

# Termo de Referência 34/2024

## Informações Básicas

Número do artefato	UASG	Editado por	Atualizado em
34/2024	240101-MCT-COORD. GERAL DE RECURSOS LOGÍSTICOS/DF	EVERALDO SILVEIRA GOIS	08/08/2024 21:59 (v 1.0)
Status	CONCLUIDO		

## Outras informações

Categoria	Número da Contratação	Processo Administrativo
V - prestação de serviços, inclusive os técnico-profissionais especializados/Serviço continuado sem dedicação exclusiva de mão de obra	4/2024	01245.018574 /2023-29

## 1. Termo de Referência

### 1. OBJETO

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

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

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

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

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

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

### 2. REGIME DE EXECUÇÃO, MODALIDADE E TIPO DE CONTRATAÇÃO

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

2.2 A empresa será contratada por meio de concorrência, do tipo Melhor Técnica, sob a égide nos termos dos arts. 20-A e 20-B da Lei nº 12.232, de 2010, e de forma subsidiária a Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, bem como o Decreto nº 6.555, de 08 de setembro de 2008, e a Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023.

### 3. JUSTIFICATIVAS

3.1 Tendo em vista o término total da vigência do contrato no âmbito deste ministério e visando dar continuidade ao atendimento das demandas futuras de serviços de comunicação institucional, faz-se necessária nova contratação de empresa prestadora de serviço em epígrafe.

3.2 A contratação visa ainda fomentar a articulação com a imprensa nacional, com as instituições do Poder Executivo Federal em eventos, solenidades e viagens do Ministro de Estado de Ciência, Tecnologia e Inovação. Assim, torna-se necessária a contratação de uma empresa especializada na prestação de serviços de comunicação institucional, para a realização de assessoria em planejamento estratégico de comunicação, no relacionamento com a imprensa regional, nacional e em relações públicas no Brasil, bem como realizar planejamento atualização de páginas eletrônicas da administração pública.

3.3 A presente contratação faz-se necessária para auxiliar o MCTI, por meio da Assessoria Especial de Comunicação Social - ASCOM, no desempenho de sua missão institucional, contribuindo para o desafio de fortalecer a comunicação institucional do Governo Federal com a sociedade Brasileira.

3.4 As ações de comunicação institucional e de conteúdo multimídia, referentes a ações do Poder Executivo federal compreendem a formulação da política de comunicação e divulgação social, mediante a implantação de programas informativos e o desenvolvimento de sistemas de informação e pesquisa de opinião pública, a realização de ações de assessoria de imprensa, de relações públicas, de comunicação, de promoção, de patrocínio e de publicidade.

3.5 Neste cenário, verifica-se indispensável ao Ministério contar com o assessoramento técnico especializado, a fim de que sua comunicação com a imprensa e com o cidadão em geral, quer em âmbito regional e nacional, seja realizada utilizando-se de um discurso alinhado, segmentado, ágil e eficiente, abordando, portanto, uma linguagem acessível a todos.

3.6 Em 17 de abril de 2023 foi publicado o Decreto nº 11.493, que criou e aprovou a Estrutura Regimental e o Quadro Demonstrativo dos Cargos em Comissão e das Funções de Confiança do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, órgão da administração pública federal direta, tem como áreas de competência os seguintes assuntos:

I - políticas nacionais de ciência, tecnologia e inovação;

II - planejamento, coordenação, supervisão, monitoramento e avaliação das atividades de ciência, tecnologia e inovação;

III - políticas de transformação digital e de desenvolvimento da automação;

IV - política nacional de biossegurança;

V - política espacial;

VI - política nuclear;

VII - controle da exportação de bens e serviços sensíveis; e

VIII - articulação com os Governos dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, com a sociedade e com os órgãos do Governo federal, com vistas ao estabelecimento de diretrizes para as políticas nacionais de ciência, tecnologia e inovação.

3.7 O MCTI tem a seguinte estrutura organizacional:

I - órgãos de assistência direta e imediata ao Ministro de Estado da Ciência Tecnologia e Inovação:

a) Gabinete;

b) Assessoria de Participação Social e Diversidade;

c) Assessoria Especial de Controle Interno;

d) Ouvidoria;

e) Corregedoria;

- f) Assessoria Especial de Assuntos Internacionais;
  - g) Assessoria Especial de Assuntos Parlamentares e Federativos;
  - h) Assessoria Especial de Comunicação Social;
  - i) Secretaria-Executiva:
    - 1. Departamento de Fundos e Investimentos;
    - 2. Departamento de Governança e Indicadores de Ciência e Tecnologia;
    - 3. Subsecretaria de Ciência e Tecnologia para a Amazônia;
    - 4. Subsecretaria de Unidades de Pesquisa e Organizações Sociais; e
    - 5. Subsecretaria de Planejamento, Orçamento e Administração; e
  - j) Consultoria Jurídica;
- II - órgãos específicos singulares:
- a) Secretaria de Políticas e Programas Estratégicos:
    - 1. Departamento de Programas Temáticos; e
    - 2. Departamento para o Clima e Sustentabilidade;
  - b) Secretaria de Ciência e Tecnologia para o Desenvolvimento Social:
    - 1. Departamento de Popularização da Ciência, Tecnologia e Educação Científica; e
    - 2. Departamento de Tecnologia Social, Economia Solidária e Tecnologia Assistiva;
  - c) Secretaria de Desenvolvimento Tecnológico e Inovação:
    - 1. Departamento de Programas de Inovação; e
    - 2. Departamento de Apoio aos Ecossistemas de Inovação; e
  - d) Secretaria de Ciência e Tecnologia para Transformação Digital:
    - 1. Departamento de Ciência, Tecnologia e Inovação Digital; e
    - 2. Departamento de Incentivos às Tecnologias Digitais;
- III - unidades de pesquisa:
- a) Centro Brasileiro de Pesquisas Físicas;
  - b) Centro de Tecnologia da Informação Renato Archer;
  - c) Centro de Tecnologia Mineral;
  - d) Centro de Tecnologias Estratégicas do Nordeste;
  - e) Centro Nacional de Monitoramento e Alertas de Desastres Naturais;
  - f) Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia;
  - g) Instituto Nacional da Mata Atlântica;
  - h) Instituto Nacional de Águas;
  - i) Instituto Nacional de Pesquisas da Amazônia;
  - j) Instituto Nacional de Pesquisa do Pantanal;

- k) Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais;
- l) Instituto Nacional de Tecnologia;
- m) Instituto Nacional do Semiárido;
- n) Laboratório Nacional de Astrofísica;
- o) Laboratório Nacional de Computação Científica;
- p) Museu de Astronomia e Ciências Afins;
- q) Museu Paraense Emílio Goeldi; e
- r) Observatório Nacional;

IV - órgãos colegiados:

- a) Comissão de Coordenação das Atividades de Meteorologia, Climatologia e Hidrologia;
- b) Comissão Técnica Nacional de Biossegurança;
- c) Conselho Nacional de Ciência e Tecnologia;
- d) Conselho Nacional de Controle de Experimentação Animal; e
- e) Conselho Nacional de Informática e Automação;

V - entidades vinculadas:

a) autarquias:

- 1. Agência Espacial Brasileira - AEB; e
- 2. Comissão Nacional de Energia Nuclear - CNEN;
- b) fundação: Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq; e

c) empresas públicas:

- 1. Centro Nacional de Tecnologia Eletrônica Avançada S.A. - Ceitec; e
- 2. Financiadora de Estudos e Projetos - Finep; e

VI - unidades descentralizadas:

- a) Unidade Regional do Nordeste; e
- b) Unidade Regional do Sudeste.

3.8 Nessa linha, no que concerne ao presente caso, as relações com a imprensa e com o público em geral, previstas no Decreto nº 11.493, de 17 de abril de 2023, Do Capítulo III das competências dos órgãos, da Seção I, Dos órgãos de assistência direta e imediata ao Ministro de Estado da Ciência, Tecnologia e Inovação, Art. 10 da Assessoria Especial de Comunicação Social compete:

- I - planejar, coordenar e executar a política de comunicação social do Ministério, observadas as diretrizes estabelecidas pelo Ministro de Estado e pelo órgão responsável pelas ações de comunicação social do Governo federal;
- II - assessorar o Ministro de Estado e os demais dirigentes do Ministério nas ações de comunicação social;
- III - atender às solicitações dos órgãos de imprensa;
- IV - gerenciar e manter atualizado o sítio eletrônico do Ministério, a intranet e os seus perfis em redes sociais e, em especial, elaborar e publicar notícias e esclarecimentos;
- V - supervisionar e estabelecer as diretrizes para a atuação em comunicação social dos demais órgãos do Ministério;
- VI - desenvolver projetos gráficos e diagramação de publicações impressas e digitais destinadas à:
  - a) divulgação das ações do Ministério, inclusive na hipótese de relevância ou repercussão; e
  - b) utilização em relatórios e periódicos de gestão;

- VII - monitorar os resultados das ações de comunicação social e a imagem do Ministério junto aos veículos de comunicação;
- VIII - assessorar as unidades do Ministério no planejamento de eventos institucionais;
- IX - propor o padrão editorial e a identidade visual do Ministério, em conformidade com as orientações estabelecidas pelo Ministro de Estado e pelo órgão responsável pelas ações de comunicação social do Governo federal;
- X - promover a comunicação interna do Ministério; e
- XI - gerir e fiscalizar os contratos administrativos e os acordos firmados pelo Ministério para o desenvolvimento das ações e responsabilidades de comunicação social.

3.9 Consta-se, pelas competências atribuídas na área de comunicação, ser imprescindível a contratação de empresa especializada para o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, visando dar continuidade ao desempenho de suas atividades, com a finalidade de atender ao princípio da publicidade previsto na Constituição Federal em seu art. 37, parágrafo § 1º.

3.10 Com vistas a assegurar o bom desempenho de suas tarefas, o MCTI necessita dispor de produtos e serviços adequados e suficientes para atuar, por meio da Assessoria Especial de Comunicação Social - ASCOM, em todas as frentes de atendimento à imprensa e de relações públicas no âmbito do MCTI.

3.11 Tendo em vista a relevância dessas tarefas, é essencial que comunicação social esteja preparada para prestar o atendimento necessário a seus públicos de interesse e produzir informações com tempestividade e credibilidade.

3.12 O bom desempenho de tarefas tão complexas, porquanto interdependentes - com nível de qualidade equivalente à importância de que se reveste a comunicação do Poder Executivo federal - só poderá ser alcançado por meio da associação dos recursos humanos disponíveis, contando com a experiência de empresas especializadas nas diversas áreas de suporte à comunicação regional, nacional e internacional. Esta associação será capaz de mobilizar técnicos, instrumentos e informações que permitem identificar soluções integradas para problemas que o Executivo Federal que, sem o apoio ou assessoramento técnico especializado, não conseguiria engendrar com a agilidade e assertividade necessárias, visto serem, algumas vezes, imprevisíveis.

3.13 Revela-se, portanto, fundamental ao órgão dispor de assessoria de empresa de comunicação institucional e relações públicas capaz de auxiliar no suprimento das demandas de comunicação do Poder Executivo federal em nível regional, nacional e internacional, porquanto se apresenta como indispensável para a atuação de uma comunicação eficiente do governo junto à sociedade como um todo.

#### 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 MCTI na superação de seus desafios e alcance dos seus objetivos de comunicação, abrangendo:

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

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

- a) Estratégia de Comunicação;
- b) Assessoria de Imprensa;
- c) Treinamento;
- d) Monitoramento e Análise;
- e) Produção de Conteúdos;
- f) Prevenção e Gerenciamento de Crises;
- g) Ação de Relações Públicas;
- h) Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas; e
- i) Atendimento.

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

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

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

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

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

- a) nome do profissional;
- b) finalidade da viagem;
- c) atas de início e do término da viagem;
- d) preço estimado das passagens; e
- e) previsão de quantidade de diárias.

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

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

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

## 5. EXECUÇÃO CONTRATUAL

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 6. CONTRATAÇÃO DE FORNECEDORES ESPECIALIZADOS

6.1 Os Produtos e Serviços Essenciais objeto da presente contratação, são aqueles elencados no **Apêndice I** deste Anexo I. Dessa forma, caso haja necessidade de complemento de produtos ou serviços que não sejam da expertise da licitante, esta, caso venha a ser contratada, deverá providenciar, durante a execução dos serviços, à sua expensa, a contratação de fornecedores de serviços especializados para tal finalidade. Portanto, a declaração da licitante, que consta do Apêndice III, relativa ao **percentual de desconto** a ser concedido ao CONTRATANTE, incidente de forma linear sobre os valores elencados no **Apêndice III** deste Anexo I, já deverá levar em conta esse complemento durante a execução contratual.

## 7. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

7.1 O valor da contratação decorrente do presente certame está estimado em **R\$ 15.976.592,76 (quinze milhões, novecentos e setenta e seis mil, quinhentos e noventa e dois reais e setenta e seis centavos)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

7.2 As despesas decorrentes da contratação correrão à conta dos recursos consignados no Orçamento Geral da União, a cargo do Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, proveniente da Ação 2000, fonte e Elemento de Despesas constarão da respectiva Nota de Empenho.

7.3 Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação dos contratos a serem firmados por intermédio deste certame, serão consignadas nos próximos exercícios, no Plano Plurianual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

7.4 As dotações relativas aos exercícios financeiros subsequentes serão indicadas após aprovação da Lei Orçamentária respectiva e liberação dos créditos correspondentes, mediante publicação de Termo Aditivo. 4.6. A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

7.5 No interesse da CONTRATANTE, as contratadas ficarão obrigadas a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado dos contratos, conforme disposto no art. 125 da Lei nº 14.133/21.

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

7.5.2 A CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos preços praticados com as contratadas, em decorrência de eventual redução identificada nos preços do mercado, por meio de Termo Aditivo.

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

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

## 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 do 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, 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 pelo CONTRATANTE, a contratada deverá apresentar os seguintes documentos:

### a) Produtos e Serviços Essenciais:

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

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

### b) Despesas com deslocamentos de profissionais a serviço:

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

b2) prestação de contas com relatório de viagem.

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

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

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

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

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;

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

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, da presente concorrência.

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

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

9.8 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.

9.9 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.



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

9.10.1 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.

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

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

Sendo:

EM = Encargos Moratórios;

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

VP = Valor da parcela a ser paga;

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

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

TX = Percentual da taxa anual = 6%

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

9.12 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.

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

9.12.2 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.

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

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

9.14 Os pagamentos efetuados pelo 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 ao CONTRATANTE, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias do vencimento do contrato, o pedido de reajuste do valor a ser praticado nos 12 (doze) meses subsequentes.

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 Art. 6º da Instrução Normativa MP nº 5 /2017.

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

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

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

## 11. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

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

## 12. FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

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

12.2 A fiscalização pelo 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 do 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 o CONTRATANTE.

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

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

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 do CONTRATANTE e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso aos documentos e materiais que digam respeito aos produtos e serviços prestados ao CONTRATANTE.

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

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

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

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

### 13. APÊNDICES

13.1 Integram este Anexo os seguintes apêndices:

Apêndice I: Produtos e Serviços Essenciais;

Apêndice II: Apresentação e Julgamento das Propostas Técnicas

Apêndice II-A: *Briefing*

Apêndice III: Apresentação das Propostas de Preços

Apêndice III-A: Modelo de Proposta

## 2. Responsáveis

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

**EVERALDO SILVEIRA GOIS**

Chefe da Divisão de Licitações e Contratações Diretas

## Lista de Anexos

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

- Anexo I - Apendice I.pdf (1.12 MB)
- Anexo II - Apendice II.pdf (321.92 KB)
- Anexo III - Apendice III.pdf (163.86 KB)
- Anexo IV - Apendice III\_A.pdf (162.25 KB)

## **Anexo I - Apendice I.pdf**



MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO  
Esplanada dos Ministérios, bloco E, - Bairro Zona Cívico-Administrativa,  
CEP 70067-900, Brasília - DF - <http://www.gov.br/mcti>

## APÊNDICE

### I

## PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

### 1. ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

#### 1.1. Estratégia de Comunicação

##### 1.1.1. Avaliação da Percepção de Imagem

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

##### Entregas:

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

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

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

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

- Quantidade de entrevistas.
- Prazo de entrega.

##### Complexidade:

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

##### 1.1.2. Mapa de Influenciadores

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

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

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

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de influenciadores mapeados.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa – Regional	Até 300 influenciadores. Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.
Média – Nacional	De 51 a 100 influenciadores. Prazo de entrega: Até 40 dias úteis.

**1.1.3. Diagnóstico e Matriz Estratégica**

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

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de entrevistas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 10 entrevistas. Prazo de entrega: Até 15 dias úteis.
Média	Até 50 entrevistas. Prazo de entrega: Até 25 dias úteis.
Alta	Até 100 entrevistas. Prazo de entrega: Até 35 dias úteis.

**1.1.4. Plano Estratégico de Comunicação institucional**

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

- Definição dos objetivos estratégicos do plano.
- Proposição e validação das mensagens-chave a serem transmitidas pelo MCTI junto a seus públicos.

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.

## 1.2. Assessoria de Imprensa

### 1.2.1. Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação

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

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

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

Complexidade:

Baixa	Profissional de Comunicação Júnior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 1 ano de experiência na área de Comunicação, com atuação em agências/ empresas. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação. Habilidade na apuração de informações, elaboração de relatórios, monitoramento de <i>clipping</i> e realização de <i>follow-up</i> com jornalistas.
Média	Profissional de Comunicação Pleno: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 5 anos de experiência na área de Comunicação, com atuação em assessorias de órgãos públicos, agências/empresas ou em veículos de comunicação, e atuação como analista em órgãos públicos, agências, e/ou repórter, e/ou editor assistente. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação e, ainda, bons conhecimentos de inglês.
Alta	Profissional de Comunicação Sênior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 8 anos de atuação em assessorias de imprensa de órgãos públicos, agências, empresas ou em veículos de comunicação de abrangência nacional, ou ter atuado como gerente ou coordenador de atendimento em assessorias de imprensa pública ou agência. Experiência em administração e coordenação das atividades de Comunicação, redação e edição de textos, discursos e artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definir divulgações e programas de relacionamento com jornalistas. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes. Domínio do idioma inglês.
Altíssima	Profissional de Comunicação Master: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 10 anos de atuação em órgãos públicos/agências/empresas ou veículos de comunicação de abrangência nacional; experiência como chefe ou coordenador de assessoria de imprensa privada ou governamental, gerente de atendimento em órgão público, agências, e/ou redator chefe, e/ou editor. Conhecimento amplo das



ferramentas de gestão e habilidades para elaboração de proposta de trabalho de Comunicação e de orçamentos, definição e implantação de planejamentos, projetos de Comunicação, formulação de políticas e estratégias de Comunicação e de relacionamento com formadores de opinião, condução de *media training* e gestão de eventos. Responsável por gerenciar e liderar equipes para execução das ações do planejamento de Comunicação. Domínio do idioma inglês.

**Prazo de entrega:** Execução continuada mensal.

### 1.2.2. Contatos Proativos com Veículos de Comunicação

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

- Contatos telefônicos, por e-mail ou por outros meios eletrônicos.
- Contatos presenciais.
- Envio de *press-releases*, notas e outros conteúdos.
- Atualização do *mailing* a partir do contato realizado.

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

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

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

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

**Complexidade:**

Baixa	Profissional de Comunicação Júnior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 1 ano de experiência na área de Comunicação, com atuação em agências/ empresas. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação. Habilidade na apuração de informações, elaboração de relatórios, monitoramento de <i>clipping</i> e realização de <i>follow-up</i> com jornalistas.
Média	Profissional de Comunicação Pleno: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 5 anos de experiência na área de Comunicação, com atuação em assessorias de órgãos públicos, agências/empresas ou em veículos de comunicação, e atuação como analista em órgãos públicos, agências, e/ou repórter, e/ou editor assistente. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação e, ainda, bons conhecimentos de inglês.
Alta	Profissional de Comunicação Sênior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 8 anos de atuação em assessorias de imprensa de órgãos públicos, agências, empresas ou em veículos de comunicação de abrangência nacional, ou ter atuado como gerente ou coordenador de atendimento em assessorias de imprensa pública ou agência. Experiência em administração e coordenação das atividades de Comunicação, redação e edição de textos, discursos e artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definir divulgações e programas de relacionamento com jornalistas. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes. Domínio do idioma inglês.
Altíssima	Profissional de Comunicação Master: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 10 anos de atuação em órgãos públicos/agências/empresas ou veículos de comunicação de abrangência nacional; experiência como chefe ou coordenador de assessoria de imprensa privada ou governamental, gerente de atendimento em órgão público, agências, e/ou redator chefe, e/ou editor. Conhecimento amplo das ferramentas de gestão e habilidades para elaboração de proposta de trabalho de comunicação e de orçamentos, definição e implantação de planejamentos, projetos de comunicação, formulação de políticas e estratégias de comunicação e de relacionamento com formadores de opinião, condução de <i>media training</i> e gestão de eventos. Responsável por gerenciar e liderar equipes para execução das ações do planejamento de comunicação. Domínio do idioma inglês.

**Prazo de entrega:** Execução continuada mensal.

### 1.2.3. Entrevista Coletiva

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

- Reunião de *briefing* com o CONTRATANTE.
- Planejamento, preparação e redação do conteúdo que será divulgado e dos documentos que serão entregues.

- Preparação e acompanhamento dos porta-vozes.
- Seleção de convidados e envio de convites.
- Estabelecimento da sistemática e execução de credenciamento dos participantes.
- Averiguação do local de realização do encontro.
- Supervisão e operação da coletiva (recepção dos convidados, organização da ordem de perguntas, triagem, mediação e registro).
- Levantamento e análise da repercussão da coletiva.

**Entregas:**

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

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

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

**Características consideradas na classificação da complexidade:**

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

**Complexidade:**

Baixa	Até 10 jornalistas convidados para coletiva local, com antecedência de até 1 dia.
Média	Até 30 jornalistas convidados para coletiva regional, com antecedência de até 3 dias.
Alta	Até 50 jornalistas, para coletiva nacional, com antecedência de até 5 dias.

**Prazo de entrega:** Até 10 dias.

**1.2.4. Entrevista Coletiva por Videoconferência**

**Descritivo:** A atividade compreende as seguintes ações:

- Organização e realização de *hangouts* e transmissões com streaming ao vivo, com levantamento de influenciadores a serem convidados.
- Definição de moderador.
- Preparação técnica para realização.
- Coletânea de perguntas.
- Análise de dados coletados e repercussão da divulgação.

**Entregas:** Relatório com o resumo do evento, número de acessos e resultados alcançados, além de DVD (ou outra mídia) com gravação da entrevista.

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

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

**Características consideradas na classificação da complexidade:** Não se aplica.

**Prazo de entrega:** Até 5 dias úteis.

**1.2.5. Planejamento de *Presstrip* / *Tour***

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

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

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

- Cumprimento do prazo.
- Adequação do planejamento aos objetivos estratégicos do CONTRATANTE.

- A precisão do detalhamento do roteiro de viagem e adequação da seleção de jornalistas convidados.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.

### 1.2.6. Acompanhamento de Presstrip / Tour

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Duração da viagem.

Complexidade:

Baixa	Viagem com duração de 2 dias.
Média	Viagem com duração de 3 dias.
Alta	Viagem com duração de 5 dias.

Prazo de entrega: Até 10 dias.

### 1.3. Treinamento

#### 1.3.1. Planejamento e Execução de Media Training

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

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

Prazo de entrega: Até 5 dias após o treinamento.

#### 1.3.2. Media Training em Situações de Crise

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

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

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

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

**Características consideradas na classificação da complexidade:**

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

**Complexidade:**

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

### 1.3.3. Treinamento para Apresentações

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

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

**Entregas:**

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

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

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

**Características consideradas na classificação da complexidade:** Carga horária.

**Complexidade:**

Baixa	Treinamento de até 3 horas.
-------	-----------------------------

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

### 1.3.4. Workshops / Seminários para Jornalistas

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

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

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

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

**Características consideradas na classificação da complexidade:**

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

**Complexidade:**

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

#### 1.4. **Monitoramento e Análise**

##### 1.4.1. **Análise de Jornais, Revistas, Mídia Impressa e Portais de Notícias**

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

**Entregas:**

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

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

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

**Características consideradas na classificação da complexidade:**

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

**Complexidade:**

Baixa – Nacional e Regional	Até 40 veículos monitorados.
Média – Nacional e Regional	Até 60 veículos monitorados.

**Prazo de entrega:** Mensal.

##### 1.4.2. **Auditoria de Imagem**

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

**Entregas:** Relatório analítico (quantitativo e qualitativo), com apresentação presencial, da forma como os públicos estratégicos os meios/veículos de comunicação monitorados constroem a imagem do Governo Federal e de suas temáticas, os atributos positivos

e negativos e as principais percepções sobre sua atuação. O relatório deve ser entregue na forma impressa e em formato digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Mensal.

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

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

#### **1.4.4. Clipping Nacional - TV**

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

#### **1.4.5. Clipping Nacional - Rádio**

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

### **1.5. Produção de Conteúdos**

#### **1.5.1. Elaboração de Texto em Língua Portuguesa**

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

posicionamentos (*position paper*), *briefing*, livro branco, manuais, cartilhas, dossiês, textos institucionais para publicações e/ou apresentações, guia de perguntas e respostas, mensagens-chave, entre outros.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

Baixa	<p>Texto original, com conteúdo factual.          Formulado a partir de informações obtidas com até 2 fontes.          Sem necessidade de consultas externas.          Até 01 (uma) laudas.          Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.</p>
Média	<p>Texto original, com conteúdo factual e analítico.          Formulado a partir de informações obtidas em consulta a 3 ou 4 fontes.          Podendo ocorrer pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos.          De 01 (uma) a 03 (três) laudas.          Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.</p>
Alta	<p>Texto original, com conteúdo factual e analítico.          Formulado a partir de informações obtidas em consulta a 5 ou mais fontes.          Recomendações: comparação e checagem entre informações divergentes; entrevistas com especialistas em determinado assunto ou com conhecimento especializado em determinado tema, acima do conhecimento curricular do profissional padrão e, ainda, a possibilidade de consulta a materiais de referência escritos em outras línguas.          Acima de 03 (três) laudas.          Prazo de entrega: Até 7 dias úteis.</p>

### 1.5.2. Edição de Texto em Língua Portuguesa

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

Entregas: Texto editado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.

### 1.5.3. Fotografia

Descritivo: Produção de fotos de interesse do CONTRATANTE, para utilização junto aos públicos externo e/ou interno.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tempo de produção.

- Prazo de entrega.

Complexidade:

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

#### 1.5.4. Reportagem em Vídeo (Vídeo Release)

Descritivo: Videoreportagem elaborado a partir de *briefing* e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de roteiro criado para a realização do vídeo. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral em arquivo texto. O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

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

#### 1.5.5. Vídeo Depoimento para Imprensa e Públicos Influenciadores

Descritivo: Vídeo para captação de um ou mais depoimentos sobre tema específico. Elaborado a partir de *briefing* e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de um roteiro aprovado pelo MCTI. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral. O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

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



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

#### 1.5.6. Podcast

**Descritivo:** Captação e edição de áudio, a partir de *briefing* e pauta previamente aprovados. O áudio poderá ser disponibilizado na internet ou enviado para emissoras de rádio. O custo deve prever repórter, equipe técnica e ferramenta de distribuição.

**Entregas:** Arquivo de áudio editado.

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

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

**Características consideradas na classificação da complexidade:** Minutos editados.

**Complexidade:**

Baixa	Até 1 minuto.
Média	Acima de 1 e até 3 minutos.
Alta	Acima de 3 e até 5 minutos.

Prazo de entrega: Até 1 dia útil após a produção.

#### 1.5.7. Projeto Editorial

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

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

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

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

**Características consideradas na classificação da complexidade:** Não se aplica

**Prazo:** até 20 dias úteis

#### 1.5.8. Conteúdo e Design para Apresentação

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

**Entregas:** Apresentação em formato digital.

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

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

**Características consideradas na classificação da complexidade:**

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

Complexidade:

Baixa	<p>Texto original, com conteúdo factual.</p> <p>Formulado a partir de informações obtidas com até 1 fonte.</p> <p>Sem necessidade de consultas externas.</p> <p>Até 10 laudas produzidas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.</p>
Média	<p>Texto original, com conteúdo factual e analítico.</p> <p>Formulado a partir de informações obtidas a partir de 2 a 3 fontes.</p> <p>Com pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos.</p> <p>De 11 a 50 laudas produzidas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.</p>
Alta	<p>Texto original, com conteúdo factual e analítico.</p> <p>Formulado a partir de informações obtidas a partir de 4 ou mais fontes.</p> <p>Comparação e checagem entre informações divergentes; consulta a um número de fontes superior a 4; entrevistas com especialistas em determinado assunto, ou com conhecimento especializado em determinado tema, acima do conhecimento curricular do profissional padrão e, ainda, necessidade de consultar materiais de referência escritos em outras línguas.</p> <p>Acima de 50 laudas produzidas.</p> <p>Prazo de entrega: até 7 dias úteis.</p>

**1.5.9. Banco de Mídias**

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

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade: Não se aplica.

Características consideradas na classificação da complexidade: Volume armazenado.

Complexidade:

Baixa	Inserção e guarda de até 2 horas de vídeo bruto/mês; 10 minutos de peças em vídeo prontas/mês; 2 horas de áudio sem edição/mês; 10 minutos de peças em áudios prontos/mês; 180 imagens de foto/mês.
Média	Inserção e guarda de até 10 horas de vídeo bruto/mês; 30 minutos de peças em vídeo prontas/mês; 10 horas áudio sem edição/mês; 30 minutos de peças em áudios prontos/mês; 600 imagens de foto/mês.
Alta	Inserção e guarda de até 30 horas de vídeo bruto/mês; 1 hora de peças em vídeo prontas/mês; 30 horas áudio sem edição/mês; 1 hora de peças em áudios prontos/mês; 1.200 imagens de foto/mês.

Prazo de entrega: Mensal

**1.6. Prevenção e Gerenciamento de Crises****1.6.1. Formação de Comitês de Crises**

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidades de comitês formados.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Média	Até 5 comitês de risco. Prazo de entrega do relatório: Até 60 dias.
-------	--

### 1.6.2. Fluxograma de Processo para Atuação em Crise

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

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

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

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

**Características consideradas na classificação da complexidade:**

- Quantidade de fluxogramas.
- Prazo de entrega.

**Complexidade:**

Baixa	Até 5 fluxogramas. Prazo de entrega: Até 30 dias.
-------	--

### 1.6.3. Mapeamento de Públicos Envolvidos na Crise

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

**Entregas:** Relatório de mapeamento.

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

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

**Características consideradas na classificação da complexidade:**

- Quantidade de riscos.
- Prazo de entrega.

**Complexidade:**

Baixa	Até 10 riscos. Prazo de entrega: até 30 dias.
-------	--

### 1.6.4. Manual de Crise

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

**Entregas:** Manual de crise.

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

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

**Características consideradas na classificação da complexidade:**

- Quantidade de páginas.
- Prazo de entrega.

**Complexidade:**

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

### 1.6.5. Gerenciamento de Crise Regional

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

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

#### 1.6.6. Gerenciamento de Crise Nacional

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

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

#### 1.7. Ação de Relações Públicas

##### 1.7.1. Planejamento de Ações Institucionais para Relacionamento com Públicos Influenciadores

Descritivo: Planejamento para definição de linha editorial e posicionamento estratégico, com calendário das ações a serem implementadas.

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Abrangência do planejamento.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Planejamento para períodos inferiores a 3 meses. Prazo de entrega: 5 dias úteis.
Média	Planejamento para períodos entre 3 e 6 meses. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.
Alta	Planejamento para períodos superiores a 6 meses. Prazo de entrega: Até 30 dias úteis.

##### 1.7.2. Conteúdo Multimídia para Relacionamento

Descritivo: Produção e publicação de textos, posts para ambientes digitais tais como sítios, intranet, entre outros, a partir de pauta previamente aprovada. Envolve a criação do texto, edição de imagens, tagueamento.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo CONTRATANTE;
- Tempestividade no atendimento e nas respostas às necessidades e/ou problemática apontada pelo CONTRATANTE;
- Observância das normas ortográficas e da legislação;
- Aderência às diretrizes de comunicação do Governo Federal;
- Utilização de fontes confiáveis.

Características consideradas na classificação da complexidade: Volume de produção de conteúdo.

Complexidade:

Baixa	Produção de 1 a 100 conteúdos.
Média	Produção de 101 a 500 conteúdos.
Alta	Produção de de 501 a 1.000 conteúdos.

Prazo de entrega: Mensal.

**1.8. Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas****1.8.1. Projeto Gráfico**

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

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

**1.8.2. Diagramação / Editoração de Publicações Impressas**

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Até 50 páginas. Prazo de entrega: Até 10 dias.
-------	---

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

### 1.8.3. Diagramação de Apresentações Eletrônicas

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

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

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

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

**Características consideradas na classificação da complexidade:**

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

**Complexidade:**

Baixa	Até 20 lâminas. Prazo de entrega: Até 3 dias.
-------	--

### 1.8.4. Infográficos Estáticos e/ou Impressos

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

**Entregas:** Infográfico aprovado, em meio digital.

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

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

**Características consideradas na classificação da complexidade:**

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

**Complexidade:**

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

### 1.8.5. Infográfico Dinâmico e/ou Interativo

**Descritivo:** Representação visual de informações, com a utilização de recursos gráficos, tais como fotos, gráficos ou ilustrações e textos breves. Inclusão de recursos interativos (áudio e/ou vídeo embedados, animações em flash, em HTML5 ou 3D) para dar dinamismo à apresentação. Pode ser utilizado em eventos, na internet ou em ambientes digitais.

**Entregas:** Infográfico aprovado, em meio digital.

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

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

**Características consideradas na classificação da complexidade:**

- Tamanho do infográfico, considerando a quantidade de informações (texto) e os recursos estáticos (foto ou ilustração) e dinâmicos (áudio e/ou vídeo embedados, animações em flash, em HTML5 ou 3D) utilizados.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

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

**1.9. Atendimento**

**1.9.1. Atendimento de Demandas do CONTRATANTE**

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

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

Complexidade:

Baixa	Profissional de Comunicação Júnior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 1 ano de experiência na área de Comunicação, com atuação em agências/empresas. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação. Habilidade na apuração de informações, elaboração de relatórios, monitoramento de <i>clipping</i> e realização de <i>follow-up</i> com jornalistas.
Média	Profissional de Comunicação Pleno: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 5 anos de experiência na área de Comunicação, com atuação em assessorias de órgãos públicos, agências/empresas ou em veículos de comunicação, atuação como analista em órgãos públicos, agências, e/ou repórter, e/ou editor assistente. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação e, ainda, bons conhecimentos de inglês.
Alta	Profissional de Comunicação Sênior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 8 anos de atuação em assessorias de imprensa de órgãos públicos, agências, empresas ou em veículos de comunicação de abrangência nacional, ou ter atuado como gerente ou coordenador de atendimento em assessorias de imprensa pública ou agência. Experiência em administração e coordenação das atividades de Comunicação, redação e edição de textos, discursos e artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definir divulgações e programas de relacionamento com jornalistas. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes. Domínio do idioma inglês.
Altíssima	Profissional de Comunicação Master: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 10 anos de atuação em órgãos públicos/agências/empresas ou veículos de comunicação de abrangência nacional; experiência como chefe ou coordenador de assessoria de imprensa privada ou governamental, gerente de atendimento em órgão público, agências, e/ou redator chefe, e/ou editor. Conhecimento amplo das ferramentas de gestão e habilidades para elaboração de proposta de trabalho de Comunicação e de orçamentos, definição e implantação de planejamentos, projetos de Comunicação, formulação de políticas e estratégias de comunicação e de relacionamento com formadores de opinião, condução de <i>media training</i> e gestão de eventos. Responsável por gerenciar e liderar equipes para execução das ações do planejamento de Comunicação. Domínio do idioma inglês.

Prazo de entrega: Execução continuada mensal.

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

Produto/Serviço Comunicação Institucional		Qtd. Prevista	Preço Unitário	Quantidade Anual Estimada
<b>1.</b>	<b>Estratégia de Comunicação:</b>			
<b>1.1</b>	<b>Avaliação de Percepção de Imagem:</b>			
1.1.1	Complexidade Baixa Regional	1	R\$ 35.252,00	R\$ 35.252,00
1.1.2	Complexidade Baixa Nacional	1	R\$ 35.200,00	R\$ 35.200,00
<b>1.2</b>	<b>Mapa de Influenciadores:</b>			
1.2.1	Complexidade Baixa Regional	1	R\$ 35.600,00	R\$ 35.600,00

1.2.2	Complexidade Média Nacional	1	R\$ 46.980,00	R\$ 46.980,00
<b>1.3</b>	<b>Diagnóstico e Matriz Estratégica:</b>			
1.3.1	Complexidade Baixa	1	R\$ 20.136,80	R\$ 20.136,80
1.3.2	Complexidade Média	1	R\$ 38.904,72	R\$ 38.904,72
1.3.3	Complexidade Alta	1	R\$ 59.431,39	R\$ 59.431,39
<b>1.4</b>	<b>Plano Estratégico de Ações de Comunicação Institucional</b>	<b>1</b>	<b>R\$ 54.368,12</b>	<b>R\$ 54.368,12</b>
<b>2.</b>	<b>Assessoria de Imprensa:</b>			
<b>2.1</b>	<b>Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação:</b>			
2.1.1	Complexidade Baixa	12	R\$ 17.261,35	R\$ 207.136,25
2.1.2	Complexidade Média	12	R\$ 26.802,75	R\$ 321.632,95
2.1.3	Complexidade Alta	12	R\$ 32.358,14	R\$ 388.297,68
2.1.4	Complexidade Altíssima	12	R\$ 48.873,89	R\$ 586.486,70
<b>2.2</b>	<b>Contatos Proativos com Veículos de Comunicação:</b>			
2.2.1	Complexidade Baixa	12	R\$ 18.203,76	R\$ 218.445,16
2.2.2	Complexidade Média	12	R\$ 27.768,57	R\$ 333.222,84
2.2.3	Complexidade Alta	12	R\$ 33.021,30	R\$ 396.255,57
2.2.4	Complexidade Altíssima	12	R\$ 51.454,31	R\$ 617.451,67
<b>2.3</b>	<b>Entrevista Coletiva:</b>			
2.3.1	Complexidade Baixa	6	R\$ 13.188,42	R\$ 79.130,50
2.3.2	Complexidade Média	3	R\$ 18.692,02	R\$ 56.076,06
2.3.3	Complexidade Alta	2	R\$ 21.500,00	R\$ 43.000,00
<b>2.4</b>	<b>Entrevista Coletiva por Videoconferência</b>	<b>4</b>	<b>R\$ 17.362,75</b>	<b>R\$ 69.451,01</b>
<b>2.5</b>	<b>Planejamento de Presstrip/Tour</b>	<b>2</b>	<b>R\$ 14.471,59</b>	<b>R\$ 28.943,17</b>
<b>2.6</b>	<b>Acompanhamento de Presstrip/Tour:</b>			
2.6.1	Complexidade Baixa	2	R\$ 11.094,44	R\$ 22.188,88
2.6.2	Complexidade Média	2	R\$ 16.372,27	R\$ 32.744,54
2.6.3	Complexidade Alta	2	R\$ 26.797,46	R\$ 53.594,91
<b>3.</b>	<b>Treinamento:</b>			
<b>3.1</b>	<b>Planejamento e Execução de Media Training:</b>			
3.1.1	Complexidade Baixa	2	R\$ 28.256,04	R\$ 56.512,08
3.1.2	Complexidade Média	2	R\$ 40.829,21	R\$ 81.658,42
3.1.3	Complexidade Alta	1	R\$ 52.514,00	R\$ 52.514,00
<b>3.2</b>	<b>Media Training em Situações de Crise:</b>			
3.2.1	Complexidade Baixa	1	R\$ 43.835,97	R\$ 43.835,97
3.2.2	Complexidade Média	1	R\$ 57.801,85	R\$ 57.801,85
3.2.3	Complexidade Alta	1	R\$ 73.108,15	R\$ 73.108,15
<b>3.3</b>	<b>Treinamento para apresentações:</b>			
3.3.1	Complexidade Baixa	2	R\$ 16.539,60	R\$ 33.079,20
<b>3.4</b>	<b>Workshops/seminários para jornalistas:</b>			
3.4.1	Complexidade Baixa	1	R\$ 28.066,46	R\$ 28.066,46
3.4.2	Complexidade Média	1	R\$ 39.000,00	R\$ 39.000,00
3.4.3	Complexidade Alta	1	R\$ 52.600,00	R\$ 52.600,00
<b>4.</b>	<b>Monitoramento e Análise:</b>			
<b>4.1</b>	<b>Análise de Jornais, Revistas, Mídia Impressa e Portais de Notícias:</b>			
4.1.1	Baixa – Nacional e Regional	12	R\$ 45.876,82	R\$ 550.521,87
4.1.2	Média - Nacional e Regional	1	R\$ 112.712,33	R\$ 112.712,33
<b>4.3</b>	<b>Auditoria de imagem</b>	<b>12</b>	<b>R\$ 40.893,88</b>	<b>R\$ 490.726,60</b>
<b>4.4</b>	<b>Clipping Nacional – Jornais, Revistas e Portais de Notícias</b>	<b>12</b>	<b>R\$ 14.417,80</b>	<b>R\$ 173.013,60</b>
<b>4.5</b>	<b>Clipping Nacional - TV</b>	<b>12</b>	<b>R\$ 33.920,41</b>	<b>R\$ 407.044,89</b>
<b>4.6</b>	<b>Clipping Nacional - Rádio</b>	<b>12</b>	<b>R\$ 29.808,64</b>	<b>R\$ 357.703,70</b>
<b>5.</b>	<b>Produção de Conteúdos:</b>			
<b>5.1</b>	<b>Elaboração de texto em Língua Portuguesa:</b>			
5.1.1	Complexidade Baixa	365	R\$ 533,78	R\$ 194.829,70
5.1.2	Complexidade Média	100	R\$ 1.826,34	R\$ 182.634,00
5.1.3	Complexidade Alta	12	R\$ 4.053,78	R\$ 48.645,38
<b>5.2</b>	<b>Edição de texto em língua portuguesa</b>	<b>30</b>	<b>R\$ 1.333,33</b>	<b>R\$ 39.999,90</b>
<b>5.3</b>	<b>Fotografia:</b>			
5.3.1	Complexidade Baixa	250	R\$ 1.292,19	R\$ 323.046,94
5.3.2	Complexidade Média	60	R\$ 2.547,46	R\$ 152.847,34
5.3.3	Complexidade Alta	30	R\$ 4.660,80	R\$ 139.823,95
<b>5.4</b>	<b>Reportagem em vídeo (vídeo release):</b>			
5.4.1	Complexidade Baixa	60	R\$ 10.136,10	R\$ 608.165,78
5.4.2	Complexidade Média	10	R\$ 18.623,97	R\$ 186.239,69
5.4.3	Complexidade Alta	5	R\$ 24.806,20	R\$ 124.031,01



<b>5.5</b>	<b>Vídeo depoimento para Imprensa e Públicos influenciadores:</b>			
5.5.1	Complexidade Baixa	<b>36</b>	R\$ 11.490,26	R\$ 413.649,21
5.5.2	Complexidade Média	<b>4</b>	R\$ 16.851,16	R\$ 67.404,64
5.5.3	Complexidade Alta	<b>4</b>	R\$ 25.485,06	R\$ 101.940,24
<b>5.6</b>	<b>Podcast:</b>			
5.6.1	Complexidade Baixa	<b>120</b>	R\$ 3.011,71	R\$ 361.405,20
5.6.2	Complexidade Média	<b>120</b>	R\$ 5.712,08	R\$ 685.449,60
5.6.3	Complexidade Alta	<b>12</b>	R\$ 9.161,81	R\$ 109.941,70
<b>5.7</b>	<b>Projeto editorial</b>	<b>3</b>	R\$ 17.041,36	R\$ 51.124,08
<b>5.8</b>	<b>Conteúdo e Design para Apresentação:</b>			
5.8.1	Complexidade Baixa	<b>5</b>	R\$ 6.174,16	R\$ 30.870,80
5.8.2	Complexidade Média	<b>3</b>	R\$ 10.881,80	R\$ 32.645,40
5.8.3	Complexidade Alta	<b>2</b>	R\$ 13.763,54	R\$ 27.527,08
<b>5.9</b>	<b>Banco de Mídia:</b>			
5.9.1	Complexidade Baixa	<b>4</b>	R\$ 11.953,96	R\$ 47.815,86
5.9.2	Complexidade Média	<b>4</b>	R\$ 15.323,95	R\$ 61.295,80
5.9.3	Complexidade Alta	<b>4</b>	R\$ 20.170,06	R\$ 80.680,22
<b>6.</b>	<b>Prevenção e Gerenciamento de Crises</b>			
<b>6.1</b>	<b>Formação de Comitês de Crises:</b>			
6.1.1	Complexidade Média	<b>1</b>	R\$ 30.000,00	R\$ 30.000,00
<b>6.2</b>	<b>Fluxograma de Processo para Atuação na Crise:</b>			
6.2.1	Complexidade Baixa	<b>1</b>	R\$ 25.435,58	R\$ 25.435,58
<b>6.3</b>	<b>Mapeamento de Públicos Envolvidos na Crise:</b>			
6.3.1	Complexidade Baixa	<b>1</b>	R\$ 26.893,62	R\$ 26.893,62
<b>6.4</b>	<b>Manual de Crise:</b>			
6.4.1	Complexidade Baixa	<b>1</b>	R\$ 54.540,11	R\$ 54.540,11
<b>6.5</b>	<b>Gerenciamento de Crise Regional:</b>			
6.5.1	Complexidade Baixa	<b>1</b>	R\$ 41.314,25	R\$ 41.314,25
<b>6.6</b>	<b>Gerenciamento de Crise Nacional:</b>			
6.6.1	Complexidade Baixa	<b>1</b>	R\$ 64.030,18	R\$ 64.030,18
<b>7.</b>	<b>Ação de Relações Públicas:</b>			
<b>7.1</b>	<b>Planejamento de ações institucionais para relacionamento com públicos influenciadores em ambientes digitais:</b>			
7.1.1	Complexidade Baixa	<b>4</b>	R\$ 41.799,94	R\$ 167.199,74
7.1.2	Complexidade Média	<b>1</b>	R\$ 53.030,59	R\$ 53.030,59
7.1.3	Complexidade Alta	<b>1</b>	R\$ 60.445,80	R\$ 60.445,80
<b>7.2</b>	<b>Conteúdo Multimídia para Relacionamento:</b>			
7.2.1	Complexidade Baixa	<b>12</b>	R\$ 28.000,00	R\$ 336.000,00
7.2.2	Complexidade Média	<b>6</b>	R\$ 41.148,00	R\$ 246.888,00
7.2.3	Complexidade Alta	<b>6</b>	R\$ 60.783,26	R\$ 364.699,56
<b>8.</b>	<b>Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas:</b>			
<b>8.1</b>	<b>Projeto gráfico:</b>			
8.1.1	Complexidade Baixa	<b>12</b>	R\$ 11.192,02	R\$ 134.304,18
8.1.2	Complexidade Média	<b>3</b>	R\$ 23.092,35	R\$ 69.277,06
8.1.3	Complexidade Alta	<b>3</b>	R\$ 33.178,15	R\$ 99.534,45
<b>8.2</b>	<b>Diagramação/Editoração de Publicações Impressas:</b>			
8.2.1	Complexidade Baixa	<b>12</b>	R\$ 13.031,44	R\$ 156.377,30
8.2.2	Complexidade Média	<b>5</b>	R\$ 20.053,34	R\$ 100.266,70
8.2.3	Complexidade Alta	<b>4</b>	R\$ 30.049,19	R\$ 120.196,75
<b>8.3</b>	<b>Diagramação de Apresentações Eletrônicas:</b>			
8.3.1	Complexidade Baixa	<b>12</b>	R\$ 9.642,95	R\$ 115.715,40
<b>8.4</b>	<b>Infográficos Estáticos e/ou Impressos:</b>			
8.4.1	Complexidade Baixa	<b>120</b>	R\$ 3.146,30	R\$ 377.556,00
8.4.2	Complexidade Média	<b>20</b>	R\$ 4.888,85	R\$ 97.776,97
8.4.3	Complexidade Alta	<b>2</b>	R\$ 7.719,81	R\$ 15.439,63
<b>8.5</b>	<b>Infográfico Dinâmico e/ou Interativo:</b>			
8.5.1	Complexidade Baixa	<b>20</b>	R\$ 10.243,96	R\$ 204.879,20
8.5.2	Complexidade Média	<b>20</b>	R\$ 15.624,13	R\$ 312.482,53
8.5.3	Complexidade Alta	<b>4</b>	R\$ 21.441,61	R\$ 85.766,43
<b>9.</b>	<b>Atendimento:</b>			
<b>9.1</b>	<b>Atendimento de Demandas do CONTRATANTE:</b>			
9.1.1	Complexidade Baixa	<b>12</b>	R\$ 28.836,98	R\$ 346.043,73
9.1.2	Complexidade Média	<b>12</b>	R\$ 43.167,63	R\$ 518.011,59
9.1.3	Complexidade Alta	<b>12</b>	R\$ 44.609,33	R\$ 535.311,90

9.1.4	Complexidade Altíssima	12	R\$ 62.944,33	R\$ 755.331,99
TOTAL:		-		<b>R\$ 15.976.592,76</b>

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

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



Documento assinado eletronicamente por **Ana Cristina Gonçalves dos Santos, Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social**, em 06/08/2024, às 18:24 (horário oficial de Brasília), com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Wellyngton Ferreira Gomes, Assistente em Ciência e Tecnologia**, em 06/08/2024, às 18:43 (horário oficial de Brasília), com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://sei.mcti.gov.br/verifica.html>, informando o código verificador **12126741** e o código CRC **52BFAF96**.

## **Anexo II - Apendice II.pdf**



MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO  
Esplanada dos Ministérios, bloco E, - Bairro Zona Cívico-Administrativa,  
CEP 70067-900, Brasília - DF - <http://www.gov.br/mcti>

## APÊNDICE

### II

## APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

### 1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

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

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

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

- em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
- conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- alinhamento justificado do texto;
- texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho 12 pontos, observados os subitens 1.2.1, 1.2.2 e 1.2.3;
- numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- sem identificação da licitante.

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

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

- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho de 08 a 12 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
  - c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite máximo previsto no subitem 1.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;
  - c2) impressas na orientação paisagem.

1.2.3 Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas integrantes do subquesito 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 subquesito poderão ser impressas na orientação paisagem.

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

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

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

1.2.7 Os textos, gráficos, quadros, tabelas e planilhas integrantes do Plano de Implementação estão limitados, no conjunto, a **15 (quinze) páginas**, cabendo às licitantes atentar.

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

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

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

- a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação institucional identificadas;
- c) compreensão da relação do MCTI com seus diferentes públicos;
- d) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.3.3.3 Os exemplos de ações e/ou materiais de comunicação institucional de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 estão limitados a **10 (dez)**, independentemente do seu tipo ou de sua característica e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) roteiro, leiaute ou *storyboard* impressos, para qualquer meio;
- b) 'monstro' ou leiaute eletrônico, para o meio rádio;
- c) *storyboard* animado ou *animatic*, para os meios TV, cinema e internet;
- d) 'boneca' ou leiaute montado dos materiais de não mídia.

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

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

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

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

1.3.3.7.1 Nessa mídia de apresentação (*pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

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

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

1.3.3.10 Para fins de cômputo das ações e/ou materiais de comunicação institucional que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de **10 (dez)**, devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as variações de abordagem dos textos produzidos serão consideradas como novos exemplos;
- b) cada mapa de influenciadores relacionado aos diferentes aspectos do *Briefing* será considerado 01 (um) novo exemplo;
- c) um *media training* estruturado em módulos distintos para diferentes públicos será considerado 01 (um) exemplo;
- d) um vídeo *release* (ou um *podcast*) e a página na internet onde ficará hospedado serão considerados 02 (dois) exemplos;
- e) um manual distribuído em um treinamento serão considerados 02 (dois) exemplos.

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

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

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

- a) na verba referencial para investimento, estabelecida no *Briefing* do Apêndice II-A;
- b) nos valores cheios dos preços unitários previstos na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais do Apêndice I;

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

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

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

- I - ter a identificação da licitante;
- II - ser datado;
- III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

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

1.5.2 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar atestados de prestação de serviços de até 5 (cinco) clientes nacionais e/ou regionais que preencham os requisitos a seguir:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, será efetuada por atestado de prestação de serviços emitido pelo cliente, em documento original, informando ser ou ter sido cliente da licitante para os quais desenvolveu soluções de comunicação institucional, com a especificação do início de atendimento e do objeto do contrato ou do serviço prestado a cada um deles por, no mínimo, 12 (doze) meses de forma ininterrupta. Considerará como clientes nacionais aqueles que estejam em funcionamento em diferentes regiões do país, sendo no mínimo 15 (quinze) Estados. Considerará como clientes regionais aqueles que estejam em funcionamento em, no mínimo, 1 (um) Estado ou região metropolitana, que podem envolver mesorregiões ou microrregiões, conforme definido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.6.2.2 Os Relatos de Soluções de Comunicação institucional, de que trata o subitem 1.6.2 devem ter sido implementados nos últimos **02 (dois) anos**, anteriores à data de publicação deste Edital.

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



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

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

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

## **2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

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

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

### **2.2.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação institucional**

#### **2.2.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico**

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

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

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

#### **2.2.1.2 Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação institucional**

a) a adequação das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes do MCTI às suas atividades, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

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

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

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

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

#### **2.2.1.3 Subquesito 3 – Solução de Comunicação institucional**

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

b) a pertinência das ações e/ou materiais propostos com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*;

c) a adequação das ações e/ou materiais propostos ao perfil dos respectivos públicos e sua compatibilidade com os recursos próprios de comunicação do CONTRATANTE;

d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que as ações e/ou materiais comportam;

- e) a funcionalidade das ações e/ou materiais propostos;
- f) a exequibilidade das ações e/ou materiais propostos, com base no investimento disponível.

2.2.1.4      Subquesto 4 – Plano de Implementação

- a) a adequação do cronograma de produção, implementação, manutenção e conclusão das ações e/ou materiais de comunicação institucional, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no *Briefing*;
- b) o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no *Briefing*, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta.

2.2.2      Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

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

2.2.3      Quesito 4 – Relatos de Soluções de Comunicação institucional

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

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

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

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

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação institucional		75,00
SUBQUESTOS	I. Raciocínio Básico	5,00
	II. Estratégia de Comunicação institucional	25,00
	III. Solução de Comunicação institucional	30,00
	IV. Plano de Implementação	15,00

2. Capacidade de Atendimento - no máximo 5 clientes	<b>10,00</b>
- Relação dos principais clientes	Presença de clientes integrantes do Poder Executivo Federal – 1,0
	Clientes com atuação regional e nacional – 2,0
	Apenas clientes com atuação regional – 1,0
- Quantificação e qualificação dos profissionais	<b>10 ou mais</b> profissionais com experiência superior de 10 anos – 2,5
	<b>De 06 a 09</b> profissionais com experiência superior de 10 anos – 2,0
	<b>De 03 a 05</b> profissionais com experiência superior a 10 anos – 1,5
	<b>Até 02</b> profissionais com experiência superior a 10 anos – 1,0
- Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante	Atende – 2,5
	Atende parcialmente – 1,5
	Não atende – 0
- Sistemática operacional de atendimento	Atende – 2,0
	Atende parcialmente – 1,0
	Não atende – 0
3. Relatos de Soluções Pretéritas em Comunicação	<b>15</b>
<b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>	<b>100%</b>

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

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

2.3.4 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da

pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos no Edital.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



Documento assinado eletronicamente por **Ana Cristina Gonçalves dos Santos, Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social**, em 06/08/2024, às 18:24 (horário oficial de Brasília), com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Wellyngton Ferreira Gomes, Assistente em Ciência e Tecnologia**, em 06/08/2024, às 18:43 (horário oficial de Brasília), com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://sei.mcti.gov.br/verifica.html>, informando o código verificador **12126744** e o código CRC **BA7188F7**.

**Anexo III - Apendice III.pdf**



MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO  
Esplanada dos Ministérios, bloco E, - Bairro Zona Cívico-Administrativa,  
CEP 70067-900, Brasília - DF - <http://www.gov.br/mcti>

## APÊNDICE

### III

#### APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

##### 1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA

1.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta:

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 deverá ser elaborada conforme o modelo do Apêndice III-A, e será constituída de:

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

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

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

1.3 Os percentuais de desconto 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 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 1.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas, a Comissão Especial de Licitação realizará com ela diligência nos termos do §2º do art.90 da Lei nº 14.133/2021, como forma de prorrogar o referido prazo.

1.4.1.1 A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Proposta 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

2.1 As Propostas 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 das licitantes desclassificadas ficarão sob a guarda da Comissão Especial de Licitação.

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

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

2.5 Será considerada a Proposta a que apresentar:

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

2.6 Caso a mesma proposta não apresente as condições estabelecidas no subitem 2.5, será considerada a Proposta 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 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.



Documento assinado eletronicamente por **Ana Cristina Gonçalves dos Santos, Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social**, em 06/08/2024, às 18:25 (horário oficial de Brasília), com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Wellyngton Ferreira Gomes, Assistente em Ciência e Tecnologia**, em 06/08/2024, às 18:44 (horário oficial de Brasília), com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://sei.mcti.gov.br/verifica.html>, informando o código verificador **12126748** e o código CRC **C06C6D33**.

## **Anexo IV - Apendice III\_A.pdf**





MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO  
Esplanada dos Ministérios, bloco E, - Bairro Zona Cívico-Administrativa,  
CEP 70067-900, Brasília - DF - <http://www.gov.br/mcti>

## APÊNDICE

### III-A

#### MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À

Comissão Especial de Licitação

**Concorrência nº XX / ano – MCTI**

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

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

2. Declaramos ainda que:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

g) esta Proposta 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>



Documento assinado eletronicamente por **Ana Cristina Gonçalves dos Santos, Chefe da Assessoria Especial de Comunicação Social**, em 06/08/2024, às 18:25 (horário oficial de Brasília), com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Wellyngton Ferreira Gomes, Assistente em Ciência e Tecnologia**, em 06/08/2024, às 18:45 (horário oficial de Brasília), com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://sei.mcti.gov.br/verifica.html>, informando o código verificador **12126753** e o código CRC **2A2E75A0**.