____ de _____

Assinatura Servidor

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de comunicação digital é processada e julgada por Comissão Especial ou Permanente de Licitação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no Edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão/entidade contratante ou de origem, nem da Comissão Especial ou Permanente de Licitação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independentemente do cargo/função exercida no órgão/entidade contratante ou de origem.

A pontuação de cada proposta refletirá seu grau de adequação às exigências deste Edital, resultante da comparação direta entre as propostas em cada quesito ou subquesito.

A(s) proposta(s) que demonstrar(em) maior adequação ao Edital, em cada quesito ou subquesito, receberão(ão) a maior pontuação, até a máxima permitida. As demais propostas receberão pontuação inferiores, correspondentes ao grau de adequação de cada uma ao Edital, tendo como referência a(s) proposta(s) que demonstra(em) maior adequação ao Edital.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no órgão/entidade contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão Especial de Licitação.



TERMO DE RESPONSABILIDADE

2. Eu,, Matrícula nº, vinculado(a) ao, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a), para a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação digital, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

2. Comprometo-me, ainda, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e

VIII – NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão Especial ou Permanente de Licitação.

Data: ____ de ____ de ____

Assinatura

16.4.1.1. Os membros da Comissão Especial ou Permanente de Licitação e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo IV da Lei nº 8.666/1993, no que couber.

17. DISPOSIÇÕES FINAIS

17.1. É vedada a participação de consórcio, uma vez que os objetos a serem contratados não são considerados de alta complexidade ou grande vulto, podendo os possíveis licitantes, isoladamente, cumprir os requisitos de habilitação definidos no futuro edital não limitando assim a competitividade no certame.

17.2. A possibilidade de prorrogação contratual está respaldada pelo inciso II, do artigo 57, da Lei nº 8.666/1993, Lei Federal nº 14.133/2021 e Lei Federal nº 14.133/2021. Em que pese o caput do citado artigo estabelecer que a contratação deverá ser adstrita a vigência dos respectivos créditos orçamentários, há exceção no final do artigo, onde é pontuada que essa adstrição não seja vinculada aos créditos orçamentários: *"II – à prestação de serviços a serem executados de forma contínua, que poderão ter a sua duração prorrogada por iguais e sucessivos períodos com vistas à obtenção de preços e condições mais vantajosas para a administração, limitada a sessenta meses";*

17.2.1. Tal entendimento está presente no Acórdão nº 1.335/2010, do Plenário do Tribunal de Contas da União, quando esclarece que a contratação excedente a vigência dos créditos orçamentários é possível, desde que sejam comprovadas condições mais vantajosas para a Administração. Ainda, o jurista Marçal Justen Filho registra que "A contratação pode fazer-se por período total de sessenta meses. Não se afigura obrigatória a pactuação por períodos inferiores. Trata-se de faculdade outorgada pela Administração, que poderá optar por períodos inferiores, com renovações sucessivas (até atingir o limite de sessenta meses)." Portanto, a Administração Pública poderá fixar o prazo

inicial dos contratos administrativos ante sua discricionariedade e demonstração da vantajosidade.

17.2.2. Ressalta-se que conforme foi descrito no item 3 deste Projeto básico a comunicação é instrumento e deve ser protagonista para todas as políticas públicas. Neste contexto, entendemos que os serviços de comunicação digital aqui solicitados caracterizam, pela sua essencialidade, a busca incessante em atender às demandas da sociedade de forma permanente e contínua com maior transparência e agilidade. A possibilidade de prorrogação por mais de um exercício financeiro, poderá assegurar o funcionamento das atividades finalísticas desta SECOM, de modo que sua interrupção poderia comprometer o cumprimento de uma de suas missões institucionais, ou seja, a execução da política de comunicação de todo Governo do Estado.

17.3. Outro fator relevante a ser observado é que o objeto deste projeto básico está reunido em lote único, não podendo ser fracionado, ou seja, divididos em itens, por tratar-se de serviços de comunicação digital cujo itens estão estritamente relacionados entre si. Portanto, neste caso concreto, não será vantajosa a divisão do objeto em parcelas visto que o fracionamento aqui causaria prejuízo para o conjunto dos serviços a serem prestados, não aproveitando assim os recursos disponíveis no mercado ocasionando perda de economia de escala.

18. APÊNDICES

18.1. Integram este Anexo os seguintes apêndices:

Apêndice I do Projeto básico: Produtos e Serviços Essenciais;

Apêndice II do Projeto básico: Apresentação e Julgamento das Propostas Técnicas;

Apêndice III do Projeto básico: Briefing;

Apêndice IV do Projeto básico: Apresentação e Julgamento das Propostas de Preços;

Apêndice IV-A do Projeto básico: Modelo de Proposta de Preços;

Apêndice V do Projeto básico: Modelo de Ordem de Serviço.

Declaro que sou responsável pela elaboração do Projeto Básico, que corresponde à Contratação de Publicidade Digital, para constar como anexo ao edital.

Graziela França da Silva

Secretaria Municipal de Comunicação – SECOM

Secretária Adjunta de Comunicação

Aprovo:

Luís Moisés Novais Lino

Secretaria Municipal de Comunicação – SECOM

Secretário Municipal de Comunicação

APÊNDICE I DO PROJETO BÁSICO: PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

1. ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

1.1. Design

1.1.1. Criação e Produção de Ícone

Descritivo: Criação, a partir de briefing, de elemento gráfico utilizado para representar uma ação, situação, programa de computador, atalho de acesso para um arquivo específico, aplicação, pasta ou diretório.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação ao briefing.
- Aderência ao tema proposto.
- Unidade visual do projeto.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica. Prazo de entrega: Até 1 dia.

1.1.2. Adaptação ou Replicação de Tela

Descritivo: Adaptação ou replicação de telas de soluções digitais existentes. Entregas: Arquivo de imagem digital aberto.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência à identidade visual da SECOM e suas temáticas.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Especificidades das telas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Tela secundária com elementos estáticos, sem inclusão de dados, apresentação de formulários ou elementos visuais de interação. Prazo de entrega: Até 1 dia útil.
Média	Tela secundária com elementos de inclusão de dados, apresentação de formulários ou elementos visuais de interação. Prazo de entrega: Até 2 dias.
Alta	Telas principais (páginas iniciais ou de áreas específicas). Prazo de entrega: Até 3 dias.

1.1.3. Elemento Gráfico para Propriedade Digital

Descritivo: Criação ou adaptação de elemento gráfico para identificar ação, tema ou programa em propriedade digital, a partir de briefing da SECOM.

Entregas: Arquivo digital editável.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tipo de serviço realizado.

Complexidade:

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

Prazo de entrega: Até 3 dias.

1.2. Apresentação

1.2.1. Roteirização de Apresentação

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

Entregas: Arquivo texto com o roteiro detalhado da apresentação. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação ao briefing.
- Aderência ao tema proposto.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de laudas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 5 laudas. Prazo de entrega: Até 2 dias.
Média	De 6 a 10 laudas. Prazo de entrega: Até 4 dias.
Alta	Mais de 10 laudas. Prazo de entrega: Até 8 dias.

1.2.2. Diagramação de Apresentação

Descritivo: Diagramação de apresentação, conforme roteiro previamente aprovado, com ou sem animação.

Entregas: Arquivo digital com a apresentação gráfica. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Conformidade técnica em relação ao roteiro.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Dinâmica da apresentação.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Com animação. Até 10 slides. Prazo de entrega: Até 4 dias. Sem animação. Até 10 slides. Prazo de entrega: Até 2 dias.
Média	Com animação. De 11 a 20 slides. Prazo de entrega: Até 8 dias. Sem animação. De 11 a 20 slides. Prazo de entrega: Até 4 dias.
Alta	Com animação. Mais de 20 slides. Prazo de entrega: Até 15 dias. Sem animação. Mais de 20 slides. Prazo de entrega: Até 10 dias.

1.3. Planejamento Estratégico

1.3.1. Mapeamento de Presença Digital

Descritivo: Elaboração de diagnóstico sobre os ambientes digitais empregados pela SECOM para expor sua marca na internet. O mapeamento compreende as seguintes atividades:

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

- Arquivo de apresentação gráfica contendo a síntese das análises realizadas e recomendações para cada uma das propriedades digitais, com exemplos de boas práticas e sugestões de melhoria na forma de atuação da SECOM;
- Arquivo texto com detalhamento do mapeamento e diagnósticos realizados, recomendações para cada uma das propriedades digitais, com exemplos de boas práticas e sugestões de melhoria na forma de atuação da SECOM.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características Consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de propriedades digitais levantadas e analisadas.

Complexidade:

Baixa	Até 3 canais.
Média	De 4 a 6 canais.
Alta	Acima de 6 canais.

Prazo de entrega: Até 30 dias.

1.3.2. Diagnóstico e Matriz Estratégica

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

- Entrevistas exploratórias presenciais com representantes da SECOM para o levantamento de insumos.
- Levantamento de públicos, desejos, insumos, potencialidades, fraquezas, oportunidades e ameaças.
- *Benchmarking*.
- Definição do objetivo da presença digital da SECOM e suas temáticas.
- Indicação dos canais de atuação e propriedades digitais.

- Desenvolvimento da matriz estratégica, com a consolidação do objetivo da presença digital da SECOM e suas temáticas.
- Proposição do mapa do sítio, com indicação das áreas específicas da SECOM e suas temáticas, quando couber.
- Proposição de um plano de ação digital, com recomendação de canais.
- Proposição conceitual dos indicadores de avaliação de *performance* estratégica (os indicadores deverão ser reavaliados após a entrega do sítio, de acordo com os objetivos sazonais da SECOM).
- Indicação de parceiros, recursos, gestores e ferramentas necessárias para o sucesso do projeto.

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

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

Complexidade:

Baixa	Até 5 canais.
-------	---------------

Média	De 6 a 10 canais.
Alta	Acima de 10 canais.

1.3.3. Diagnóstico de Conteúdo

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

- Mapeamento do conteúdo disponibilizado nos canais de comunicação digital da SECOM considerando, quando for o caso, propriedades prioritárias, secundárias e terciárias de sítios/portais e redes sociais.
- Análise editorial do ambiente de comunicação digital da SECOM, considerando: adequação de linguagem (clareza, qualidade de títulos e conteúdos), qualidade geral dos conteúdos, hierarquia de chamadas e conteúdos, organização geral das chamadas e dos conteúdos, aprofundamento de conteúdos, duplicidade ou não de informações, cruzamento de conteúdo, atualização frequente (ou falta de) de conteúdos, otimização e acabamento de conteúdos, acessibilidade.
- Análise imagética do ambiente de comunicação digital da SECOM.
- Análise de vídeos publicados no ambiente de comunicação digital da SECOM.
- Elaboração de recomendações de melhorias.

Entregas: Arquivo texto com informações identificadas, diagnóstico e respectivas recomendações. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência e qualidade do diagnóstico.
- Consistência e aplicabilidade das recomendações.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital da SECOM
- Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 20 dias.

1.3.4. Planejamento de Conteúdo

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

- Definição de temas a serem abordados para o projeto específico.
- Levantamento de insumos de conteúdo disponíveis para tratamento do tema.
- Definição de linguagem para públicos indicados na etapa de planejamento estratégico.
- Definição de hierarquia dos conteúdos apresentados.
- Indicação, quando couber, de diretrizes editoriais para produção de conteúdos aplicados ao tema (infográficos, edição de vídeos, criação de títulos, tratamento de textos e aplicação de políticas de tagueamento).
- Elaboração de diretrizes editoriais para criação de infográficos.
- Elaboração de diretrizes editoriais para criação e edição de vídeos;
- Elaboração de diretrizes editoriais para criação de títulos, chamadas, tratamento de textos e aplicação de políticas de tagueamento, seguindo os padrões de indexação de conteúdo da SECOM. (ex: Vocabulário Controlado do Governo Eletrônico - VCGE).
- Definição de macrotemas e construção de mapa de conteúdos. Entregas:
- Arquivo texto contendo o Planejamento de Conteúdo, com detalhamento das diretrizes editoriais e orientações para a produção de conteúdo das propriedades digitais da SECOM;
- Arquivo de apresentação gráfica com o resumo das diretrizes e orientações.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência, consistência e aplicabilidade do planejamento editorial proposto.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital da SECOM
- Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 30 dias.

1.3.5. Diagnóstico Digital de Marca ou Tema

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

Entregas: Diagnóstico completo da marca.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 20 dias.

1.3.6. Gestão da Rede de Influenciadores Digitais

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

- Atualização evolutiva de determinado mapa social.

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

Baixa	Até 5 influenciadores. Até 2 canais digitais. Prazo de entrega: Até 10 dias.
Média	De 6 a 20 influenciadores. Até 10 canais digitais. Prazo de entrega: Até 15 dias.
Alta	De 21 a 50 influenciadores. Acima de 10 canais digitais. Prazo de entrega: Até 20 dias.

1.3.7. Planejamento Estratégico de Comunicação Digital

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

- Identificação do objetivo estratégico da ação.

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 30 dias.

1.4. Planejamento Tático

1.4.1. Arquitetura de Propriedade Digital

Descritivo: Elaboração da estrutura de navegação de propriedade digital, contemplando seus diversos níveis e compreendendo das seguintes atividades:

- Elaboração e adequação da propriedade digital da SECOM, em conformidade com a Identidade Digital de Governo.
- Proposição de arquitetura da informação da propriedade digital da SECOM aderente ao padrão da Identidade Digital de Governo:
 - Aproveitamento dos módulos criados.
 - Aproveitamento das funcionalidades e regras presentes nos módulos.
 - Aproveitamento da estrutura e elementos globais desenvolvidos.
 - Aproveitamento da navegabilidade e usabilidade definidas.
 - Adaptação de elementos gráficos e estilos definidos.
 - Proposição de novos módulos.
 - Proposição de novas funcionalidades.
 - Proposição de novos elementos gráficos e estilos.
 - Definição de fluxos, análise de dados e atividades de concepção e construção.
 - Produção de protótipos navegáveis no wireframe. Entregas:
 - Solução de navegação ou organização de informações, contemplando hierarquicamente as seções do ambiente, bem como os relacionamentos conceituais de similaridade, subordinação e cruzamento das informações.
 - Mapa de elementos.
 - Listagem das telas.
 - *Wireframe* (protótipo) em arquivo eletrônico navegável, com orientação dos elementos contemplados nas telas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
 - Abrangência, consistência e aplicabilidade da solução proposta.
 - Aderência às diretrizes de comunicação digital da SECOM
- Características consideradas na classificação da complexidade:
- Quantidade de níveis da arquitetura da informação.
 - Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Arquitetura da informação até o primeiro nível. Prazo de entrega: Até 20 dias.
Média	Arquitetura da informação até o terceiro nível. Prazo de entrega: Até 25 dias.
Alta	Arquitetura da informação até o quinto nível.

Prazo de entrega: Até 30 dias.

1.4.2. Criação/Adequação de Leiaute de Propriedade Digital

Descritivo: Criação ou adequação de leiaute de propriedade digital, a partir da Identidade Digital de Governo, compreendendo as seguintes atividades:

- Estudo de adequação de cores dos módulos.
- Estudo de adequação do estilo de fontes, seus tamanhos e cores, se necessário.
- Desenvolvimento de leiautes com as devidas alterações (as telas a serem trabalhadas são: página inicial e internas, até segundo nível, em consonância com o direcionamento estratégico aprovado).
- Análise da aplicabilidade dos módulos existentes às necessidades de comunicação e usabilidade e, se for o caso, recomendação para a criação de novos módulos.

Entregas: Arquivos de imagem digital abertos, contemplando a página inicial e telas internas até segundo nível.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade e consistência dos estudos e análises.
- Aplicabilidade dos leiautes propostos.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital da SECOM.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 20 dias.

1.4.3. Projeto Editorial

Descritivo: Elaboração de documento com a descrição detalhada das características, tipos de conteúdo e plano geral de funcionamento de uma propriedade digital, em consonância com as diretrizes definidas no Planejamento de Conteúdo, compreendendo as seguintes atividades:

- Detalhamento das diretrizes a serem seguidas para chamadas, textos e posts, imagens, infográficos, vídeos e outros conteúdos (formato, frequência de publicação).
- Indicação de produção de novos conteúdos, com definição de pautas.

Entregas: Arquivo texto detalhado contendo o Projeto Editorial.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação e consistência dos mapeamentos, indicações e descrições.
- Aplicabilidade das propostas de conteúdos.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital da SECOM.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 20 dias.

1.4.4. Plano de Tagueamento de Propriedade Digital

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Porte da propriedade digital.

Complexidade:

Baixa	<i>Hotsite</i> simples.
Média	Sítio.
Alta	Portal.

Prazo de entrega: Até 10 dias.

1.4.5. Migração de Conteúdo

Descritivo: Elaboração de estratégia para a migração de conteúdo de uma propriedade digital para outra, compreendendo as seguintes atividades:

- Seleção, indicação e consolidação de conteúdos em planilha (de/para).

- Indicação dos conteúdos que podem ser migrados por meio de script e dos que devem ser migrados manualmente.
- Orientações para a execução de backup de conteúdo.

Entregas: Arquivo de planilha eletrônica contendo a proposta de migração e arquivo texto com o detalhamento da estratégia de migração, descrevendo as atividades acima.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação e consistência das indicações e orientações.
- Aplicabilidade da proposta de migração.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de itens a serem migrados.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Planilha com até 40 itens. Prazo de entrega: Até 10 dias.
Média	Planilha com até 60 itens. Prazo de entrega: Até 20 dias.
Alta	Planilha com até 80 itens. Prazo de entrega: Até 30 dias.
Altíssima	Planilha com até 100 itens. Prazo de entrega: Até 45 dias.

1.4.6. Escopo Funcional de Módulo

Descritivo: Descrição do funcionamento de um módulo, para subsidiar o seu desenvolvimento e sua integração com a propriedade digital. Compreende as seguintes atividades:

- Levantamento das necessidades do projeto para identificar os requisitos funcionais.
- Detalhamento do funcionamento do módulo (requisitos funcionais).
- Elaboração de casos de uso.
- Apresentação dos artefatos entregáveis.
- Definição da lista de usuários (gestores) e suas atribuições.
- Definição dos fluxogramas em projetos que envolvem gestão de conteúdo e possuem etapas como redação, revisão, edição, aprovação,

mediação e publicação (deve conter o mapeamento do fluxo do processo de negócio, definição de alçadas e níveis de aprovação).

Entregas: Arquivo texto contendo o levantamento realizado, o detalhamento do funcionamento do módulo e a documentação de casos de uso.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação do levantamento com a solução proposta.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital da SECOM.

Características consideradas na classificação da complexidade: Características do módulo.

Complexidade:

Baixa	Módulo simples, sem conexão com banco de dados.
Média	Módulo com 1 a 18 campos e conexão ao banco de dados.
Alta	Módulo com mais de 18 campos e conexão ao banco de dados.

Prazo de entrega: Até 20 dias.

1.4.7. Escopo Funcional de Propriedade Digital

Descritivo: Descrição do funcionamento de uma propriedade digital, para subsidiar seu desenvolvimento, compreendendo as seguintes atividades:

- Levantamento das necessidades do projeto para identificar os requisitos funcionais.
- Definição dos itens a serem desenvolvidos no projeto (exemplos: criação de layout, elaboração de arquitetura da informação, planejamento estratégico, editorial, implantação, manuais etc).
- Elaboração do escopo detalhado do projeto (detalhamento da estrutura do projeto - comportamento, formatos e tamanhos de cabeçalhos, barras de destaque, menus, banners, seções etc).
- Elaboração de fluxogramas para os projetos da propriedade digital que envolvam gestão de conteúdo e possuam etapas como redação, revisão, edição, aprovação, mediação e publicação (deve conter o mapeamento do fluxo do processo de negócio, definição de alçadas e níveis de aprovação).

Entregas: Arquivo texto contendo o levantamento realizado, as definições do Escopo Funcional com o detalhamento do funcionamento da propriedade digital e fluxogramas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação do levantamento com a solução proposta.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital da SECOM.

Características consideradas na classificação da complexidade: Característica da propriedade digital, considerando o número de seções (seção: módulo existente em uma página no paradigma *single page*, ou páginas no paradigma comum de desenvolvimento web).

Complexidade:

Baixa	Propriedade digital simples com até 3 seções.
Média	Propriedade digital intermediária com 4 a 8 seções.
Alta	Propriedade digital complexa com mais de 8 seções.

Prazo de entrega: Até 40 dias.

1.5. Métricas e Avaliações

1.5.1. Relatório de Análise de Propriedade Digital

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

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

Entregas: Relatório, em arquivo de apresentação e arquivo texto, contendo as ocorrências, dados de performance, análises realizadas e recomendações de melhorias. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.
Prazo de entrega: Semanal, no primeiro dia útil da semana subsequente.

1.5.2. Relatório “Relatar Erros”

Descritivo: Elaboração de relatório com as mensagens recebidas pelo canal “Relatar Erros”, compreendendo as seguintes atividades:

- Monitoramento diário das mensagens recebidas pelo canal "Relatar Erros".
- Encaminhamento, aos gestores da propriedade digital, das questões que demandam ação imediata da SECOM;
- Encaminhamento de relatório para SECOM com a relação das mensagens recebidas e medidas tomadas para solucionar cada erro e status.

Entregas: Relatório, em arquivo texto, contendo as mensagens recebidas pelo canal “Relatar Erros” da propriedade digital, com o respectivo status de solução do problema.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade da avaliação das ocorrências.
- Consistência das soluções implementadas.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.
Prazo de entrega: Semanal.

1.5.3. Relatório de *Business Intelligence* (BI) de Propriedade Digital (Sítio/Portal e Blog)

Descritivo: Elaboração de análise do desempenho de propriedade digital, para subsidiar a produção de conteúdo da propriedade e demais ações interativas.

A elaboração do relatório compreende as seguintes atividades:

- Levantamento de dados (diários, semanais e mensais) de performance da propriedade digital do órgão/entidade, incluindo acessos, visitas, localidades, tipos de conexões e origem de tráfego.
- Cruzamento entre o planejamento das páginas principais, as ocorrências do mês e os resultados.
- Análise do impacto de acessos a novos conteúdos e de novas funcionalidades inseridas na propriedade digital durante o período.

- Análise de picos e vales.
- Elaboração de relação de ocorrências relevantes.
- Gestão da ferramenta de dashboard (painel), com atualização das informações estatísticas e controle de usuários.
- Informações estatísticas apresentadas em dashboard com acesso on-line.
- Indicação, nos gráficos, das principais ocorrências.
- Recomendações de melhoria. Entregas:
 - Ferramenta de consulta on-line, com informações atualizadas.
 - Relatório diário, com as informações disponíveis no dashboard.
 - Relatório semanal, em arquivo de apresentação, contendo as análises realizadas e ocorrências identificadas, com recomendações de melhorias.
 - Relatório consolidado mensal, em arquivo de apresentação, contendo a avaliação do sítio/portal e blog, em relação à performance e às medidas de melhoria executadas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até o final de cada dia, à exceção de finais de semana. O relatório consolidado do final de semana será entregue juntamente com o relatório da segunda-feira subsequente. O relatório consolidado mensal será entregue até o terceiro dia útil do mês subsequente.

1.5.4. Relatório de Desempenho de Redes Sociais

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

- Análise do desempenho de comunicação digital nas redes sociais.
- Identificação do grau de sentimentalização, classificação (tagueamento) e análise das interações de internautas com as redes sociais em questão.

- Indicação da performance do perfil nas redes sociais do órgão/entidade, incluindo número de seguidores, perfis, compartilhamentos, comentários, acessos, tipos de conexões, e origem de tráfego.
- Cruzamento entre postagens, interações e resultados.
- Análise do impacto de postagens.
- Análise dos picos.
- Relação de ocorrências relevantes.
- Recomendações de melhorias.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

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

1.5.5. Relatório de Análise de Ação de Comunicação em Propriedade Digital e suas Respectivas Redes

Descritivo: Elaboração de análise do desempenho de ação de comunicação digital no ambiente receptivo e nos perfis proprietários de redes sociais, para subsidiar ações nas mídias sociais, mídia on-line, mobile, mecanismos de busca na internet e demais ações interativas. A elaboração do relatório compreende as seguintes atividades:

- Análise do desempenho de comunicação digital nos ambientes receptivos e perfis proprietários de redes sociais.
- Indicação dos dados de performance do sítio/portal do órgão/entidade: acessos, visitas, localidades, tipos de conexões.
- Indicação dos dados de performance dos perfis de redes sociais do órgão/entidade: seguidores, localidades, tipos de conexões.
- Cruzamento entre o planejamento das páginas principais, as ocorrências e os resultados.

- Análise do impacto de acessos a novos conteúdos e de novas funcionalidades inseridas no sítio/portal durante a semana.
- Análise dos picos e vales.
- Relação de ocorrências relevantes.
- Indicação, nos gráficos, das principais ocorrências.
- Identificação do grau de sentimentalização das publicações em redes sociais.
- Elaboração de recomendações. Entregas:
 - Sítio/Portal: Relatório diário com as ocorrências, análises e recomendações, durante o período da ação, enviado por e-mail.
 - Redes: Relatório semanal com as ocorrências, análises e recomendações, durante o período da ação, enviado por e-mail.
 - Consolidado de Sítio/Portal + Redes: Relatório consolidado contendo as ocorrências, análises, recomendações e avaliação do desempenho da ação de comunicação, em arquivo de apresentação, ao final da ação.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Período de duração da ação.

Complexidade:

Baixa	Até 7 dias de duração.
Média	Até 15 dias de duração.
Alta	Até 30 dias de duração.

Prazos de entrega:

- Sítio/Portal: Até o final de cada dia, durante o período da ação, à exceção de finais de semana. O relatório consolidado do final de semana será entregue juntamente com o relatório da segunda-feira subsequente.
- Redes Sociais: Até o último dia útil de cada semana, durante o período da ação. Consolidado: Até 5 dias após o final da ação.

1.5.6. Relatório Estratégico Gerencial de Monitoramento

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

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

1.5.7. Relatório Gerencial Consolidado de Propriedade Digital

Descritivo: Elaboração de análise consolidada do desempenho de propriedade digital da SECOM, para subsidiar a produção de conteúdo da propriedade e ações interativas. O relatório deve apresentar a análise do desempenho de comunicação digital feita a partir de relatórios já existentes, com a consolidação das informações mais relevantes levantadas nos relatórios de BI, de desempenho de redes e de monitoramento de redes sociais em um único documento. Não está incluído no relatório o levantamento de dados novos. A elaboração do relatório compreende as seguintes atividades:

- Indicação de assuntos e aspectos relevantes.
- Apresentação dos principais números.
- Realização de análise de impacto dos conteúdos produzidos e ações de comunicação realizadas.
- Indicativo, evolução e grau de sentimentalização de tendências.
- Recomendação de oportunidades de atuação.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.

- Abrangência e qualidade das informações coletadas.
- Clareza e consistência da análise.
- Consistência das recomendações.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Sob demanda.

1.6. Conteúdo

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

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

- Arquitetura e Design: definição de formatos e quantidade de conteúdos da página; elaboração da hierarquia de informação, de acordo com o objetivo de comunicação definido para a ação; estudo e escolha dos módulos para construção da página e apresentação do conteúdo selecionado; e desenho da página, para orientação da equipe de conteúdo e publicação.
- Verificação da viabilidade da proposta em relação ao uso dos módulos disponíveis.
- Publicação da página.

Entregas: Capa/página produzida e publicada, e imagem (print) das telas criadas. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

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

Prazo de entrega: Até uma hora.

1.6.2. Atualização de Página Principal de Sítio/Portal

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

- Elaboração de proposta de destaques, a partir dos relatórios de BI e do planejamento de conteúdos da SECOM.
- Produção de chamadas.
- Seleção de imagens.
- Publicação dos destaques.

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

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

Complexidade:

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

Prazo de entrega: Até uma hora.

1.6.3. Pauta

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

Entregas: Documento com a pauta, em arquivo texto e arquivo de planilha eletrônica. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na e classificação da complexidade:

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

Complexidade:

Baixa	De 3 a 6 itens para uma seção/área.
-------	-------------------------------------

	Prazo de entrega: Até 4 dias.
Média	De 7 a 12 itens para uma seção/área. Prazo de entrega: Até 7 dias.
Alta	Acima de 12 itens para uma seção/área. Prazo de entrega: Até 10 dias.

1.6.4. Edição de Texto em Língua Estrangeira

Descritivo: Edição, revisão e formatação de texto em língua estrangeira. A edição compreende a tradução do texto e sua contextualização em relação aos termos comuns de comunicação da língua estrangeira, com consultas a fontes oficiais (ministérios, secretarias, autarquias ou instituições financeiras), relatórios governamentais ou a especialistas.

Entregas: Texto editado, em arquivo texto.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Tempestividade no atendimento.
- Qualidade do conteúdo editado - correção ortográfica.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital da SECOM.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de laudas a serem editadas.

Complexidade:

Baixa	Até 2 laudas.
Média	De 3 a 5 laudas.
Alta	Acima de 5 laudas.

Prazo de entrega: Até 1 dia.

1.6.5. Elaboração de Texto em Língua Estrangeira

Descritivo: Elaboração, revisão e formatação de texto em língua estrangeira. A elaboração compreende a tradução, e sua contextualização em relação aos termos comuns de comunicação da língua estrangeira, com consultas a fontes oficiais (ministérios, secretarias, autarquias ou instituições financeiras), relatórios governamentais ou a especialistas.

Entregas: Arquivo em formato texto, com o texto elaborado. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Correta adoção das fontes e insumos fornecidos pela SECOM.

- Tempestividade no atendimento.
- Qualidade do conteúdo elaborado.
- Correção ortográfica.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital da SECOM.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de fontes usadas na apuração do conteúdo.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Elaboração de texto com consulta de até 2 fontes, sem necessidade de consultas externas. Prazo de entrega: Até 2 dias.
Média	Elaboração de texto com consulta de 3 a 5 fontes, além de pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos. Prazo de entrega: Até 3 dias.
Alta	Elaboração de texto com consulta a mais de 5 fontes, havendo 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), consulta a materiais de referência escritos em outras línguas. Prazo de entrega: Até 4 dias.

1.6.6. Edição de Texto em Língua Portuguesa

Descritivo: Edição, revisão e formatação de texto em língua portuguesa, com consultas a fontes oficiais (ministérios, secretarias, autarquias ou instituições financeiras), a relatórios governamentais ou a especialistas.

Entregas: Texto editado, formatado, publicado e tagueado. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Tempestividade no atendimento.
- Qualidade do conteúdo editado.
- Correção ortográfica.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital da SECOM.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de laudas a serem editadas.

Complexidade:

Baixa	Até 2 laudas.
-------	---------------

Média	De 3 a 5 laudas.
Alta	Acima de 5 laudas.

Prazo de entrega: Até 1 dia.

1.6.7. Elaboração de Texto em Língua Portuguesa

Descritivo: Elaboração, revisão e formatação de texto em língua portuguesa.

Entregas: Texto elaborado, em arquivo texto.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adoção das fontes e insumos fornecidos pela SECOM.
- Tempestividade no atendimento.
- Qualidade do conteúdo elaborado.
- Correção ortográfica.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital da SECOM.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de fontes usadas na apuração do conteúdo.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Elaboração de texto com consulta a 1 fonte, sem necessidade de consultas externas. Prazo de entrega: Até 2 dias.
Média	Elaboração de texto com consulta a 2 ou 3 fontes, além de pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos. Prazo de entrega: Até 3 dias.
Alta	Elaboração de texto com consulta a mais de 3 fontes, com comparação e checagem de informações divergentes, entrevistas com especialistas em determinado assunto ou com conhecimento especializado em determinado tema (acima do conhecimento curricular do profissional padrão), consulta a materiais de referência escritos em outras línguas. Prazo de entrega: Até 4 dias.

1.6.8. Pesquisa Iconográfica

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

Entregas: Arquivo digital contendo as imagens selecionadas. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 3 dias.

1.6.9. Capacitação para Publicação de Conteúdo

Descritivo: Elaboração de roteiro de publicação de conteúdo para subsidiar gestores de conteúdo de portais institucionais que utilizam um sistema de gerenciamento de conteúdo (Custom Management System - CMS). O roteiro deve contemplar exercícios e exemplos de publicação que possam ser customizados de acordo com o CMS escolhido pela SECOM e a sua linha editorial. O roteiro deverá ser executado presencialmente, junto com o gestor de conteúdo dos novos portais desenvolvidos em CMS de código aberto, permitindo que este utilize as funcionalidades disponibilizadas.

Entregas: Roteiro elaborado, com indicação de data da realização da aplicação, e quantidade de gestores capacitados.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade, consistência e aplicabilidade do roteiro.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital da SECOM.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Duração do treinamento.
- Quantidade de treinandos.

Complexidade:

Baixa	Treinamento de até 1 dia, com 3 pessoas.
Média	Treinamento de até 3 dias, com 2 a 3 pessoas.
Alta	Treinamento acima de 3 dias, com mais de 3 pessoas.

1.6.10. Publicação de Conteúdo

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

Entregas: Conteúdo publicado e tagueado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 1 dia.

1.6.11. Distribuição de Conteúdos

Descritivo: Planejamento, execução técnica e distribuição de conteúdos de comunicação digital, desenvolvidos no âmbito do contrato, em veículos de divulgação on-line, bem como monitoramento e avaliação da performance dessas ações. A ação visa potencializar a comunicação digital da SECOM e de suas temáticas em canais de comunicação de terceiros, agregando maior alinhamento com as ações implementadas nos recursos próprios de comunicação digital e, conseqüentemente, menor dispersão do esforço de comunicação.

Entregas:

- Estudos e defesa técnica envolvidos no planejamento da distribuição de conteúdos.
- Planos de mídia e pedidos de inserção.
- Relatórios de checagem da publicação, veiculação, distribuição.
- Relatórios de monitoramento e avaliação da ação.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Audiência da ação.
- Percepção do público-alvo em relação ao conteúdo divulgado.
- Mudança de comportamento em relação à temática divulgada.

Características consideradas na classificação da complexidade: volume do investimento.

Complexidade:

Baixa	Até R\$ 10 mil
Média	De R\$ 10.001 mil a R\$ 50 mil
Alta	Acima de R\$ 50.001,00

Prazo de entrega: Apresentação dos relatórios até 10 dias terminada a ação.

1.6.12. Gestão de Conteúdo

Descritivo: Planejamento, execução técnica, monitoramento e avaliação de performance dos conteúdos de comunicação digital da SECOM e de suas temáticas, em mecanismos de busca na internet. A ação visa manter posicionamento privilegiado dos endereços eletrônicos do órgão/entidade nos resultados obtidos nos mecanismos de busca, de forma a potencializar o atingimento dos objetivos de comunicação junto a públicos de interesse. A ação contempla as seguintes etapas:

- Planejamento: Análise do contexto conceitual vinculado à temática da ação, identificação das categorias temáticas, segmentações e palavras-chave vinculadas à ação. Proposição de indicadores de performance para avaliação dos resultados, tais como: quantidade de impressões, cliques, tempo de permanência nas páginas receptivas, tempo de navegação nos conteúdos de propriedade digital.
- Acompanhamento: Atividade diária durante a vigência da ação para monitoramento da performance e readequação da estratégia proposta, se for o caso.
- Avaliação: Análise da performance final da ação e recomendações para ações futuras. Entregas:
 - Etapa de Planejamento: Planilha de análise de cenário contendo estudo e definição de palavras-chave, categorias temáticas e segmentações; e Planilha de indicadores e estimativa de performance - impressões, cliques, tempo de permanência na página receptiva e tempo de navegação nos demais conteúdos da propriedade digital.
 - Etapa de Acompanhamento: Relatório de controle diário de performance; e Recomendações de adequações na estratégia implementada, quando for o caso.

- Etapa de Avaliação do Resultado: Relatório sobre a ação de comunicação, com informações sobre os conteúdos mais acessados, tempo de permanência na página receptiva e tempo de navegação nos demais conteúdos da propriedade digital, análise da efetividade da ação e recomendações.

- Etapa de Avaliação: Relatório sobre a performance final, com informações relevantes sobre o resultado da ação e recomendações para ações futuras.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento dos prazos.
- Resultado da ação, com base no briefing, na performance verificada em relação ao planejamento e indicadores previamente definidos.

Características consideradas na classificação da complexidade: Período da ação. Ações acima de 30 dias serão remuneradas de acordo com a proporcionalidade do período adicional.

Complexidade:

Baixa	Ação de até 5 dias
Média	Ação de 6 a 15 dias
Alta	Ação de 16 a 30 dias

Prazos de entrega:

- Planejamento: Até 10 dias.
- Acompanhamento: Diário.
- Avaliação do Resultado: Até 5 dias após o término da ação.

1.7. Peças Digitais

1.7.1 Infográfico

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

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

1.7.2. E-mail Marketing

Descritivo: Criação e produção de conteúdo, a ser enviado por e-mail, com a utilização de recursos gráficos e/ou interativos e textos breves.

Entregas: Código fonte da peça e demais arquivos digitais abertos da imagem que compõe a peça. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação ao briefing.
- Clareza, objetividade, criatividade, atratividade, correção ortográfica.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 2 dias.

1.7.3. Banner

Descritivo: Criação e produção de peça gráfica digital, com conteúdo estático, animado ou interativo. Entregas: Arquivo de imagem digital e arquivo digital aberto.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

Baixa	Banner estático. Prazo de entrega: Até 2 dias.
Média	Banner animado. Prazo de entrega: Até 3 dias.
Alta	Banner interativo. Prazo de entrega: Até 5 dias.

1.7.4 Adaptação de Banner

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

Entregas: Arquivo de imagem digital e arquivo digital aberto. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

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

1.8. Tecnologia

1.8.1. Disparo de Mensagens Instantâneas

Descritivo: Serviço de disparo de mensagens (texto, vídeo, imagens, gifs) via aplicativos de mensagens instantâneas, para lista de contatos cadastrados, que envolve as seguintes atividades:

- Aplicação de sistema de adesão de usuários.
- Busca de soluções tecnológicas para a criação da base de usuários.
- Manutenção de lista de contatos.
- Formatação de mensagens.
- Envio.

- Relatório em arquivo texto, contendo a descrição das atividades realizadas, erros identificados, correções realizadas, recomendações de melhorias e prints das mensagens enviadas.
- Relatório de adesão de novos usuários
- Relatório de entregas, com taxa de sucesso de leitura Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:
 - Cumprimento do prazo.
 - Qualidade técnica das atividades realizadas.

Características consideradas na classificação da complexidade: Dimensão da aplicação.

Complexidade:

Baixa	Pacote de até 100 envios.
Média	Pacote de 101 a 500 envios.
Alta	Pacote de mais de 501 a 1000 envios.

Prazo de entrega: Relatório mensal, até o quinto dia útil do mês subsequente à demanda.

1.9. Vídeo

1.9.1 Transmissão ao Vivo para Ambiente Digital

Descritivo: Streaming (transmissão de som e imagem), via propriedade digital, de eventos ao vivo (solenidades, seminários e outros tipos de evento), para potencializar o alcance da divulgação de ações do órgão/entidade. O serviço contempla as seguintes atividades:

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 1 dia após a atividade.

1.9.2. Criação de Vinheta

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 15 dias.

1.10. Redes Sociais

1.10.1. Conteúdo para Redes Sociais

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação de atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adoção das fontes e insumos fornecidos pela SECOM.
- Tempestividade no atendimento.
- Aderência à pauta.
- Qualidade do conteúdo produzido.
- Correção ortográfica.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital da SECOM.

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

Complexidade:

Baixa	Produção de 1 a 50 conteúdos.
Média	Produção de 51 a 100 conteúdos.
Alta	Produção de 101 a 200 conteúdos.

Prazo de entrega: Mensal.

1.10.2. Moderação em Redes Sociais

Descritivo: Gerenciamento de perfis em redes sociais, contemplando a identificação, análise e execução de ações tais como: monitoramento, resposta, exclusão etc. As intervenções são pontuais e de rápida execução, sem necessidade de elaboração de projetos ou documentos mais elaborados.

A moderação compreende as seguintes atividades:

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de interações.

Complexidade:

Baixa	Moderação de até 1000 mil comentários/mês.
Média	Moderação de 1001 mil a 5000 mil comentários/mês.
Alta	Moderação de 5001 mil a 10.000 mil de comentários/mês.

Prazo de entrega: Mensal.

1.11. Manuais

1.11.1. Manual de Boas Práticas para Indexação de Conteúdo

Descritivo: Elaboração de manual orientador que apresente de maneira didática, clara e simples as boas práticas na otimização de conteúdo nas

propriedades digitais da SECOM, abrangendo conteúdos de texto, imagem, vídeos, áudios e apresentações.

Entregas: Arquivo texto com conteúdo elaborado. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 20 dias.

1.11.2. Elaboração de Manual Textual

Descritivo: Elaboração de texto base para manual com orientações de suporte à capacitação de usuários ou público em geral. O texto deve ser organizado por capítulos, com imagem da tela (prints) indicando áreas da propriedade digital, conceitos e regras. A diagramação do manual é do tipo simples. Caso a diagramação seja customizada, a cobrança será feita em separado tanto para diagramar quanto para criar o novo projeto gráfico.

Entregas: Arquivo texto com o conteúdo do manual diagramado, em formato definido pela SECOM. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade, consistência, coerência e clareza do conteúdo.
- Correção ortográfica e gramatical.

Características consideradas na classificação de complexidade:

- Número de páginas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	De 10 a 50 páginas. Baseada na definição do nível de complexidade e/ou especificidade do tema e na quantidade e tipo de fontes a serem consultadas. Prazo de Entrega: Até 5 dias.
Média	De 51 a 100 páginas. Baseada na definição do nível de complexidade e/ou especificidade do tema e na quantidade e tipo de fontes a serem consultadas. Prazo de Entrega: Até 10 dias.
Alta	De 101 a 200 páginas. Baseada na definição do nível de complexidade e/ou especificidade do tema e na quantidade e tipo de fontes a serem consultadas. Prazo de Entrega: Até 15 dias.

1.11.3. Elaboração de Manual Visual (Guia de Estilo)

Descritivo: Elaboração de manual de estilo com orientações para montagem de propriedade digital, direcionado para equipes técnicas. O manual deve ser

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

Entregas: Arquivo com o manual diagramado em formato definido pela SECOM. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Observância do padrão de manuais.
- Clareza e consistência das informações.
- Uso de exemplos.
- Correção ortográfica e gramatical.
- Aderência e aplicabilidade às necessidades da SECOM. Características consideradas na classificação de complexidade:
- Número de páginas diagramadas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	De 16 a 50 páginas diagramadas. Prazo de Entrega: Até 10 dias.
Média	De 51 a 100 páginas diagramadas. Prazo de Entrega: Até 15 dias.
Alta	De 101 a 200 páginas diagramadas. Prazo de Entrega: Até 20 dias.

1.11.4. Elaboração de Manual Visual (Guia de Estilo) - Expresso

Descritivo: Elaboração de manual de estilo – em tamanho expresso, de 6 a 15 páginas - com orientações para montagem de propriedade digital, direcionado para equipes técnicas. O manual deve ser organizado por capítulos, com

imagem de tela (prints) indicando a área e suas informações técnicas de arte, e diagramado de acordo com projeto gráfico indicado, para suporte à capacitação dos usuários ou público em geral.

Entregas: Arquivo com o manual diagramado. Prazo de Entrega: Até 5 dias.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade, consistência, coerência e clareza do conteúdo.
- Correção ortográfica e gramatical.

Características consideradas na classificação de complexidade: Não se aplica.

Prazo de Entrega: Até 5 dias.

1.11.5. Diagramação de Manual

Descritivo: Diagramação de manual de acordo com projeto gráfico definido. Esse serviço deve ser utilizado para diagramação de manuais já existentes, que precisam de adequação a um projeto gráfico específico, e nos casos de diagramação customizada de Manual Textual. Este produto não contempla gráficos, infográficos ou tabelas, os quais devem ser contratados como produtos específicos.

Entregas: Arquivo texto com o manual diagramado, em formato definido pela SECOM.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica da diagramação.
- Aderência ao projeto gráfico.

Características consideradas na classificação de complexidade:

- Número de páginas diagramadas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	De 16 a 30 páginas diagramadas. Prazo de Entrega: Até 5 dias.
Média	De 31 a 70 páginas diagramadas. Prazo de Entrega: Até 10 dias.
Alta	De 71 a 120 páginas diagramadas. Prazo de Entrega: Até 15 dias.

1.11.6. Diagramação de Manual – Expresso

Descritivo: Diagramação de manual, de acordo com projeto gráfico, em tamanho expresso, de 6 a 15 páginas. Esse serviço deve ser utilizado para diagramação de textos ou manuais já existentes e nos casos em que o texto foi elaborado por meio da Guia – Elaboração de Manual Textual. Quando houver produção de gráficos, infográficos ou tabelas, estes devem ser cobrados em guia específica.

Entregas: Arquivo com manual diagramado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e aderência ao projeto gráfico.

Características consideradas na classificação de complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 5 dias.

1.11.7. Criação de Item Novo em Manual Visual

Descritivo: Criação de novo item em manual existente, contemplando até 5 páginas por item. Este produto não contempla gráficos, infográficos ou tabelas, os quais devem ser contratados como produtos específicos.

Entregas: Manual atualizado, organizado por capítulos, com imagem de tela (prints) indicando a seção atualizada.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação de complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 5 dias.

1.11.8. Edição de Página em Manual Visual

Descritivo: Edição de página em manual existente, com alteração de imagens, informações técnicas de arte e textos que compõem a página.

Entregas: Arquivo texto com o manual atualizado, contendo a página editada.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.

- Aderência ao briefing.
- Qualidade técnica.

Características consideradas na classificação de complexidade: Tipo de alteração realizada.

Complexidade:

Baixa	Edição de página já existente no manual, com alteração de frase, nomenclatura e links. Não contempla alteração de imagens.
Média	Edição de página já existente no manual, com alteração de frase, nomenclatura, links e imagens.

Prazo de entrega: 1 dia.

1.11.9. Projeto Gráfico de Manual

Descritivo: Criação de template para apresentação de manual. O novo template deve conter, no mínimo, 4 páginas: capa, contracapa, índice e página diagramada. A elaboração do novo projeto gráfico contempla a análise de manuais existentes, se houver, o atendimento ao briefing e o desenvolvimento de template.

Entregas: Arquivo em formato texto, contendo o template. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Atendimento ao briefing.
- Qualidade técnica.

Características consideradas na classificação de complexidade: Não se aplica.

Prazo de Entrega: Até 5 dias.

1.11.10. Atualização de Manuais Orientadores

Descritivo: Atualização de manuais já existentes. Quando houver produção de gráficos, infográficos ou tabelas, estes devem ser cobrados em guia específica. A atualização, pela contratada, deve ser feita a partir do arquivo aberto original do manual a ser alterado, fornecido pela SECOM.

Entregas: Arquivo em formato texto, contendo o manual atualizado. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.

- Atendimento ao briefing.
- Qualidade técnica e clareza do conteúdo.
- Correção ortográfica e gramatical das informações. Características consideradas na classificação de complexidade:
- Quantidade de laudas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 10 laudas alteradas. Prazo de entrega: Até 5 dias.
Média	Acima de 10 a 20 laudas alteradas. Prazo de entrega: Até 10 dias.
Alta	Acima de 20 a 40 laudas alteradas. Prazo de entrega: Até 15 dias.
Altíssima	Acima de 40 a 60 laudas alteradas. Prazo de entrega: Até 20 dias.

1.12. Ferramentas de Comunicação Digital

1.12.1. Disparo de E-mail Marketing – Boletim Eletrônico

Descritivo: Serviço de disparo de boletim eletrônico em linguagem HTML, via e-mail, para lista de endereços cadastrados. A plataforma deve prover níveis de acesso segmentados por funcionalidade e por sublista de envio (capítulo) e oferecer ferramentas de administração e gestão do serviço, incluindo relatórios com a descrição da ação, público-alvo, quantidade de e-mails enviados, endereços de envio, lista de e-mails que tiveram sucesso no envio e lista de e-mails que retornaram com erro, com as respectivas justificativas. O serviço contempla, ainda, as seguintes funcionalidades:

- Gestão da plataforma distribuída por capítulo (sublista).
- Perfil master de administração.
- Perfis de usuários com privilégios distintos por funcionalidade.
- Ferramenta de criação e gestão de templates.
- Relatórios de abertura e click (métrica que registra a interação do usuário com o e-mail marketing).
- Segmentação da base em grupos.
- Segmentação a partir de busca na base.
- Segmentação da base a partir de abertura ou click.
- Exportação de base segmentada.

- Teste A/B.
- Agendamento de envio.
- Envio de versão HTML e texto para cada mensagem.
- Checagem de spam score.
- Servidores em white list (conjunto de e-mails, domínios ou endereços IP, previamente aprovados e com permissão de entrega).
- Capacidade de envio de até 10 milhões de e-mails por hora.
- Content Delivery Network (CDN) própria.
- Formulários de cadastro em listas.
- Remoção automática de bounce (erro que compromete a entrega da mensagem ao destinatário).
- Link para descadastramento automático.
- Formulário de pesquisa no descadastramento.

Complexidade:

Essa descrição contempla o serviço completo de disparo de e-mail marketing. Em razão da complexidade da solução, os serviços estão descritos separadamente, nos subitens a seguir e serão entregues de acordo com a necessidade.

1.12.2. Disparo de E-mail Marketing

Descritivo: Ação de disparo de e-mail marketing no contexto de uma ação de divulgação. O serviço compreende as seguintes atividades:

- Importação da base de e-mails a ser utilizada.
- Importação de base de dados para envio do e-mail marketing.
- Programação do template em formato HTML, para envio.
- Criação e disparo do e-mail marketing.

Entregas: Relatório em arquivo texto, contendo a descrição das etapas anteriores ao disparo, nome da ação, público-alvo, quantidade de e-mails enviados, endereços de envio, lista de e-mails que tiveram sucesso no envio e lista de e-mails que retornaram com erro, com as respectivas justificativas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica das atividades realizadas.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: 5 dias após a realização da campanha.

1.12.3. Gestão e Manutenção de Departamentos (Sublistas) – E-mail Marketing

Descritivo: Gestão e manutenção de sublistas de e-mail marketing, compreendendo a realização das seguintes atividades:

- Gestão de bases e modelos de e-mail dentro da plataforma.
- Gestão de usuários.
- Suporte a usuários por e-mail.

Entregas: Relatórios de gestão em arquivo conforme especificado na demanda.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica das atividades realizadas.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Semanal, no primeiro dia útil da semana posterior ao disparo.

1.13. Atendimento

1.13.1. Atendimento de Demandas

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

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento dos prazos.
- Tempestividade no atendimento.
- Qualidade na interação com o demandante.

- Precisão na documentação das atividades.
- Capacidade de atendimento em relação ao volume de demandas.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Volume de demandas.
- Nível de detalhamento da demanda.
- Duração do atendimento.

Complexidade:

Baixa	Acompanhamento e especificação de até 50 demandas simples e de curto prazo, como manutenção de sítios e produção de conteúdo.
Média	Acompanhamento e especificação de até 30 demandas que exigem maior nível de detalhamento, de médio prazo ou continuadas.
Alta	Acompanhamento e especificação de até 10 demandas complexas, de médio e longo prazo, e que exigem alto nível de qualificação no atendimento.

Prazo de entrega: Execução continuada mensal.

1.13.2. Atendimento Técnico

Descritivo: Atendimento a demandas de avaliação e análise de erros, inconsistências, indisponibilidade de serviços, criação de perfis nos ambientes de gestão dos sítios da SECOM, assessoramento técnico na utilização dos sistemas e ambientes de gestão das propriedades digitais da SECOM, e outras demandas específicas de tecnologia que necessitem de qualificação técnica específica em desenvolvimento/programação. Esse tipo de produto está relacionado a ações pontuais. Nos casos de acompanhamento de projeto é estipulado um atendimento técnico específico, do início ao fim do projeto

Entregas: Relatório, em versão impressa e digital, contendo a descrição dos serviços, análises e ações realizadas durante o atendimento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento dos prazos.
- Clareza e qualidade das análises.
- Consistência das ações realizadas.
- Tempestividade no atendimento.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Perfil profissional.
- Tipo de demanda a ser atendida.

Complexidade:

Baixa	Perfil profissional para acionamentos de curto prazo e pontuais, em que se resolve ou se encaminha a demanda na conclusão da análise.
Média	Perfil profissional para acionamentos de médio prazo e pontuais, em que se resolve ou se encaminha a demanda na conclusão da análise.
Alta	Perfil profissional para acionamentos de médio ou longo prazo, exigindo alto nível de detalhamento na análise e retorno, e qualificação do profissional destacado para atendimento, em que se resolve ou se encaminha a demanda na conclusão da análise, em que o resultado é um artefato ou documento de alta complexidade.

Prazo de entrega: Apresentação do relatório até 3 dias após o atendimento. Nos casos de acompanhamento de projetos, o prazo está atrelado à duração do projeto.

**APÊNDICE II DO PROJETO BÁSICO: APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS
TÉCNICAS**

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

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

I. Caderno único, orientação retrato, com espiral preta colocada à esquerda;

II. Capa e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², ambas em branco.

III. Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;

IV. Espaçamento de 2cm nas margens direita e esquerda, a partir da borda;

V. Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;

VI. Espaçamento “simples” entre linhas e, opcionalmente, duplo após título e entretítulos e entre parágrafos;

VII. Alinhamento justificado do texto.

VIII. Com texto e numeração de páginas em fonte “arial”, cor “automático”, tamanho “12 Pontos”;

IX. Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;

1.2.1. As especificações do subitem 1.2 não se aplicam aos exemplos de ações e/ou peças de comunicação digital que

trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 e à indicação prevista no subitem 1.3.3.3.6.

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

- a) poderão ser editados em cores;
- b) deverão ter seu conteúdo editado com a fonte "arial", tamanho "10 pontos", estilo "normal", cor "automático";
- c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
 - c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite máximo previsto no subitem 1.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;
 - c2) impressas na orientação paisagem.

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

- I- ser editados em cores;
- II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses recursos;
- III - ter qualquer tipo de formatação de margem;
- IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

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

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

1.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 2, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' do subitem 1.2.2.

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

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

1.2.7. Os textos do Plano de Implementação não têm limitação quanto ao número de páginas, mas cabe às licitantes atentar especialmente para o disposto na alínea 'c' do subitem 1.2.2 e no subitem 1.2.1.

1.2.8. Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Digital e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de páginas previsto no subitem

1.2.9. E devem seguir as especificações do subitem 1.2, no que couber.

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

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

- a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas;
- c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

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

- a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital.
- b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios e veículos de divulgação on-line, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de

conteúdo e tagueamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.

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

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

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

1.3.3.3.

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

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

1.3.3.3. Os exemplos de ações e/ou peças de comunicação digital de que trata a alínea 'b' do subitem

1.3.3.4. Estão limitados a 10 (dez), independentemente do seu tipo ou de sua característica e poderão ser apresentados sob a forma de:



- a) roteiros, storyboards e leiautes impressos;
- b) storyboards animados ou animatics;
- c) 'monstros' ou leiautes eletrônicos.

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

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

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

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

1.3.3.5.1. 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.

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

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

1.3.3.7. Para fins de cômputo das ações e/ou peças de comunicação digital que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as variações de abordagem ou formato serão consideradas como novos exemplos;
- b) uma ação com várias etapas ou uma peça sequencial será considerada 01 (um) exemplo, se o conjunto transmitir mensagem única;
- c) uma landpage e todas as suas páginas serão considerados 01 (um) exemplo;
- d) um vídeo e uma landpage que o hospeda serão considerados 02 (dois) exemplos;
- e) um post e a landpage por ele direcionada serão considerados 02 (dois) exemplos.

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

- a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos;
- b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica e distribuição.

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

1.3.4.1.1. Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de mercado a que se refere a alínea 'c' do subitem 1.3.4.1

deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

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

1.3.4.3. Caso a proposta contemple a Distribuição de Conteúdo em veículos de divulgação on-line deverão ser considerados os preços vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação, além dos preços dispostos no item 6.11 da tabela do Apêndice I, considerada a complexidade da proposta.

1.3.4.4. Caso a proposta contemple a Gestão de Conteúdo em mecanismos de busca na internet deverão ser considerados os preços vigentes na data de publicação do Aviso de Licitação, além dos preços dispostos no item 6.12 da tabela do Apêndice I, considerada a complexidade da proposta.

1.3.4.5. Nos casos descritos nos subitens 1.3.4.3 e 1.3.4.4, a licitante também deverá apresentar um resumo geral do plano de mídia, com informações sobre, pelo menos:

- a) o período de veiculação, exposição ou distribuição das ações/peças de comunicação digital;
- b) as quantidades de inserções das ações/peças de comunicação digital em veículos de divulgação on-line;
- c) os valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em veículos de divulgação on-line;
- d) os valores (absolutos e percentuais) alocados na produção e na execução técnica de cada ação/peça de comunicação digital destinada a veículos de divulgação on-line.

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

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

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

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

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

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

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

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

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

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

1.6. Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Digital: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as ações e/ou peças de

comunicação digital que constituem o quesito, em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

1.6.2. A licitante deverá apresentar 02 (dois) relatos, cada um com o máximo de 05 (cinco) páginas, em que serão descritas soluções de comunicação digital propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada relato:

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

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

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

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

1.6.2.1. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato, no qual constarão, além do referendo, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura em todas as páginas.

1.6.2.2. Os Relatos de Soluções de Comunicação Digital, de que trata o subitem 1.6.2 devem ter sido implementados a partir de 01 de janeiro de 2017.

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

- I - na versão digital: deverão ser fornecidas em DVD, CD ou pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.6 ou ser apresentadas soltas;
- II - na versão impressa: poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.6, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura dos textos e das mensagens e indicadas suas dimensões originais;
- III - para cada ação e/ou peça de comunicação digital, deverá ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

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

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

2.2.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Digital

2.2.1.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico

- a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do Contratante e do contexto de sua atuação;
- b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas;
- c) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pelo Contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing.

2.2.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Digital

- a) a adequação da linha temática e conceitual que fundamenta a solução proposta à natureza e às atividades do CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital do CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos;
- c) a consistência técnica da apresentação e defesa das fases e dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Digital pela licitante e

sua capacidade de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing

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

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

2.2.1.3. Subquesito 3 – Solução de Comunicação Digital

- a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta;
- b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;
- c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público- alvo;
- d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas e veículos de divulgação on-line a que se destinam;
- e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações;
- g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível.

2.2.1.4. Subquesito 4 – Plano de Implementação

- a) a adequação do cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão e distribuição das ações e/ou peças de comunicação digital, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no Briefing;
- b) o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no Briefing, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta;
- c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso;

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

2.2.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação digital e o período de atendimento a cada um;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação digital e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do Contratante;
- c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao Contratante na execução do contrato;
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante.

2.2.3. Quesito 4 – Relatos de Soluções de Comunicação Digital

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação digital em cada relato;
- b) a demonstração de que a solução de comunicação digital contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente;
- e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.

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

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

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

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Digital		<i>(somatório itens abaixo)</i>
SUBQUESITOS	I - Raciocínio Básico	5
	II - Estratégia de Comunicação Digital	15
	III - Solução de Comunicação Digital	20
	IV - Plano de Implementação	20
2. Capacidade de Atendimento		<i>(somatório itens abaixo)</i>
- Relação dos principais clientes		5
- Quantificação e qualificação dos profissionais		5
- Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante		5
- Sistemática operacional de atendimento		5
3. Relatos de Soluções de Comunicação Digital		20
PONTUAÇÃO TOTAL		100

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

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

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

2.3.4.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito

reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

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

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

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

- a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 3;
- b) não alcançar, no total, 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 Digital, Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital.

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

APÊNDICE III DO PROJETO BÁSICO:

BRIEFING

EXERCÍCIO CRIATIVO: GESTÃO DE CRISE DIGITAL NO AFUNDAMENTO DA BRASKEM

Com 1.031.597 de habitantes, de acordo com o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), Maceió é a 17ª cidade mais populosa do Brasil, com uma região metropolitana de 13 municípios que alcança 1.330.291 habitantes. Apesar do tamanho, em 2018 Maceió teve um PIB de R\$ 22,4 bilhões, sendo apenas a 2132ª a cidade brasileira em termos de PIB per capita.

Dentre outros fatores, isso ocorre graças à falta de diversificação da economia local, cujo parque industrial alia ao polo petroquímico a tradicional cultura da cana-de-açúcar. Ao mesmo tempo, a cidade tem uma vocação para negócios nos setores alimentício, metalúrgico e de plásticos. Dados de 2010 do IPEA (Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) mostram que os empregos formais na capital alagoana estão concentrados nos setores de serviços (34,0%), administração pública (28,4%) e comércio (19,3%).

Historicamente, essa estrutura tem se expressado na profunda desigualdade social que afeta Maceió. O percentual da população com rendimento nominal mensal per capita de até 1/2 salário mínimo era de 38,4% da população em 2010. O cenário se deteriorou com a pandemia e a crise econômica subsequente. De acordo com o IBGE, hoje 138 mil maceioenses vivem na extrema pobreza, com renda de até R\$ 89,00 por mês.

Por outro lado, Maceió é um polo turístico conhecido em ascensão. Em 2019, o aeroporto Zumbi dos Palmares recebeu 2,1 milhões de passageiros. Atualmente, a ocupação da rede hoteleira chega a quase 90%. O número de voos com destino a Maceió também segue crescendo. Esse movimento é impulsionado pelas praias locais e a proximidade com a Costa dos Corais.

Outro elemento que se soma a esta conjuntura é o acidente ambiental em curso no município. Trata-se do afundamento da Braskem, iniciado em 2020, que fez com que 14 mil imóveis fossem condenados em cinco bairros de Maceió: Pinheiro, Bom Parto, Mutange, Bebedouro e Farol.

O solo da região começou a afundar lentamente, após décadas de mineração praticada pela empresa, com o surgimento de rachaduras em ruas, prédios e casas, obrigando cerca de 55 mil pessoas a abandonarem suas residências e seus negócios e transformando a área em um grande bairro fantasma.

Por si só, este já é um dos maiores acidentes ambientais da história do Brasil, e um dos maiores acidentes ambientais urbanos do mundo. No entanto, o problema ainda está longe de ser solucionado. Muitos moradores ainda aguardam as indenizações da empresa; outros se recusaram a sair da área. Além disso, a Prefeitura foi alijada do processo de negociação com a empresa. Ao invés disso, foi o Ministério Público local que firmou um acordo com a Braskem para que a companhia compensasse o prejuízo causado à cidade.

Simultaneamente, há um risco concreto de que o processo de afundamento se intensifique abruptamente, causando uma crise sem precedentes ao bem-estar da população e à economia local.

Diante desse quadro, a comunicação pública da Prefeitura de Maceió tem papel crucial na mitigação e contenção de danos à imagem da capital alagoana. Essa atuação deve se dar em duas frentes - tática e estratégica. Do ponto de vista tático, ela cumpre o papel de informar à população as medidas que vêm sendo tomadas pelo Poder Público para auxiliar os moradores da área afetada pelo afundamento, tenham sido eles realocados ou não. Em termos estratégicos, cabe à comunicação consolidar a presença da Prefeitura na defesa das vítimas do afundamento da Braskem.

Objetivo de comunicação

O objetivo da comunicação da Prefeitura de Maceió é dar publicidade às ações, obras, programas, serviços e campanhas do Poder Municipal. A Lei Orgânica do Município de Maceió estabelece que “a Administração Pública Municipal, direta, indireta e funcional pública, obedecerá aos princípios de prevalência do interesse público, legalidade, moralidade, impessoalidade, economicidade, continuidade e publicidade, e quantos mais especificamente elencados nas Constituições da República e do Estado de Alagoas, incluindo (...) publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos através de divulgação de caráter educativo, informativo ou de orientação social, vedada a inclusão de imagens, nomes ou símbolos que caracterizem a promoção pessoal de autoridade ou de servidores públicos”.

Nesse sentido, o papel da comunicação pública é manter a população informada sobre as atividades do poder público para que possa conhecer e acessar as ações e serviços prestados pela administração municipal. Ao mesmo tempo, a comunicação pública serve de mediadora entre o Poder Municipal e a sociedade, sendo instrumental para ajudar o ente público a identificar necessidades sociais e garantir a participação da sociedade na construção de políticas públicas.

Em linhas gerais, o trabalho de Comunicação da Prefeitura de Maceió pode ser dividido em três eixos: assessoria de imprensa; produção de conteúdo jornalístico e audiovisual; e redes sociais. Todos eles têm como princípio fundamental transmitir informações objetivas e transparentes sobre as ações em curso, bem como os objetivos do Poder Municipal e a disponibilidade de serviços, além de mobilizar a cidadania para ações conjuntas com o poder público.

Desafio de comunicação

O desafio aqui proposto prevê um planejamento de comunicação detalhado para que a Prefeitura possa gerenciar de maneira profissional uma eventual crise causada pelo afundamento da Braskem. O plano será válido para 2023, com aplicação a partir do mês de janeiro do mesmo ano, e deve levar em conta a atuação digital da comunicação, baseada nos eixos de redes sociais e produção de conteúdo descritos acima.

O planejamento deve considerar o impacto político de um afundamento definitivo do solo na região. É indispensável, também, que as mensagens propostas dialoguem com a percepção de segurança dos maceioenses e reasseguem de modo permanente a atuação da Prefeitura no caso. O objetivo é construir uma narrativa orgânica junto à população que esteja alinhada com as ações de prevenção e mitigação de danos realizadas pela administração municipal.

Para isso, é obrigatório que o planejamento de comunicação especifique os seguintes elementos:

- Objetivos tático e estratégico do planejamento
- Mapeamento de ações da gestão municipal
- Mapeamento de porta-vozes digitais
- Produtos digitais a serem criados
- Key-messages
- Definição de KPIs
- Mensuração de resultados

APÊNDICE IV PROJETO BÁSICO:

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) percentual de honorários;
- c) conjunto de declarações;
- c) informações sobre a licitante.

1.2.1. O percentual de desconto, a ser concedido ao Contratante, incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, constante do Apêndice I, não poderá ser inferior a 7% (sete por cento).

1.2.2. Serão consideradas inexequíveis e serão, portanto, desclassificadas, as propostas cujo desconto seja superior a 25% dos valores elencadas na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, constantes do Apêndice I.

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

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

1.4. O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 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 Permanente de Licitação realizará com ela diligência nos termos do § 3º do artigo 43 da Lei nº 8.666/1993, como forma de prorrogar o referido prazo.

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

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

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 Permanente de Licitação.

2.3. A Comissão Permanente 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 ainda 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..

2.5. Será considerada a Proposta de menor preço a que apresentar, simultaneamente:
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 Essenciais, constante do Apêndice I.

2.6. Caso a mesma proposta não apresente as condições estabelecidas no subitem 2.5, será considerada a Proposta de menor preço aquela que apresentar o maior percentual de desconto, a ser concedido ao Contratante, incidente de forma linear

sobre os valores elencados na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, constante do Apêndice I.

2.6.1. Se houver empate do maior percentual de desconto, será considerada como a Proposta de menor preço a que apresentar o menor percentual de honorários.

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

**APÊNDICE IV-A DO PROJETO BÁSICO:
MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

À Comissão Especial de Licitação

Concorrência nº / – SECOM.

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

a) linear sobre os valores elencados na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, constantes do Apêndice I do Anexo I do Edital desta concorrência.

2. Declaramos ainda que:

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

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

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

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

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

d) comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores especializados, veículos de divulgação on-line e mecanismos de busca na internet, transferindo a SECOM todas as vantagens obtidas;

- d1) garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores especializados, veículos de divulgação on-line e mecanismos de busca na internet, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo da SECOM, nos termos do item 9 do Anexo I do Edital desta concorrência;
- e) manteremos, por nós e por nossos prepostos, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer informações que nos sejam fornecidas;
- f) estamos cientes de que a SECOM procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei;
- g) esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital desta concorrência e tem validade de (.) dias, contados de sua apresentação.

3. Por fim, informamos os seguintes dados:

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

Local e data

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



**APÊNDICE V DO PROJETO BÁSICO:
MODELO DE ORDEM DE SERVIÇO**

(Modalidade da licitação e Forma de realização) Nº _____ / _____.

IDENTIFICAÇÃO DO PEDIDO	
Nº OS:	Unidade requisitante:
Data de emissão: / /	Serviço:
Contrato nº: /	Processo nº:

IDENTIFICAÇÃO DA CONTRATADA		
Razão social:	CNPJ:	
Endereço:		
Telefone:	Fax:	E-mail

DEFINIÇÃO/ESPECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS					
Nº	Serviço	Unidade de Medida	Quantidade	Valor Unitário R\$	Valor Global R\$
Total					

ESTIMATIVA DA QUANTIDADE DE HORAS DEMANDADAS/ REMUNERAÇÃO POR HORAS					
Nº	Serviço	Metodologia*	Quantidade de horas	Valor Unitário R\$	Valor Global R\$
Total					

*a prévia estimativa da quantidade de horas demandadas na realização da atividade designada, com a respectiva metodologia utilizada para a sua quantificação, nos casos em que a única opção viável for a remuneração de serviços por horas trabalhadas

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS			
DEMAIS DETALHAMENTOS			
LOCAL DE REALIZAÇÃO			
Nº do item	Quantidade	Endereço	Data a ser executado

RECURSOS FINANCEIROS
Os recursos financeiros necessários ao pagamento desta Ordem de serviço serão originários da



classificação funcional programática abaixo especificada:	
Unidade Orçamentária:	
Função Programática:	
Projeto de Atividade:	
Elemento de Despesa:	
Fonte de Recurso:	
Saldo Orçamentário:	

IDENTIFICAÇÃO DOS RESPONSÁVEIS	
Local, data _____ Responsável pela solicitação do serviço	Local, data _____ Responsável pela avaliação do serviço