SUBSECRETARIA DE ASSUNTOS ADMINISTRATIVOS

Estudo Técnico Preliminar 93/2026

1. Informações Básicas

Número do processo: 25000.061969/2026-25

2. Descrição da necessidade

2.1. O Ministério da Saúde, no exercício de suas competências institucionais e de seu dever de promover o acesso da sociedade às informações de interesse público, identificou a necessidade de contratação de serviços especializados de comunicação institucional. A atuação do Ministério da Saúde possui abrangência nacional e envolve o relacionamento com públicos diversos, entre os quais cidadãos, usuários do Sistema Único de Saúde – SUS, gestores estaduais e municipais, profissionais e trabalhadores da saúde, entidades e instituições do setor, veículos de comunicação, jornalistas, formadores de opinião e demais públicos de interesse. Nesse contexto, faz-se necessária a contratação de empresa especializada para apoiar a disseminação de informações de forma ágil, técnica, clara e acessível, bem como o relacionamento da Assessoria de Comunicação Social do Ministério da Saúde – ASCOM/MS com a imprensa e com os distintos públicos de interesse.
2.2. A contratação visa atender às atuais demandas do Ministério da Saúde em comunicação institucional, especialmente aquelas relacionadas ao planejamento e à execução de estratégias de comunicação, ao relacionamento com a imprensa, ao acompanhamento da presença do órgão e de seus porta-vozes nas diversas plataformas midiáticas e ao monitoramento de temas de interesse da saúde pública. Visa, ainda, identificar e antecipar fatos, acontecimentos e situações com potencial de gerar repercussão pública ou demanda por informação, permitindo atuação tempestiva e qualificada da ASCOM/MS. A contratação contribuirá para ampliar o acesso da sociedade às informações sobre políticas, programas, ações e serviços de saúde, fortalecer a comunicação institucional do Ministério e apoiar sua atuação em situações que demandem resposta rápida, inclusive emergências em saúde pública e crises de comunicação.
2.3. Considerando a amplitude das competências institucionais do Ministério da Saúde e sua atuação na formulação, coordenação e implementação das políticas públicas de saúde no âmbito federal, bem como na articulação com os demais entes federativos e atores que integram o Sistema Único de Saúde – SUS, suas ações alcançam diretamente a população em todo o território nacional. Nesse contexto, a comunicação institucional constitui instrumento estratégico para assegurar o acesso da sociedade a informações claras, tempestivas e qualificadas sobre políticas, programas, ações e serviços de saúde, bem como sobre orientações de interesse público relacionadas à promoção, à proteção e à recuperação da saúde.
2.4. A divulgação de políticas, programas, ações e serviços de saúde requer comunicação institucional objetiva, clara, acessível e tempestiva, com atuação em diferentes plataformas e canais, de modo a viabilizar o diálogo permanente com a população e com os diversos públicos de interesse. A natureza sensível e dinâmica dos temas relacionados à saúde pública, aliada à necessidade de traduzir informações técnicas e científicas complexas em conteúdos compreensíveis aos diferentes públicos, exige apoio especializado em comunicação institucional, compatível com a abrangência e a relevância das atribuições do Ministério da Saúde.
2.5. Para o atendimento às demandas de comunicação institucional do Ministério da Saúde, é necessária uma estrutura organizada e tecnicamente qualificada que contemple atividades de planejamento estratégico de comunicação, gerenciamento e atendimento à imprensa, análise e monitoramento de mídia, produção de conteúdo e prevenção e gerenciamento de crises de comunicação. A necessidade decorre da amplitude e da diversidade das políticas públicas de saúde, da abrangência nacional da atuação do Ministério e da dinâmica do ambiente informacional contemporâneo, caracterizado pela rápida circulação de informações em diferentes plataformas e canais, inclusive em situações de emergência em saúde pública, crises sanitárias e disseminação de informações falsas ou imprecisas.
2.6. Cumpre esclarecer que o Ministério da Saúde não dispõe, em seu quadro de pessoal, de recursos humanos suficientes para atender, com a capacidade operacional, a especialização técnica e a escala necessárias, ao conjunto de serviços abrangidos pela presente contratação, especialmente diante da abrangência nacional da atuação do órgão e do volume e da diversidade das demandas de comunicação institucional. Nesse contexto, mostra-se necessário o apoio especializado mediante execução indireta dos serviços, observada a legislação e a regulamentação aplicáveis à contratação de serviços pela Administração Pública Federal.
2.7. A adequada divulgação das políticas públicas de saúde exige o emprego de técnicas e estratégias especializadas de comunicação, capazes de assegurar que informações de interesse público sejam disponibilizadas à sociedade de forma clara, acessível, tempestiva e adequada aos diferentes públicos e canais. Para tanto, a ASCOM/MS necessita dispor de suporte técnico especializado que amplie sua capacidade de planejamento e execução das ações de comunicação institucional, contribuindo para que a população tenha acesso qualificado às informações relacionadas às políticas, aos programas, às ações e aos serviços de saúde, o que reforça a necessidade da contratação dos serviços objeto deste Estudo Técnico Preliminar.
2.8. As novas mídias propõem um modelo de comunicação institucional que vai além da produção de conteúdo e atendimento a demandas direcionadas de profissionais de imprensa. Mais dinâmico e direto, esse modelo permite o diálogo com os públicos, exigindo que a Administração Pública esteja sempre atenta e à disposição para esclarecer, divulgar e dar visibilidade às ações institucionais. Nesse sentido, a comunicação necessita adaptar-se a essas mídias em sua linguagem, dinâmica e formatos para agregar

maior credibilidade e tempestividade às ações de divulgação.
2.9. Essa comunicação, eficiente e integrada, para construção da imagem do órgão, deve ser disseminada e ratificada diariamente, a fim de firmar com a sociedade o compromisso, a missão e os valores da instituição.
2.10. Os serviços prestados de forma contínua são aqueles que, pela sua essencialidade, visam atender à necessidade pública de forma permanente e contínua, por mais de um exercício financeiro, assegurando a integridade do patrimônio público ou o funcionamento das atividades finalísticas do órgão, de modo que sua interrupção possa comprometer a prestação de um serviço público ou o cumprimento da missão institucional.
2.11. A natureza da prestação dos serviços se caracteriza como continuada, pois é imprescindível nos esforços de transparência, prestação de contas e compartilhamento de informações junto à sociedade, em aplicação plena do princípio constitucional da publicidade dos atos administrativos, inscrito no caput do artigo 37 da Constituição da República Federativa do Brasil de 1988.
2.12. Ressalta-se, dessa forma, a importância da caracterização dos serviços a serem contratados como de natureza continuada, visto que a sua interrupção poderá trazer prejuízo à Administração no que tange ao cumprimento do objetivo institucional de promover a divulgação de informações relevantes e de interesse público relacionado à sua atuação, de forma clara e objetiva.
2.13. A descontinuidade da prestação do serviço incorrerá na perda da capacidade especializada de condução sistêmica da comunicação institucional, com redução de valor agregado das informações e danos à imagem da instituição.
2.14. Assim, a interrupção do objeto da contratação em tela pode comprometer a continuidade das atividades da Administração. Por tal razão, sua contratação pode estender-se por mais de um exercício financeiro, visto que sua manutenção contínua é imprescindível para o funcionamento das rotinas de comunicação institucional do órgão.
2.15. O contrato a ser firmado terá vigência de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado sucessivamente, respeitada a vigência máxima decenal, desde que cumpridas todas as exigências legais, consoante artigos 106 e 107 da Lei 14.133, de 1º de abril de 2021, mediante a celebração do competente Termo Aditivo. Considerar-se-á a vantajosidade econômica na contratação plurianual. Deverá ser observada, no início de cada exercício, a existência de créditos orçamentários vinculados à contratação e a vantagem em sua manutenção. A CONTRATANTE terá a opção de extinguir o contrato, sem ônus, quando não dispuser de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem.
2.16. A vigência do contrato terá início na data de sua assinatura e poderá ser prorrogada sucessivamente, respeitada a vigência máxima decenal, desde que haja previsão em edital e que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes, na forma da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021.
2.17. De acordo com entendimento do Tribunal de Contas da União – TCU, Acórdão nº 132/2008– Segunda Câmara, "*o que caracteriza o caráter con nuo de um determinado serviço é sua essencialidade para assegurar a integridade do patrimônio público de forma rotineira e permanente ou para manter o funcionamento das atividades finalístcas do ente administrativo, de modo que sua interrupção possa comprometer a prestação de um serviço público ou o cumprimento da missão institucional*". Por fim, o presente processo visa atender integralmente às legislações vigentes acerca dos assuntos e as disposições da Constituição da República Federativa do Brasil, garantindo uma gestão calcada nos princípios da eficiência, eficácia, efetividade e economicidade, com vistas a promover a melhoria contínua da gestão pública de seus atos administrativos. A possibilidade de a Administração Pública contratar serviços mediante execução indireta está elencado no Decreto Lei n° 200/1967. Tal Decreto, em seu art. 10, § 7º afirma que:
"(...) para melhor desincumbir-se das tarefas de planejamento, coordenação, supervisão e controle e com o objetivo de impedir o crescimento desmesurado da máquina administrativa, a Administração procurará desobrigar-se da realização material de tarefas executivas, recorrendo, sempre que possível, à execução indireta, mediante contrato, desde que exista, na área, iniciativa privada suficientemente desenvolvida e capacitada a desempenhar os encargos de execução".
2.18. Esta contratação substituirá um contrato vigente neste Ministério, o qual não atende integralmente às atuais necessidades da pasta em comunicação institucional. A presente contratação foi estruturada para atender às necessidades atuais da comunicação institucional do Ministério da Saúde, considerando a evolução das demandas e a reestruturação organizacional da CONTRATANTE.

3. Área requisitante

Área Requisitante	Responsável
Assessoria Especial de Comunicação Social - Ascom/GM	Helmarques Ferreira dos Santos

4. Descrição dos Requisitos da Contratação

4.1. Os requisitos da contratação abrangem o seguinte:
4.1.1. A CONTRATADA deverá responsabilizar-se pela execução da prestação de serviços auxiliares, acessórios e instrumentais às atividades de comunicação institucional, envolvendo os serviços de gerenciamento e atendimento (assessoramento direto, atendimento à imprensa, elaboração de perfis de profissionais e veículos, mailing, media training, workshops, atividades de imprensa, relações públicas e lives para jornalistas); planejamento (diagnóstico, planejamento estratégico, plano de comunicação, benchmarking); análise e monitoramento de mídia (análise de mídia, mapa de temas sensíveis e influenciadores, clippings, auditorias de imagem e avaliação de percepção); produção de conteúdo (projeto editorial, pautas, textos, coletivas de imprensa, cobertura fotográfica, reportagem em vídeo, captação e edição de vídeo ou de áudio, legendagem, interpretação e tradução, audiodescrição, podcast, design, apresentação, diagramação, animação e banco de mídias) e gerenciamento de crise (fluxograma, mapeamento e manual).
4.1.2. Os serviços objeto desta contratação serão realizados na forma de execução indireta, sob regime de empreitada por preço unitário,

ou seja, quando se contrata a execução de serviço por preço certo de unidades determinadas, conforme inc. XXVIII do art. 6º da Nova Lei de Licitações e Contratos nº 14.133/2021. Tal regime de execução se dá pela impossibilidade de prever com exatidão os aspectos quantitativos do objeto a ser executado. Sendo assim, os quantitativos estabelecidos nos documentos que irão compor o instrumento convocatório são meramente estimativos, devendo ser executados à medida da necessidade e conveniência do Ministério da Saúde, respeitado o valor contratual fixado.
4.1.3. Para atuação nessa área é fundamental que a CONTRATADA seja uma empresa especializada em comunicação institucional, estabelecida no país, em situação trabalhista e tributária regular, com conhecimento e experiência na integração dos instrumentos de diagnóstico, mapeamento, planejamento, gestão estratégica, monitoramento, avaliação e gerenciamento de crises, desenvolvimento de ferramentas com base em tecnologias modernas, assessoria de imprensa, relações públicas, media training e auditoria de imagem, em especial, experiência na definição e condução de estratégias de comunicação para políticas públicas e imagem institucional para o setor público.
4.1.4. A CONTRATADA deve dispor de equipe profissional experiente de jornalistas, profissionais de relações públicas e especialistas em pesquisa, marketing, planejamento e especialistas em áudio e vídeo, preparada para o atendimento das necessidades da CONTRATANTE. A prestação de serviços de comunicação institucional consiste em:

- a) gerenciamento e atendimento;
- b) planejamento;
- c) análise e monitoramento de mídia;
- d) produção de conteúdo; e
- e) prevenção e gerenciamento de crises.

4.1.5. A empresa CONTRATADA deverá atuar de forma proativa, com planejamento claro e conciso, elaborando ações de comunicação que promovam a adequada divulgação das ações, programas e políticas públicas do Ministério da Saúde junto à sociedade e aos meios de comunicação, bem como atendam de maneira firme e positiva às demandas que este venha a propor, concorrendo para viabilizar ações de comunicação estrategicamente estruturadas de modo a permitir a obtenção dos resultados definidos.
4.1.6. A complexidade do serviço a ser prestado, bem como a necessidade de expertise e capacidade técnica na sua execução requer a coordenação de ferramentas de comunicação, sempre de modo pronto e tempestivo, fazendo-se necessária a contratação de empresa especializada para dar suporte à ASCOM/MS nesta tarefa, possibilitando o atendimento das necessidades comunicacionais do órgão.
4.1.7. Conforme disposto na Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 12 de novembro de 2025, com as alterações promovidas pela Instrução Normativa SECOM/PR nº 11, de 4 de março de 2026, a comunicação institucional compreende ações de comunicação que reúnem estratégias organizacionais destinadas a promover e reforçar a comunicação dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal com seus públicos de interesse, por meio da interação com profissionais da imprensa, em atuação democrática, diversificada e transparente.
4.1.8. Assim sendo, os serviços de comunicação institucional compreendem a prospecção, o planejamento, a implementação, a manutenção e o monitoramento de soluções de comunicação que visam apoiar o órgão no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação junto a públicos de interesse para difusão de ideias e princípios, posicionamento da instituição e de seus programas, disseminação de iniciativas e políticas públicas, ou orientação e esclarecimento da sociedade.
4.1.9. Já as ações de relações públicas podem ser caracterizadas como um esforço de comunicação planejado, coeso e contínuo. Tem por objetivo estabelecer adequada percepção da atuação e dos objetivos institucionais a partir do estímulo à compreensão mútua e da manutenção de padrões de relacionamento e fluxos de informação.
4.1.10. A licitante vencedora terá o prazo de 5 (cinco) dias úteis, contados a partir da convocação, para assinar o instrumento de contrato.
4.1.11. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo da CONTRATANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pela licitante vencedora.
4.1.12. Se a licitante vencedora não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, a CONTRATANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar o procedimento licitatório.
4.1.13. Antes da celebração do contrato, a CONTRATANTE efetuará consulta ao Cadastro Informativo de Créditos não Quitados do Setor Público Federal (Cadin), conforme disposto no inciso III do art. 6º da Lei nº 10.522, de 19 de julho de 2002, ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União (CGU), e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011 - Plenário, do Tribunal de Contas da União.
4.1.14. O prazo de vigência do contrato será de 12 (doze) meses, podendo ser prorrogado sucessivamente, respeitada a vigência máxima decenal, desde que cumpridas todas as exigências legais, consoante os arts 106 e 107, da Lei 14.133, de 1º de abril de 2021, mediante a celebração do competente Termo Aditivo.
4.1.15. Não é admitida a subcontratação do objeto contratual.
4.1.16. Será exigida a garantia da contratação de que tratam os arts. 96 e seguintes da Lei nº 14.133/2021, no percentual de 5% (cinco por cento) do valor inicial do contrato, observadas as condições estabelecidas no instrumento contratual.
4.1.17. Em caso de opção pelo seguro-garantia, a parte adjudicatária terá prazo de 1 (um) mês, contado da data de homologação da licitação, para sua apresentação, que deve ocorrer antes da assinatura do contrato.
4.1.18. A garantia, nas modalidades caução e fiança bancária, deverá ser prestada em até 10 (dez) dias úteis após a assinatura do contrato.
4.1.19. Quanto à transferência de conhecimento, tecnologia e técnicas empregados, a CONTRATADA deverá atender aos seguintes critérios:
4.1.19.1. A execução dos serviços de comunicação institucional, por definição, leva ao acúmulo de informações, por parte da CONTRATADA, a respeito das rotinas de produção de informações, de relacionamento com a imprensa e com os públicos de interesse e das questões ligadas à comunicação interna.

4.1.19.2. Além disso, toda a massa de informação produzida, seja na forma de texto ou de conteúdos audiovisuais constituem arquivo de dados estratégicos que devem ser classificados e organizados para manejo posterior.
4.1.19.3. Essas informações são essenciais para assegurar a continuidade das atividades de comunicação institucional e o adequado cumprimento das atribuições e competências da Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério da Saúde – ASCOM/MS. Por esse motivo, o contrato a ser celebrado deverá prever protocolo de transição ao término da contratação, de forma a assegurar a adequada transferência das informações, conhecimentos e acervos produzidos ou organizados durante a execução contratual, mediante a apresentação de relatório contendo, entre outros aspectos, as práticas e os procedimentos adotados pela CONTRATADA quanto a:

- a) atendimento e relacionamento com a imprensa;
- b) produção e gestão de conteúdo;
- c) mapeamento de públicos de interesse e influenciadores digitais; e
- d) organização e disponibilização do acervo de releases, fotografias, vídeos, podcasts, infográficos e demais conteúdos produzidos no âmbito da execução contratual.

Participação de Microempresas, Empresas de Pequeno Porte e Sociedades Cooperativas

4.1.20. Será admitida a participação de microempresas e empresas de pequeno porte, observadas as disposições da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006, e da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, inclusive quanto ao tratamento favorecido e diferenciado aplicável, quando cabível.
4.1.21. Não será admitida a participação de sociedades cooperativas na presente contratação.
4.1.21.1. A vedação à participação de sociedades cooperativas fundamenta-se nas características do objeto e na necessidade de execução integrada, coordenada e continuada dos serviços de comunicação institucional, que envolvem atividades de planejamento estratégico, coordenação, atendimento, gestão, produção de conteúdo, análise e monitoramento, avaliação e gerenciamento de crises, demandando unidade de coordenação, estrutura organizacional e responsabilidade integral pela execução do objeto por uma única pessoa jurídica. A restrição decorre, portanto, das características e da forma de execução do objeto, e não da mera forma jurídica da licitante.

Participação de Consórcio

4.2. Seguindo a mesma linha das contratações vigentes e anteriores, a presente contratação não deve permitir a participação de consórcios.
4.3. Conforme entendimento dos Acórdãos de nº 1.636/2006-P e 566/2006-Plenário – TCU, Acórdão nº 2869/2012-Plenário (Item 1.7.1), a aceitação de consórcios na disputa licitatória situa-se no âmbito do poder discricionário da administração CONTRATANTE, conforme art. 15, caput, da Lei nº 14.133/2021, requerendo-se, porém, que sua opção seja sempre previamente justificada no respectivo processo administrativo.
4.4. No que se refere à presente contratação de serviços de comunicação institucional, entende-se que a participação de empresas reunidas em consórcio não se mostra necessária ou adequada às características do objeto. Embora os serviços possuam natureza predominantemente intelectual e demandem elevada capacidade técnica e especialização, verifica-se a existência, no mercado, de empresas do segmento de comunicação com capacidade técnica e operacional para executar individualmente a integralidade do objeto. Dessa forma, a vedação à participação de empresas reunidas em consórcio mostra-se adequada, não representando, diante das características do mercado fornecedor, restrição injustificada à competitividade do certame.
4.5. A prestação dos serviços ora em estudo deverá ser realizada na forma de execução indireta, sob regime de empreitada por preço unitário, ou seja, quando se contrata a execução de serviço por preço certo de unidades determinadas, conforme art. 6º, inc. XXVIII, da Lei nº 14.133/2021.
4.6. Considerando que os serviços serão executados sob demanda, os quantitativos estabelecidos no catálogo de produtos e serviços que integrará o Termo de Referência possuem caráter estimativo, tendo sido dimensionados com base nas necessidades identificadas pela Administração para a execução contratual. Durante a vigência do contrato, a efetiva utilização dos produtos e serviços poderá variar em função das demandas de comunicação institucional do Ministério da Saúde, inclusive em decorrência de situações supervenientes ou não previstas no planejamento inicial, tais como emergências em saúde pública, crises sanitárias e outras circunstâncias que exijam atuação tempestiva da comunicação institucional, observados os limites contratuais e as disposições legais aplicáveis.

Da Modalidade de Licitação e do Critério de Julgamento

4.7. Considerando as características e a natureza dos serviços que integram o objeto da presente contratação, será adotada a modalidade Concorrência, nos termos da Lei nº 14.133/2021 e da regulamentação específica aplicável à contratação de serviços de comunicação institucional no âmbito do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal – SICOM.
4.8. A contratação pretendida possui como objeto a prestação de serviços especializados de comunicação institucional, compreendendo atividades de natureza predominantemente intelectual, que demandam capacidade técnica, conhecimento especializado, planejamento, análise, desenvolvimento de estratégias e produção de soluções de comunicação adequadas às necessidades institucionais do Ministério da Saúde.
4.9. Nesse contexto, a escolha da modalidade Concorrência e do critério de julgamento por melhor técnica mostra-se adequada às características do objeto e encontra respaldo na Lei nº 14.133/2021 e na Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 2025, com as alterações promovidas pela Instrução Normativa SECOM/PR nº 11, de 2026, que disciplinam a contratação de serviços de comunicação institucional no âmbito do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal – SICOM.
4.10. A adoção do critério de julgamento por melhor técnica justifica-se, especialmente, pela natureza e pela complexidade das atividades a serem desempenhadas. Os serviços de comunicação institucional não se caracterizam pela simples execução padronizada de tarefas, mas pela necessidade de formulação de estratégias e soluções de comunicação capazes de atender a diferentes políticas, programas,

serviços e iniciativas desenvolvidos pelo Ministério da Saúde.
4.11. A atuação do Ministério possui abrangência nacional e alcança públicos diversos, inseridos em realidades regionais, sociais, econômicas e culturais distintas. A comunicação institucional na área da saúde envolve, ainda, temas de elevada relevância e sensibilidade social, exigindo capacidade de traduzir informações técnicas e científicas complexas em conteúdos claros, acessíveis e adequados aos diferentes públicos, de forma a contribuir para o acesso da população às políticas públicas, aos programas e aos serviços disponibilizados pelo Sistema Único de Saúde – SUS.
4.12. Além disso, o ambiente de comunicação em saúde demanda capacidade permanente de planejamento e resposta diante de situações que podem sofrer rápidas alterações, incluindo emergências em saúde pública, crises sanitárias, circulação de informações falsas ou imprecisas e outros cenários que exijam atuação tempestiva e tecnicamente qualificada.
4.13. Tais características tornam a qualidade técnica das soluções propostas elemento determinante para o alcance dos resultados pretendidos pela Administração. Nesse cenário, a seleção baseada exclusivamente ou predominantemente em critérios econômicos não se mostra suficiente para identificar a proposta mais vantajosa, uma vez que eventuais diferenças na capacidade de planejamento, análise, estratégia, criatividade, metodologia e qualificação técnica podem produzir impactos substanciais na efetividade dos serviços prestados.
4.14. Por essa razão, entende-se pertinente a adoção do critério de julgamento por melhor técnica, permitindo que a Administração selecione a licitante que apresente a proposta técnica mais adequada e qualificada para o desenvolvimento de soluções de comunicação compatíveis com a dimensão, a complexidade e a diversidade das necessidades institucionais do Ministério da Saúde.
4.15. A escolha mostra-se, portanto, alinhada ao interesse público, na medida em que privilegia a qualidade técnica como elemento central da seleção, buscando assegurar que a futura contratada demonstre capacidade efetiva para compreender os desafios de comunicação do Ministério da Saúde e propor soluções adequadas à disseminação de informações de interesse público em âmbito nacional.
4.16. Para fins de julgamento das propostas técnicas, serão considerados, de forma objetiva, os atributos estabelecidos no instrumento convocatório, especialmente aqueles relacionados à capacidade de compreensão dos desafios de comunicação do Ministério da Saúde, à estratégia de comunicação proposta, à adequação e consistência das soluções apresentadas, à capacidade de planejamento e execução e à demonstração de conhecimento sobre as características e necessidades de comunicação institucional do órgão.
4.17. Os critérios de pontuação serão estruturados de modo a estabelecer relação direta entre os atributos técnicos avaliados e os resultados pretendidos pela contratação, permitindo aferir a capacidade da licitante de apresentar soluções tecnicamente adequadas, integradas, exequíveis e alinhadas às necessidades de comunicação institucional do Ministério da Saúde.
4.18. Nos termos do art. 35 da Lei nº 14.133/2021, o julgamento por melhor técnica considerará, para fins de classificação das propostas, exclusivamente os aspectos técnicos estabelecidos no instrumento convocatório. Considerando o critério de julgamento adotado, não haverá disputa de preços entre as licitantes, sendo os preços unitários dos produtos e serviços previamente definidos pela Administração e prefixados no instrumento convocatório, com base na pesquisa de preços realizada, observadas as disposições da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 2025, com as alterações promovidas pela Instrução Normativa SECOM/PR nº 11, de 2026.
4.19. A inexistência de disputa de preços não afasta o dever da Administração de assegurar a economicidade da contratação, que será observada mediante a adequada estimativa dos quantitativos, a realização de pesquisa de preços e a definição prévia dos preços unitários a serem utilizados na remuneração dos produtos e serviços efetivamente demandados, autorizados e executados.
4.20. Registra-se, ainda, que a prestação dos serviços possui caráter abrangente e continuado, destinada a atender às necessidades de comunicação institucional do Ministério da Saúde, com ações de alcance regional e nacional, reforçando a necessidade de seleção de solução técnica compatível com a dimensão e a relevância das atividades desenvolvidas pelo órgão.
4.21. Diante do exposto, considerando a natureza predominantemente intelectual dos serviços, a complexidade técnica do objeto, a abrangência nacional da atuação do Ministério da Saúde e a relevância da qualidade das soluções de comunicação para a efetividade das políticas públicas de saúde, conclui-se pela adequação da modalidade Concorrência, com adoção do critério de julgamento por melhor técnica, em conformidade com a Lei nº 14.133/2021 e com a Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 2025, com as alterações promovidas pela Instrução Normativa SECOM/PR nº 11, de 2026.

Da Quantidade de Empresas a Serem Contratadas

4.22. A definição do quantitativo de empresas a serem contratadas considera as características específicas do objeto, a natureza integrada dos serviços de comunicação institucional e as necessidades operacionais do Ministério da Saúde, observados os parâmetros estabelecidos na legislação e na regulamentação aplicáveis às contratações de serviços de comunicação no âmbito do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal – SICOM.
4.23. A presente contratação contempla um conjunto de produtos e serviços especializados de comunicação institucional que, embora possuam características e entregas próprias, integram uma estratégia de comunicação articulada e são demandados de forma contínua e interdependente, com o objetivo comum de assegurar a adequada disseminação de informações de interesse público e o atendimento das necessidades institucionais do Ministério da Saúde.
4.24. A execução desses serviços exige permanente integração entre planejamento, produção de conteúdo, relacionamento com a imprensa, monitoramento, análise de informações, gestão de riscos e crises de comunicação e demais atividades previstas no escopo da contratação. As demandas surgem e evoluem de forma dinâmica, sendo frequente que uma mesma pauta, política pública, programa ou situação de interesse sanitário demande, simultaneamente ou em sequência, diferentes produtos e serviços abrangidos pelo contrato.
4.25. Nesse contexto, a distribuição da execução entre duas ou mais empresas poderia gerar fragmentação do fluxo de trabalho e das estratégias de comunicação, sobreposição ou dispersão de responsabilidades, necessidade de coordenação permanente entre diferentes contratadas e maior complexidade na distribuição e no acompanhamento das demandas cotidianas. Poderia, ainda, dificultar a manutenção da unidade de linguagem e de posicionamento institucional, bem como a identificação objetiva das responsabilidades pela execução e pelos resultados das ações desenvolvidas.
4.26. Essa característica assume especial relevância no âmbito do Ministério da Saúde, cuja comunicação institucional envolve temas de elevada sensibilidade e interesse público, com atuação de abrangência nacional e necessidade de respostas tempestivas diante de

situações como emergências em saúde pública, crises sanitárias e circulação de informações falsas ou imprecisas. Nesses cenários, a integração das atividades e a existência de fluxo operacional único contribuem para maior agilidade, coerência e segurança na execução das estratégias de comunicação.
4.27. A opção pela contratação de 1 (uma) empresa não decorre, portanto, da compreensão de que o objeto seja absolutamente indivisível, mas da avaliação técnica de que, diante das características da presente contratação e da dinâmica operacional da comunicação institucional do Ministério da Saúde, a execução integrada por uma única contratada mostra-se mais adequada para assegurar unidade estratégica, coordenação das atividades, eficiência na gestão das demandas e clara definição de responsabilidades.
4.28. Adicionalmente, considera-se que a capacidade de atendimento das demandas será objeto de avaliação no procedimento licitatório, mediante critérios técnicos compatíveis com a dimensão e a complexidade dos serviços pretendidos, de modo a assegurar que a empresa selecionada demonstre condições técnicas e operacionais suficientes para a adequada execução do objeto.
4.29. Para o julgamento das Propostas Técnicas, a Subcomissão Técnica observará os critérios objetivos de julgamento, os quesitos, subquesitos, atributos e respectivas pontuações estabelecidos no instrumento convocatório, elaborados em conformidade com a Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 12 de novembro de 2025, com as alterações promovidas pela Instrução Normativa SECOM/PR nº 11, de 4 de março de 2026, e adequados às características do objeto e às necessidades específicas de comunicação institucional do Ministério da Saúde.

Dos critérios objetivos de pontuação e julgamento

4.30. O Edital e o Termo de Referência estabelecerão critérios objetivos de pontuação e julgamento das propostas técnicas, de modo a assegurar tratamento isonômico entre os licitantes e a seleção da proposta mais vantajosa para o Ministério da Saúde, em observância aos princípios estabelecidos no art. 5º da Lei nº 14.133/2021 e à regulamentação específica aplicável à contratação de serviços de comunicação institucional.
4.31. Para o julgamento das Propostas Técnicas, a Subcomissão Técnica observará os critérios objetivos de pontuação e julgamento estabelecidos no Termo de Referência e no instrumento convocatório, elaborados de acordo com a Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 12 de novembro de 2025, com as alterações promovidas pela Instrução Normativa SECOM/PR nº 11, de 4 de março de 2026, e adequados às características do objeto e às necessidades específicas de comunicação institucional do Ministério da Saúde.

Da comissão de Julgamento

4.32. Os trabalhos relativos às diferentes etapas do procedimento licitatório serão conduzidos, no âmbito de suas respectivas competências, pela Comissão de Contratação e pela Subcomissão Técnica, observadas as disposições da Lei nº 14.133/2021, da Lei nº 12.232/2010 e da regulamentação específica aplicável:

> I – Comissão de Contratação: constituída e designada pelo Ministério da Saúde, responsável pela condução dos procedimentos licitatórios de sua competência, nos termos da Lei nº 14.133/2021; e
>
> II – Subcomissão Técnica: constituída especificamente para a análise e o julgamento das Propostas Técnicas, composta por profissionais que atendam aos requisitos de qualificação e demais condições estabelecidas na legislação e na regulamentação aplicáveis.

4.33. Os servidores ou empregados públicos indicados para composição da relação dos nomes habilitados ao sorteio deverão atender aos requisitos estabelecidos no art. 41 da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 12 de novembro de 2025, com as alterações promovidas pela Instrução Normativa SECOM/PR nº 11, de 4 de março de 2026, para integrar a Subcomissão Técnica.
4.33.1. A qualificação técnica dos integrantes da Subcomissão Técnica deverá ser comprovada na forma estabelecida no art. 41 da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 2025, observados os requisitos de formação ou experiência profissional previstos na regulamentação vigente.
4.33.2. Para fins de aferição da experiência profissional exigida para a composição da Subcomissão Técnica, será observado o período e o marco temporal estabelecidos na regulamentação vigente, considerando-se a data de publicação do edital no Diário Oficial da União, quando assim determinado pela norma aplicável.
4.33.3. Os servidores ou empregados públicos sorteados para integrar a Subcomissão Técnica deverão prestar compromisso formal, antes de sua nomeação, atestando o atendimento aos requisitos legais e regulamentares aplicáveis, devendo comunicar à Comissão de Contratação eventual situação superveniente que possa caracterizar impedimento ou conflito de interesses.
4.34. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, de caráter temporário, constituída especificamente para essa finalidade, cuja composição e atuação observarão os procedimentos e requisitos previstos na regulamentação aplicável.
4.35. Os servidores ou empregados públicos indicados para composição da relação dos nomes habilitados ao sorteio deverão cumprir os seguintes requisitos para integrar a Subcomissão Técnica, nos termos do art. 41 da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 12 de novembro de 2025, com as alterações promovidas pela Instrução Normativa SECOM/PR nº 11, de 2026:

- a) possuir qualificação técnica evidenciada pela formação em cursos superiores, em nível de graduação ou pós-graduação, das áreas de comunicação ou pela atuação em uma destas áreas;
- b) ser servidor ou empregado público;
- c) não possuir vínculo contratual ou funcional, direto ou indireto, com licitante ou com o respectivo sócio ou dirigente;
- d) não ser cônjuge ou companheiro de sócio ou dirigente de licitante, nem ter com eles vínculo de parentesco, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau; e
- e) não atuar e não ter atuado de forma relevante, em outras etapas, no âmbito do mesmo processo licitatório.

4.35.1. Na ausência da formação prevista na alínea "a" do item 4.33, o requisito de qualificação técnica poderá ser comprovado pelo exercício, nos últimos quatro anos, sendo pelo menos um ano de forma ininterrupta, de atividades de comunicação que envolvam conhecimento preponderante nas áreas relacionadas ao objeto da contratação.
4.35.2. O período de quatro anos, mencionado no subitem anterior, terá como marco de contagem retroativa a constituição efetiva da subcomissão técnica.
4.35.3. Os servidores ou empregados públicos sorteados para integrar a subcomissão técnica, prestarão compromisso formal, antes de sua nomeação, atestando que atendem a todos os requisitos previstos no item 4.33, devendo reportar à comissão de contratação eventual enquadramento superveniente.
4.36. Após a publicação do edital desta licitação, o Ministério da Saúde providenciará os nomes de servidores ou empregados públicos, que atendam aos requisitos dispostos no item 4.33, a fim de compor a relação de sorteio para Subcomissão Técnica.
4.36.1. Após o exame do atendimento dos requisitos exigidos no item 4.33, o Ministério da Saúde informará à SECOM a lista dos nomes para o sorteio, para a devida validação, antes de sua publicação no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) e no Diário Oficial da União (DOU).
4.37. A composição da subcomissão técnica obedecerá às seguintes disposições:

- a) será composta por membros titulares e membros suplentes, em igual número;
- b) será constituída por, pelo menos, três membros titulares escolhidos por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação prévia que terá, no mínimo, o triplo do número de integrantes da subcomissão, previamente cadastrados na forma do item 4.33;
- c) a relação prévia será publicada no PNCP e no DOU, facultando-se sua publicação na página institucional do Ministério da Saúde, com a antecedência mínima de 10 (dez) dias da sessão pública marcada para o sorteio;
- d) os membros suplentes serão escolhidos por sorteio, na mesma sessão pública de escolha dos titulares, entre os nomes remanescentes da relação prévia;
- e) a ordem de sorteio dos suplentes determinará a ordem para fins de convocação em casos de impedimento do titular;
- f) conforme previsão legal, é obrigatório que pelo menos um terço dos membros não possua vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o Ministério da Saúde, salvo se transcorrido um ano do seu desligamento; e
- g) serão indicados os nomes dos profissionais sem vínculo com o Ministério da Saúde que atendam aos requisitos estabelecidos no art. 41 da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 2025, com as alterações da Instrução Normativa SECOM/PR nº 11, de 2026, para compor a relação de candidatos da qual serão extraídos, por sorteio, os integrantes da Subcomissão Técnica.

4.38. A disponibilização dos dados dos agentes públicos obedecerá às diretrizes contidas na Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018.
4.39. A comissão de contratação se certificará do cumprimento dos requisitos para integrar a subcomissão técnica, reportando qualquer fato que possa implicar impedimento ou suspeição de membro.
4.40. O encargo de membro de subcomissão técnica não poderá ser recusado pelo servidor ou empregado público, salvo motivo plenamente justificável, a critério de autoridade do Ministério da Saúde responsável pela licitação.
4.41. Considera-se vínculo contratual ou funcional indireto, para fins do disposto na alínea "c" do item 4.33 e na alínea "f" do item 4.35, a vinculação com a atividade principal do Ministério da Saúde ou com a atividade que integra a cadeia produtiva do licitante.
4.42. Constituem obrigações dos membros da subcomissão técnica no exercício de suas atribuições:

- a) guardar sigilo sobre as informações relativas ao processo licitatório, até a sua
- divulgação ao público;
- b) não se valer de informações às quais tenham acesso em razão do exercício de suas
- atividades, de modo a obter, para si ou para outrem, vantagem de qualquer natureza;
- c) assinar termo de responsabilidade, que ficará nos autos do processo licitatório; e
- d) agir dentro dos limites de sua atuação, com observância, em especial, aos princípios
- da moralidade, da imparcialidade e da impessoalidade.

4.43. Os membros da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo.
4.44. A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas pelos licitantes para julgamento das suas Propostas Técnicas.
4.45. A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no Edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência do órgão CONTRATANTE ou de origem, nem da Comissão de Contratação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.
4.46. Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independente do cargo/função exercida no órgão CONTRATANTE ou de origem.
4.47. Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao respectivo julgamento deverão ser mantidas sob sigilo pelos integrantes da Subcomissão Técnica, não podendo ser divulgadas, interna ou externamente, antes da divulgação oficial do resultado do julgamento técnico pela Comissão de Contratação, observadas as disposições do Edital e da regulamentação aplicável.
4.48. Os membros da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do título I, capítulo I da Lei nº 14.133/2021, no que couber.
4.49. A condução dos demais procedimentos do certame, ressalvadas as atribuições específicas conferidas à Subcomissão Técnica quanto à análise e ao julgamento das Propostas Técnicas, competirá à Comissão de Contratação, nos termos da Lei nº 14.133/2021 e da regulamentação aplicável.

5. Levantamento de Mercado

5.1. O Decreto nº 6.555/2008 dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal e estabelece que o Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal (SICOM) é integrado pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, como órgão central, e pelas unidades administrativas dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal responsáveis pela gestão das ações de comunicação.
5.2. Em razão das características dos serviços pretendidos, estes são considerados de natureza predominantemente intelectual, intangível e indivisível, nos termos da regulamentação aplicável aos serviços de comunicação institucional no âmbito do SICOM, especialmente da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 2025, com as alterações promovidas pela Instrução Normativa SECOM/PR nº 11, de 2026. Assim, o presente estudo foi elaborado em conformidade com a legislação e a regulamentação atualmente vigentes.
5.3. Para subsidiar a definição da solução, dos produtos e serviços e dos critérios aplicáveis à presente contratação, a equipe de planejamento realizou levantamento de contratações de serviços de comunicação institucional e de objetos similares promovidas por órgãos e entidades da Administração Pública. Nesse levantamento, foram examinados instrumentos do Ministério da Educação, do Ministério das Comunicações, do Ministério da Agricultura e Pecuária, do Ministério do Turismo, das estruturas de comunicação do Governo do Distrito Federal, do Governo do Estado de São Paulo e do Governo do Estado do Rio de Janeiro, bem como edital de concorrência do SESI/SENAI. A análise comparativa desses instrumentos permitiu identificar práticas, modelos de contratação, produtos e serviços compatíveis com as características da solução pretendida, contribuindo para o dimensionamento e o aprimoramento do modelo de contratação proposto para atender às necessidades específicas de comunicação institucional do Ministério da Saúde.
5.4. Dessa forma, o levantamento realizado demonstra a existência de contratações de natureza semelhante no âmbito da Administração Pública e evidencia a disponibilidade, no mercado, de solução compatível com as necessidades identificadas pelo Ministério da Saúde. A solução proposta neste Estudo Técnico Preliminar encontra-se, portanto, alinhada às práticas identificadas no levantamento de mercado, observadas as especificidades das demandas de comunicação institucional deste Ministério e as diretrizes estabelecidas na legislação e na regulamentação aplicáveis.
5.5. O levantamento de mercado evidenciou a existência de empresas atuantes no segmento de comunicação institucional e aptas, em tese, à prestação dos serviços abrangidos pela presente contratação, demonstrando a existência de mercado fornecedor capaz de atender ao objeto pretendido. A efetiva capacidade técnica, operacional, jurídica, fiscal e econômico-financeira das empresas interessadas será aferida no procedimento licitatório, de acordo com os requisitos e critérios estabelecidos no instrumento convocatório e na legislação aplicável.

6. Descrição da solução como um todo

6.1. Dar-se-á a execução dos serviços nas dependências do Ministério da Saúde ou nas dependências da futura contratada e, eventualmente, fora das dependências de ambas. Neste sentido, os produtos e serviços que compõem o objeto da contratação foram definidos e especificados e receberam especificações diferenciadas, sendo observadas as suas características e os perfis técnicos necessários para atendimento das demandas deste Ministério.
6.2. As demandas serão atendidas por meio da combinação dos produtos e serviços mais adequados para apoiar o Ministério da Saúde na superação de seus desafios e no alcance dos seus objetivos de comunicação, abrangendo os:

- a) Produtos e Serviços: contemplam os produtos e serviços que compõem o objeto da contratação, previamente especificados e precificados pela CONTRATANTE, com os respectivos quantitativos estimados de execução, constantes do Catálogo de Produtos e Serviços e da Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários Máximos, os quais integram este documento e servirão de referência para a execução dos serviços.

6.3. Os produtos e serviços constantes do catálogo possuem natureza modular e poderão ser demandados individualmente ou em conjunto, conforme as necessidades identificadas pela CONTRATANTE em cada Ordem de Serviço.
6.4. Os Produtos e Serviços que compõem o objeto da contratação estão organizados no Catálogo de Produtos e Serviços e na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários Máximos, sendo agrupados de acordo com sua finalidade e afinidade, de forma a atender às necessidades da contratação, nas seguintes categorias:

1. planejamento estratégico de comunicação;
2. assessoria de comunicação;
3. análise e monitoramento de mídia;
4. produção de conteúdo;
5. design aplicado à produção de conteúdo para relações públicas;e
6. avaliação de percepção e imagem

6.4.1. Os Produtos e Serviços constantes do Catálogo de Produtos e Serviços e da Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários Máximos apresentam, para cada item, as seguintes informações:

- a) título;
- b) descritivo;
- c) entregáveis;

- d) aspectos a serem considerados na avaliação da atividade;
- e) características consideradas na classificação da complexidade;
- f) complexidade; e
- g) prazo de entrega.

6.4.1.1. As especificações dos Produtos e Serviços mencionadas no subitem 6.4.1 poderão ser detalhadas ou ajustadas quanto à forma de execução, desde que não alterem sua natureza, finalidade ou escopo, sempre que identificada a necessidade de maior alinhamento com as necessidades da execução contratual.
6.5. Sempre que necessário ao atendimento do interesse da CONTRATANTE, poderão ocorrer deslocamentos de profissionais a serviço. Nesses casos, a CONTRATADA providenciará os meios de transporte, hospedagem e alimentação dos profissionais designados, sendo reembolsada pela CONTRATANTE mediante prestação de contas.
6.5.1. Todo deslocamento vinculado às ações relacionadas à execução contratual deverá estar previsto na Ordem de Serviço e devidamente aprovado pelo gestor do contrato.
6.5.1.1. Para autorização das despesas, na Ordem de Serviço deverão constar as seguintes informações:

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

6.5.2. Para as passagens aéreas, fica definida a utilização de classe econômica para qualquer profissional nos trechos nacionais ou internacionais.
6.5.2.1. Nos deslocamentos excepcionais por intermédio de outros meios de transporte, que não o aéreo, a CONTRATANTE poderá aprovar a locomoção com base na apresentação, pela CONTRATADA, de orçamentos prévios e prestação de contas em regras similares às das passagens aéreas.
6.5.3. Para fins de planejamento e controle da despesa, o reembolso das despesas decorrentes de deslocamentos de profissionais a serviço ficará limitado a 15% (quinze por cento) do valor inicial atualizado do contrato, observadas a disponibilidade orçamentária, a necessidade efetiva dos deslocamentos e a autorização prévia da CONTRATANTE.
6.6. A execução de qualquer produto, serviço ou despesa que envolva o desembolso de recursos deverá ser prévia e expressamente autorizada pela CONTRATANTE.
6.7. **Qualificação técnica**
6.7.1. As exigências de qualificação técnica serão estabelecidas de forma objetiva e compatível com a natureza, a complexidade e as características dos serviços objeto da contratação, tendo por finalidade comprovar a aptidão da licitante para a adequada execução do objeto, sem vinculação ao valor global estimado da contratação e sem impor restrições desproporcionais à competitividade do certame.
6.7.2. Para fins de comprovação da capacidade técnico-operacional, será exigida a apresentação de declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que comprovem a execução de produtos e serviços compatíveis com o objeto da contratação, nos termos do Catálogo de Produtos e Serviços constante do item 15 – Anexo III do Termo de Referência.
6.7.3. Para cumprimento da exigência, a licitante deverá comprovar experiência na execução de, no mínimo, 50 % (cinquenta por cento) dos Produtos e Serviços Essenciais de maior relevância para a contratação, dentre aqueles relacionados nos itens 1.1; 1.3; 2.1; 2.2; 2.8; 2.12; 2.14; 3.1; 3.2; 3.3; 3.4; 3.5; 4.1; 4.4; 4.6; 4.7; 4.8; 4.9; 4.10; 5.1; 5.2; 5.3; 5.4; 5.5; 6.2 e 6.4 do Catálogo de Produtos e Serviços.
6.7.4. A exigência de experiência será limitada aos produtos e serviços considerados de maior relevância e complexidade para a execução do objeto, não sendo exigida comprovação de experiência anterior em contratação de valor equivalente ao valor global estimado da contratação.
6.7.5. Os requisitos de qualificação técnica deverão guardar pertinência com as parcelas relevantes do objeto e observar os princípios da competitividade, isonomia e proporcionalidade, de modo a assegurar a comprovação da capacidade da licitante sem restringir indevidamente a participação de empresas potencialmente aptas à execução dos serviços.
6.8. Soluções descritas abaixo:

CATÁLOGO DE PRODUTOS E SERVIÇOS

1. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO

1.1 Diagnóstico e Matriz Estratégica
Descritivo: Levantamento de informações e análise do ambiente e dos cenários internos e externos do CONTRATANTE e de suas temáticas que subsidiará o plano de ação de comunicação corporativa do órgão, contemplando:
- Identificação de públicos internos e externos relevantes para o órgão em relação às suas temáticas;
- Planejamento e realização de entrevistas exploratórias de imersão, presenciais, 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 corporativa do CONTRATANTE em suas temáticas de atuação;
- Desenvolvimento de matriz estratégica dos objetivos da comunicação corporativa do CONTRATANTE em suas temáticas de atuação; -

Indicação dos potenciais parceiros, recursos, gestores e ferramentas necessárias para o sucesso da atuação em comunicação corporativa do CONTRATANTE.

Entregas:
- Relatório com o roteiro das entrevistas, lista dos entrevistados 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.
Características consideradas na classificação da complexidade: quantidade de entrevistas.
Complexidade:

Baixa	Até 10 entrevistas. Prazo de entrega: Até 15 dias úteis.
Média	De 11 a 50 entrevistas. Prazo de entrega: Até 25 dias úteis.
Alta	De 51 a 100 entrevistas. Prazo de entrega: Até 35 dias úteis.

1.2 Benchmarking
Descritivo: Realização do processo de pesquisa, entre entidades públicas e privadas sobre políticas, públicos ou melhores práticas de comunicação de empresas de natureza semelhante, nacional e/ou internacional, e ainda das entidades no âmbito estadual por meio de comparação das performances das organizações e apresentação de recomendações em ambiente que será determinado pelo Gestor.
Entregas:
- Relatório em formato de apresentação gráfica contendo a síntese dos levantamentos e análises, com exemplos de boas práticas e sugestões de melhorias na atuação do órgão/tema;
- Relatório em formato de texto com detalhamento dos levantamentos e análises, com exemplos de erros e acertos, boas práticas e sugestões de melhorias na atuação do órgão/tema.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.
Prazo de entrega: até 20 dias úteis.

1.3 Plano Estratégico de Comunicação Institucional

Descritivo: Elaboração de planejamento estratégico de comunicação institucional com indicação de diretrizes estratégicas, mensagens-chave e recomendações de ações e eventos de comunicação para promoção de programas e ações do CONTRATANTE, com vistas a atingir os objetivos definidos pelo contratante. O planejamento deverá conter propostas de ações e indicação clara dos meios apropriados para implementá-las e poderá, também, compreender os seguintes tópicos: - Definição dos objetivos estratégicos do plano;
- Proposição e validação das mensagens-chave a serem transmitidas pelo CONTRATANTE junto a seus públicos;
- Proposição e validação de política de porta-vozes: identificação dos membros da instituição que poderão representá-la formalmente; dos temas a serem abordados pelos porta-vozes; da abrangência das informações a serem repassadas e das formas de aplicação das mensagens chave;
- Recomendação de ações e eventos com vistas a atingir os objetivos do CONTRATANTE;
- Recomendação de treinamento de porta-vozes e indicação do escopo do treinamento;
- Cronograma de realização das ações propostas;
- Indicação de ações específicas de acordo com o ambiente socioeconômico e cultural.

Entregas: Plano estratégico de comunicação institucional do CONTRATANTE, nas versões impressa e digital.
Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.

1.4 Plano de Comunicação Temático

Descritivo: Plano detalhado com propostas específicas de ações para a promoção de programas e de ações do CONTRATANTE, com base em temas identificados ou elencados em seu plano estratégico, com identificação de objetivos e metas a serem alcançados, recursos e meios necessários e públicos a serem atingidos. O plano deverá conter informações práticas com indicativos de execução e poderá compreender, também, os seguintes tópicos:
- Definição dos objetivos de acordo com a temática;
- Definição de público-alvo e canais de comunicação de acordo com a temática;
- Indicação de melhores práticas de acordo com a temática.

Entregas: Plano temático na versão impressa e digital
Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica
Prazo de entrega: até 15 dias úteis.

1.5 Plano de ação para o público interno

Descritivo: Plano de ações específico de comunicação interna, abrangendo os seguintes pontos:
- Realização de entrevistas com porta-vozes do órgão com conhecimento sobre o tema;
- Identificação dos objetivos do plano;
- Elaboração e validação das mensagens-chave;
- Recomendações de ações com vistas a atingir os objetivos da CONTRATANTE;
- Definição de cronograma de atividades.

Entregas: Documento impresso e em versão digital do plano de ação.
Características consideradas na classificação da complexidade: não se aplica.
Prazo de entrega: Até 30 dias úteis.

1.6 Mapa de temas sensíveis

Descritivo: Mapeamento de até 5 (cinco) temas e atividades sensíveis de interesse da CONTRATANTE, que auxiliem na compreensão sistêmica de um ou mais cenário(s), interno(s) ou externo(s), e na avaliação de tendências, para avaliação de oportunidades e riscos e recomendação de ações de comunicação e/ou subsídio para tomada de decisões estratégicas. O
mapeamento poderá, de acordo com a solicitação da CONTRATANTE. O mapa poderá ser enriquecido com auditoria de mídia e de redes sociais.

Entregas: Arquivo em formato de apresentação gráfica contendo as análises realizadas;
Características consideradas na classificação da complexidade: não se aplica.
Prazo de entrega: até 10 dias úteis

2. ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

2.1 Gerenciamento de Demandas

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

Entrega: Relatório mensal de atividades realizadas.
Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade e perfil (formação acadêmica, qualificação, experiência) dos profissionais necessários para o gerenciamento.
Complexidade:

Alta	Profissional de Comunicação Sênior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 10 anos de experiência com 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. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes.
Altíssima	Profissional de Comunicação Master: nível superior em Comunicação Social (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 15 anos de experiência em comunicação, com 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 crises. Responsável por gerenciar e liderar equipes para execução das ações do planejamento de Comunicação.

Prazo de entrega: Execução continuada mensal.

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

2.2 Atendimento de demandas continuadas para o desenvolvimento de ações de comunicação

Descritivo: Desenvolvimento contínuo de atividades na dependência do CONTRATANTE, com período de execução mensal, que contemplem as seguintes atividades:
- Gerenciar, articular, documentar, acompanhar continuamente o cliente, incluindo reuniões estratégicas e eventos institucionais e entendimento pleno das 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 serviços executados no âmbito da contratação.
- Planejar ações de comunicação semanais e mensais, coordenar equipe e assessorar às autoridades.
- Acompanhar e participar de reuniões semanais para apresentação de sugestões e pautas jornalísticas, propor ações junto à imprensa, elaborar sugestões de ações de gerenciamento de eventuais crises e apresentar relatório mensal de ações realizadas e resultados. Após cada encontro semanal, a contratada deverá produzir relatório com sugestões e propostas advindas da reunião.
- Planejar e executar ações, como participar de reuniões para elaboração de pautas, levantar informações, produzir e enviar releases à imprensa, produzir conteúdos, em formatos multimídia diversos para canais institucionais e fazer gestão junto à imprensa para publicação e/ou veiculação de matérias jornalísticas sobre projetos, ações ou eventos do Ministério da Saúde.
- Atender, receber, tratar e responder às solicitações de veículos de comunicação nacionais, regionais e internacionais (atendimento presencial, telefônico, por e-mail ou por outros meios eletrônicos).
- Realizar contatos proativos para articulação com veículos de comunicação - nacionais, regionais e internacionais -, com o objetivo de gerar pautas de interesse, divulgar ações e promover a imagem institucional do CONTRATANTE (Contatos presenciais, telefônicos, por e-mail ou por outros meios eletrônicos).
- Produzir e implementar ações de comunicação dirigida para públicos estratégicos, como representantes de federações de indústria, jornalistas e parlamentares.
- Antecipar e prever assuntos e situações que podem ter exposição negativa na mídia e que, de alguma forma, possam afetar negativamente e imagem do Ministério da Saúde.
- Avaliar e analisar de cenários e tendências para orientação da comunicação do Ministério da Saúde.
- Preparar e acompanhar porta-vozes para entrevistas em geral.
- Preparar briefing (com periodicidade a ser definida pelo CONTRATANTE) semanal e/ou eventual com principais mensagens-chave a ser compartilhada com principais porta-vozes.
- Elaborar e revisar textos jornalísticos ou institucionais direcionados aos públicos interno e/ou externo a partir de consultas a fontes oficiais, representantes do setor privado, especialistas, bem como relatórios e outros documentos livros, websites, estudos acadêmicos, publicações de outras 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, pautas especiais, 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.
- Editar textos elaborados pela CONTRATADA ou originários de fontes oficiais fornecidos pelo CONTRATANTE.
- Planejar, produzir e emplacar conteúdos, em diversos formatos multimídia, para divulgar diariamente em todos os canais do CONTRATANTE.
- Planejar, mobilizar e realizar bate-papos, ao vivo, conforme demandado pelo CONTRATANTE.
- Promover interações ativas com o público para estimular seguidores e atrair público para os canais institucionais do CONTRATANTE.
- Responder a interações por meio de respostas a dúvidas e comentários para aumentar o engajamento nos canais institucionais do CONTRATANTE a partir dos posts publicados.
- Elaborar diagnóstico com o objetivo de identificar possíveis problemas na atuação nos canais institucionais, mostrar o quadro atual da operação, trazer uma análise SWOT, identificar melhores práticas de organizações similares (no Brasil e internacionalmente).
- Tratar e analisar dados para gerar inteligência na elaboração de estratégias de conteúdos e ações para alcançar resultados, KPI's e metas.
- Elaborar roteiros audiovisuais e briefing para peças gráficas de divulgação das entidades.
- Elaborar planejamento semanal e mensal de conteúdo, o que proporciona uma análise de desempenho mais profunda do conteúdo divulgado nos canais institucionais nas redes.
- Desenvolver continuamente atividades de comunicação interna e endormarketing para novos públicos, com atividades na dependência do CONTRATANTE, que contemplem as seguintes atividades: planejamento de ações para campanhas; participação em reuniões para apresentação do status da campanha e novos passos; produção de conteúdo e material
segmentado; análise do alcance do material produzido para campanha e análise de repercussão com novos públicos da campanha. Os canais a serem utilizados são: e-mail marketing, whatsapp (interno), comunidade no whatsapp para imprensa, canal whatsapp para trade turístico, entre outros.
Entrega: Relatórios mensais contemplando a listagem das tarefas realizadas, seu detalhamento
e status, com as seguintes características:

- Quantidade de produtos e serviços sob demanda desenvolvidos.
- Quantidade de solicitações atendidas, com identificação dos veículos de comunicação e dos jornalistas solicitantes, o teor de cada demanda e respectiva resposta.
- Quantidade das pautas geradas, os respectivos temas e conteúdos e os dados dos veículos de comunicação e dos jornalistas responsáveis pelas matérias.
- Textos produzidos com indicação das fontes consultadas.
- Textos editados
- Publicações produzidos e intervenções realizadas nos canais institucionais
- Diagnósticos produzidos - Planejamentos de conteúdo produzidos

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

Complexidade:

Baixa	Profissional de Comunicação Júnior: nível superior relacionado à área de atuação (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 e produção de conteúdo multimídia e de softwares usados para geração de mailing e divulgação. Habilidade na apuração de informações, elaboração de relatórios, monitoramento de clipping e realização de follow-up com jornalistas.
Média	Profissional de Comunicação Pleno: nível superior relacionado à área de atuação (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 produção de conteúdo multimídia e de softwares usados para geração de mailing e divulgação. Capacidade de monitorar e analisar dados para apoio na tomada de decisão.
Alta	Profissional de Comunicação Sênior: nível superior relacionado à área de atuação (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 conteúdos multimídia, discursos e artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definir divulgações e programas de relacionamento com jornalistas ou influenciadores. Capacidade de analisar dados e sugerir ações para tomada de decisão. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes.
Altíssima	Profissional de Comunicação Master: nível superior relacionado à área de atuação (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.

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

2.3 Criação e manutenção de mailing

Descritivo: Disponibilização de cadastro de contatos de jornalistas e/ou formadores de opinião, detalhando veículo de atuação, endereços eletrônicos (inclusive mídias sociais), respeitando as regras da LGPD.
Entrega: Base de dados do mailing construído e/ou atualizado.
Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de contatos;
Complexidade:

Baixa – Criação	De 1 a 100 nomes Prazo de entrega: 7 dias
Baixa – Atualização	De 1 a 20 nomes Prazo de entrega: 2 dias
Média – Criação	De 101 a 200 nomes Prazo de entrega: 10 dias
	De 21 a 40 nomes

Média – Atualização	Prazo de entrega: 4 dias
Alta – Criação	De 201 a 300 nomes Prazo de entrega: 14 dias
Alta – Atualização	De 41 a 60 nomes Prazo de entrega: 8 dias

2.4 Entrevistas coletiva

Descritivo: Organização e realização de entrevista coletiva para porta-vozes no âmbito do CONTRATANTE junto a um grupo de jornalistas de diferentes veículos de comunicação. Eventuais custos relacionados à contratação de infraestrutura específica serão de responsabilidade da CONTRATANTE.
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
Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de jornalistas convidados, amplitude da coletiva (local, regional, nacional).

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.

2.5 Planejamento de Eventos Virtuais

Descritivo: Planejamento e realização de live, eventos virtuais, coletiva ou apresentação virtual de porta-voz, utilizando sistemas de telecomunicação e/ou plataformas digitais como Microsoft Teams, Google Meet (ou similares), redes sociais direcionada a formadores de opinião e/ou públicos de interesse. Caberá à CONTRATADA realizar o levantamento de influenciadores a serem convidados, definir o moderador, providenciar a preparação técnica necessária, organizar a coletânea de perguntas, bem como proceder à análise dos dados obtidos e da repercussão da divulgação. Eventuais custos relacionados à contratação de infraestrutura específica serão de responsabilidade da CONTRATANTE.
Entrega: Relatório com a relação de convidados, perfis dos participantes e veículos confirmados,
além de guia de condução da live, especificando as funções de cada integrante (operador e
moderador, se necessário).
Características consideradas na classificação da complexidade: não se aplica
Prazo de entrega: até 2 dias

2.6 Acompanhamento de Eventos Virtuais

Descritivo: Acompanhamento de live, coletiva ou apresentação virtual de porta-vozes, realizada por meio de sistemas de telecomunicação e/ou plataformas digitais como Microsoft Teams, Google Meet (ou similares), redes sociais redes sociais direcionada a formadores de opinião e/ou públicos de interesse.
Entrega: Relatório contendo lista de participantes e gravação da Live.
Características consideradas na classificação da complexidade: não se aplica
Prazo de entrega: até 2 dias

2.7 Elaboração de perfis de profissionais de imprensa e/ou de veículos de comunicação regional e nacional

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

Entregas: Ficha, em formato texto ou apresentação, com o detalhamento do perfil.
Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.
Prazo de entrega: 2 dias úteis.

2.8 Planejamento de Press Trip

Descritivo: Elaboração de programa de visitas destinadas a jornalistas, influenciadores e formadores de opinião, brasileiros ou estrangeiros (que divulgam em veículos brasileiros), às diversas regiões do Brasil, ou de missões ao exterior, com o objetivo de apresentar e divulgar as ações e prestação de contas das atividades realizadas pelo CONTRATANTE. A iniciativa busca também neutralizar ou contextualizar eventuais percepções negativas, por meio da exposição de experiências de sucesso vinculadas a temas estratégicos definidos pela contratante ou previstos em seu planejamento anual. O planejamento da press trip deverá indicar os perfis dos convidados, considerando sua relevância, bem como avaliar a adequação do convite em relação à temática e aos objetivos estabelecidos no planejamento estratégico do CONTRATANTE.
Entrega: Planejamento da viagem, incluindo a definição do tema, detalhamento das atividades previstas para cada dia e indicação da lista completa de convidados. O planejamento deverá especificar os locais a serem visitados, os porta-vozes a serem entrevistados, os participantes envolvidos, bem como a logística e os recursos necessários para a execução da viagem (com sugestões de hotéis, restaurantes e passeios). Caberá também à contratada realizar a seleção, convite e confirmação de presença de jornalistas e formadores de opinião relevantes para a divulgação do tema. Será prestado apoio na produção do conteúdo destinado aos convidados, contendo informações sobre a viagem, pré-requisitos e condições especiais, como vistos, vacinas e credenciamento para determinados eventos ou atividades, entre outras variáveis. O material deverá ainda apresentar previsão orçamentária e recomendação da equipe técnica necessária para acompanhamento. Eventuais custos relacionados à contratação de infraestrutura específica serão de responsabilidade da CONTRATANTE.
Características consideradas na classificação da complexidade: não se aplica
Prazo de entrega: até 10 dias

2.9 Acompanhamento de Press Trip

Descritivo: Designação de equipes responsáveis pela coordenação das atividades e pelo acompanhamento de viagens com até cinco convidados, conforme planejamento previamente aprovado. As despesas referentes à contratação de infraestrutura específica — incluindo passagens nacionais e internacionais, hospedagem, diárias de alimentação do grupo, passeios e atividades, transporte e guia, além de seguro-viagem —de responsabilidade da CONTRATANTE.
Entrega: Relatório de cobertura contendo a descrição das atividades realizadas em cada dia da viagem, acompanhado da apresentação e análise das percepções dos convidados, obtidas por meio de questionários de entrevista ou pesquisa, incluindo registros fotográficos e /ou audiovisuais das viagens (monitoramento, quando houver repercussão direta em canais de comunicação).
Características consideradas na classificação da complexidade: período da viagem
Complexidade:

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

Prazo de entrega: até 10 dias após o acompanhamento

2.10 Organização de atividades de imprensa e de relações públicas no exterior por ocasião de viagens oficiais de autoridades da contratante

Descritivo: Planejamento de atividades de imprensa e de relações públicas por ocasião de viagens oficiais ao exterior de autoridades da Contratante.
Entrega: Relatório detalhado do planejamento, por viagem, das ações propostas, em formato texto e/ou apresentação.
Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica
Prazo de entrega: Planejamento deve ser apresentado em até 10 dias antes da viagem.

2.11 Acompanhamento de atividades de imprensa e de relações públicas no exterior por ocasião de viagens oficiais de autoridades da contratante

Descritivo: Apoio, acompanhamento e avaliação de resultados de atividades de imprensa e de relações públicas por ocasião de viagens oficiais ao exterior de autoridades da Contratante.
Entrega: Relatório detalhado, por viagem, das ações desenvolvidas, em formato texto e/ou apresentação. Eventuais custos relacionados à contratação de infraestrutura específica serão de responsabilidade da CONTRATANTE.
Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica
Prazo de entrega: Relatório deve ser apresentado em até 7 dias após a viagem.

2.12 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 para cada assunto.
Entrega: Planejamento e estruturação do media training e relatórios de avaliação com informações relativas ao evento e ao desempenho de cada participante.
Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de participantes, carga horária mínima e especificidades dos meios de comunicação (TV, rádio, impressos e mídias sociais).
Complexidade:

Baixa	Treinamento de 1 porta-voz contendo na programação 1 oficina de TV, 1 oficina de rádio, 1 oficina de impressos, 1 oficina de mídias digitais e elaboração de mensagens-chave sobre o tema em treinamento, com carga horária de até 4 horas.
Média	Treinamento de até 4 porta-vozes, no mesmo dia, contendo na programação 1 oficina de TV, 1 oficina de rádio, 1 oficina de impressos, 1 oficina de mídias digitais e elaboração de mensagens-chave sobre o tema em treinamento, com carga horária de até 6 horas.
Alta	Treinamento de até 4 porta-vozes, no mesmo dia, contendo na programação 1 oficina de TV, 1 oficina de rádio, 1 oficina de impressos, 1 oficina de mídias digitais e elaboração de mensagens-chave sobre o tema em treinamento, com acompanhamento de 1 fonoaudiólogo. Carga horária de até 8 horas.

Prazo de Entrega: Até 7 dias após o treinamento.

2.13 Media training à distância

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 em questão. As orientações e procedimentos para o contato com jornalistas – ensinados durante o treinamento - serão colocados em prática em simulações de entrevistas (gravação de áudio e/ou vídeo). Durante o media training, os instrutores farão sugestões de correção de postura e/ou ajuste de discurso, havendo, se necessário, acompanhamento de fonoaudiólogo. Na modalidade à distância, deverão ser utilizadas plataformas como Microsoft Teams, Google Meet (ou similar).
Entrega: Planejamento e estruturação do media training e relatórios de avaliação com informações relativas ao evento e ao desempenho de cada participante.
Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de participantes e carga horária mínima.
Complexidade:

Baixa	Treinamento à distância de até 2 porta-vozes para até 3 meios de comunicação. Carga horária de até 2 horas.
Média	Treinamento à distância de até 6 porta-vozes para até 3 meios de comunicação. Carga horária de até 2 horas.
Alta	Treinamento à distância de até 15 porta-vozes para até 3 meios de comunicação. Carga horária de até 2 horas.

Prazo de entrega: Até 10 dias após o treinamento

2.14 Treinamento para Apresentações

Descritivo: Capacitação de 01 porta-voz em tema específico para realização de apresentações diversas, incluindo eventos, 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;
Entrega:
- Relatório com o roteiro do treinamento;
- Avaliação do desempenho do participante;
- Recomendações.
Características consideradas na classificação da complexidade: Carga horária.
Complexidade:

Baixa	Treinamento de até 3 horas.

Média	Treinamento acima de 3 e até 5 horas.
Alta	Treinamento acima de 5 e de até 8 horas. Laboratório de fonoaudiologia com profissional especialista, com o objetivo de aprimorar a dicção, a postura e o discurso.

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

2.15 Workshops / Seminários para Públicos de Interesse

Descritivo: Idealização, organização e realização de evento para familiarização para públicos de interesse – interno ou externo – sobre temas de atuação do CONTRATANTE. O objetivo central é fazer com que os profissionais convidados tenham a oportunidade de aprofundar seus conhecimentos sobre determinado tema, influenciando positivamente na disseminação dos assuntos abordados. Os temas poderão ser apresentados por técnicos ou especialistas do setor, ligados ao CONTRATANTE, ao mercado ou à academia.
Entrega: 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. Eventuais custos relacionados à contratação de infraestrutura específica serão de responsabilidade da CONTRATANTE.
Características consideradas na classificação da complexidade: Número de 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 pessoas. Evento com até 2 atores externos envolvidos. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 5 dias.
Média	Acima de 20 e até 30 pessoas. Evento com até 3 atores externos envolvidos. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 7 dias.
Alta	Acima de 30 e até 50 pessoas. Evento com até 5 atores externos envolvidos. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 10 dias.

3. ANÁLISE DE MÍDIA

3.1 Análise de jornais, revistas, portais de notícias regional e nacional

Descritivo: Síntese analítica diária do conteúdo monitorado em veículos nacionais e regionais monitorados nos itens 3.2, 3,3 e 3,4, com alertas sobre temas que ofereçam oportunidades ou riscos de comunicação à imagem das entidades e recomendações de medidas a serem adotadas.
Entrega: - 01 relatório eletrônico diário, enviados por correio eletrônico (ou meio definido pela CONTRATANTE) para lista de e-mails definidos pelas entidades. Os relatórios devem ser entregues, inclusive, aos finais de semana e feriados, com edições extras, caso necessário e nos horários definidos pelo órgão.
Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de veículos monitorados.
Complexidade:

Baixa – Nacional e Regional	Até 15 veículos monitorados.
Média – Nacional e Regional	Até 60 veículos monitorados.
Alta – Nacional e Regional	Até 100 veículos monitorados.

Prazo de Entrega: Execução continuada mensal.

3.2 Clipping nacional – jornais, revistas e portais de notícias

Descritivo: Clipping diário de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse do órgão, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até, 4 jornais de referência nacional, 5 revistas de circulação nacional, 20 portais de notícias e 60 jornais regionais, conforme lista a ser definida pelo órgão.
Entrega: Alertas – Mensagem eletrônica enviada por correio eletrônico, aplicativo de mensagens ou outro meio definido pelo contratante (em formato previamente acordado) sobre fatos de impacto de interesse do órgão.
Características consideradas na classificação da complexidade: não se aplica.
Prazo de Entrega: Execução continuada mensal.

3.3 Clipping nacional - tv

Descritivo: Clipping de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse do órgão, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até 6 emissoras de TV aberta e 4 emissoras de TV fechada, conforme lista a ser definida na emissão da Ordem de Serviço pelo órgão.
Entrega: Alertas – Mensagem eletrônica enviada por correio eletrônico, aplicativo de mensagens ou outro meio definido pelo contratante (em formato previamente acordado) sobre fatos de impacto de interesse do órgão.
Características consideradas na classificação da complexidade: não se aplica.
Prazo de Entrega: Execução continuada mensal.

3.4 Clipping – rádio

Descritivo: Clipping diário de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse do CONTRATANTE, a partir da definição de palavras-chave, veiculados entre 5 e 25 emissoras de rádio, conforme lista de veículos a ser definida pelo contratante.
Entregas: Alertas – Mensagem eletrônica enviada por correio eletrônico, aplicativo de mensagens ou outro meio definido pelo contratante (em formato previamente acordado) sobre fatos de impacto de interesse do órgão.
Características consideradas na classificação da complexidade: não se aplica.
Prazo de Entrega: Execução continuada mensal.

3.5 Auditoria de imagem nacional e regional

Descritivo: Auditoria mensal de exposição das entidades a partir de análise quantitativa e qualitativa da sua presença do órgão nos meios de comunicação monitorados (jornais, revistas, portais de notícias). A auditoria deverá apontar os principais temas publicados/veiculados na imprensa, por tipo de veículo e impacto para a imagem do órgão.
Entrega: Relatório analítico mensal (quantitativo e qualitativo), com apresentação presencial, identificando as formas como os públicos estratégicos constroem a imagem do CONTRATANTE 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.
Características consideradas na classificação da complexidade: não se aplica.
Prazo de entrega: Execução continuada mensal.

3.6 Auditoria de imagem temática

Descritivo: Auditoria temática da exposição do CONTRATANTE em uma temática específica, a partir de análise quantitativa e qualitativa da sua presença nos meios de comunicação monitorados (jornais, revistas, portais de notícias). A auditoria deverá apontar os principais temas publicados/veiculados na imprensa, por tipo de veículo e impacto para a imagem do
CONTRATANTE.
Entrega: Relatório analítico (quantitativo e qualitativo), com apresentação presencial, da forma como os públicos estratégicos os meios /veículos de comunicação monitorados constroem a imagem do CONTRATANTE e de suas temáticas, os atributos positivos e negativos e as principais percepções sobre sua atuação. O relatório deve ser entregue em formato impresso e digital.
Características consideradas na classificação da complexidade: quantidade de temas e período da coleta de dados.
Complexidade:

Baixa	1 tema, período de análise até 1 mês de dados coletados Prazo de entrega: até 10 dias úteis.
Média	1 tema, período de análise até 6 meses de dados coletados Prazo de entrega: até 20 dias úteis.
Alta	1 tema, período de análise até 12 meses de dados coletados Prazo de entrega: até 30 dias úteis.

4. PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

4.1 Elaboração de texto em língua portuguesa

Descritivo: Elaboração e revisão de textos jornalísticos ou institucionais em língua portuguesa, 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 posicionamentos (position paper), livro branco, manuais, cartilhas, dossiês, textos institucionais para publicações e/ou apresentações, guia de perguntas e respostas, mensagens chave, entre outros gêneros.
Entrega: Texto produzido e revisado com indicação das fontes consultadas. As fontes poderão
ser estabelecidas em briefing pela Contratante
Características consideradas na classificação da complexidade:
- Tipo de texto e conteúdo.
- Quantidade de fontes.
- Tipo de apuração.
- Quantidade de laudas.

- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Texto original, com conteúdo factual. Formulado a partir de informações obtidas com até 2 fontes. Sem necessidade de consultas externas. Até 2 laudas. Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.
Média	Texto original, com conteúdo factual e analítico. Formulado a partir de informações obtidas em consulta a 3 ou 4 fontes. Podendo ocorrer pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos. De 2 a 5 laudas. Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.
Alta	Texto original, com conteúdo factual e analítico. Formulado a partir de informações obtidas em consulta a 5 ou mais fontes. Recomendações: comparação e checagem entre informações divergentes; entrevistas com especialistas em determinado assunto ou com conhecimento especializado em determinado tema, acima do conhecimento curricular do profissional padrão e, ainda, a possibilidade de consulta a materiais de referência escritos em outras línguas. De 5 a 10 laudas. Prazo de entrega: Até 7 dias úteis.

4.2 Elaboração de texto em língua estrangeira

Descritivo: Elaboração e revisão de textos jornalísticos ou institucionais nos idiomas Inglês, Espanhol, Francês e Alemão, 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 gêneros.

Entrega: Texto produzido e revisado com indicação das fontes consultadas. As fontes poderão
ser estabelecidas em briefing pela Contratante.

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

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

	materiais de referência escritos em outras línguas. De 4 a 10 laudas. Prazo de entrega: Até 7 dias úteis.

4.3 Edição de texto em língua estrangeira

Descritivo: Edição de textos elaborados ou originários de fontes oficiais, nos idiomas Inglês, Espanhol, Francês e Alemão.
Entrega: Texto editado.
Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de laudas
Complexidade:

Baixa	Até 3 laudas Prazo de entrega: até 2 dias úteis
Média	De 4 a 7 laudas Prazo de entrega: até 3 dias úteis
Alta	De 8 a 10 laudas Prazo de entrega: até 5 dias úteis

4.4 Cobertura Jornalística e/ou institucional - Fotografia

Descritivo: Cobertura jornalística e/ou institucional com produção de fotos de interesse do CONTRATANTE, especialmente para construção de banco de imagem de eventos, ações e projetos para utilização junto aos públicos externo e/ou interno.
Entrega: 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.
Características consideradas na classificação da complexidade: Tempo de produção e prazo de entrega.
Complexidade:

Baixa	Produção com duração de até 4 horas. Prazo de entrega: Até 1 hora após a 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.

4.5 Cobertura fotográfica para agenda de autoridades

Descritivo: Cobertura fotográfica de agenda dos porta-vozes, especialmente reuniões e eventos, de forma contínua, nas dependências do CONTRATANTE, com período de execução mensal, ou em viagem, conforme agenda das autoridades assessoradas.
Entrega: Relatório mensal com descrição de todo material produzido, além de arquivos digitais das fotos, em alta resolução. Deverá ser observada a legislação vigente no que diz respeito a direitos autorais e de cessão de imagem. A entrega das imagens deverá ser feita por meio da disponibilização instantânea dos arquivos digitais finais em plataformas online do órgão (como Flickr, Google Drive ou similares), seguindo orientação do CONTRATANTE.
Características consideradas na classificação da complexidade: Perfil profissional do(s) prestador(es) de serviço (qualificação, experiência e profissional).
Complexidade:

Média	perfil profissional do(s) prestador(es) de serviço de no mínimo 5 anos de experiência em fotojornalismo e tratamento de imagem.
Alta	perfil profissional do(s) prestador(es) de serviço de no mínimo 8 anos de experiência em fotojornalismo e tratamento de imagem.

Prazo de entrega do relatório: Execução continuada mensal.

4.6 Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Vídeo Release

Descritivo: Produção audiovisual completa que abrange desde a cobertura jornalística ou institucional de eventos, ações e projetos da CONTRATANTE, até a criação de conteúdos temáticos e projetos especiais, como webséries, documentários curtos ou pílulas para redes sociais, elaborado a partir de briefing e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de pauta/roteiro criado e aprovado para a realização do vídeo. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral em arquivo texto. O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo.
Entregas: Arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para distribuição a veículos de imprensa ou utilização em canais institucionais próprios, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos

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

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

4.7 Cobertura Jornalística e/ou Institucional – Vídeo Personagem ou Depoimento

Descritivo: Cobertura jornalística e/ou institucional com produção de vídeo com 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 pela CONTRATANTE. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral. O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo.
Entregas: Arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para distribuição a veículos de imprensa ou utilização em canais institucionais próprios, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.
Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de dias de captação e produção, quantidade de depoimentos e prazo de entrega.
Complexidade:

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

4.8 Cobertura Jornalística e/ou Institucional – Vídeo Animação

Descritivo: Cobertura jornalística com produção de vídeo em linguagem institucional ou jornalística com utilização de técnica de animação e computação gráfica. Elaborado a partir de pauta previamente aprovada. Os profissionais envolvidos devem ceder o uso de direito autoral em arquivo texto. O vídeo deve ser transcrito e legendado em Português. O custo deve prever equipe necessária para a produção.
Entregas: Arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para distribuição a veículos de imprensa ou utilização em canais institucionais próprios, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.
Características consideradas na classificação da complexidade: duração e técnica de elaboração:
Complexidade:

Baixa	2D e duração de até 1 minuto. Prazo de entrega: Até 5 dias úteis.
	2D e duração de até 2 minutos.

Média	Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.

4.9 Captação e Edição de áudio para Imprensa e Públicos Formadores de Opinião

Descrito: Captação e edição de áudio, com linguagem jornalística e/ou institucional, a partir de briefing e pauta previamente aprovados. O custo deve prever repórter e equipe técnica e distribuição.
Entrega: Arquivo de áudio editado para distribuição a veículos de imprensa e utilização em canais institucionais próprios. Os profissionais envolvidos devem ceder o uso de direito autoral em arquivo texto.
Características consideradas na classificação da complexidade: Minutos editados.
Complexidade:

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

4.10 Podcast para imprensa e públicos de interesse

Descrito: Captação e edição de áudio, com linguagem jornalística e/ou institucional, a partir de briefing e pauta previamente aprovados. O áudio poderá ser disponibilizado na internet ou plataformas. O custo deve prever repórter e equipe técnica.
Entrega: Arquivo de áudio editado.
Características consideradas na classificação da complexidade: Minutos editados.
Complexidade:

Baixa	Até 10 minutos. Prazo de entrega: Até 3 dias úteis após a produção.
Média	De 11 a 20 minutos. Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após a produção.
Alta	De 21 a 30 minutos. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis após a produção.

4.11 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.
Entrega: Arquivo texto detalhado contendo as normas do Projeto Editorial, com suas características, tipo de conteúdo e plano geral de funcionamento.
Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica
Prazo de entrega: Até 20 dias úteis

4.12 Conteúdo 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 pela Contratante.
Entrega: Apresentação em formato digital.
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	Texto original, com conteúdo factual. Formulado a partir de informações obtidas com até 1 fonte. Sem necessidade de consultas externas. Até 10 laudas produzidas. Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.
	Texto original, com conteúdo factual e analítico. Formulado a partir de informações obtidas a partir de 2 a 3 fontes. Com pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não

Média	fornecidos. De 11 a 50 laudas produzidas. Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.
Alta	Texto original, com conteúdo factual e analítico. Formulado a partir de informações obtidas a partir de 4 ou mais fontes. Comparação e checagem entre informações divergentes; consulta a um número de fontes superior a 4; entrevistas com especialistas em determinado assunto, ou com conhecimento especializado em determinado tema, acima do conhecimento curricular do profissional padrão e, ainda, necessidade de consultar materiais de referência escritos em outras línguas. De 51 a 100 laudas produzidas. Prazo de entrega: até 7 dias úteis.

5. DESIGN APLICADO À PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PARA RELAÇÕES PÚBLICAS

5.1 Infográficos estáticos

Descritivo: Utilização de recursos gráficos para o detalhamento de informações, ou seja, repassar a mensagem com ilustrações explicativas para a melhor compreensão do conteúdo. Esses gráficos são usados para exposições mais dinâmicas em redes sociais e em canais institucionais em ambiente digital. Pode combinar fotografia, ilustração e texto.
Entrega: O infográfico aprovado, em meio digital.
Características consideradas na classificação da complexidade: Tamanho do infográfico, considerando a quantidade de informações (texto) e os recursos utilizados (foto ou ilustração).
Complexidade:

Baixa	Foto e/ou ilustração existente. Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.
Média	Foto e/ou ilustração a ser produzida. Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.
Alta	Foto, ilustração e gráfico a serem produzidos e mesclados. Prazo de entrega: Até 5 dias úteis.

5.2 Infográficos dinâmicos

Descritivo: Representação visual da informação, com a utilização de recursos gráficos como fotos, gráficos ou ilustrações. Inclusão de recursos interativos (áudio e/ou vídeo embedados, e animações em flash, 2D) para dar dinamismo à apresentação. Pode ser utilizado em apresentações, páginas da internet e ambientes digitais a que as entidades tenham acesso.
Entrega: Infográfico aprovado, em meio digital.
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, 2D) utilizados.
Complexidade:

Baixa	Foto e/ou ilustração existente, e animação de áudio e vídeo embedados. Prazo de entrega: até 5 dias úteis.
Média	foto e/ou ilustração existente, e animação em flash. Prazo de entrega: até 10 dias úteis.
Alta	foto e/ou ilustração existente, e animação em 2D Prazo de entrega: até 15 dias úteis.

5.3 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.
Entrega: Projeto gráfico detalhado, impresso ou em meio digital.
Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de páginas; Prazo de entrega.
Complexidade:

Baixa	Até 10 páginas. Prazo de entrega: Até 5 dias

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

5.4 Diagramação e editoração de publicações impressas

Descritivo: Diagramação e editoração de publicações impressas para projeção ou exibição eletrônica, incluindo recursos de ilustrações, imagens e infográficos, conforme conteúdo, roteiro e programação visual estabelecidos previamente. O foco do trabalho está na hierarquia das informações, garantindo equilíbrio entre os recursos visuais, de forma a dinamizar e otimizar a exposição do conteúdo.
Entrega: Apresentação em programa (software) previsto no briefing, em arquivo digital.
Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade lâminas
Complexidade:

Baixa	Até 10 lâminas. Prazo de entrega: Até 3 dias.
Média	De 11 até 30 lâminas. Prazo de entrega: Até 5 dias.
Alta	De 31 até 50 lâminas. Prazo de entrega: Até 7 dias.

5.5 Peças de Design Gráfico

Descritivo: Produção de design em peças gráficas digitais com conteúdo jornalístico e/ou institucional, adequadas a cada plataforma em que será divulgado o conteúdo.
Entrega: Peças produzidas e diagramadas, em arquivo digital, em alta resolução.
Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de peças; Prazo de entrega.
Complexidade:

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

5.6 Newsletter para público interesse

Descritivo: Produção de conteúdo para Newsletter com resumo das principais notícias da CONTRATANTE, a ser enviado a público interesse definido pelo órgão. A newsletter poderá conter, também, vídeo reportagens, depoimentos, podcasts, fotos e infográficos já produzidos pela CONTRATADA.
Entrega: Documento em HTML.
Características consideradas na classificação da complexidade: quantidade de páginas diagramadas por edição
Complexidade:

Baixa	até 2 páginas de conteúdo diagramadas por edição Prazo de entrega: Até 2 dias
Média	de 3 a 5 páginas de conteúdo diagramadas por edição Prazo de entrega: Até 5 dias.
Alta	de 6 a 10 páginas de conteúdo diagramadas por edição Prazo de entrega: Até 7 dias.

6. AVALIAÇÃO DE PERCEPÇÃO DE IMAGEM E GRUPOS FOCAIS

6.1 Avaliação de Percepção de Imagem com População

Descritivo: Planejamento, elaboração e execução de avaliação com população em geral, visando à identificação de tendências e percepções. A pesquisa será realizada a partir de briefing com as entidades, identificação dos entrevistados, elaboração de questionário com até 35 questões, com campo presencial e domiciliar.
Entrega: Relatório com a percepção de imagem.
Características consideradas na classificação da complexidade: Localidade de aplicação das entrevistas realizadas e quantidade de entrevistas.
Complexidade:

Municipal

Baixa	Até 800 entrevistas em um mesmo município Prazo de Entrega: 20 dias úteis
Média	De 801 a 1.200 entrevistas em um mesmo município Prazo de Entrega: 25 dias úteis
Alta	De 1.201 a 2.000 entrevistas em um mesmo município Prazo de Entrega: 30 dias úteis

Estadual

Baixa	Até 800 entrevistas em um mesmo estado Prazo de Entrega: 20 dias úteis
Média	De 801 a 1.200 entrevistas em um mesmo estado Prazo de Entrega: 25 dias úteis
Alta	De 1.201 a 2.000 entrevistas em um mesmo estado Prazo de Entrega: 30 dias úteis

Nacional

Alta	2.002 entrevistas em todo o país (Amostra Brasil) Prazo de Entrega: 20 dias úteis

6.2 Avaliação de Percepção de Imagem com Jornalistas

Descritivo: Planejamento, elaboração e execução de avaliação com jornalistas visando à identificação de tendências e percepções. A pesquisa será realizada a partir de briefing com as entidades, identificação dos entrevistados, elaboração de questionário com até 35 questões, com campo telefônico ou pela internet.
Entrega: Relatório com a percepção de imagem.
Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de entrevistas; Formato de campo.
Complexidade:
Campo Telefônico

Baixa	Até 200 entrevistas – campo telefônico Prazo de Entrega: 40 dias úteis
Média	De 201 a 500 entrevistas – campo telefônico Prazo de Entrega: 65 dias úteis
Alta	De 501 a 1.000 entrevistas – campo telefônico Prazo de Entrega: 90 dias úteis

Campo Internet

Baixa	Até 200 entrevistas – campo internet Prazo de Entrega: 40 dias úteis
Média	De 201 a 500 entrevistas – campo interne t Prazo de Entrega: 65 dias úteis
Alta	De 501 a 1.000 entrevistas – campo internet Prazo de Entrega: 90 dias úteis

6.3 Avaliação de Percepção de Imagem com Autoridades e Executivos

Descritivo: Planejamento, elaboração e execução de avaliação com executivos empresariais (CEOs, presidentes, vice-presidentes, diretores) e autoridades (federais, estaduais e municipais) visando à identificação de tendências e percepções. A pesquisa será realizada

a partir de briefing com as entidades, identificação dos entrevistados, elaboração de questionário com até 35 questões, com campo telefônico.
Entrega: Relatório com a percepção de imagem.
Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de entrevistas
Complexidade:

Baixa	Até 200 entrevistas Prazo de Entrega: 40 dias úteis
Média	De 201 a 500 entrevistas Prazo de Entrega: 65 dias úteis
Alta	De 501 a 1.000 entrevistas Prazo de Entrega: 90 dias úteis

6.4 Avaliação de Percepção de Imagem no Congresso

Descritivo: Planejamento, elaboração e execução de avaliação com parlamentares da Câmara dos Deputados e do Senado Federal, visando à identificação de tendências e percepções sobre temas de interesse CONTRATANTE. A pesquisa deverá ser realizada com entrevistas presenciais a partir de briefing, a elaboração de questionário com até 35 questões e amostras proporcionais a partidos políticos no Congresso Nacional.
Entrega: Relatório com a percepção de imagem.
Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de entrevistas com deputados e senadores
Complexidade:

Baixa	Até 150 deputados e até 20 senadores Prazo de Entrega: 25 dias úteis
Média	De 151 a 250 deputados e 21 a 40 senadores Prazo de Entrega: 45 dias úteis
Alta	De 251 a 513 deputados e de 41 a 81 senadores Prazo de Entrega: 80 dias úteis

6.5 Avaliação de Percepção de Imagem com Público Interno

Descritivo: Planejamento, elaboração e execução de avaliação com público interno (funcionários e colaboradores do CONTRATANTE) visando à identificação de tendências e percepções. A pesquisa será realizada a partir de briefing com as entidades, identificação dos entrevistados e elaboração de questionário com até 35 questões, com campo telefônico, pela internet ou presencial.
Entrega: Relatório com a percepção de imagem.
Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de entrevistas; Formato de campo.
Complexidade:
Campo Telefônico

Baixa	Até 200 entrevistas – campo telefônico Prazo de Entrega: 40 dias úteis
Média	De 201 a 500 entrevistas – campo telefônico Prazo de Entrega: 65 dias úteis
Alta	De 501 a 1.000 entrevistas – campo telefônico Prazo de Entrega: 90 dias úteis

Campo Internet

Baixa	Até 200 entrevistas – campo internet Prazo de Entrega: 20 dias úteis
Média	De 201 a 500 entrevistas – campo internet Prazo de Entrega: 45 dias úteis
Alta	De 501 a 1.000 entrevistas – campo internet Prazo de Entrega: 60 dias úteis

Campo Presencial

Baixa	Até 200 entrevistas – campo presencial Prazo de Entrega: 15 dias úteis
	De 201 a 500 entrevistas – campo presencial

Média	Prazo de Entrega: 20 dias úteis
Alta	De 501 a 1.000 entrevistas – campo presencial Prazo de Entrega: 25 dias úteis

6.6 Grupos Focais com públicos específicos

Descritivo: Realizar grupo focal, com um grupo homogêneo de públicos específicos tais como empresários, acadêmicos, públicos internos e externos para dialogar sobre determinado tema, com mediação de um profissional treinado e a transcrição de tudo que foi discutido para análise contextual e léxica. Desse estudo serão identificados fatores supraindividuais que influenciam a decisão dos participantes. Esse poderá ser um insumo importante para entender como o tema é percebido.
Entrega: Relatório analítico.
Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de grupos.
Complexidade:

Baixa	1 grupo Prazo de entrega: 30 dias úteis
Média	2 grupos sobre o mesmo tema Prazo de entrega: 45 dias úteis
Alta	3 grupos sobre o mesmo tema Prazo de entrega: 60 dias úteis

6.7 Grupos Focais com População

Descritivo: Realizar grupo focal, com um grupo homogêneo de pessoas para dialogar sobre determinado tema, com mediação de um profissional treinado e a transcrição de tudo que foi discutido para análise contextual e léxica. Desse estudo serão identificados fatores supraindividuais que influenciam a decisão dos participantes. Esse poderá ser um insumo importante para entender como o tema é percebido.
Entrega: Relatório analítico.
Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de grupos.
Complexidade:

Baixa	1 grupo Prazo de entrega: 30 dias úteis
Média	2 grupos sobre o mesmo tema Prazo de entrega: 45 dias úteis
Alta	3 grupos sobre o mesmo tema Prazo de entrega: 60 dias úteis

7. Estimativa das Quantidades a serem Contratadas

7. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES

7.1 Soluções quantificadas abaixo:

PRODUTOS ESSENCIAIS		COMPLEXIDADE	VALOR UNITÁRIO	QUANTIDADE ANUAL	VALOR TOTAL
1.	PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO				
1.1	Diagnóstico e Matriz Estratégica	Baixa	35.027,91	1	35.027,91
		Média	47.057,30	1	47.057,30
		Alta	53.871,52	1	53.871,52
1.2	Benchmarking	n/a	40.349,19	2	80.698,37
1.3	Plano estratégico de comunicação institucional	n/a	76.750,00	2	153.500,00

1.4	Plano de comunicação temático	n/a	31.575,00	12	378.900,00
1.5	Plano de ação para o público interno	n/a	64.488,98	2	128.977,96
1.6	Mapa de temas sensíveis	n/a	39.449,25	4	157.797,00
2.	ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO				
2.1	Gerenciamento de Demandas	Alta	56.865,85	48	2.729.560,80
		Altíssima	66.622,30	24	1.598.935,30
2.2	Atendimento de demandas continuadas para o desenvolvimento de ações de comunicação	Baixa	27.103,28	96	2.601.914,56
		Média	36.320,55	180	6.537.698,40
		Alta	47.106,50	132	6.218.057,81
		Altíssima	57.826,45	48	2.775.669,74
2.3	Criação e manutenção de mailing	Baixa – Criação	6.522,29	1	6.522,29
		Baixa – Atualização	2.040,00	2	4.080,00
		Média – Criação	9.489,04	1	9.489,04
		Média – Atualização	3.502,27	2	7.004,54
		Alta – Criação	11.160,00	1	11.160,00
		Alta – Atualização	4.165,50	2	8.330,99
2.4	Entrevistas coletiva	Baixa	9.496,17	12	113.953,98
		Média	13.929,55	2	27.859,09
		Alta	10.690,00	1	10.690,00
2.5	Planejamento de eventos virtuais	n/a	8.220,00	6	49.320,00
2.6	Acompanhamento de eventos virtuais	n/a	10.622,56	6	63.735,35
2.7	Elaboração de perfis de profissionais de imprensa e/ou de veículos de comunicação regional e nacional	n/a	3.655,61	24	87.734,64
2.8	Planejamento de press trip	n/a	21.400,00	6	128.400,00
2.9	Acompanhamento de press trip	Baixa	11.650,39	3	34.951,17
		Média	18.926,18	2	37.852,35
		Alta	27.373,41	1	27.373,41
2.10	Organização de atividades de imprensa e de relações públicas no exterior por ocasião de viagens oficiais de autoridades da contratante	n/a	17.582,22	4	70.328,88
	Acompanhamento de atividades de imprensa e de relações públicas no				

2.11	exterior por ocasião de viagens oficiais de autoridades da contratante	n/a	15.748,54	4	62.994,14
2.12	Planejamento e execução de media training	Baixa	29.362,96	6	176.177,78
		Média	40.715,78	4	162.863,12
		Alta	52.538,64	2	105.077,27
2.13	Media training à distância	Baixa	31.361,24	2	62.722,48
		Média	39.683,26	1	39.683,26
		Alta	52.664,32	1	52.664,32
2.14	Treinamento para apresentações	Baixa	11.757,50	1	11.757,50
		Média	15.785,00	1	15.785,00
		Alta	21.050,24	1	21.050,24
2.15	Workshops / seminários para públicos de interesse	Baixa	25.519,52	1	25.519,52
		Média	37.287,50	1	37.287,50
		Alta	45.749,38	1	45.749,38
3.	ANÁLISE				
3.1	Análise de jornais, revistas, portais de notícias regional e nacional	Baixa	1.540,79	1	1.540,79
		Média	1.895,24	365	691.764,06
		Alta	3.060,00	1	3.060,00
3.2	Clipping nacional – jornais revistas e portais de notícias	n/a	1.920,84	365	701.104,78
3.3	Clipping nacional - tv	n/a	2.339,17	365	853.795,23
3.4	Clipping – rádio	n/a	2.166,67	365	790.834,55
3.5	Auditoria de imagem nacional e regional	n/a	54.453,13	12	653.437,56
3.6	Auditoria de imagem temática	Baixa	36.734,59	2	73.469,17
		Média	57.107,50	1	57.107,50
		Alta	78.730,00	1	78.730,00
4.	PRODUÇÃO DE CONTEÚDO				
4.1	Elaboração de texto em língua portuguesa	Baixa	1.590,63	48	76.350,00
		Média	2.717,55	24	65.221,12
		Alta	4.070,00	12	48.840,00
4.2	Elaboração de texto em língua estrangeira	Baixa	2.726,70	48	130.881,68
		Média	4.207,57	24	100.981,68
		Alta	6.697,29	12	80.367,42
4.3	Edição de texto em língua estrangeira	Baixa	1.272,86	48	61.097,47
		Média	1.936,16	24	46.467,94
		Alta	3.297,83	12	39.573,94
4.4	Cobertura jornalística e/ou institucional - fotografia	Baixa	2.700,00	96	259.200,00
		Média	3.540,00	48	169.920,00
		Alta	4.956,00	24	118.944,00
4.5	Cobertura fotográfica para agenda de autoridades	Média	22.674,76	12	272.097,10
		Alta	29.403,97	12	352.847,64
4.6	Cobertura jornalística e/ou institucional - vídeo release	Baixa	12.420,26	48	596.172,48
		Média	19.338,23	24	464.117,52
		Alta	26.470,00	12	317.640,00
4.7	Cobertura jornalística e/ou institucional – vídeo personagem ou	Baixa	11.578,74	48	555.779,28
		Média	18.262,77	24	438.306,48

	depoimento	Alta	26.253,81	12	315.045,66
4.8	Cobertura jornalística e/ou institucional – vídeo animação	Baixa	16.400,00	24	393.600,00
		Média	20.640,00	12	247.680,00
4.9	Captação e Edição de áudio para Imprensa e Públicos Formadores de Opinião	Baixa	1.880,00	1200	2.256.000,00
		Média	4.042,50	60	242.550,00
		Alta	5.608,34	12	67.300,02
4.10	Podcast para imprensa e públicos de interesse	Baixa	4.296,73	24	103.121,52
		Média	7.047,72	12	84.572,58
		Alta	8.793,46	6	52.760,73
4.11	Projeto editorial	n/a	27.385,70	6	164.314,20
4.12	Conteúdo para apresentação	Baixa	7.159,71	12	85.916,49
		Média	9.918,79	6	59.512,75
		Alta	11.961,02	1	11.961,02
5.	DESIGN APLICADO À PRODUÇÃO DE CONTEÚDO PARA RELAÇÕES PÚBLICAS				
5.1	Infográficos estáticos	Baixa	3.428,66	12	41.143,94
		Média	4.973,66	12	59.683,90
		Alta	7.255,28	6	43.531,68
5.2	Infográficos dinâmicos	Baixa	9.760,90	12	117.130,74
		Média	13.577,50	12	162.930,00
		Alta	19.365,00	6	116.190,00
5.3	Projeto gráfico	Baixa	13.431,43	12	161.177,14
		Média	21.400,00	6	128.400,00
		Alta	28.749,25	1	28.749,25
5.4	Diagramação / editoração de publicações impressas	Baixa	12.837,89	12	154.054,70
		Média	18.757,64	6	112.545,82
		Alta	26.629,51	1	26.629,51
5.5	Diagramação de apresentações eletrônicas	Baixa	9.450,00	12	113.400,00
		Média	14.380,81	6	86.284,86
		Alta	24.418,10	1	24.418,10
5.6	Peças de design gráfico	Baixa	4.561,06	60	273.663,60
		Média	12.828,06	12	153.936,72
		Alta	17.569,63	6	105.417,80
5.7	Newsletter para servidores	Baixa	3.500,00	96	336.000,00
		Média	5.166,00	12	61.992,00
		Alta	6.365,00	6	38.190,00
6.	AVALIAÇÕES DE PERCEPÇÃO E IMAGEM				
6.1	Avaliação de percepção de imagem com população	Municipal - Baixa	65.700,00	1	65.700,00
		Municipal - Média	105.750,00	1	105.750,00
		Municipal - Alta	203.580,00	1	203.580,00
		Estadual - Baixa	194.040,00	1	194.040,00
		Estadual - Média	241.617,55	1	241.617,55
		Estadual - Alta	268.125,00	1	268.125,00
		Nacional - Baixa	320.800,00	12	3.849.600,00
		Campo Telefônico - baixa	140.294,28	2	280.588,56
		Campo Telefônico - média	219.830,13	1	219.830,13

6.2	Avaliação de percepção de imagem com jornalistas	Campo Telefônico - alta	355.917,67	1	355.917,67
		Campo Internet - baixa	99.043,64	1	99.043,64
		Campo Internet - média	147.213,77	1	147.213,77
		Campo Internet - alta	220.579,40	1	220.579,40
6.3	Avaliação de Percepção de Imagem com Autoridades e Executivos	Baixa	162.560,00	1	162.560,00
		Média	237.750,00	1	237.750,00
		Alta	357.850,00	1	357.850,00
6.4	Avaliação de Percepção de Imagem no Congresso	Baixa	183.150,00	1	183.150,00
		Média	253.800,00	1	253.800,00
		Alta	354.400,00	1	354.400,00
6.5	Avaliação de Percepção de Imagem com Público Interno	Campo Telefônico - baixa	111.250,00	1	111.250,00
		Campo Telefônico - média	180.800,00	1	180.800,00
		Campo Telefônico - alta	237.383,50	1	237.383,50
		Campo Internet - baixa	62.460,01	1	62.460,01
		Campo Internet - média	96.400,00	1	96.400,00
		Campo Internet - alta	154.246,28	1	154.246,28
		Campo Presencial - baixa	111.014,93	1	111.014,93
		Campo Presencial - média	138.828,91	1	138.828,91
		Campo Presencial - alta	180.988,37	1	180.988,37
6.6	Grupos Focais com públicos específicos	Baixa	55.875,00	2	111.750,00
		Média	91.129,36	1	91.129,36
		Alta	130.350,00	1	130.350,00
6.7	Grupos focais com população	Baixa	43.290,00	12	519.480,00
		Média	87.501,92	4	350.007,66
		Alta	115.340,83	1	115.340,83

7.2. Os quantitativos anuais estimados para os Produtos e Serviços foram definidos a partir da análise das necessidades de comunicação institucional do Ministério da Saúde, considerando o histórico de utilização dos serviços, as demandas atualmente identificadas, as perspectivas futuras de atuação e a capacidade operacional da Administração para planejamento, gestão, acompanhamento e fiscalização das demandas.

7.3. Na definição dos quantitativos foram considerados, ainda, o histórico da contratação vigente, cujo catálogo contempla 25 (vinte e cinco) produtos e serviços, a ampliação do escopo da nova contratação para contemplar 53 (cinquenta e três) produtos e serviços, a evolução das demandas de comunicação institucional e as novas necessidades decorrentes da complexidade e da diversidade das ações de comunicação do Ministério da Saúde.

7.4. A estimativa considera, ainda, o crescimento da demanda por informações oficiais, as necessidades atualmente identificadas e as perspectivas futuras de atuação da Assessoria de Comunicação Social, incluindo demandas decorrentes de iniciativas e políticas públicas de maior complexidade, conforme fundamentado no Documento de Formalização da Demanda – DFD.

7.5. As quantidades anuais apresentadas na tabela de estimativa anual constituem estimativas de execução e poderão ser adequadas às necessidades efetivamente identificadas durante a vigência contratual, observadas as condições contratuais aplicáveis, desde que

devidamente justificadas e respeitado o valor estabelecido no subitem 8.1 quanto ao valor estimado da contratação.
7.6. Os serviços selecionados devem apoiar as atividades gerenciais e executivas por meio da execução dos produtos e serviços previstos neste ETP, permitindo a coordenação e a execução das atividades e a adoção de estratégias e decisões para a implementação dos processos e projetos da Assessoria de Comunicação Social. As atividades proporcionam apoio técnico especializado ao setor, possibilitando o aumento da eficiência no atendimento das demandas.
7.7. Os serviços contratados darão suporte à cobertura das ações de comunicação do Ministério da Saúde, devendo considerar a imprevisibilidade dos acontecimentos, a agenda das Secretarias, que não se limita ao horário de expediente normal do Ministério da Saúde, e a necessidade de cobertura de sessões, viagens, audiências e eventos especiais do Gabinete do Ministro.
7.8. É essencial que o Ministério da Saúde esteja preparado e devidamente assessorado para prestar o atendimento necessário aos veículos de comunicação, de modo a garantir que a população receba, com agilidade, informações e orientações corretas e precisas sobre os programas e projetos do Governo Federal. Para isso, a área de comunicação social necessita de apoio especializado para cumprir sua missão de informar com propriedade e oportunidade aos diversos públicos — população em geral, imprensa e públicos de interesse — em diversas plataformas de informação, o que reforça a necessidade da contratação dos serviços requeridos.

8. Estimativa do Valor da Contratação

Valor (R$): 49.937.763,44

8.1. O valor total estimado para a contratação é de R$ 49.937.763,44 (quarenta e nove milhões, novecentos e trinta e sete mil, setecentos e sessenta e três reais e quarenta e quatro centavos).
8.2. A estimativa do valor da contratação foi elaborada com base em pesquisa de preços realizada no âmbito da instrução processual, considerando os produtos, serviços e quantitativos estimados para atendimento das necessidades de comunicação institucional do Ministério da Saúde, com o objetivo de subsidiar a análise da viabilidade econômica da contratação.
8.3. A pesquisa de preços que subsidiou a definição do valor estimado da contratação integra a instrução processual em documento específico, no qual constam a metodologia adotada, as fontes consultadas, as memórias de cálculo e as demais informações e justificativas pertinentes à formação do valor estimado.
8.4. O valor estimado indicado neste Estudo Técnico Preliminar tem por finalidade subsidiar a análise da viabilidade da contratação e reflete os resultados da pesquisa de preços realizada, observados os produtos, serviços e quantitativos estimados para a futura contratação.
8.5. Os preços unitários dos produtos e serviços que integram a contratação serão definidos pela Administração a partir da pesquisa de preços realizada e prefixados no instrumento convocatório, em conformidade com o critério de julgamento por Melhor Técnica e com as disposições da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 2025, com as alterações promovidas pela Instrução Normativa SECOM/PR nº 11, de 2026.
8.5.1. Os preços unitários prefixados pela Administração constituirão os valores de referência para a remuneração da Contratada pelos produtos e serviços efetivamente demandados, autorizados e executados durante a vigência contratual, observados os quantitativos estimados e o valor global da contratação.

9. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

9.1. Não será admitido o parcelamento da solução, conforme a seguir justificado.
9.2. A opção pelo não parcelamento da solução decorre da natureza integrada e interdependente dos produtos e serviços que compõem o objeto da contratação. Embora possuam características e entregas próprias, esses produtos e serviços integram uma estratégia articulada de comunicação institucional e são demandados de forma contínua e coordenada, de modo que sua execução por uma única empresa se mostra tecnicamente mais adequada para assegurar unidade estratégica, coerência das ações de comunicação e eficiência na gestão das demandas do Ministério da Saúde.
9.3. O parcelamento da solução entre diferentes contratadas poderia acarretar fragmentação dos fluxos de trabalho e das estratégias de comunicação, sobreposição ou dispersão de responsabilidades e maior complexidade na coordenação e no acompanhamento das demandas. Considerando a interdependência existente entre os produtos e serviços, eventual atraso ou inadequação na execução de uma atividade poderia, ainda, comprometer a realização das demais etapas relacionadas à mesma demanda de comunicação, com potenciais prejuízos à qualidade e à tempestividade dos resultados pretendidos pela CONTRATANTE.
9.4. A comunicação Integrada pressupõe um planejamento conjunto das atividades relacionadas à comunicação. Embora a comunicação do Ministério ocorra por diferentes meios, espaços e veículos, a mensagem institucional do Órgão deve ser uníssona, coesa e coerente. A comunicação integrada consiste no conjunto articulado de esforços, ações, estratégias e produtos de comunicação, planejados e desenvolvidos por uma instituição, com o objetivo de agregar valor à sua marca ou de consolidar a sua imagem junto a públicos específicos ou à sociedade como um todo.
9.5. Os produtos e serviços a serem contratados são de natureza técnica e intelectual, cabendo ressaltar que a metodologia empregada na sua elaboração admite variação de execução, com repercussões significa vas nos resultados alcançados.
9.6. A contratação é restrita a produtos e serviços de comunicação que devem ser pensados e desenvolvidos articuladamente. Trata-se de conjunto de serviços de comunicação, no âmbito do qual todos os serviços são utilizados como um meio para a consecução de um objetivo, que é a disponibilização das informações ao público-alvo.
9.7. Dessa forma, na contratação desses produtos e serviços a serem executados de forma integrada, devem ser considerados os seguintes aspectos, sob a perspectiva do caráter estratégico da comunicação institucional:

- a) Há necessidade de integração e alinhamento da comunicação nacional e regional;
- b) Produtos e serviços devem seguir uma mesma metodologia de trabalho;
- c) Ferramentas utilizadas para gestão devem ser padronizadas para tornar a mensuração de resultados mais eficiente;
- d) Relacionamento com a imprensa deve apresentar o mesmo padrão nas diversas instâncias de atuação;
- e) Documentos produzidos a par r de fontes de informação centralizadas e organizadas; e
- f) A multidisciplinariedade e capacidade técnica comprovada de uma equipe que atenda de forma integrada e nos segmentos nacional e regional.

9.8. Isto porque, a comunicação institucional é ferramenta estratégica e essencial para a consolidação da imagem institucional de entidades públicas e privadas. É importante instrumento para a divulgação ao público externo das ações realizadas e dos resultados alcançados, bem como de entendimento da percepção que esse mesmo público tem com relação à atuação do órgão ou da instituição.
9.9. A eficiência da comunicação institucional está diretamente relacionada à possibilidade de atuação integrada, que, por sua vez, só é possível a partir de uma demanda que englobe um conjunto de informações, análises, conteúdos e canais. A execução agregada e assertiva de todas essas fases de uma demanda desempenha papel estratégico para consolidar a imagem, alinhar o discurso e antecipar ou atuar em eventuais crises.
9.10. Considerando as características da solução pretendida, entende-se que o parcelamento do objeto em contratações distintas não se mostra tecnicamente adequado às necessidades da CONTRATANTE, uma vez que poderia comprometer a integração, a coordenação e a unidade estratégica necessárias à execução dos serviços de comunicação institucional. Dessa forma, a contratação será realizada de forma integrada, por meio de Concorrência, com adoção do critério de julgamento por melhor técnica, conforme fundamentado neste Estudo Técnico Preliminar e observadas a Lei nº 14.133/2021 e a regulamentação específica aplicável.
9.11. No caso concreto, o parcelamento dos serviços poderia resultar em esforços sobrepostos, fragmentação das responsabilidades e incompatibilidade entre estratégias, conteúdos e mensagens institucionais. A divisão do objeto e sua adjudicação a mais de uma empresa ampliariam a necessidade de coordenação entre diferentes contratadas e os riscos de descontinuidade ou desalinhamento na execução das demandas, podendo comprometer a eficiência operacional e a adequada utilização dos recursos públicos destinados à contratação.
9.12. Além disso, quando há mais de uma empresa executando tarefas interdependentes o risco de haver um trabalho inconcluso ou com pouca qualidade é elevado. Uma delas pode descumprir os prazos da execução da tarefa e tal fato vir a comprometer o resultado final do trabalho da outra e gerar insucesso na execução.
9.13. A qualidade técnica da comunicação institucional constitui elemento essencial para a adequada disseminação de informações de interesse público e para a transparência das políticas, programas, ações e serviços desenvolvidos pelo Ministério da Saúde. Nesse contexto, os diferentes produtos e serviços abrangidos pela contratação integram um sistema articulado de comunicação, cuja execução coordenada contribui para assegurar à sociedade informações claras, precisas, tempestivas e de utilidade pública.
9.14. Considerando-se ainda o risco de imagem associado à comunicação institucional do Poder Executivo Federal, o caráter estratégico de tal comunicação, a qualificação técnica exigida dos profissionais que irão atuar na empresa contratada e a natureza especializada da comunicação integrada, não há como qualificar como comuns os produtos objeto de tal contratação.
9.15. Por isso, é importante que produtos e serviços desta contratação sejam executados por profissionais qualificados, ulizando metodologias de gestão da comunicação integradas e padronizadas, com vistas a um resultado célere, assertivo e que gere respostas positivas diante da complexidade inerente à comunicação institucional no âmbito da Administração Pública.
9.16. Considerando o valor estimado da contratação, de R$ 49.937.763,44 (quarenta e nove milhões, novecentos e trinta e sete mil, setecentos e sessenta e três reais e quarenta e quatro centavos), e o valor atualizado para caracterização de contratação de grande vulto, de R$ 261.968.421,04 (duzentos e sessenta e um milhões, novecentos e sessenta e oito mil, quatrocentos e vinte e um reais e quatro centavos), conforme Decreto nº 12.807, de 29 de dezembro de 2025, verifica-se que o valor estimado da contratação corresponde a aproximadamente 19,06% do valor de grande vulto, encontrando-se, portanto, abaixo do limite de 19,99% estabelecido pela Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 2025.
9.17. Em razão desse enquadramento, a Administração poderá optar pela contratação de uma ou duas empresas, nos termos da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 2025. No caso concreto, opta-se pela contratação de uma única empresa, considerando as características do objeto e a necessidade de execução integrada dos produtos e serviços que compõem a solução.
9.18. A opção pela contratação de uma única empresa possibilita a coordenação centralizada das diferentes frentes de comunicação institucional, assegurando unidade estratégica, coerência das mensagens, padronização de metodologias e fluxos de trabalho, integração entre planejamento, produção, monitoramento e avaliação, bem como maior clareza na definição de responsabilidades.
9.19. A contratação de duas empresas, embora admitida pelo enquadramento normativo, implicaria maior necessidade de coordenação e compatibilização das atividades, ampliando os riscos de sobreposição de responsabilidades, descontinuidade, desalinhamento de estratégias e mensagens institucionais e dificuldades na execução de demandas que envolvam diferentes produtos e serviços de forma integrada.
9.20. Dessa forma, considerando a natureza integrada e interdependente dos produtos e serviços, a necessidade de atuação coordenada e contínua e os riscos associados à fragmentação da execução, conclui-se que a contratação de uma única empresa é a alternativa que melhor atende às necessidades do Ministério da Saúde e ao interesse público.
9.21. Portanto, considerando a natureza integrada e interdependente dos produtos e serviços, a necessidade de atuação coordenada e contínua e a importância de preservar a unidade estratégica das ações de comunicação institucional, conclui-se que o não parcelamento da solução e sua execução por uma única empresa mostram-se tecnicamente mais adequados às necessidades do Ministério da Saúde, proporcionando maior eficiência operacional, clareza na definição de responsabilidades e melhor relação entre os recursos empregados e os resultados pretendidos.

10. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

10.1. A presente contratação está relacionada aos Contratos nº 90/2021 e nº 41/2022, atualmente vigentes no âmbito do Ministério da Saúde, destinados ao atendimento das necessidades de comunicação institucional da Pasta.
10.2. O Contrato nº 90/2021 encontra-se em situação de encerramento de sua vigência, estando prevista sua prorrogação excepcional a partir de 30 de setembro de 2026, observados os requisitos legais aplicáveis. O Contrato nº 41/2022, por sua vez, encontra-se em seu último ano de vigência, com término previsto para maio de 2027, antes de eventual prorrogação, caso juridicamente cabível e atendidos os requisitos legais.
10.3. A existência dos contratos mencionados evidencia a continuidade da necessidade administrativa relacionada aos serviços de comunicação institucional. A presente contratação constitui, portanto, nova solução destinada a substituir e atualizar os ajustes atualmente vigentes, cuja estrutura não mais atende integralmente às necessidades atuais do Ministério da Saúde, conforme fundamentado neste Estudo Técnico Preliminar e no Documento de Formalização da Demanda – DFD.
10.4. Os contratos vigentes contemplam atualmente 25 (vinte e cinco) produtos e serviços, enquanto a presente contratação foi estruturada com 53 (cinquenta e três) produtos e serviços, refletindo a ampliação e diversificação das necessidades de comunicação institucional do Ministério da Saúde.
10.5. Considerando o caráter continuado e a relevância dos serviços para o funcionamento da comunicação institucional do Ministério da Saúde, a presente contratação deverá ser conduzida de forma a assegurar a continuidade dos serviços durante a substituição dos ajustes atualmente vigentes, mediante planejamento compatível com os respectivos prazos de vigência.
10.6. Para evitar eventual descontinuidade, a Administração deverá acompanhar os prazos de vigência dos Contratos nº 90/2021 e nº 41 /2022 e adotar tempestivamente as providências necessárias à conclusão da nova contratação, de modo que a formalização e o início da execução do novo ajuste ocorram de forma coordenada com o encerramento dos contratos vigentes, observadas as disposições legais e contratuais aplicáveis.

11. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

11.1. A presente contratação encontra-se prevista no Plano de Contratações Anual – PCA 2026 do Ministério da Saúde, por meio do Documento de Formalização da Demanda – DFD nº 215/2026, vinculado à contratação nº 250110-309/2026, conforme registro constante dos autos.

12. Benefícios a serem alcançados com a contratação

12.1. A contratação possibilitará ampliar e qualificar o alcance das informações de interesse público relacionadas às políticas, programas, ações e serviços desenvolvidos pelo Ministério da Saúde, fortalecendo a comunicação institucional e contribuindo para que a população tenha acesso, de forma clara, tempestiva e adequada, às informações necessárias ao conhecimento e à utilização das políticas públicas de saúde e dos serviços disponibilizados pelo Sistema Único de Saúde – SUS.
12.2. Dessa forma, os resultados pretendidos são:

- a) Produção e disseminação de conteúdos informativos por canais e meios de comunicação adequados aos diferentes públicos de interesse, ampliando o acesso da população às informações sobre políticas, programas, ações e serviços desenvolvidos pelo Ministério da Saúde e contribuindo para o fortalecimento da transparência e da comunicação institucional;
- b) Ampliar e qualificar os canais e meios de divulgação pelos quais a sociedade tem acesso a informações de interesse público, tornando temas relacionados à saúde pública mais acessíveis e compreensíveis aos diferentes segmentos da população;
- c) Qualificar o gerenciamento e o atendimento das demandas de comunicação institucional, incluindo o assessoramento estratégico, o relacionamento com a imprensa e a preparação e o apoio aos porta-vozes e às fontes oficiais do Ministério da Saúde;
- d) Planejamento de ações estratégicas em comunicação institucional, com elaboração de diagnóstico, matriz estratégica, planejamento e plano de comunicação temático;
- e) Fortalecer a capacidade de prevenção, monitoramento e gerenciamento de crises de comunicação, contribuindo para a atuação tempestiva do Ministério da Saúde diante de situações que possam afetar a adequada disseminação de informações de interesse público e a imagem institucional da CONTRATANTE;
- f) Ampliar a capacidade de planejamento e desenvolvimento de estratégias de comunicação assertivas e eficazes para a divulgação de políticas, programas, ações e serviços públicos de saúde, considerando a diversidade dos públicos e as diferentes realidades regionais, sociais e culturais da população brasileira.

12.3. Ademais, espera-se que os produtos e serviços decorrentes desta contratação contribuam para o fortalecimento da comunicação institucional e da imagem do Ministério da Saúde, ampliando a transparência das ações governamentais e qualificando o relacionamento com seus diversos públicos de interesse.
12.4. A contratação ora em planejamento busca subsidiar o fortalecimento da missão institucional da CONTRATANTE, por meio da divulgação de informações de interesse público e da promoção do diálogo com a sociedade, a imprensa e os demais públicos estratégicos, nos âmbitos nacional e regional.
12.5. A contratação busca contribuir para maior eficiência na aplicação dos recursos públicos destinados à comunicação institucional,

mediante a execução integrada e planejada dos produtos e serviços necessários ao atendimento das demandas do Ministério da Saúde. A disponibilização de capacidade técnica especializada e de instrumentos adequados à execução das atividades permitirá apoiar a atuação das equipes internas da CONTRATANTE, assegurando maior qualidade, continuidade e eficiência na execução das ações de comunicação ao longo da vigência contratual.
12.6. A solução proposta prioriza o alcance dos objetivos estabelecidos para as ações de comunicação institucional do Ministério da Saúde, especialmente quanto à disseminação de informações de interesse público relacionadas às políticas, programas, ações e serviços de saúde. A capacidade técnica especializada da empresa contratada apoiará as equipes internas do Ministério no planejamento, desenvolvimento e execução de estratégias de comunicação adequadas aos diferentes públicos e às necessidades institucionais da CONTRATANTE.
12.7. Dessa forma, com a contratação dos serviços de comunicação institucional, a CONTRATANTE pretende agregar maior qualidade e eficiência à execução de sua política de comunicação, ampliar a transparência e o acesso às informações de interesse público e fortalecer o relacionamento do Ministério da Saúde com a sociedade, a imprensa e os demais públicos de interesse, contribuindo para o adequado cumprimento de sua missão institucional.

13. Providências a serem Adotadas

13.1. Antes do início da execução contratual, a Administração adotará as providências necessárias à adequada implementação da contratação, incluindo a designação dos servidores responsáveis pela gestão e fiscalização do contrato e, quando necessário, a orientação e capacitação dos agentes que atuarão como gestores, fiscais, interlocutores e demandantes, de forma a assegurar o adequado acompanhamento da execução contratual e o cumprimento das obrigações estabelecidas no instrumento convocatório e no contrato.
13.2. A CONTRATANTE dispõe da estrutura física, tecnológica e operacional necessária ao recebimento e à execução das atividades previstas no escopo da contratação, não sendo necessárias adequações adicionais para o início da execução contratual.

14. Possíveis Impactos Ambientais

14.1. Com o objetivo de minimizar os impactos ambientais decorrentes da execução contratual, a CONTRATADA deverá adotar, no que couber, práticas de sustentabilidade, tais como:

- a) A CONTRATADA deverá observar, no que couber e de acordo com a natureza dos produtos e serviços demandados, os critérios e práticas de sustentabilidade previstos na legislação aplicável, especialmente na Lei nº 14.133/2021, na Lei nº 12.305 /2010, que institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos, e na Instrução Normativa SLTI/MPOG nº 1, de 19 de janeiro de 2010, observadas, ainda, as orientações aplicáveis constantes do Guia Nacional de Contratações Sustentáveis da Advocacia-Geral da União, 6ª edição, atualizado em 2025;
- b) Na execução contratual, sempre que aplicável à natureza dos produtos e serviços demandados, deverão ser adotadas práticas destinadas à redução dos impactos ambientais, incluindo o uso eficiente de recursos naturais, água e energia; a redução da geração de resíduos; a utilização racional de materiais e insumos; a preferência por soluções, tecnologias e processos de menor impacto ambiental; e a adequada destinação dos resíduos eventualmente gerados, em conformidade com a legislação aplicável; e
- c) A empresa CONTRATADA não poderá ter em seu quadro de pessoal empregado(s) menor(es) de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e de 16 (dezesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, nos termos do inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal.

15. Declaração de Viabilidade

Esta equipe de planejamento declara **viável** esta contratação.

15.1. Justificativa da Viabilidade

Considera-se que os serviços de comunicação institucional constituem ferramenta estratégica para a divulgação de informações de interesse público, o fortalecimento da transparência das ações institucionais e o adequado cumprimento das competências do Ministério da Saúde. Com base nas necessidades identificadas e nas análises desenvolvidas ao longo deste Estudo Técnico Preliminar, a Equipe de Planejamento conclui pela viabilidade da contratação, considerando que a solução proposta se mostra tecnicamente adequada ao atendimento das necessidades de comunicação institucional do Ministério da Saúde.
Dessa forma, diante dos elementos apresentados neste Estudo Técnico Preliminar, conclui-se pela viabilidade da contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação institucional para atendimento das demandas do Ministério da Saúde, nos termos e condições a serem estabelecidos no Termo de Referência e no instrumento convocatório.
15.2. **Classificação das informações**
Ao final da elaboração deste Estudo Técnico Preliminar, foi avaliada a necessidade de classificação do documento e de eventuais documentos anexos, nos termos da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011. Não foram identificadas, no ETP, informações cuja divulgação esteja sujeita à classificação de sigilo, razão pela qual não se mostra necessária sua classificação.

16. 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.

HELMARQUES FERREIRA DOS SANTOS

Membro da comissão de contratação

Assinou eletronicamente em 08/10/2026 às 15:01:06.

MARCOS SANTOS DA SILVA

Membro da comissão de contratação

Assinou eletronicamente em 08/10/2026 às 15:06:53.

THIAGO FALEIRO PARENTE

Membro da comissão de contratação

Assinou eletronicamente em 08/10/2026 às 15:37:57.