

COORDENAÇÃO-GERAL DE RECURSOS LOGÍSTICOS

Termo de Referência 12/2026

Informações Básicas

Número do artefato	UASG	Editado por	Atualizado em
12/2026	540004-COORDENAÇÃO-GERAL DE RECURSOS LOGÍSTICOS	VENCESLAU BORLINA FILHO	02/10/2026 11:40 (v 0.13)
Status	ASSINADO		

Outras informações

Categoria	Número da Contratação	Processo Administrativo
V - prestação de serviços, inclusive os técnico-profissionais especializados/Serviço continuado sem dedicação exclusiva de mão de obra		72031.006270/2026-15

1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

MINISTÉRIO DO TURISMO

(Processo Administrativo nº 72031.006270/2026-15)

TERMO DE REFERÊNCIA

1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

1.1. Contratação de 2 (duas) empresas prestadoras de serviços de comunicação digital, referentes à:

- a) prospecção, planejamento, desenvolvimento, implementação de soluções de comunicação digital;
- b) a moderação de conteúdo e de perfis em redes sociais, análise de sentimentos e o desenvolvimento de proposta de estratégia de comunicação nos canais digitais com base na inteligência dos dados colhidos;
- c) a criação e execução técnica de projetos, ações ou produtos de comunicação digital; e
- d) o desenvolvimento e implementação de formas inovadoras de comunicação, destinadas a expandir os efeitos da ação de comunicação digital, em consonância com novas tecnologias.

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

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

1.1.3. Os serviços previstos no subitem 1.1 não abrangem atividades com natureza distinta da comunicação digital do CONTRATANTE.

1.1.4. Serão contratadas 2 (duas) empresas de comunicação digital, doravante denominadas CONTRATADAS, conforme métrica estabelecida no §2º do art. 5º da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 12 de novembro de 2025.

1.1.5. Para a execução dos serviços, a CONTRATANTE instituirá procedimento de seleção interna entre as contratadas, cuja metodologia será aprovada pela Administração e publicada na imprensa oficial.

1.1.6. Os serviços poderão ser executados, indistintamente, por quaisquer das empresas contratadas, observados o limite mínimo de 20% (vinte por cento) para cada empresa e metodologia de seleção interna de que trata o item 1.1.5., desde que mantidas as condições de habilitação, qualificação e capacidade operacional exigidas para a execução contratual.

ITEM	ESPECIFICAÇÃO	QUANT	VALOR TOTAL ANUAL GLOBAL	DESPESAS COM DESLOCAMENTO DE PROFISSIONAL A SERVIÇO (10%)	VALOR TOTAL DA CONTRATAÇÃO
1	Serviços de Comunicação Digital, conforme especificações detalhadas no Apêndice I.	1	R\$ 9.639.445,00	R\$ 963.944,50	R\$ 10.603.389,50
2	Serviços de Comunicação Digital, conforme especificações detalhadas no Apêndice I.	1	R\$ 9.639.445,00	R\$ 963.944,50	R\$ 10.603.389,50

1.1.7. As especificações técnicas dos produtos e serviços, os quantitativos estimados para execução e os respectivos preços unitários máximos encontram-se detalhados no Apêndice I - Catálogo de Produtos e Serviços Essenciais, documento integrante do Termo de Referência, elaborado com base nas estimativas apresentadas no Estudo Técnico Preliminar e em conformidade com os arts. 15 e 16 da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9/2025.

1.1.8. A execução dos serviços ocorrerá sob demanda, mediante emissão de Ordens de Serviço pela CONTRATANTE, observadas as especificações técnicas constantes do Catálogo de Produtos e Serviços e do presente Termo de Referência, bem como os níveis de qualidade, os prazos de execução, os critérios de avaliação, os procedimentos de acompanhamento e os demais requisitos estabelecidos para cada demanda.

Classificação do objeto quanto à heterogeneidade ou complexidade

1.2. O objeto da contratação classifica-se como serviço especial, de natureza predominantemente intelectual, conforme justificativa constante do Estudo Técnico Preliminar.

Classificação do objeto quanto ao modelo de execução

1.3. O serviço é enquadrado como continuado, uma vez que sua execução permanente e ininterrupta é indispensável à manutenção das atividades de comunicação institucional do órgão, conforme disposto no Estudo Técnico Preliminar.

Prazo de vigência

1.4. O prazo de vigência da contratação é de **12 (doze) meses**, contados da assinatura do contrato, prorrogável por até 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

1.5. O contrato ou outro instrumento hábil que o substitua oferece maior detalhamento das regras que serão aplicadas em relação à vigência da contratação.

1.6. Os quantitativos estimados encontram-se detalhados no Apêndice I - Catálogo de Produtos e Serviços Essenciais, constante neste Termo de Referência, compreendendo, entre outros, serviços de planejamento, concepção criativa, produção audiovisual, produção de conteúdo, desenvolvimento de soluções digitais, inteligência de dados, Martech, mídia digital, monitoramento e gestão de relacionamentos em ambientes digitais.

2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

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

2.2. A presente contratação encontra-se devidamente contemplada nos Planos de Contratações Anuais - PCA 2026 e 2027, em consonância com o planejamento institucional do Ministério do Turismo e com as necessidades identificadas pela área demandante, conforme detalhamentos a seguir:

2026

- I - ID PCA no PNCP: 05457283000119-0-000001/2026;
- II - Data de publicação no PNCP: 30/09/2026
- III - Id do item no PCA: 256;
- IV - Classe/Grupo: 836 - Serviços de Publicidade;
- V - Identificador da Futura Contratação: 540004-127/2026.

2027

- I - ID PCA no PNCP: 05457283000119-0-000002/2027;
- II - Data de publicação no PNCP: 14/05/2026:
- III - Id do item no PCA: 88;
- IV - Classe/Grupo: 836 - Serviços de Publicidade;
- V - Identificador da Futura Contratação: DFD 1/2027.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO CONSIDERADO O CICLO DE VIDA DO OBJETO E ESPECIFICAÇÃO DO PRODUTO

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

3.2. Ratifica-se, ainda, a observância integral das disposições estabelecidas na Instrução Normativa SECOM/PR nº 9/2025, com especial atenção ao disposto no art. 73, parágrafo único, cujos requisitos foram devidamente considerados na estruturação da contratação e incorporados aos documentos que compõem a instrução processual.

4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

SUSTENTABILIDADE

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

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

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

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

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

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

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

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

4.1.3. Em observância ao princípio do desenvolvimento nacional sustentável e aos requisitos de sustentabilidade aplicáveis às contratações públicas, a CONTRATADA deverá adotar, durante toda a execução contratual, boas práticas de sustentabilidade ambiental, racionalização do uso de recursos, otimização de processos, redução de desperdícios, prevenção e mitigação de impactos ambientais, bem como promover a utilização preferencial de processos digitais e soluções tecnológicas que contribuam para a eficiência operacional dos serviços.

4.1.4. Deverá constar entre as obrigações da CONTRATADA a seguinte exigência:

"Adotar, durante a execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, utilização racional de recursos, otimização de processos, redução de desperdícios, prevenção da poluição e promoção da responsabilidade socioambiental, observando a legislação aplicável e as diretrizes institucionais do Ministério do Turismo."

4.1.4.1. No que se refere à acessibilidade, deverão ser observadas as disposições da Lei nº 13.146, de 6 de julho de 2015 (Lei Brasileira de Inclusão da Pessoa com Deficiência), bem como as normas técnicas e regulamentações aplicáveis, em especial a ABNT NBR 9050, sem prejuízo da observância de outros normativos complementares, suplementares ou supervenientes que venham a incidir sobre o objeto da contratação.

4.1.4.2. Deverá constar entre as obrigações da CONTRATADA a seguinte exigência:

"Observar, durante toda a execução contratual, as diretrizes, normas e requisitos de acessibilidade previstos na Lei nº 13.146/2015 e demais normativos aplicáveis, assegurando que os produtos, conteúdos, soluções e serviços desenvolvidos atendam aos princípios da acessibilidade, inclusão e comunicação universal."

4.1.5. As medidas de sustentabilidade previstas neste Termo de Referência têm por finalidade estimular a adoção de práticas compatíveis com a promoção do desenvolvimento sustentável, contribuindo para a minimização de impactos ambientais associados à execução contratual, para a eficiência na utilização de recursos e para o alinhamento da contratação às políticas de sustentabilidade da Administração Pública Federal.

INDICAÇÃO DE MARCAS OU MODELOS

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

SUBCONTRATAÇÃO

4.3. Não será admitida a subcontratação do objeto contratual. A justificativa para a vedação da subcontratação encontra-se pormenorizada em tópico específico dos Estudos Técnicos Preliminares, apêndice deste Termo de Referência.

GARANTIA DA CONTRATAÇÃO

4.4. Será exigida a garantia da contratação de que tratam os arts. 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021, com validade durante a execução do contrato e 90 (noventa) dias após término da vigência contratual, podendo a CONTRATADA optar pela caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública, seguro-garantia, fiança bancária ou título de capitalização, em valor correspondente a **5% (cinco por cento)** do valor total da contratação.

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

4.6. Caso o adjudicatário não opte pelo seguro-garantia ou não apresente a apólice de seguro de garantia antes da assinatura do contrato, deverá apresentar, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério do CONTRATANTE, contado da assinatura do contrato, comprovante de prestação de garantia nas modalidades de caução em dinheiro ou títulos da dívida pública, fiança bancária ou títulos de capitalização.

4.7. A inobservância do prazo fixado para apresentação da garantia acarretará a aplicação de multa, conforme sanções administrativas aplicáveis.

4.8. O atraso superior a 30 (trinta) dias corridos, após os prazos previstos nos subitens 4.5 a 4.7 autoriza a CONTRATANTE a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I, da Lei nº 14.133/2021, sem prejuízo de outras sanções previstas na Lei e no contrato.

4.9. Caberá à CONTRATADA escolher uma das modalidades previstas no art. 96 da Lei nº 14.133/2021:

- a) Caução em dinheiro ou títulos da dívida pública;
- b) Seguro-garantia;
- c) Fiança bancária; ou
- d) título de capitalização custeado por pagamento único, com resgate pelo valor total.

4.10. Em se tratando de garantia prestada mediante caução em dinheiro, o depósito deverá ser feito obrigatoriamente na Caixa Econômica Federal, conforme determina o art. 82 do Decreto nº 93.872/1986, sendo devolvida atualizada monetariamente, nos termos do art. 100, da Lei nº 14.133/2021.

4.11. Se a opção for pelo seguro-garantia:

- a) a apólice indicará a Contratante como beneficiária e deve ser emitida por instituição autorizada pela Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) a operar no mercado securitário, que não se encontre sob regime de direção fiscal, intervenção, liquidação extrajudicial ou fiscalização especial e que não esteja cumprindo penalidade de suspensão imposta pela autarquia;
- b) seu prazo de validade deverá corresponder ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da CONTRATADA – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação da expectativa de sinistro ou do efetivo aviso de sinistro à instituição emitente, observados os prazos prescricionais pertinentes;
- c) a apólice deve prever expressamente responsabilidade da seguradora por todas e quaisquer multas de caráter sancionatório aplicadas à CONTRATADA.

4.12. Se a opção for pela fiança bancária, o instrumento de fiança deve:

- a) ser emitido por instituição financeira que esteja autorizada pelo Banco Central do Brasil a funcionar no Brasil e que não se encontre em processo de liquidação extrajudicial ou de intervenção da autarquia;
- b) ter prazo de validade correspondente ao período de vigência do contrato, acrescido de 90 (noventa) dias para apuração de eventual inadimplemento da CONTRATADA – ocorrido durante a vigência contratual – e para a comunicação do inadimplemento à instituição financeira, observados os prazos prescricionais pertinentes;
- c) ter afirmação expressa do fiador de que, como devedor solidário, fará o pagamento à CONTRATANTE, independentemente de interpelação judicial, caso o afiançado não cumpra suas obrigações;
- d) ter renúncia expressa do fiador ao benefício de ordem e aos direitos previstos nos arts. 827 e 838 do Código Civil Brasileiro.

4.13. Se a opção for pelo título da dívida pública, este deverá:

- a) ter sido emitido sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil;
- b) ser avaliado por seu valor econômico, conforme definido pelo Ministério da Fazenda.

4.14. A garantia, qualquer que seja a modalidade escolhida, assegurará o pagamento de:

- I. prejuízos advindos do não cumprimento do objeto deste contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;
- II. prejuízos causados à CONTRATANTE ou a terceiro, decorrentes de culpa ou dolo durante a execução deste contrato;
- III. multas moratórias e punitivas aplicadas pela CONTRATANTE à CONTRATADA;

4.15. A modalidade seguro-garantia somente será aceita se contemplar todos os eventos indicados no subitem 4.14.

4.16. Não serão aceitos seguro-garantia ou fiança bancária que contenham cláusulas contrárias aos interesses da CONTRATANTE.

4.17. Se o valor da garantia vier a ser utilizado, total ou parcialmente, no pagamento de qualquer obrigação vinculada a este ajuste, incluída a indenização a terceiros, a contratada deverá proceder à respectiva reposição, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

4.18. Se houver acréscimo ao valor deste contrato, a contratada se obriga a fazer a complementação da garantia no prazo máximo 10 (dez) dias úteis, contados da data do recebimento da notificação da CONTRATANTE.

4.19. Na hipótese de prorrogação do contrato, a CONTRATANTE exigirá nova garantia, escolhida pela contratada entre as modalidades previstas na Lei nº 14.133/2021.

4.20. O documento de constituição da nova garantia deverá ser entregue à CONTRATANTE no prazo máximo de 10 (dez) dias, contados da data de assinatura do respectivo termo aditivo.

4.21. A garantia, ou seu saldo, será liberada ou restituída, a pedido da CONTRATADA, no prazo de 90 (noventa) dias após o término do prazo de vigência deste contrato, mediante certificação, por seu gestor ou fiscal, de que os serviços foram realizados a contento e desde tenham sido cumpridas todas as obrigações aqui assumidas

4.21.1. Na restituição de garantia realizada em dinheiro, seu valor ou saldo será corrigido com base na variação do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M), publicado pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir.

4.22. A qualquer tempo, mediante entendimento prévio com a CONTRATANTE, poderá ser admitida a substituição da garantia, observadas as modalidades previstas no subitem 4.9.

4.23. Aceita pela CONTRATANTE, a substituição da garantia será registrada no processo administrativo por meio de apostilamento.

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

VISTORIA

4.25. Não há necessidade de realização de avaliação prévia do local de execução dos serviços, tendo em vista que as informações, características, condições e demais elementos necessários à adequada execução do objeto, inclusive quanto às atividades que poderão ser realizadas presencialmente nas dependências da CONTRATANTE, encontram-se suficientemente descritos neste Termo de Referência e em seus anexos, não sendo imprescindível o conhecimento prévio dos locais para a formulação da proposta e o cumprimento das obrigações contratuais.

DA EXECUÇÃO EXCEPCIONAL DE SERVIÇOS NAS DEPENDÊNCIAS DA CONTRATANTE

4.26. Os serviços objeto da contratação serão executados, preferencialmente, de forma remota nas dependências da CONTRATADA ou em outros locais adequados à execução do objeto. Excepcionalmente, quando a natureza da demanda exigir a presença física dos profissionais para a sua adequada execução, determinados produtos e serviços poderão ser executados nas dependências da CONTRATANTE ou em outros locais indicados por ela, mediante solicitação.

4.27. Poderão ser executadas presencialmente, em caráter excepcional e pelo período estritamente necessário ao atendimento da demanda, as seguintes atividades:

I – cobertura, produção e acompanhamento de conteúdo em eventos institucionais realizados nas dependências da CONTRATANTE;

II – reuniões técnicas e atividades de planejamento ou alinhamento entre as equipes;

III – atividades de produção, captação ou acompanhamento de conteúdo audiovisual realizadas nas dependências da CONTRATANTE;

IV – atividades de comunicação digital que exijam presença física para sua adequada execução; e

V – outras atividades diretamente relacionadas ao objeto contratado cuja execução presencial seja tecnicamente justificada pela CONTRATANTE.

4.28. Para a execução das atividades presenciais previstas neste item, a CONTRATADA deverá disponibilizar profissionais com perfis técnicos compatíveis com a natureza dos serviços demandados, dentre aqueles integrantes de sua estrutura habilitada, observados, conforme a atividade, os seguintes perfis:

I – profissional de comunicação digital, para atividades de planejamento, gestão, acompanhamento e execução de ações de comunicação digital;

II – profissional de conteúdo/redação, para atividades de produção, revisão e adequação de conteúdos de comunicação institucional;

III – profissional de audiovisual, para atividades de captação, produção, edição e acompanhamento de conteúdos audiovisuais;

IV – profissional de mídias sociais, para atividades de planejamento, publicação, monitoramento e análise de conteúdos em plataformas digitais; e

V – profissional de design/criação, para atividades de elaboração e adaptação de peças e materiais de comunicação digital.

4.29. Os profissionais designados para a execução presencial deverão possuir experiência e conhecimentos compatíveis com as atividades que lhes forem atribuídas, cabendo à CONTRATADA assegurar os recursos necessários ao atendimento das demandas, sem prejuízo da continuidade e da qualidade dos serviços executados remotamente.

4.30. A execução presencial terá caráter **excepcional, temporário e vinculado à necessidade específica da demanda**, não caracterizando disponibilização permanente de mão de obra, cessão de pessoal, dedicação exclusiva de mão de obra ou subordinação dos profissionais da CONTRATADA à CONTRATANTE.

4.31. A solicitação de execução presencial deverá, sempre que possível, indicar a atividade a ser realizada, o período estimado, o local e o perfil profissional necessário, observadas a natureza e a complexidade da demanda.

4.32. A execução dos serviços, inclusive quando excepcionalmente realizada nas dependências da CONTRATANTE ou em outros locais por ela indicados, observará o disposto na Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 2025, em especial o art. 73 e seu parágrafo único, bem como as demais condições estabelecidas neste Termo de Referência.

OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

4.33. Constituem obrigações da CONTRATADA, além das demais previstas no contrato ou dele decorrentes:

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

4.33.2. Fornecer os produtos e serviços relacionados com o objeto do contrato de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

4.33.3. Executar todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, mediante demanda da CONTRATANTE.

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

4.33.5. Obter a autorização prévia da CONTRATANTE, por escrito, para realizar qualquer despesa relacionada com o contrato.

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

4.33.7. Manter, durante a execução do contrato, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que dará origem a esse instrumento.

4.33.8. Utilizar, na elaboração dos serviços objeto do contrato, os profissionais indicados na Proposta Técnica da concorrência que dará origem a esse instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.

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

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

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

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

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

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

- 4.33.14. Assumir, com exclusividade, todos os tributos (impostos e taxas) que forem devidos em decorrência do objeto do contrato, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- 4.33.15. Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços prestados.
- 4.33.16. Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 4.33.17. Responder perante a CONTRATANTE por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto deste contrato.
- 4.33.18. Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas para a CONTRATANTE.
- 4.33.19. Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados e prepostos, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato.
- 4.33.20. Em caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, adotar as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsar à CONTRATANTE as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar.
- 4.33.21. Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato.
- 4.33.22. Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.
- 4.33.23. Não caucionar ou utilizar o contrato como garantia para qualquer operação financeira.
- 4.33.24. Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 144, da Lei nº 14.133/2021.
- 4.33.25. Observar as condições para fornecimento de produtos e de serviços à CONTRATANTE estabelecidas no Edital.
- 4.33.26. A CONTRATANTE comunicará à CONTRATADA por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

4.34. São obrigações da CONTRATANTE:

- a) cumprir os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;
- b) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos produtos e serviços;
- c) proporcionar condições para a boa execução dos produtos e serviços;
- d) notificar a CONTRATADA, formal e tempestivamente, sobre as irregularidades observadas no cumprimento deste contrato;
- e) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;
- f) efetuar os pagamentos nas condições e preços pactuados.

5. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

ESPECIFICAÇÃO DO SERVIÇO E REQUISITOS DE QUALIDADE, RENDIMENTO, COMPATIBILIDADE, DURABILIDADE E SEGURANÇA

5.1. A contratação compreenderá a prestação de serviços especializados de comunicação digital, incluindo, entre outros:

- planejamento estratégico de comunicação digital;
- planejamento e execução de campanhas e ações digitais;
- gestão de mídia digital;
- desenvolvimento e implementação de soluções inovadoras de comunicação digital.
- concepção criativa e desdobramento de peças digitais:
- produção de vídeos, animações, podcasts e transmissões ao vivo;
- produções, gestão, adaptação e otimização de conteúdos digitais;
- gestão e moderação de redes sociais;
- desenvolvimento de hotsites, landing pages, websites, aplicativos e soluções digitais;
- monitoramento de ambientes digitais;
- análise de dados, inteligência digital, Business Intelligence, Business Analytics;

5.2. Os serviços deverão observar padrões de qualidade compatíveis com as melhores práticas de mercado e com as diretrizes de comunicação da Administração Pública Federal, assegurando:

- atender às diretrizes de comunicação do Governo Federal e do Ministério do Turismo;
- observar os princípios da publicidade, transparência, impessoalidade e interesse público;
- assegurar compatibilidade com os ambientes tecnológicos utilizados pela Administração;
- observar as normas de acessibilidade digital e inclusão previstas na legislação vigente;
- atender às disposições da Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais – LGPD e às políticas de segurança da informação;
- empregar metodologias, ferramentas e recursos atualizados e compatíveis com as melhores práticas de mercado;
- garantir tempestividade, confiabilidade e adequação técnica dos produtos e serviços entregues.

5.3. Para execução do objeto da contratação, as demandas serão atendidas por meio da combinação dos produtos e serviços mais adequados para apoiar o MTur na superação de seus desafios e alcance dos seus objetivos de comunicação, abrangendo:

a) Produtos e Serviços Essenciais que contemplam a expertise básica das CONTRATADAS na execução do objeto da contratação, sendo os itens previamente especificados e precificados pela Contratante, com os respectivos quantitativos estimados de execução, no Apêndice I deste Termo de Referência.

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

- a) Planejamento;
- b) Concepção criativa;
- c) Desdobramento da concepção criativa;
- d) Produção de vídeos e animação;
- e) Conteúdo
- f) Desenvolvimento;
- g) *Business Intelligence e Business Analytics*
- h) Martech;
- i) Mídia;
- j) Moderação e monitoramento; e
- k) Influenciadores.

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

- a) Título;
- b) Descritivo;

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

5.6. As especificações dos Produtos e Serviços Essenciais mencionadas no subitem anterior poderão ser aperfeiçoadas pela Contratante, sempre que identificada a necessidade de maior alinhamento das informações com a prática vivenciada com a Contratada, no decorrer da execução contratual.

CONDIÇÕES DE ENTREGA

5.7. As CONTRATADAS deverão possuir capacidade técnica, operacional e gerencial compatível com o objeto da contratação, de modo a assegurar o início da execução dos serviços imediatamente após a assinatura do respectivo instrumento contratual, observadas as condições e os prazos estabelecidos pela Administração.

5.8. Os serviços deverão ser executados em conformidade com as especificações, diretrizes e demandas definidas pela Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério do Turismo – ASCOM/MTur, observando-se os requisitos técnicos, operacionais e estratégicos inerentes ao objeto contratado.

5.9. A prestação dos serviços de comunicação digital será realizada em regime de execução compartilhada entre duas empresas contratadas, com o objetivo de garantir a continuidade, a integração, a complementaridade e a otimização das ações de comunicação digital desenvolvidas no âmbito do Ministério do Turismo.

5.10. As CONTRATADAS poderão ser acionadas individualmente ou de forma concomitante para a execução de demandas específicas, conforme a natureza, a complexidade, a especialização requerida, o volume de atividades e a urgência dos serviços solicitados, observando-se, em todos os casos, os princípios da economicidade, eficiência, isonomia, razoabilidade e proporcionalidade.

5.11. A atuação das CONTRATADAS poderá abranger, entre outras atividades correlatas e necessárias ao alcance dos objetivos institucionais da comunicação digital, as seguintes frentes de trabalho:

5.11.1. Elaboração, desenvolvimento, implementação e acompanhamento de estratégias de comunicação digital, contemplando, entre outros, a gestão de redes sociais, a otimização de mecanismos de busca (SEO), a estruturação de websites e hotsites, o planejamento de campanhas digitais e ações de impulsionamento de conteúdo;

5.11.2. Produção, edição, adaptação e disponibilização de conteúdos audiovisuais e multimídia destinados aos diversos canais digitais, observadas as especificidades de cada plataforma e público-alvo;

5.11.3. Realização de atividades de monitoramento, mensuração, análise e avaliação de desempenho de campanhas, ações e ativos digitais, com geração de relatórios, indicadores e recomendações para aperfeiçoamento contínuo dos resultados;

5.11.4. Planejamento, operacionalização, gerenciamento e otimização de ações de mídia digital, tanto em ambientes pagos quanto orgânicos, incluindo a definição de estratégias de segmentação, distribuição e amplificação de conteúdo;

5.11.5. Concepção, desenvolvimento e implementação de soluções e produtos digitais inovadores, tais como aplicativos, simuladores, plataformas interativas, hotsites, ferramentas digitais e demais recursos tecnológicos voltados ao fortalecimento da comunicação institucional e do relacionamento com os públicos de interesse.

CRITÉRIOS PARA ESCOLHA DAS EMPRESAS EM CADA DEMANDA

5.12. A definição da empresa responsável pela execução de cada demanda observará os procedimentos e critérios estabelecidos no Manual de Seleção Interna (Anexo II deste Termo de Referência), com vistas a assegurar a escolha da proposta mais vantajosa para a Administração, considerando aspectos técnicos, estratégicos, operacionais e econômicos

5.12.1. Disponibilidade operacional e capacidade técnica imediata da CONTRATADA para atender aos prazos, cronogramas e especificidades da demanda apresentada;

5.12.2. Experiência comprovada na execução de serviços de natureza semelhante, especialmente quando houver possibilidade de aproveitamento de conhecimentos, soluções, metodologias, ativos ou produtos previamente desenvolvidos, de forma a promover ganhos de eficiência, celeridade e economicidade.

5.12.3. Adequação técnica, criativa e estratégica das propostas elaboradas em resposta a briefing específico fornecido pela Administração, observados, entre outros, os seguintes aspectos:

5.12.3.1. Alinhamento da proposta criativa aos objetivos institucionais, de comunicação e de posicionamento definidos para a ação ou campanha;

5.12.3.2. Clareza conceitual, originalidade e capacidade de inovação na construção e disseminação das mensagens, considerando as características, necessidades e expectativas do público-alvo;

5.12.3.3. Consistência, pertinência e efetividade das estratégias de comunicação e mídia digital propostas, em consonância com os objetivos, canais e indicadores de desempenho estabelecidos para a ação.

5.12.4. Compatibilidade dos custos estimados da ação com os parâmetros orçamentários e financeiros definidos pela Administração, observando-se as faixas e os procedimentos de seleção previstos no Manual de Seleção Interna, inclusive quanto à adoção de rito simplificado ou de avaliação por comissão especializada, conforme o montante do investimento envolvido.

5.12.5. Possibilidade de integração, complementaridade ou conjugação de propostas apresentadas pelas CONTRATADAS, quando tecnicamente recomendável e comprovadamente vantajosa para a Administração, com vistas à otimização de resultados, ampliação do alcance das ações de comunicação digital e maior eficiência na aplicação dos recursos públicos.

EXECUÇÃO COMPARTILHADA

5.13. Quando, em razão da natureza, da complexidade ou dos objetivos estratégicos da ação de comunicação digital, as duas contratadas apresentarem soluções técnicas, criativas e operacionais complementares e passíveis de integração, a Administração poderá autorizar a execução compartilhada dos serviços, observadas as competências específicas de cada empresa e os critérios previstos neste Termo de Referência.

5.13.1. A execução compartilhada deverá ser formalmente planejada e coordenada pela Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério do Turismo – ASCOM/MTur, de modo a assegurar a integração das atividades, a compatibilidade das entregas e a obtenção dos resultados esperados.

5.13.2. A adoção do regime de execução compartilhada terá como objetivos:

I - ampliar a diversidade de abordagens estratégicas e criativas, favorecendo o desenvolvimento de soluções inovadoras, aderentes aos objetivos institucionais e às melhores práticas de comunicação digital;

II - promover a distribuição equilibrada e coordenada das responsabilidades técnicas e operacionais entre as contratadas, de acordo com suas respectivas competências, especializações e capacidades de atendimento;

III - potencializar o desempenho e os resultados das ações de comunicação digital, mediante a integração de conhecimentos, recursos, metodologias e experiências complementares;

IV - reduzir riscos relacionados ao cumprimento de prazos, à continuidade da prestação dos serviços e à qualidade das entregas, contribuindo para maior segurança operacional e eficiência na execução contratual.

5.13.3. A execução compartilhada não afasta a responsabilidade individual de cada CONTRATADA pelas atividades, produtos ou serviços sob sua atribuição, permanecendo cada empresa responsável pela qualidade técnica, conformidade e tempestividade das respectivas entregas.

FORMALIZAÇÃO

5.14. Para cada demanda submetida à execução contratual, a Assessoria Especial de Comunicação Social do Ministério do Turismo – ASCOM/MTur promoverá a formalização da respectiva solicitação, registrando nos autos do processo administrativo correspondente os fundamentos técnicos, operacionais e estratégicos que motivaram a escolha da contratada ou das contratadas responsáveis pela execução dos serviços, em observância aos princípios da legalidade, impessoalidade, eficiência, motivação, economicidade e transparência administrativa.

5.15. A execução contratual ocorrerá mediante a prestação de serviços e o fornecimento de produtos previamente demandados pela CONTRATANTE, por meio da emissão de Ordem de Serviço (OS), observando-se as disposições deste Termo de Referência, do contrato decorrente da contratação e dos procedimentos previstos nos Anexos V e V-A da Instrução Normativa nº 5, de 26 de maio de 2017, e suas atualizações.

5.16. As demandas formuladas pela Contratante poderão ser estruturadas de forma personalizada, mediante a combinação de produtos, serviços, metodologias, tecnologias e entregas previstas contratualmente, com a finalidade de atender integralmente às necessidades

específicas de cada ação, projeto, campanha ou iniciativa de comunicação digital, garantindo o alcance dos resultados pretendidos e a aderência aos objetivos institucionais do Ministério do Turismo.

5.17. A execução de qualquer produto, serviço, aquisição, contratação acessória ou despesa que implique desembolso de recursos públicos dependerá de prévia e expressa autorização da CONTRATANTE, formalizada nos autos do respectivo processo administrativo, vedada a realização de atividades ou a assunção de compromissos financeiros sem a devida autorização.

5.18. Excepcionalmente, quando a natureza, a complexidade, a criticidade ou as características específicas da demanda exigirem a presença física dos profissionais para a sua adequada execução, determinados produtos e serviços poderão ser executados nas dependências do Ministério do Turismo ou em outros locais indicados pela CONTRATANTE, pelo período estritamente necessário ao atendimento da demanda, observadas as condições estabelecidas nos subitens 4.26 a 4.32 deste Termo de Referência.

5.19. A execução presencial será restrita às situações em que a natureza ou as condições específicas da demanda tornem necessária a presença física dos profissionais, especialmente para cobertura de eventos e agendas institucionais, produção e captação audiovisual, realização de ações externas, reuniões técnicas que justificadamente demandem presença física e demais atividades inerentes ao objeto que não possam ser adequadamente executadas de forma remota.

5.20. Para os produtos e serviços cuja execução ocorra nas dependências da CONTRATANTE, serão observadas especificações técnicas, operacionais e de segurança específicas, compatíveis com as características presenciais da atividade, bem como os perfis profissionais mínimos exigidos para sua realização, considerando a qualificação técnica, a experiência comprovada e as competências necessárias para assegurar a adequada execução dos serviços e o atendimento aos padrões de qualidade estabelecidos pelo Ministério do Turismo.

5.20.1. Os profissionais designados para atuação presencial deverão possuir formação, conhecimento técnico e experiência compatíveis com as atividades de comunicação digital a serem desenvolvidas, observando os requisitos estabelecidos neste Termo de Referência e nas respectivas Ordens de Serviço.

5.20.2. A atuação presencial dos profissionais não caracterizará vínculo empregatício com a Administração Pública, tampouco subordinação direta ao Ministério do Turismo, permanecendo integralmente sob a gestão, supervisão e responsabilidade da contratada, nos termos da legislação vigente.

LOCAL E HORÁRIO DA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS

5.21. Os serviços serão executados preferencialmente de forma remota, nas dependências da CONTRATADA ou em outros locais adequados à execução do objeto, sem dedicação exclusiva de mão de obra, cabendo à CONTRATADA assegurar a disponibilização dos profissionais, da infraestrutura tecnológica e dos demais recursos necessários à adequada execução dos produtos e serviços contratados.

5.22. Excepcionalmente, quando a natureza da demanda exigir a presença física dos profissionais para sua adequada execução, os serviços poderão ser realizados nas dependências da CONTRATANTE ou em outros locais por ela indicados, especialmente para cobertura de eventos e agendas institucionais, produção e captação audiovisual, realização de ações externas, reuniões técnicas que justificadamente demandem presença física e demais atividades inerentes ao objeto, observado o disposto nos subitens 4.26 a 4.32 deste Termo de Referência.

5.23. A execução presencial terá caráter excepcional e ficará restrita às situações em que a natureza ou as condições específicas da demanda tornem necessária a presença física dos profissionais, pelo período estritamente necessário à sua realização, não implicando alocação permanente de profissionais nas dependências da CONTRATANTE, disponibilização de mão de obra, cessão de pessoal ou dedicação exclusiva de mão de obra.

5.24. Caberá exclusivamente à CONTRATADA disponibilizar aos profissionais envolvidos na execução contratual toda a infraestrutura tecnológica necessária ao desempenho das atividades, inclusive para a execução remota dos serviços, abrangendo, conforme a necessidade, microcomputadores, notebooks, softwares devidamente licenciados, equipamentos periféricos, ferramentas digitais, soluções tecnológicas, sistemas especializados, serviços de conectividade e demais recursos indispensáveis à adequada execução do objeto.

5.24.1. Os equipamentos, sistemas e demais recursos disponibilizados pela CONTRATADA deverão atender aos requisitos de desempenho, segurança da informação, compatibilidade tecnológica e atualização necessários ao pleno cumprimento das obrigações contratuais e à observância das diretrizes estabelecidas pela CONTRATANTE.

5.25. Os horários e as condições de atendimento das demandas serão definidos e formalizados entre a CONTRATADA e a Assessoria Especial de Comunicação Social – ASCOM/MTur após a assinatura do contrato, observadas as necessidades operacionais da Administração, a natureza das atividades demandadas e os níveis de serviço estabelecidos para a execução contratual, sem prejuízo da autonomia da CONTRATADA na gestão de seus profissionais.

5.25.1. Em razão das características próprias das atividades de comunicação digital, poderão ser demandados produtos e serviços em horários diferenciados, inclusive em situações excepcionais decorrentes da realização de eventos, campanhas, ações emergenciais, agendas ministeriais ou outras demandas de interesse da Administração, mediante solicitação da CONTRATANTE e observadas as condições estabelecidas neste Termo de Referência e na legislação aplicável.

5.25.2. A definição de horários, prazos, níveis de serviço e demais condições para atendimento das demandas não caracterizará subordinação direta dos profissionais da CONTRATADA à CONTRATANTE, permanecendo sob responsabilidade exclusiva da CONTRATADA a organização, coordenação, supervisão e gestão dos profissionais empregados na execução contratual.

ROTINAS A SEREM CUMPRIDAS

5.26. As atividades executadas no âmbito da presente contratação deverão estar alinhadas aos objetivos estratégicos de comunicação institucional do Ministério do Turismo – MTur, visando à promoção do interesse público, ao fortalecimento da imagem institucional, à ampliação do alcance das ações governamentais e ao aperfeiçoamento do relacionamento com os diversos públicos de interesse, compreendendo, entre outras, as seguintes atribuições:

5.26.1. Planejar, desenvolver e propor estratégias de comunicação digital para o Ministério do Turismo, contemplando ações de relacionamento com influenciadores, formadores de opinião, parceiros institucionais, agentes do setor turístico e demais stakeholders, alinhadas aos objetivos institucionais, às diretrizes de comunicação governamental e às campanhas, programas, projetos e iniciativas do órgão.

5.26.2. Elaborar, implementar e acompanhar planos de comunicação e divulgação integrados, considerando a atuação coordenada entre sítios eletrônicos, portais, redes sociais, aplicativos e demais canais digitais utilizados pelo Ministério do Turismo, com foco no fortalecimento da presença institucional, na ampliação do alcance das mensagens e na promoção das políticas públicas e ações estratégicas da Pasta.

5.26.3. Produzir, revisar, adaptar e publicar conteúdos institucionais para plataformas digitais, incluindo portais, websites, redes sociais e demais canais de comunicação do Ministério do Turismo, observando os princípios de clareza, acessibilidade, adequação de linguagem, identidade institucional e comunicação pública.

5.26.4. Atuar preventivamente na identificação, monitoramento, gerenciamento e contingenciamento de potenciais crises de comunicação em ambiente digital, elaborando diagnósticos, análises, estratégias de mitigação e propostas de resposta a manifestações, repercussões ou situações que possam impactar a imagem institucional do Ministério do Turismo, suas políticas públicas, programas, projetos, autoridades, parceiros institucionais ou entidades vinculadas.

5.26.5. Desenvolver e implementar estratégias de relacionamento, interação e engajamento com os públicos de interesse nos ambientes digitais, visando ampliar a participação social, fortalecer a comunicação institucional e promover a disseminação qualificada das informações de interesse público.

5.26.6. Propor estratégias de otimização e realizar o monitoramento contínuo dos perfis e páginas oficiais do Ministério do Turismo nas plataformas digitais, incluindo aquelas atualmente utilizadas e outras que venham a ser adotadas durante a vigência contratual.

5.26.7. Elaborar e encaminhar à ASCOM/MTur relatórios mensais de desempenho das ações de comunicação digital, contendo análises quantitativas e qualitativas, indicadores de desempenho, métricas de alcance, engajamento e conversão, bem como avaliações comparativas com órgãos, entidades ou instituições de perfil semelhante, de forma a subsidiar o processo de tomada de decisão e aperfeiçoamento contínuo das estratégias adotadas.

5.26.8. Realizar atividades permanentes de benchmarking, pesquisa e monitoramento de tendências, identificando práticas inovadoras, casos de sucesso, soluções tecnológicas e experiências relevantes no campo da comunicação digital aplicáveis ao contexto institucional do Ministério do Turismo.

5.26.9. Emitir alertas e relatórios tempestivos à ASCOM/MTur acerca de temas, eventos, fatos ou tendências de interesse institucional capazes de gerar riscos reputacionais, crises de comunicação ou oportunidades estratégicas para o fortalecimento da imagem e da atuação do órgão.

5.26.10. Acompanhar e analisar as demandas relacionadas às operações de atendimento e interação digital com os cidadãos, observando práticas associadas ao conceito de SAC Digital ou SAC 2.0, com vistas à identificação de oportunidades de melhoria, otimização de fluxos e aperfeiçoamento das estratégias de relacionamento institucional.

5.26.11. Comunicar formalmente à CONTRATANTE, de forma imediata e fundamentada, qualquer fato ou circunstância que possa comprometer ou impedir a execução das obrigações contratuais, visando à adoção tempestiva das providências administrativas cabíveis.

5.26.12. Corrigir, refazer, substituir ou adequar, sem ônus adicional para a CONTRATANTE e no prazo estabelecido, quaisquer produtos, serviços ou entregas que apresentem inconsistências, erros, vícios, defeitos, inadequações técnicas ou desconformidade com as especificações definidas neste Termo de Referência.

MATERIAIS A SEREM DISPONIBILIZADOS

5.27. Para assegurar a adequada execução dos serviços contratados, a CONTRATADA deverá disponibilizar, às suas expensas, todos os materiais, equipamentos, ferramentas, sistemas, licenças, insumos e demais recursos necessários à execução integral do objeto, em quantidade suficiente e em conformidade com os padrões de qualidade, desempenho e segurança exigidos neste Termo de Referência.

5.28. A CONTRATADA deverá assegurar, no mínimo, a disponibilização dos seguintes recursos tecnológicos e operacionais:

5.28.1. Equipamentos computacionais com configuração compatível com as atividades contratadas, contemplando processadores de alto desempenho, memória adequada, capacidade gráfica compatível e demais especificações necessárias à criação, edição, monitoramento e gestão de conteúdos e campanhas digitais.

5.28.2. Softwares devidamente licenciados, atualizados e compatíveis com as atividades objeto da contratação, incluindo soluções destinadas à criação, edição, produção audiovisual, monitoramento de desempenho, análise de dados, automação de processos e gestão de plataformas digitais.

5.28.3. Ferramentas tecnológicas especializadas para monitoramento de canais digitais, análise de métricas e indicadores, inteligência de dados, automação de publicações, gestão de conteúdo, acompanhamento de reputação digital, gerenciamento de campanhas e demais funcionalidades correlatas necessárias à execução dos serviços.

5.28.4. Infraestrutura de conectividade e segurança da informação adequada à prestação dos serviços, incluindo acesso seguro à internet, proteção contra incidentes cibernéticos, mecanismos de controle de acesso, proteção de dados e demais medidas de segurança compatíveis com as exigências legais e normativas aplicáveis.

5.28.5. Recursos complementares necessários à execução das atividades, incluindo dispositivos móveis, equipamentos de captura e produção audiovisual, soluções de armazenamento em nuvem, plataformas colaborativas e demais tecnologias eventualmente requeridas para o atendimento das demandas da CONTRATANTE.

5.29. Todos os equipamentos, softwares, sistemas, ferramentas e demais recursos empregados na execução contratual deverão ser mantidos pela CONTRATADA em pleno funcionamento e em condições adequadas de operação, observando-se requisitos de atualização tecnológica, desempenho, confiabilidade, segurança da informação, acessibilidade, interoperabilidade e sustentabilidade.

5.29.1. A CONTRATADA será responsável pela manutenção preventiva e corretiva dos recursos utilizados na execução dos serviços, bem como pela atualização de versões, renovação de licenças e adoção das medidas necessárias para garantir a continuidade, a disponibilidade e a qualidade da prestação dos serviços durante toda a vigência contratual.

INFORMAÇÕES RELEVANTES PARA O DIMENSIONAMENTO DA PROPOSTA

5.30. A execução do objeto desta contratação deverá considerar as especificidades institucionais, operacionais e estratégicas do Ministério do Turismo, bem como a complexidade inerente às atividades de comunicação digital, em razão da abrangência de suas competências legais, da relevância de sua atuação perante a sociedade e da necessidade de assegurar comunicação pública eficiente, integrada e alinhada às diretrizes do Governo Federal.

5.30.1. Em razão da natureza estratégica dos serviços contratados, as licitantes deverão considerar, para fins de elaboração de suas propostas, o porte institucional do Ministério do Turismo, o volume estimado de demandas, a diversidade dos públicos de interesse, a abrangência nacional das ações desenvolvidas e as diretrizes estabelecidas para a comunicação institucional e digital da Administração Pública Federal.

5.31. Compete à CONTRATANTE formular, implementar, coordenar, supervisionar e executar a política de comunicação institucional e de divulgação social do Ministério do Turismo, bem como gerir seus canais próprios de comunicação, promover o relacionamento com os diversos públicos de interesse e produzir conteúdo destinados aos meios e plataformas digitais sob sua responsabilidade.

5.32. Em conformidade com o disposto no Decreto nº 11.416, de 16 de fevereiro de 2023, compete à CONTRATANTE planejar, coordenar e executar a política de comunicação social e de publicidade institucional do Ministério do Turismo, incluindo ações de comunicação em ambiente digital, bem como estabelecer diretrizes, padrões e orientações para a gestão dos canais digitais institucionais, em consonância com as diretrizes emanadas da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República – SECOM /PR.

5.33. A execução dos serviços deverá observar, entre outras, as seguintes premissas essenciais ao atendimento das necessidades institucionais da CONTRATANTE:

5.33.1. Garantia de atendimento tempestivo, eficiente, responsivo e com padrões elevados de qualidade, assegurando a execução integral das demandas durante toda a vigência contratual, inclusive no período de encerramento e eventual transição contratual.

5.33.2. Disponibilização de informações completas, precisas e atualizadas à CONTRATANTE acerca de todos os serviços, projetos, campanhas, ações e atividades em execução ou concluídas, sempre que solicitado ou quando necessário à adequada gestão contratual.

5.33.3. Observância rigorosa às normas de Segurança da Informação, confidencialidade e proteção de dados, sendo vedada à CONTRATADA, a seus empregados, prepostos ou subcontratados a reprodução, divulgação, compartilhamento ou utilização, para benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações, documentos, conteúdos, estratégias, bases de dados ou conhecimentos obtidos em razão da execução contratual, sem prévia e expressa autorização da Contratante.

5.34. Capacidade operacional para atendimento contínuo de demandas críticas, inclusive em regime de disponibilidade permanente (24 horas por dia, 7 dias por semana), quando exigido pela natureza da atividade, mediante a adoção de escalas de trabalho e mecanismos de gestão que assegurem a cobertura integral dos níveis de serviço estabelecidos pela CONTRATANTE.

5.35. Elaboração e manutenção de Plano de Contingência para as atividades classificadas como críticas, contemplando procedimentos, responsabilidades, fluxos de comunicação e medidas de continuidade operacional a serem adotadas em casos de indisponibilidade de recursos, situações emergenciais, eventos de força maior ou alterações excepcionais nos processos de trabalho.

5.36. Os preços ofertados para a execução dos produtos e serviços objeto desta contratação serão de exclusiva responsabilidade da CONTRATADA, considerando-se incluídos todos os custos diretos e indiretos necessários ao cumprimento integral das obrigações contratuais, não cabendo pleitos posteriores de reajuste, revisão ou acréscimo decorrentes de erro, omissão, interpretação inadequada das condições de execução ou qualquer outro motivo imputável à própria CONTRATADA, ressalvadas as hipóteses legalmente previstas.

5.37. A disponibilização, contratação, manutenção e atualização de ferramentas tecnológicas proprietárias, softwares especializados, plataformas digitais, licenças de uso, sistemas de monitoramento, automação, análise de dados e demais recursos tecnológicos indispensáveis à execução dos serviços constituem obrigação da CONTRATADA.

5.37.1. Os custos inerentes à aquisição, contratação, utilização, manutenção, suporte técnico e licenciamento dessas soluções deverão estar contemplados nos preços contratados, não gerando qualquer ônus adicional para a CONTRATANTE nem justificando remuneração específica pela sua intermediação, gestão ou supervisão, por serem considerados recursos essenciais à execução do objeto contratual.

5.38. No prazo máximo de 5 (cinco) dias corridos contados da assinatura do contrato, a CONTRATADA deverá apresentar à CONTRATANTE documentação comprobatória da disponibilidade de equipe técnica compatível com as exigências estabelecidas neste Termo de Referência, demonstrando a capacidade operacional necessária para o início da execução dos serviços.

5.38.1. A comprovação deverá evidenciar a qualificação profissional, a experiência e a vinculação dos profissionais responsáveis pela execução das atividades contratadas, observados os perfis técnicos mínimos definidos pela Administração.

5.38.2. A exigência de apresentação da documentação comprobatória da disponibilidade da equipe técnica somente após a assinatura do contrato visa ampliar a competitividade do certame, evitando a imposição de ônus desnecessários aos licitantes na fase de seleção. A medida permite que a contratada organize e mobilize os profissionais necessários após a formalização da contratação, sem prejuízo da verificação, pela Administração, da capacidade operacional indispensável ao início da execução dos serviços. Além disso, busca-se assegurar que os profissionais efetivamente disponibilizados estejam alinhados às demandas do contrato e às condições vigentes no momento de sua execução, preservando a eficiência administrativa e o interesse público.

5.39. A CONTRATADA será integralmente responsável pela disponibilização e gestão do quantitativo de profissionais necessários à execução dos serviços, de forma a garantir o pleno atendimento das demandas da CONTRATANTE, o cumprimento dos níveis de serviço estabelecidos e a adequada execução do objeto contratual.

5.39.1. Eventuais substituições, remanejamentos ou reforços de equipe deverão ocorrer sem prejuízo da continuidade dos serviços, da qualidade das entregas e dos prazos estabelecidos pela CONTRATANTE.

5.40. Compete à CONTRATADA disponibilizar e manter infraestrutura operacional, tecnológica e administrativa compatível com o volume, a complexidade e as características dos serviços contratados, contemplando instalações, equipamentos, sistemas, redes de comunicação, ferramentas especializadas, recursos tecnológicos e demais meios necessários à adequada execução contratual.

5.40.1. A infraestrutura disponibilizada deverá assegurar padrões adequados de disponibilidade, desempenho, segurança, confiabilidade, continuidade operacional e capacidade de atendimento às demandas do Ministério do Turismo durante toda a vigência do contrato.

ESPECIFICAÇÃO DA GARANTIA DO SERVIÇO

5.41. Os serviços prestados pela CONTRATADA estarão sujeitos às garantias legais aplicáveis, observando-se os prazos e condições estabelecidos na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor), sem prejuízo das demais garantias previstas na legislação vigente e nas disposições contratuais aplicáveis à Administração Pública.

5.41.1. Durante o período de garantia, a CONTRATADA deverá, sem ônus adicional para a CONTRATANTE, corrigir, ajustar, refazer, substituir ou adequar quaisquer serviços, produtos, conteúdos, soluções, peças, materiais ou entregas que apresentem defeitos, falhas, inconsistências, inadequações técnicas ou desconformidades em relação às especificações estabelecidas neste Termo de Referência, no contrato ou nas respectivas Ordens de Serviço.

5.41.2. A garantia abrange a qualidade técnica dos serviços executados, a conformidade das entregas com os requisitos definidos pela CONTRATANTE, bem como a correção de falhas decorrentes de erro de execução, imperícia, negligência, inadequação técnica ou qualquer outra irregularidade atribuível à CONTRATADA.

5.41.3. A constatação de vícios, defeitos ou inconsistências pela CONTRATANTE durante o período de garantia implicará a obrigação da CONTRATADA de adotar as medidas corretivas cabíveis nos prazos estabelecidos pela Administração, sem prejuízo da aplicação das demais disposições contratuais e legais pertinentes.

5.41.4. A prestação da garantia não exime a CONTRATADA de suas responsabilidades civil, administrativa, profissional e contratual, permanecendo obrigada a responder por danos, falhas ou prejuízos decorrentes da execução inadequada dos serviços, nos termos da legislação vigente.

PROCEDIMENTOS DE TRANSIÇÃO E FINALIZAÇÃO DO CONTRATO

5.42. Ao término da vigência contratual, ou em caso de encerramento antecipado do contrato, a Contratada deverá promover processo de transição contratual de forma planejada, estruturada e documentada, com o objetivo de assegurar a continuidade dos serviços e a preservação integral do conhecimento institucional adquirido durante a execução do objeto.

5.42.1. A transição deverá contemplar a transferência integral de conhecimentos, metodologias, processos, procedimentos operacionais, bases de dados, arquivos digitais, histórico de atividades, credenciais de acesso, configurações de sistemas, informações estratégicas, documentos técnicos e demais recursos utilizados ou produzidos no âmbito da execução contratual, sem prejuízo à continuidade das atividades e sem perda de informações relevantes para a Administração.

5.42.2. A Contratada deverá adotar todas as medidas necessárias para garantir a continuidade operacional dos serviços durante o período de transição, de forma a evitar interrupções, indisponibilidades, riscos operacionais ou prejuízos às atividades institucionais do Ministério do Turismo.

5.42.3. Sempre que solicitado pela Contratante, a Contratada deverá prestar apoio técnico e operacional à equipe designada pelo Ministério do Turismo e/ou à eventual nova empresa contratada, visando assegurar a adequada transferência de conhecimento e a assimilação dos procedimentos necessários à continuidade da execução dos serviços.

5.42.4. O processo de transição deverá contemplar, no mínimo, as seguintes atividades:

I - entrega de documentação técnica, administrativa e operacional referente aos serviços executados, incluindo procedimentos, fluxos de trabalho, relatórios, históricos, inventários, registros e demais informações necessárias à continuidade das atividades;

II - transferência formal e segura de acessos, credenciais, senhas, perfis de administração, manuais, configurações e demais elementos relacionados aos sistemas, plataformas, ferramentas e ambientes digitais utilizados na execução contratual, observadas as normas de segurança da informação aplicáveis;

III - realização de reuniões técnicas de alinhamento, repasse e esclarecimento de informações com representantes da Contratante e, quando aplicável, da futura contratada, visando assegurar a correta compreensão dos processos, rotinas e particularidades dos serviços executados;

IV - disponibilização de suporte técnico e operacional durante o período de transição, pelo prazo definido pela Administração, de forma a mitigar riscos e garantir a continuidade dos serviços sem impactos à atuação institucional do Ministério do Turismo;

V - apresentação de relatório final consolidado da execução contratual, contendo, no mínimo, o histórico das atividades desenvolvidas, os resultados alcançados, os indicadores de desempenho, os ativos digitais gerenciados, as recomendações técnicas para continuidade das ações e demais informações relevantes para a gestão contratual.

5.42.5. Todas as atividades relacionadas à transição contratual deverão ser realizadas sem ônus adicional para a Contratante e constituem obrigação inerente à execução do contrato.

5.42.6. A conclusão da transição contratual ficará condicionada à validação da Contratante quanto à completude, consistência e adequação das informações, documentos, acessos e demais elementos transferidos, sem prejuízo das responsabilidades da Contratada decorrentes da execução contratual.

6. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

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

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

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

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

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

FISCALIZAÇÃO

6.6. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, titular(es) e respectivos substituto(s), formalmente designados pela CONTRATANTE, nos termos da legislação aplicável e da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 12 de novembro de 2025, e suas alterações.

FISCALIZAÇÃO TÉCNICA

6.7. O fiscal técnico do contrato acompanhará a execução do contrato, para que sejam cumpridas todas as condições estabelecidas no contrato, de modo a assegurar os melhores resultados para a Administração.

6.8. O fiscal técnico do contrato anotará no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados.

6.9. Identificada qualquer inexecução, irregularidade, falha ou descumprimento contratual, o fiscal técnico do contrato emitirá notificação para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a regularização, quando cabível.

6.10. O fiscal técnico do contrato informará ao gestor do contrato, em tempo hábil, a situação que demandar decisão ou adoção de medidas que ultrapassem sua competência, para que sejam adotadas as medidas necessárias e saneadoras, quando for o caso.

6.11. No caso de ocorrências que possam inviabilizar a execução do contrato nas datas aprezadas, o fiscal técnico do contrato comunicará o fato imediatamente ao gestor do contrato.

6.12. O fiscal técnico do contrato comunicará ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à adoção das providências necessárias à renovação tempestiva ou à prorrogação contratual, quando cabível.

FISCALIZAÇÃO ADMINISTRATIVA

6.13. O fiscal administrativo do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da CONTRATADA, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando, quando necessário, os documentos comprobatórios pertinentes.

6.14. Caso ocorra descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal administrativo do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando-o ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando a situação ultrapassar sua competência.

6.15. Sem prejuízo de outras atribuições previstas na legislação aplicável, neste Termo de Referência e no instrumento contratual, a fiscalização administrativa compreenderá, dentre outras, as seguintes atividades:

6.15.1. Verificação da manutenção das condições de habilitação jurídica, fiscal, social, trabalhista, econômico-financeira e técnico-profissional da CONTRATADA durante toda a vigência contratual;

6.15.2. Acompanhamento da regularidade fiscal, previdenciária e trabalhista da CONTRATADA, mediante análise da documentação exigida pela legislação vigente, pelo contrato ou pela Administração;

6.15.3. Recebimento, conferência, análise e juntada aos autos dos documentos necessários à instrução dos processos de pagamento, reajustamento, repactuação, prorrogação ou alteração contratual, conforme aplicável;

6.15.4. Verificação da vigência, suficiência e regularidade das garantias contratuais eventualmente exigidas pela Administração;

6.15.5. Controle dos prazos contratuais, da vigência do ajuste, dos saldos contratuais e das demais informações necessárias à adequada gestão administrativa do contrato;

6.15.6. Apoio ao Gestor do Contrato na instrução dos procedimentos relacionados à aplicação de glosas, penalidades administrativas, alterações contratuais, prorrogações de vigência e demais atos de gestão contratual;

6.15.7. Elaboração de registros, relatórios e manifestações administrativas destinados a subsidiar a gestão, o acompanhamento e a fiscalização da execução contratual.

6.15.8. Verificação do cumprimento das obrigações fiscais, previdenciárias, trabalhistas e demais exigências legais aplicáveis à execução contratual, incluindo o recebimento, a conferência e a validação da documentação comprobatória apresentada pela CONTRATADA, sempre que exigida pela legislação, pelo contrato ou pela Administração, visando assegurar a regularidade da execução contratual e a mitigação de riscos para a Administração Pública.

6.15.9. Verificação do cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos pela CONTRATANTE à CONTRATADA, bem como das condições estabelecidas para a contratação, pela CONTRATADA, de fornecedores de bens e serviços especializados, observadas as disposições do contrato, deste Termo de Referência e da regulamentação aplicável;

6.15.10. Adoção, desde o início da prestação dos serviços, de mecanismos de acompanhamento, registro, controle e avaliação da execução contratual, de modo a subsidiar futuras contratações e decisões relativas à aplicação de sanções administrativas, prorrogação ou rescisão contratual;

6.15.11. Verificação, quando aplicável ao objeto contratado, da documentação e dos procedimentos relacionados à contratação de fornecedores de bens e serviços especializados pela CONTRATADA, inclusive quanto ao cumprimento das condições previstas no instrumento contratual e na regulamentação aplicável.

6.16. A fiscalização de que trata esta cláusula não exclui nem reduz a responsabilidade da CONTRATADA, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, ainda que resultante de imperfeições técnicas, vícios redibitórios, ou emprego de material inadequado ou de qualidade inferior e, na ocorrência desta, não implica corresponsabilidade da CONTRATANTE ou de seus agentes, gestores e fiscais.

GESTOR DO CONTRATO

6.17. Cabe ao gestor do contrato:

6.17.1. Coordenar a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato, contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração;

6.17.2. Acompanhar os registros realizados pelos fiscais do contrato de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem sua competência;

6.17.3. acompanhar a manutenção das condições de habilitação da CONTRATADA, para fins de empenho de despesa e pagamento, e registrar os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais;

6.17.4. Consolidar e formalizar a avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e, quando houver, setorial, quanto ao cumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA, registrando seu desempenho na execução contratual, os resultados dos indicadores objetivamente definidos e aferidos e, quando cabível, as penalidades aplicadas, para fins de registro no cadastro de atesto de cumprimento de obrigações;

6.17.4.1. A CONTRATANTE realizará avaliação formal do desempenho da CONTRATADA, pelo menos dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses, mediante formulário próprio, que será preenchido e assinado pelos gestores e fiscais do contrato e ratificado pelo dirigente da unidade administrativa responsável pela gestão das atividades de comunicação social, observado o disposto na Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 2025, e suas alterações;

6.17.4.1.1. Recomenda-se que, antes do preenchimento do formulário de avaliação de desempenho, sejam ouvidos formalmente os servidores que mantenham relacionamento com a CONTRATADA, de modo a subsidiar a avaliação quanto à qualidade, tempestividade, conformidade e efetividade dos serviços prestados;

6.17.4.1.2. Poderão ser realizadas avaliações de desempenho em períodos inferiores a 12 (doze) meses, sempre que necessário, com o objetivo de garantir maior constância, eficiência e tempestividade no acompanhamento do desempenho da CONTRATADA;

6.17.4.2. A avaliação de desempenho da CONTRATADA será considerada pela CONTRATANTE para:

a) apurar a necessidade de solicitar à CONTRATADA correções destinadas à melhoria da qualidade dos serviços prestados;

b) subsidiar a decisão quanto à prorrogação da vigência ou à rescisão contratual;

c) fornecer, quando solicitado pela CONTRATADA, declarações sobre seu desempenho, para fins de utilização como atestado de capacitação técnica em outras licitações; e

d) informar, no sistema de registro cadastral unificado, o resultado da avaliação quanto à atuação da CONTRATADA no cumprimento das obrigações assumidas e ao seu desempenho na execução contratual, na forma da legislação aplicável.

6.17.4.3. Os formulários, registros, documentos e demais elementos relacionados à avaliação de desempenho da CONTRATADA permanecerão disponíveis para consulta dos órgãos de controle interno e externo, observado o disposto na legislação aplicável.

6.17.5. Tomar providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou setor com competência para tal, conforme o caso.

6.17.6. Elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração.

6.17.7. Enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão, nos termos do contrato.

7. INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

7.1. Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o CONTRATADO que:

a) der causa à inexecução parcial do contrato;

b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;

c) der causa à inexecução total do contrato;

d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;

e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;

f) praticar ato fraudulento na execução do contrato;

g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;

h) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

7.2. Serão aplicadas ao CONTRATADO que incorrer nas infrações acima descritas, assegurados o contraditório e a ampla defesa, as seguintes sanções, observados a natureza, a gravidade da infração, as peculiaridades do caso concreto, as circunstâncias agravantes ou atenuantes, os danos dela decorrentes e os demais critérios previstos na Lei nº 14.133, de 2021:

7.2.1. Advertência, quando o CONTRATADO der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave;

7.2.2. Impedimento de licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c” e “d” do subitem 7.1, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave;

7.2.3. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” do subitem 7.1, bem como nas alíneas “b”, “c” e “d”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave.

7.2.4. Multa, nas modalidades moratória e compensatória, conforme a natureza da infração e o disposto neste Termo de Referência e no instrumento contratual:

7.2.4.1. Multa moratória, para a infração descrita na alínea “d” do subitem 7.1, de 0,5% (cinco décimos por cento) por dia de atraso injustificado, calculada sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30% (trinta por cento), sem prejuízo das demais medidas cabíveis, observado o disposto no art. 162 da Lei nº 14.133, de 2021.

7.2.4.2. Multa moratória de 0,07% (sete centésimos por cento) por dia de atraso injustificado, calculada sobre o valor total do contrato, até o limite de 30% (trinta por cento), pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia, quando exigida, observados os parâmetros estabelecidos na regulamentação aplicável.

7.2.4.3. O atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias para apresentação, suplementação ou reposição da garantia, quando exigida, poderá ensejar a adoção das medidas previstas no instrumento contratual e na legislação aplicável, inclusive a extinção do contrato, quando cabível, sem prejuízo da aplicação das sanções pertinentes.

7.2.4.4. Multa compensatória, para a infração descrita na alínea “e” do subitem 7.1, de **15% (quinze por cento) do valor do contrato**.

7.2.4.5. Multa compensatória, para as infrações descritas nas alíneas “f”, “g” e “h” do subitem 7.1, de **20% (vinte por cento) do valor do contrato**.

7.2.4.6. Multa compensatória, para a inexecução parcial do contrato prevista na alínea “a” do subitem 7.1, de **5% (cinco por cento) do valor da obrigação inadimplida**, observado, no que couber, o limite legal previsto no art. 156, §3º, da Lei nº 14.133, de 2021.

7.2.4.7. Multa compensatória, para a infração descrita na alínea “b” do subitem 7.1, de **10% (dez por cento) do valor da obrigação inadimplida**, observado, no que couber, o limite legal previsto no art. 156, §3º, da Lei nº 14.133, de 2021.

7.2.4.8. Multa compensatória, para a inexecução total do contrato prevista na alínea “c” do subitem 7.1, de **15% (quinze por cento) do valor do contrato**, observado, no que couber, o limite legal previsto no art. 156, §3º, da Lei nº 14.133, de 2021.

7.2.4.9. A apuração e a aplicação das sanções administrativas serão realizadas individualmente em relação a cada uma das duas CONTRATADAS, considerando-se, para fins de cálculo da multa, o valor do respectivo contrato ou, conforme o caso, o valor da obrigação ou parcela inadimplida, de acordo com a natureza da infração e a base de cálculo estabelecida neste Termo de Referência, observados os limites previstos na Lei nº 14.133, de 2021.

7.3. A aplicação das sanções previstas neste Termo de Referência não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao CONTRATANTE.

7.4. As sanções previstas nos incisos I, III e IV do caput do art. 156 da Lei nº 14.133, de 2021, poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa, quando cabível, observados os requisitos e limites estabelecidos na legislação.

7.5. Antes da aplicação da multa, será facultada a defesa do interessado no prazo de **15 (quinze) dias úteis**, contado da data de sua intimação, observado o procedimento previsto na Lei nº 14.133, de 2021.

7.6. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo CONTRATANTE ao CONTRATADO, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada, quando existente, ou será cobrada judicialmente.

7.7. A multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.

7.8. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao CONTRATADO, observando-se o procedimento previsto no caput e nos parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.

7.8.1. Para a garantia do contraditório e da ampla defesa, as notificações serão enviadas eletronicamente para os endereços de e-mail informados na proposta comercial, bem como para aqueles cadastrados pela empresa no SICAF, sem prejuízo das demais formas de comunicação previstas na legislação aplicável.

7.8.2. Os endereços de e-mail informados na proposta comercial e/ou cadastrados no SICAF serão considerados de uso contínuo da empresa para fins de comunicação relacionada à execução contratual, cabendo à CONTRATADA manter seus dados atualizados e acompanhar as comunicações encaminhadas pela Administração.

7.9. Na aplicação das sanções serão considerados:

7.9.1. a natureza e a gravidade da infração cometida;

7.9.2. as peculiaridades do caso concreto;

7.9.3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes;

7.9.4. os danos que dela provierem para o CONTRATANTE; e

7.9.5. a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

7.10. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei.

7.11. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Termo de Referência ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia.

7.12. O Contratante deverá, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ele aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas – CEIS e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas – CNEP, instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal.

7.12.1. As penalidades serão registradas no SICAF, na forma da regulamentação aplicável.

7.13. As sanções de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133, de 2021.

7.14. Os débitos do CONTRATADO para com a Administração CONTRATANTE, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que o CONTRATADO possua com o mesmo órgão ora CONTRATANTE, na forma da regulamentação aplicável.

8. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E DE PAGAMENTO

DO RECEBIMENTO

8.1. A avaliação da execução contratual será realizada por meio do Instrumento de Medição de Resultados (IMR), constante do Apêndice IV deste Termo de Referência, destinado à aferição objetiva do desempenho da CONTRATADA, da qualidade dos serviços prestados e do atendimento aos níveis de serviço, metas, indicadores e critérios estabelecidos para a execução do objeto.

8.1.1. O IMR constituirá instrumento de apoio à fiscalização e à gestão contratual, permitindo a verificação da conformidade das entregas, do cumprimento das obrigações assumidas pela CONTRATADA e do alcance dos resultados esperados pela Administração.

8.2. Sempre que forem identificadas inconformidades na execução contratual, poderão ser aplicadas as medidas administrativas cabíveis, inclusive retenções, glosas ou ajustes nos valores devidos, observados os princípios do contraditório e da ampla defesa, sem prejuízo da aplicação das sanções previstas na legislação, no Termo de Referência e no contrato.

8.2.1. A aplicação de glosa ou ajuste financeiro observará a proporcionalidade entre a irregularidade verificada e o impacto causado à execução contratual, especialmente quando constatado que a CONTRATADA:

8.2.1.1. não atingiu os resultados, metas, níveis de desempenho ou indicadores estabelecidos para a execução do objeto;

8.2.1.2. deixou de executar, executou parcialmente ou executou em desconformidade atividades, produtos ou serviços previstos contratualmente;

8.2.1.3. deixou de utilizar materiais e recursos humanos exigidos para a execução do serviço, ou os utilizou com qualidade ou quantidade inferior à demandada;

8.2.1.4. entregou produtos, relatórios, conteúdos, peças, campanhas, soluções digitais ou demais entregáveis em desacordo com os padrões de qualidade, requisitos técnicos ou especificações definidas pela CONTRATANTE;

8.2.1.5. deixou de disponibilizar os recursos técnicos, tecnológicos, operacionais ou profissionais necessários à adequada execução dos serviços, ou os disponibilizou em quantidade ou qualidade inferior à necessária para o cumprimento das obrigações contratuais.

8.3. A utilização do Instrumento de Medição de Resultados – IMR não afasta nem limita a atuação da fiscalização contratual, podendo ser adotados, de forma complementar, outros mecanismos de monitoramento, controle, avaliação, auditoria, inspeção, análise técnica ou verificação de conformidade que a Administração considere necessários para o adequado acompanhamento da execução contratual.

8.4. A aferição da execução contratual para fins de recebimento dos serviços e processamento dos pagamentos observará os critérios objetivos de desempenho, qualidade, conformidade técnica, tempestividade, produtividade, nível de serviço e atendimento aos requisitos contratuais definidos no Instrumento de Medição de Resultados – IMR.

8.5. Os indicadores, métricas, parâmetros de avaliação, faixas de desempenho, metodologias de cálculo, critérios de pontuação, percentuais de glosa e demais regras para aferição dos resultados obtidos encontram-se detalhados no Apêndice IV – Instrumento de Medição de Resultados (IMR), parte integrante deste Termo de Referência.

8.5.1. A avaliação periódica realizada com base no IMR deverá subsidiar a fiscalização e a gestão contratual na análise da qualidade dos serviços prestados, na verificação do atingimento dos objetivos institucionais da contratação e na adoção de medidas corretivas, preventivas ou de melhoria contínua, quando necessárias.

8.5.2. A apuração do desempenho contratual por meio do IMR não exclui a responsabilidade integral da CONTRATADA pela execução do objeto, nem impede a aplicação das penalidades previstas na Lei nº 14.133, de 2021, quando caracterizado descumprimento contratual, independentemente dos ajustes financeiros eventualmente aplicados em decorrência da aferição dos resultados.

- 8.6. Os serviços serão recebidos provisoriamente, no prazo de até 5 (cinco) dias úteis, contados da comunicação formal da Contratada acerca da conclusão da entrega ou da etapa executada, pelos fiscais responsáveis pela fiscalização técnica e administrativa do contrato, mediante emissão de Termo de Recebimento Provisório ou documento equivalente, após a verificação do cumprimento das exigências contratuais aplicáveis.
- 8.7. O prazo para o recebimento provisório terá início a partir da apresentação, pela Contratada, da documentação comprobatória da execução dos serviços, acompanhada da solicitação formal de avaliação da entrega correspondente ao período de faturamento.
- 8.8. O Fiscal Técnico do Contrato realizará a análise das entregas efetuadas e emitirá manifestação formal quanto ao atendimento dos requisitos técnicos, dos padrões de qualidade, dos indicadores de desempenho e das especificações previstas no Termo de Referência, seus apêndices e demais documentos contratuais.
- 8.9. O Fiscal Administrativo do Contrato realizará a verificação dos aspectos administrativos da execução contratual, incluindo a regularidade documental, fiscal, trabalhista e previdenciária da Contratada, quando aplicável, emitindo manifestação quanto ao atendimento das exigências administrativas pertinentes.
- 8.10. Quando houver designação de Fiscal Setorial, este realizará as verificações relacionadas à sua área de atuação, emitindo manifestação quanto aos aspectos técnicos e administrativos sob sua responsabilidade.
- 8.11. Para fins de aferição da execução contratual e processamento do faturamento, será considerado o período de medição definido no contrato, observadas as características dos produtos e serviços efetivamente demandados e entregues.
- 8.12. Ao término de cada período de medição ou após a conclusão dos produtos, serviços ou demandas contratadas, a fiscalização procederá à avaliação das entregas realizadas.
- 8.12.1. O Fiscal Técnico deverá apurar os resultados obtidos por meio do Instrumento de Medição de Resultados – IMR, quando aplicável, bem como avaliar a conformidade, qualidade, tempestividade e aderência das entregas realizadas, registrando suas conclusões em relatório circunstanciado a ser encaminhado ao Gestor do Contrato, podendo a avaliação resultar em redimensionamento dos valores devidos à Contratada, observados os critérios estabelecidos contratualmente.
- 8.13. Considerar-se-á efetuado o recebimento provisório na data da emissão do respectivo Termo de Recebimento Provisório ou do último documento de avaliação exigido para a validação da entrega.
- 8.14. A Contratada deverá, às suas expensas e sem ônus adicional para a Administração, corrigir, complementar, substituir, refazer ou adequar os produtos, serviços, peças, conteúdos, relatórios, estudos, projetos, campanhas, soluções digitais ou quaisquer entregas que apresentem falhas, inconsistências, vícios, defeitos ou desconformidades em relação às especificações contratuais.
- 8.15. Enquanto houver pendências apontadas pela fiscalização ou entregas em desacordo com os requisitos estabelecidos, não será emitido o ateste correspondente para fins de recebimento definitivo e pagamento da parcela afetada.
- 8.16. Quando aplicável à natureza da entrega, o recebimento provisório estará condicionado à realização satisfatória dos testes, validações, verificações de desempenho e demais procedimentos de homologação previstos no contrato, bem como à apresentação da documentação técnica eventualmente exigida.
- 8.17. Os serviços, produtos ou demais entregáveis poderão ser rejeitados, total ou parcialmente, quando executados em desacordo com as especificações constantes deste Termo de Referência, da proposta da Contratada ou das determinações da Administração, sem prejuízo da aplicação das sanções cabíveis.
- 8.18. Nos casos em que a fiscalização for exercida por um único agente público, o respectivo relatório de fiscalização deverá consolidar as análises técnicas e administrativas, registrando as ocorrências verificadas, as providências adotadas, as conclusões alcançadas e os elementos necessários à decisão do Gestor do Contrato quanto ao recebimento definitivo.
- 8.19. Os serviços serão recebidos definitivamente no prazo de até 5 (cinco) dias úteis, contados da emissão do recebimento provisório, pelo Gestor do Contrato ou por comissão formalmente designada pela autoridade competente, após a verificação da conformidade das entregas e o cumprimento integral das obrigações contratuais.
- 8.19.1. Emitir documento formal de avaliação da execução contratual, consolidando as manifestações dos fiscais responsáveis e registrando o desempenho da Contratada, o cumprimento das obrigações assumidas, os resultados alcançados e as eventuais ocorrências verificadas durante a execução.
- 8.19.2. Analisar os relatórios, documentos e registros produzidos pela fiscalização, verificando a existência de pendências ou irregularidades que possam impedir o recebimento definitivo, a liquidação ou o pagamento da despesa.
- 8.19.3. Caso sejam identificadas inconformidades, solicitar formalmente à Contratada a adoção das medidas corretivas necessárias, indicando os requisitos que deverão ser atendidos para a aceitação definitiva das entregas.
- 8.19.4. Emitir Termo de Recebimento Definitivo ou documento equivalente, atestando a regular execução dos serviços e a conformidade das entregas com as exigências contratuais.

8.19.5. Autorizar a emissão da Nota Fiscal ou Fatura correspondente ao valor efetivamente devido, observados os resultados da fiscalização, eventuais glosas, ajustes ou redimensionamentos aplicados.

8.19.6. Encaminhar a documentação pertinente às unidades competentes para instrução dos procedimentos de liquidação e pagamento da despesa.

8.20. Havendo controvérsia acerca da execução do objeto, especialmente quanto à qualidade, conformidade, escopo ou quantidade das entregas realizadas, observar-se-á o disposto no art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021, admitindo-se a liquidação e o pagamento da parcela incontroversa, sem prejuízo da apuração das questões pendentes.

8.21. Os prazos para recebimento provisório ou definitivo ficarão suspensos enquanto permanecerem pendentes correções, esclarecimentos, complementações documentais ou providências de responsabilidade da Contratada necessárias à adequada avaliação da execução contratual.

8.22. O recebimento provisório ou definitivo não exclui, limita ou reduz a responsabilidade da Contratada pela qualidade, adequação, segurança, correção técnica, conformidade legal e perfeita execução do objeto contratado, permanecendo responsável pelos vícios, defeitos, incorreções ou falhas constatadas posteriormente pela Administração.

LIQUIDAÇÃO

8.23. Recebida a Nota Fiscal/Fatura ou documento de cobrança equivalente, acompanhada da documentação exigida para a instrução do pagamento, iniciar-se-á o procedimento de liquidação de despesa, observando-se o prazo de até 10 (dez) dias úteis, prorrogável por igual período mediante justificativa formal da autoridade competente, nos termos do art. 7º, §3º da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77/2022.

8.24. Para fins de liquidação, a unidade competente deverá verificar a conformidade da Nota Fiscal/Fatura com as condições pactuadas, certificando-se de que o documento contenha, no mínimo:

- I - identificação da Contratada e do Contratante;
- II - número do contrato, da nota de empenho ou do instrumento equivalente;
- III - data de emissão e período de referência da prestação dos serviços;
- IV - discriminação dos serviços efetivamente executados;
- V - quantitativos, unidades de medida e valores correspondentes;
- VI - valor total devido;
- VII - indicação das retenções tributárias incidentes, quando cabíveis; e
- VIII - demais elementos exigidos pela legislação fiscal, tributária e contratual aplicável.

8.25. A liquidação da despesa ficará sobrestada quando constatadas inconsistências, omissões, incorreções ou qualquer circunstância que impeça a verificação do direito ao crédito da Contratada, hipótese em que esta será formalmente comunicada para adoção das providências saneadoras necessárias.

8.26. O prazo para liquidação será interrompido durante o período compreendido entre a notificação da Contratada e a apresentação da documentação regularizada, reiniciando-se sua contagem após a comprovação da correção das pendências, sem quaisquer ônus para a Administração.

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

8.28. Previamente ao pagamento, a Administração realizará consulta aos sistemas e cadastros oficiais pertinentes, especialmente ao Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores (SICAF), para:

- I - verificar a manutenção das condições de habilitação e qualificação exigidas na contratação; e
- II - identificar eventual ocorrência impeditiva à contratação com a Administração Pública ou restrição que possa comprometer a regular execução contratual.

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

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

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

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

PRAZO DE PAGAMENTO

8.33. O pagamento será efetuado no prazo de até 10 (dez) dias úteis, contado da conclusão da liquidação da despesa, mediante ordem bancária em favor da Contratada, observadas as disposições da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77, de 4 de novembro de 2022.

8.34. Na hipótese de atraso no pagamento por parte do Contratante, desde que a Contratada não tenha concorrido para a ocorrência do atraso, os valores devidos serão atualizados monetariamente desde a data do vencimento da obrigação até a data do efetivo pagamento, mediante a aplicação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), ou outro índice que venha a substituí-lo.

FORMA DE PAGAMENTO

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

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

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

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

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

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

- **PRODUTOS E SERVIÇOS**

8.40.1. Nota fiscal ou fatura emitida, sem rasura, em letra legível, em nome e CNPJ do CONTRATANTE, da qual constará o número do contrato, descrição dos produtos e serviços executados, número da respectiva Ordem de Serviço e as informações para crédito em conta corrente (nome e número do banco, nome e número da agência e número da conta);

8.40.2. Documentos de comprovação da execução dos produtos e serviços.

- **DESPESAS COM DESLOCAMENTOS DE PROFISSIONAIS A SERVIÇO:**

8.40.3. Nota de débito, emitida conforme exigências do item 8.40.1, relacionando os meios de transporte contratados, com os respectivos CNPJ, razão social e valores, bem como a quantidade de diárias necessárias para cobertura das demais despesas envolvidas no deslocamento;

8.40.4. Prestação de contas com relatório de viagem.

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

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

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

8.43. As contratadas assumirão, com exclusividade, todos os tributos (impostos e taxas) que forem devidos em decorrência da execução dos produtos e serviços do objeto deste contrato.

8.44. O pagamento dos produtos e serviços será feito conforme disposto no art. 7º da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77, de 4 de novembro de 2022, após a apresentação dos documentos previstos no subitem 8.40 e será efetivado por meio de crédito em conta corrente mantida pelas contratadas.

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

8.45.1. Prestação efetivamente realizada de Produtos e Serviços;

8.45.2. Reembolso de despesas com deslocamentos de profissionais a serviço.

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

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

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

I - nome do profissional;

II - finalidade da viagem;

III - datas de início e do término da viagem;

IV - preço estimado das passagens;

V - previsão de quantidade de diárias.

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

8.49. As despesas com passagens aéreas serão reembolsadas pelo CONTRATANTE no valor efetivamente desembolsado pela contratada, com base em 03 (três) orçamentos, com escolha do menor preço ou da melhor relação custo/benefício.

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

8.51. As cotações deverão ser efetuadas com, pelo menos, 10 (dez) dias de antecedência, sendo a impossibilidade justificada pela contratada.

8.52. Caso não haja possibilidade de apresentar 3 (três) cotações, consideradas as especificidades dos deslocamentos, a contratada deverá justificar o fato, por escrito, ao CONTRATANTE.

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

8.54. Todas as demais despesas com hospedagem, alimentação, traslados ou qualquer outra envolvida no deslocamento serão pagas pelo Contratante, por meio de diárias, de acordo com os valores estabelecidos na legislação vigente para a concessão de diárias no âmbito da Administração Pública Federal nas viagens de servidores e colaboradores eventuais a serviço.

8.55. Para diárias no país, será utilizado o valor referente ao item "C" de indenização de diárias aos servidores públicos federais, em conformidade com o Anexo I do Decreto nº 11.872/2023.

8.56. Para diárias no exterior, será utilizado o valor referente à Classe "III" de indenização dos servidores civis, conforme Anexo III do Decreto nº 6.576/2008.

8.57. Para adicional de embarque e desembarque (traslado aeroporto/hotel ou evento/aeroporto, dentro do território nacional), será utilizado o valor referente ao descrito no art. 8º e Anexo, do Decreto nº 12.434/2025. sendo reembolsado o valor comprovadamente utilizado, até o limite estabelecido.

8.58. A prestação de contas dos deslocamentos de profissionais a serviço deverá ser feita por meio de relatório de viagem a ser apresentado pela contratada ao CONTRATANTE.

8.59. O relatório de viagem deverá ser apresentado em português, com a caracterização de "reembolso" dos valores em reais, devidamente assinado pelo representante da empresa (identificado pelo nome e cargo), acompanhado dos seguintes documentos:

I - cotações de preços de passagens para o trecho solicitado;

II - comprovação de compra de passagem de menor preço;

III - comprovantes de embarque.

8.60. Para a conversão dos valores em dólar americano para reais, deve ser utilizada a cotação informada pelo Banco Central, no sítio: <<https://www4.bcb.gov.br/pec/taxas/port/ptaxnpsq.asp?id=txcotacao>>.

8.61. A data a ser considerada para a cotação deverá ser a da Ordem de Serviço que originou a viagem, e o valor a ser utilizado é o de compra.

8.62. Como o Banco Central apresenta a cotação com quatro casas decimais, o faturamento deve considerar as quatro casas no cálculo, sendo os centavos arredondados no resultado final, para que o valor a ser ressarcido siga o padrão monetário em reais.

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

8.64. Para pagamento das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais, é destinado, como limite máximo, o percentual de até 10% (dez por cento) do valor estimado para a execução contratual.

8.65. Ressalta-se que as despesas de deslocamento serão ressarcidas mediante reembolso, observados os limites, condições e procedimentos estabelecidos no instrumento contratual. Dessa forma, a previsão orçamentária do respectivo percentual possui caráter meramente estimativo e não implica obrigatoriedade de execução ou dispêndio integral dos recursos pela Administração. Assim, os valores somente serão devidos quando efetivamente realizados, previamente autorizados e devidamente comprovados pela Contratada, inexistindo ônus financeiro para o Ministério do Turismo em relação às parcelas não executadas.

8.66. Excepcionalmente, poderão ser demandados Produtos e Serviços Essenciais não previstos no catálogo constante do Apêndice I deste Termo de Referência, desde que sejam necessários à adequada execução do objeto, guardem pertinência com as atividades de comunicação digital contratadas e decorram de necessidade devidamente justificada pela Administração.

8.66.1. Poderão ser enquadrados como Produtos e Serviços Essenciais não previstos no catálogo, a título exemplificativo, desde que compatíveis com o objeto da contratação:

- I - soluções tecnológicas complementares relacionadas à comunicação digital;
- II - licenciamento temporário de ferramentas e plataformas digitais necessárias à execução de ações específicas;
- III - produtos e serviços decorrentes de inovações tecnológicas surgidas após a elaboração do Catálogo de Produtos e Serviços;
- IV - serviços especializados de monitoramento, análise ou mensuração de desempenho não contemplados no catálogo;
- V - formatos, recursos ou funcionalidades digitais supervenientes necessários à execução das ações de comunicação institucional.

8.66.2. A previsão de Produtos e Serviços Essenciais não contemplados no catálogo justifica-se pela natureza dinâmica das atividades de comunicação social e pela possibilidade de surgimento, durante a vigência contratual, de necessidades específicas, supervenientes ou decorrentes da evolução tecnológica, que demandem soluções, formatos, ferramentas ou serviços necessários ao adequado atendimento das ações de comunicação institucional e que não possam ser atendidos pelos produtos e serviços previamente catalogados.

8.66.3. A inclusão de cada Produto ou Serviço Essencial não previsto no catálogo dependerá de justificativa técnica e administrativa que demonstre a necessidade da contratação, sua pertinência com o objeto e a insuficiência dos itens já previstos no Apêndice I para atendimento da demanda.

8.66.4. A inclusão de novos Produtos e Serviços Essenciais deverá observar a legislação aplicável às alterações contratuais, especialmente os arts. 124, 125 e 126 da Lei nº 14.133, de 2021, bem como as demais normas aplicáveis à contratação.

8.66.5. Os novos Produtos e Serviços Essenciais deverão ter suas especificações, unidades de medida, condições de execução, condições de execução, critérios de medição e pagamento e respectivos preços previamente definidos e formalizados nos autos do processo, mediante instrumento juridicamente adequado.

8.66.6. A execução de Produto ou Serviço Essencial não previsto no Apêndice I somente poderá ocorrer após a formalização do respectivo instrumento e a autorização da Administração, sendo vedada a execução ou o pagamento de serviços realizados sem a devida autorização.

8.66.7. Para o atendimento dos Produtos e Serviços Essenciais não previstos no catálogo e das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, fica destinado o limite máximo de até **10% (dez por cento) do valor estimado para a execução contratual**, sem prejuízo da observância dos limites e requisitos estabelecidos pela legislação aplicável às alterações contratuais.

8.66.8. O percentual previsto no item 8.66.7 constitui limite orçamentário estimado para essas despesas e não implica, por si só, autorização para alteração do objeto ou afastamento dos limites legais previstos nos arts. 124 a 126 da Lei nº 14.133, de 2021.

8.66.9. O valor final do contrato será composto pelos valores correspondentes aos Produtos e Serviços previstos no Apêndice I efetivamente demandados e executados, acrescidos, quando houver, dos valores relativos aos Produtos e Serviços Essenciais incluídos na forma deste item e das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, observados os limites contratuais, orçamentários e legais aplicáveis.

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

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

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

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

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

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

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

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

Sendo:

EM = Encargos Moratórios;

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

VP = valor da parcela a ser paga;

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

$$I = \frac{(TX)}{365}$$

$$I = \frac{(6/100)}{365}$$

$$I = 0,00016438$$

TX = Percentual da taxa anual = 6%

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

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

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

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

8.78. O prazo estipulado poderá ser prorrogado a juízo do Contratante.

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

8.80. Os pagamentos efetuados pelo Contratante não isentam a contratada de suas obrigações e responsabilidades assumidas.

REAJUSTE

8.81. Os preços inicialmente contratados serão fixos e irreajustáveis pelo prazo de 12 (doze) meses, contado da data-base do orçamento estimado da contratação, em 29/07/2026.

8.82. Após o interregno de um ano, e independentemente de pedido do Contratado, os preços iniciais serão reajustados mediante aplicação, pelo Contratante, do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M), publicada pela Revista Conjuntura Econômica da Fundação Getúlio Vargas, exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade.

8.83. Nos reajustes subsequentes ao primeiro, o interregno mínimo de um ano será contado a partir dos efeitos financeiros do último reajuste.

8.84. No caso de atraso ou não divulgação do(s) índice (s) de reajustamento, o Contratante pagará ao Contratado a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja(m) divulgado(s) o(s) índice(s) definitivo(s).

8.85. Nas aferições finais, o(s) índice(s) utilizado(s) para reajuste será(ão), obrigatoriamente, o(s) definitivo(s).

8.86. Caso o(s) índice(s) estabelecido(s) para reajustamento venha(m) a ser extinto(s) ou de qualquer forma não possa(m) mais ser utilizado(s), será(ão) adotado(s), em substituição, o(s) que vier(em) a ser determinado(s) pela legislação então em vigor.

8.87. Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajustamento do preço do valor remanescente, por meio de termo aditivo.

8.88. O reajuste será realizado por apostilamento.

CESSÃO DE CRÉDITO

8.89. A eventual cessão de créditos decorrentes do presente contrato dependerá de prévia e expressa autorização do Ministério do Turismo, observadas as disposições da Lei nº 14.133, de 2021, e demais normativos aplicáveis.

8.90. A eficácia da cessão de crédito perante a Administração ficará condicionada à formalização de termo aditivo contratual, previamente aprovado pela autoridade competente.

8.91. Sem prejuízo da manutenção, pela CONTRATADA (cedente), de todas as condições de habilitação exigidas durante a execução contratual, a formalização do termo aditivo de cessão de crédito e a efetivação dos respectivos pagamentos ficam condicionadas à comprovação da regularidade fiscal, trabalhista e previdenciária do cessionário, bem como à verificação de inexistência de sanções que o impeçam de licitar e contratar com a Administração Pública ou de receber benefícios ou incentivos fiscais ou creditícios, direta ou indiretamente, nos termos da legislação vigente, observado o entendimento consolidado no Parecer JL-01, de 18 de maio de 2020, da Advocacia-Geral da União.

8.92. O crédito cedido corresponderá exclusivamente ao valor que seria devido à CONTRATADA pela efetiva execução do objeto contratual, permanecendo integralmente preservadas todas as prerrogativas da Administração Pública, inclusive aquelas relacionadas à fiscalização contratual, aplicação de penalidades, glosas, compensações, retenções legais, descontos decorrentes de multas e ressarcimento de danos eventualmente causados à Administração.

8.93. A cessão de crédito não importará alteração das obrigações assumidas pela CONTRATADA, permanecendo esta integralmente responsável pela execução do objeto, pela qualidade dos serviços prestados e pelo cumprimento de todas as obrigações contratuais.

8.93.1. As disposições desta cláusula não se aplicam às operações de crédito disciplinadas pela Instrução Normativa SEGES/MGI nº 82, de 21 de fevereiro de 2025, que permanecerão regidas por sua regulamentação específica.

9. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR E FORMA DE FORNECIMENTO

FORMA DE SELEÇÃO E CRITÉRIO DE JULGAMENTO DA PROPOSTA

9.1. O fornecedor será selecionado por meio da realização de procedimento de **LICITAÇÃO**, na modalidade **CONCORRÊNCIA**, sob a forma **PRESENCIAL**, com adoção do critério de julgamento pela **MELHOR TÉCNICA**.

9.2. O fornecedor será selecionado por meio de procedimento licitatório, na modalidade concorrência, com adoção do critério de julgamento pela melhor técnica, nos termos da Lei nº 14.133/2021.

9.3. A adoção do critério de melhor técnica justifica-se em razão da natureza predominantemente intelectual e especializada dos serviços a serem contratados, os quais envolvem planejamento estratégico, criação, execução e monitoramento de ações de comunicação digital. Tais atividades demandam elevado grau de qualificação técnica, capacidade criativa e domínio de metodologias específicas, sendo a qualidade da solução fator determinante para o alcance dos resultados pretendidos pela Administração.

9.4. Nesse contexto, a utilização de critérios baseados exclusivamente em preço mostra-se inadequada, uma vez que não assegura a seleção de propostas com o nível de qualidade técnica necessário, podendo comprometer a efetividade das ações de comunicação institucional.

9.5. Adicionalmente, o critério de técnica e preço também não se revela o mais adequado ao caso concreto, tendo em vista que a atribuição de peso ao fator preço pode conduzir à seleção de propostas tecnicamente inferiores, ainda que mais econômicas, o que

representa risco relevante à qualidade e à efetividade dos serviços prestados. Considerando que eventuais falhas na execução podem gerar prejuízos institucionais significativos, entende-se que o aspecto técnico deve prevalecer integralmente na seleção da proposta mais vantajosa.

9.6. Assim, a adoção do critério de melhor técnica permite à Administração selecionar a proposta que apresente a solução mais adequada sob o ponto de vista qualitativo, assegurando maior aderência às necessidades institucionais e mitigando riscos associados à baixa qualidade dos serviços.

9.7. Subsidiariamente, deverão ser observadas as disposições da Lei nº 12.232/2010, quando aplicáveis ao objeto, conforme entendimento do Acórdão nº 6.227/2016 – TCU – 2ª Câmara, bem como as normas da SECOM pertinentes.

REGIME DE EXECUÇÃO

9.8. O regime de execução do objeto será de empreitada por preço unitário, sob demanda.

EXIGÊNCIAS DE HABILITAÇÃO

9.9. Para fins de habilitação, deverá o interessado comprovar os seguintes requisitos

HABILITAÇÃO JURÍDICA

9.10. Pessoa física: cédula de identidade (RG) ou documento equivalente que, por força de lei, tenha validade para fins de identificação em todo o território nacional;

9.11. Empresário individual: inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede;

9.12. Microempreendedor Individual - MEI: Certificado da Condição de Microempreendedor Individual - CCMEI, cuja aceitação ficará condicionada à verificação da autenticidade no sítio <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>;

9.13. Sociedade empresária, sociedade limitada unipessoal – SLU ou sociedade identificada como empresa individual de responsabilidade limitada - EIRELI: inscrição do ato constitutivo, estatuto ou contrato social no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;

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

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

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

9.17. Sociedade cooperativa: ata de fundação e estatuto social, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, além do registro de que trata o art. 107 da Lei nº 5.764, de 16 de dezembro 1971.

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

HABILITAÇÃO FISCAL, SOCIAL E TRABALHISTA

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

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

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

- 9.22. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943;
- 9.23. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes Estadual ou Distrital relativo ao domicílio ou sede do fornecedor, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- 9.24. Prova de regularidade com a Fazenda Estadual ou Distrital do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;
- 9.25. Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos relacionados ao objeto contratual, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.
- 9.26. O fornecedor enquadrado como microempreendedor individual que pretenda auferir os benefícios do tratamento diferenciado previstos na Lei Complementar n. 123, de 2006, estará dispensado da prova de inscrição nos cadastros de contribuintes estadual e municipal.

QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA

- 9.28. certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor;
- 9.28.1. Caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;
- 9.29. balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis *dos dois últimos exercícios sociais*, já exigíveis e apresentados na forma da lei, comprovando, índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC), e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um), obtidos por meio da aplicação das seguintes fórmulas:

LG =	Ativo Circulante + Realizável a Longo Prazo	
	Passivo Circulante + Passivo Não Circulante	
SG =	Ativo Total	
	Passivo Circulante + Passivo Não Circulante	
LC =	Ativo Circulante	
	Passivo Circulante	

- 9.30. Caso a empresa interessada apresente resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), será exigido para fins de habilitação patrimônio líquido mínimo de 5% do valor total estimado da contratação.
- 9.31. Os documentos referidos acima limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos;
- 9.32. Os documentos referidos acima deverão ser exigidos com base no limite definido pela Receita Federal do Brasil para transmissão da Escrituração Contábil Digital - ECD ao Sped.
- 9.33. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação/contratação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura.
- 9.34. O atendimento dos índices econômicos previstos neste item deverá ser atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo fornecedor, na forma do art. 69, § 1º, da Lei nº 14.133, de 2021.

9.35. A exigência prevista no item 9.34 deste Termo de Referência, consistente na apresentação de declaração assinada por profissional habilitado da área contábil para atestar o atendimento dos índices econômicos exigidos, justifica-se pela necessidade de conferir maior segurança, confiabilidade e precisão à análise da qualificação econômico-financeira dos licitantes.

9.36. A participação na contratação exige a demonstração de capacidade econômico-financeira compatível com as obrigações decorrentes da execução contratual, considerando a natureza, o prazo e o valor estimado da contratação. A certificação por profissional habilitado da área contábil contribui para assegurar que os cálculos e as informações utilizadas para apuração dos índices econômico-financeiros apresentados pelo licitante estejam devidamente conferidos e tecnicamente fundamentados.

9.36.1. A exigência encontra fundamento no art. 69, § 1º, da Lei nº 14.133, de 2021, e será aplicada de forma proporcional ao objeto, sem prejuízo da observância dos princípios da razoabilidade, proporcionalidade, isonomia e competitividade.

QUALIFICAÇÃO TÉCNICA-OPERACIONAL

9.37. Comprovação de aptidão para execução de pelo menos 50% dos serviços de comunicação digital similares, previstos no anexo de especificação dos produtos e serviços, de complexidade tecnológica e operacional equivalente ou superior à do objeto desta contratação, por meio da apresentação de certidões ou atestados emitidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado.

9.38. Para fins da comprovação de que trata este subitem, os atestados deverão dizer respeito a contrato(s) executado(s) com as seguintes características mínimas:

9.38.1. Contrato(s) que comprove(m) a experiência mínima de 3 (três) anos do fornecedor na prestação dos serviços, em períodos sucessivos ou não, sendo aceito o somatório de atestados de períodos diferentes, em períodos sucessivos ou não.

9.39. Serão admitidos, para fins de comprovação de quantitativo mínimo de serviço, a apresentação e o somatório de diferentes atestados de serviços executados de forma concomitante, pois essa situação equivale, para fins de comprovação de capacidade técnico-operacional, a uma única contratação.

9.40. Os atestados de capacidade técnica poderão ser apresentados em nome da matriz ou da filial do fornecedor.

9.41. O fornecedor disponibilizará todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados, apresentando, quando solicitado pela Administração, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual do Contratante e local em que foram prestados os serviços, entre outros documentos.

9.42. Os atestados deverão referir-se a serviços prestados no âmbito de sua atividade econômica principal ou secundária especificadas no contrato social vigente.

9.43. Serão aceitos atestados ou outros documentos hábeis emitidos por entidades estrangeiras quando acompanhados de tradução para o português, salvo se comprovada a inidoneidade da entidade emissora.

9.44. A apresentação, pelo fornecedor, de certidões ou atestados de desempenho anterior emitido em favor de consórcio do qual tenha feito parte será admitida, desde que atendidos os requisitos do art. 67, §§ 10 e 11, da Lei nº 14.133/2021 e regulamentos sobre o tema.

9.45. Apresentação dos profissionais, abaixo indicados, detentores de diploma de graduação na respectiva área de formação:

9.45.1. Profissional de Comunicação Social: diploma de graduação em Jornalismo, Publicidade e Propaganda ou Relações Públicas;

9.45.2. Profissional de Design Digital: diploma de graduação em Design Gráfico ou Design Digital;

9.45.3. Profissional de Marketing Digital: diploma de graduação em Marketing Digital;

9.45.4. Profissional de Tecnologia da Informação: diploma de graduação em Sistemas de Informação ou Ciência da Computação.

9.46. Os profissionais acima indicados deverão participar do serviço objeto do contrato, e será admitida a sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, desde que aprovada pela Administração (§ 6º do art. 67 da Lei nº 14.133, de 2021).

9.47. Não serão admitidos atestados de responsabilidade técnica de profissionais que, na forma de regulamento, tenham dado causa à aplicação das sanções previstas nos incisos III e IV do caput do art. 156 da Lei nº 14.133, de 2021, em decorrência de orientação proposta, de prescrição técnica ou de qualquer ato profissional de sua responsabilidade.

9.48. Os atestados de capacidade técnica poderão ser apresentados em nome da matriz ou da filial do fornecedor.

DISPOSIÇÕES GERAIS SOBRE HABILITAÇÃO

9.49. Quando permitida a participação de empresas estrangeiras que não funcionem no País, as exigências de habilitação serão atendidas mediante documentos equivalentes, inicialmente apresentados em tradução livre.

9.50. Na hipótese de o fornecedor ser empresa estrangeira que não funcione no País, para assinatura do contrato ou da ata de registro de preços ou do aceite do instrumento equivalente, os documentos exigidos para a habilitação serão traduzidos por tradutor juramentado no País e apostilados nos termos do disposto no Decreto nº 8.660, de 29 de janeiro de 2016, ou de outro que venha a substituí-lo, ou consularizados pelos respectivos consulados ou embaixadas.

9.51. Não serão aceitos documentos de habilitação com indicação de CNPJ/CPF diferentes, salvo aqueles legalmente permitidos.

9.52. Se o fornecedor for a matriz, todos os documentos deverão estar em nome da matriz, e se o fornecedor for a filial, todos os documentos deverão estar em nome da filial, exceto para atestados de capacidade técnica, e no caso daqueles documentos que, pela própria natureza, comprovadamente, forem emitidos somente em nome da matriz.

9.53. Serão aceitos registros de CNPJ de fornecedor matriz e filial com diferenças de números de documentos pertinentes ao CND e ao CRF/FGTS, quando for comprovada a centralização do recolhimento dessas contribuições.

9.54. Não haverá participação de consórcio em razão de não comprovar que as empresas reunidas ampliem o leque de concorrentes, aumentando a competitividade do certame.

9.55. Tornando-se por base a forma de contratação usualmente adotada no mercado e, ainda, em razão do objeto não apresentar vulto ou complexidade que torne restrito o universo de participação de possíveis licitantes.

9.56. Também não será permitida a participação de empresas cooperadas tendo uma vez que a contratação não adere aos princípios básicos do cooperativismo.

JUSTIFICATIVA DE EXIGÊNCIA DE QUALIFICAÇÃO ECONÔMICO-FINANCEIRA E TÉCNICA

9.57. A exigência de comprovação da qualificação técnica encontra amparo no art. 67 da Lei nº 14.133/2021 e justifica-se pela necessidade de assegurar que a futura contratada disponha de experiência e capacidade operacional compatíveis com a natureza, a complexidade e as características do objeto a ser contratado. O requisito tem por finalidade demonstrar que a licitante possui aptidão para executar os serviços de forma adequada, segura e eficiente, dispondo dos conhecimentos técnicos, da experiência prévia e dos recursos operacionais necessários ao fiel cumprimento das obrigações contratuais.

9.58. A exigência mostra-se necessária, ainda, para mitigar riscos relacionados à execução inadequada ou incompleta dos serviços, à ocorrência de falhas que possam comprometer a qualidade da execução contratual, à integridade das instalações e à segurança dos usuários, contribuindo para a continuidade dos serviços e para o alcance dos resultados pretendidos pela Administração. Dessa forma, a qualificação técnico-operacional constitui medida de caráter preventivo, destinada a assegurar a capacidade da futura contratada para fazer frente às obrigações assumidas, em observância aos princípios da eficiência, da seleção da proposta mais vantajosa, da segurança da contratação e da razoabilidade.

9.59. Quanto à qualificação econômico-financeira, sua exigência justifica-se pela necessidade de verificar se a licitante dispõe de condições econômico-financeiras mínimas para suportar os encargos decorrentes da execução contratual. Considerando as características e a complexidade do objeto, a capacidade de manter a execução dos serviços ao longo da vigência contratual mostra-se relevante para a redução dos riscos de inadimplemento, interrupção ou paralisação da prestação. Nesse contexto, os requisitos de habilitação econômico-financeira visam conferir maior segurança à contratação, permitindo à Administração avaliar, previamente, a capacidade da licitante de cumprir as obrigações assumidas sem comprometer a continuidade e a qualidade dos serviços. Trata-se, portanto, de medida voltada à mitigação de riscos contratuais e à preservação do interesse público, especialmente quanto à continuidade da execução e ao alcance dos resultados esperados.

9.60. Ressalta-se que as exigências de qualificação técnica e econômico-financeira devem guardar pertinência e proporcionalidade com as características do objeto, limitando-se ao necessário para assegurar a adequada execução contratual, de modo a conciliar a segurança da contratação com a preservação da competitividade do certame.

CRITÉRIOS DE PONTUAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS

9.61. Os critérios de pontuação e julgamento das propostas foram detalhadamente estabelecidos no Apêndice II deste Termo de Referência: Apresentação e Julgamento das Propostas Técnicas, com o objetivo de garantir que a seleção seja baseada em uma análise técnica rigorosa. Dessa forma, assegura-se que a solução escolhida seja a mais adequada para atender de maneira eficaz às necessidades específicas da comunicação digital do MTur.

9.62. Para assegurar uma seleção criteriosa e justa, a avaliação das propostas submetidas será conduzida com base em quatro quesitos fundamentais, cada um refletindo aspectos cruciais para o sucesso da comunicação digital deste órgão. Esses quesitos foram concebidos para garantir que a proposta selecionada seja tecnicamente sólida, operacionalmente viável e eficaz, maximizando os resultados esperados.

9.63. Como se sabe, o Decreto nº 6.555/2008 dispõe sobre as ações de comunicação do Poder Executivo Federal e determina em seu art. 5º, que:

Art. 5º As ações de comunicação do Poder Executivo Federal serão orientadas pelos objetivos e diretrizes previstos nos arts. 1º e 2º, por políticas, orientações e normas adotadas pela Secretaria de Comunicação Social e por planos anuais elaborados pelos integrantes do SICOM.

9.64. Desta forma, cumpre destacar que a Instrução Normativa SECOM/PR nº 09/2025, apresenta em seu anexo IV os critérios de pontuação, bem como os percentuais de cada um deles, que deverão ser adotados nos julgamentos das propostas nas licitações a serem julgadas pelo critério de "melhor técnica". Sendo assim, a equipe de planejamento seguiu, em partes, a recomendação dos normativos acima expostos, atendendo as sugestões de pontuação de cada critério de julgamento proposto.

9.65. Cabe mencionar que das pontuações ali apontadas pela SECOM em seu normativo, se fez necessário a atualização com vistas a adoção de maior objetiva quanto ao julgamento das propostas apresentadas pelos licitantes. Como bem pontuado pelo art. 28, §§1º e 2º da Instrução Normativa SECOM /PR nº 09/2025, os critérios de pontuação para o julgamento serão fixados pelo órgão responsável pela licitação em função das particularidades, tendo somente como base os parâmetros ali dispostos, podendo, inclusive, alterá-los ou acrescê-los conforme necessidade.

9.66. Desta forma, pontua-se que em análise, foi verificado que a pontuação precisaria ser modificada com vistas a maximização da análise técnica dos licitantes, considerando essencialmente o critério de julgamento por “melhor técnica” deste certame. Dito isto, conserva-se a modificação trazida no quadro abaixo:

PEÇA/PERCENTUAL PREVISTO	IN SECOM/PR Nº 9, DE 2025	EDITAL DE LICITAÇÃO
PLANO - RACIOCÍNIO BÁSICO	MÍNIMA - 5% TOTAL	10%
PLANO – ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO	MÍNIMA - 20% TOTAL	20%
PLANO – SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO	MÍNIMA - 25% TOTAL	25%
PLANO – IMPLEMENTAÇÃO	MÍNIMA - 15% TOTAL	25%
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	MÁXIMA - 10% TOTAL	10%
RELATOS DE SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO	MÁXIMA - 15% TOTAL	10%

9.67. Estes critérios permitirão uma avaliação aprofundada de aspectos essenciais como inovação, adequação das ferramentas tecnológicas, experiência do proponente, qualidade das propostas criativas, e a capacidade de atender a objetivos estratégicos de comunicação digital. Tais elementos são cruciais para garantir que a solução selecionada seja a mais eficaz, garantindo não apenas o cumprimento dos requisitos técnicos, mas também a maximização do impacto das ações de comunicação do órgão.

9.68. Além disso, o julgamento pela melhor técnica propicia a seleção de fornecedores que demonstrem um elevado padrão de competência e comprometimento com a excelência, elementos imprescindíveis para a execução de projetos que exigem alta performance e resultados mensuráveis. Assim, este critério contribui para assegurar que as ações de comunicação digital do órgão sejam realizadas com o mais alto nível de qualidade, potencializando a eficácia da comunicação com o público-alvo e a preservação da imagem institucional.

10. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

10.1. O custo estimado total da contratação, que é o máximo aceitável, é de **R\$ 21.206.779,00** (vinte e um milhões duzentos e seis mil e setecentos e setenta e nove reais).

10.2. Os contratos a serem celebrados com as licitantes selecionadas terão como limite financeiro individual o valor máximo aceitável indicado neste Termo de Referência.

10.3. Durante a execução contratual, as empresas contratadas deverão observar, cumulativamente, o limite do orçamento anual global fixado no processo licitatório, conforme disposto no item anterior.

10.4. As quantidades anuais dos Produtos e Serviços, previstas no Apêndice I deste Termo de Referência, representam apenas estimativas e serão executadas à medida da necessidade e conveniência do CONTRATANTE, que poderá readequá-las, ocasionando distribuição diferente da previamente estabelecida, desde que justificada a alteração e respeitado o valor estabelecido na PLANILHA DE ESTIMATIVA ANUAL DE EXECUÇÃO E PREÇOS UNITÁRIOS DOS PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS, quanto ao valor de investimento para a contratação.

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

10.6. No valor acima estão incluídas todas as despesas ordinárias diretas e indiretas decorrentes da execução do objeto, inclusive tributos e/ou impostos, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais incidentes, taxa de administração, frete, seguro e outros necessários ao cumprimento integral do objeto da contratação. (Inserido conforme item 5.2 da minuta da SECOM).

10.7. O CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual. (Inserido conforme item 5.7 da minuta da SECOM).

10.8. No interesse do CONTRATANTE, as contratadas ficarão obrigadas a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto no art. 125 da Lei nº 14.133/21. (Inserido conforme item 5.8 da minuta da SECOM).

10.9. Na prorrogação, o CONTRATANTE poderá renegociar os preços praticados com as contratadas, em decorrência deste certame, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato. (Inserido conforme item 5.11 da minuta da SECOM).

10.10. O CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos preços praticados com as contratadas, em decorrência de eventual redução identificada nos preços do mercado, por meio de termo aditivo. (Inserido conforme item 5.12 da minuta da SECOM).

11. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

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

11.2. A contratação será atendida pela seguinte dotação:

- I - Gestão/unidade: 190605
- II - Fonte de recursos: 1052000258;
- III - Programa de trabalho: 23.122.0032.2000.0001;
- IV - Elemento de despesa: 339039; e
- V - Plano interno: 0225PRSERVI

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

12. DISPOSIÇÕES FINAIS

- 12.1. As informações contidas neste Termo de Referência não são classificadas como sigilosas.
- 12.2. Integram este Termo de Referência, os seguintes documentos:
- 12.2.1. Apêndice I - Catálogo de Produtos e Serviços Essenciais;
 - 12.2.2. Apêndice II - Apresentação e Julgamento da Proposta Técnica;
 - 12.2.3. Apêndice III - Avaliação de Desempenho;
 - 12.2.4. Apêndice IV - Instrumento de Medição de Resultado (IMR);
 - 12.2.5. Apêndice V - Termo de Conduta;
 - 12.2.6. Apêndice VI - Apresentação da Proposta de Preços;
 - 12.2.7. Anexo I - Modelo de Procuração;
 - 12.2.8. Anexo II - Manual de Procedimentos.
- 12.3. O Apêndice I – Catálogo de Produtos e Serviços Essenciais, integrante deste Termo de Referência, observará, no que couber, as disposições dos arts. 15 e 16 da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 2025, contemplando as especificações técnicas dos produtos e serviços, respectivos preços unitários máximos, quantidades estimadas de execução, títulos, descritivos, entregas, aspectos a serem considerados na avaliação das atividades e prazos de entrega, conforme aplicável.

13. ANEXO I

ANEXO I

OUTORGANTE: (nome, endereço, nome empresarial etc.)

OUTORGADO: (nome e qualificação do representante)

OBJETO: Representar a outorgante perante o Ministério do Turismo, na concorrência nº ____/2026, que se realizará no ____ (Nome e endereço da dependência).

PODERES: Apresentar documentação e assinar propostas, participar de sessões públicas de abertura de documentos de habilitação e de propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recurso, renunciar a recurso interposto, negociar novos preços e condições, firmar termos de compromisso e assinar todos os atos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato

[Local], [dia] de [mês] de [ano].

Representante Legal
(Qualificação e assinatura)

14. ANEXO II

ANEXO II

MANUAL DE PROCEDIMENTOS DE SELEÇÃO E PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL

DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

1. O presente Manual disciplina os procedimentos de seleção interna e de alocação de demandas entre as duas empresas de comunicação digital contratadas pelo Ministério do Turismo.
2. A prestação dos serviços será sob demanda, visando garantir a execução ininterrupta das atividades de comunicação digital estratégicas para o MTur.
3. O processo de seleção observará os princípios da legalidade, impessoalidade, isonomia, eficiência, economicidade, razoabilidade e proporcionalidade.

DA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS

4. Os serviços poderão ser executados de forma:

- I - Individualizada, quando apenas uma empresa for escolhida para determinada demanda;
- II - Compartilhada, quando a execução conjunta se mostrar mais eficiente e vantajosa;
- III - Presencial, em casos específicos, quando a natureza da atividade exigir atuação dentro das dependências da ASCOM/MTur.

5. As áreas de atuação compreendem:

- I - Estratégias de comunicação digital;
- II - Planejamento e execução de campanhas em mídias digitais (orgânicas e pagas);
- III - Produção de conteúdo audiovisual para plataformas digitais;
- IV - Monitoramento, análise de métricas e relatórios de desempenho;
- V - Inovação em soluções digitais (sites, aplicativos, hotsites, simuladores).

DOS CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DA EMPRESA RESPONSÁVEL PELA DEMANDA

6. A escolha da empresa responsável observará os seguintes critérios:

- I - Disponibilidade imediata para atendimento ao cronograma da demanda;
- II - Experiência comprovada em serviços similares, passíveis de reaproveitamento ou adaptação;
- III - Adequação da proposta ao briefing de comunicação, considerando:

- Aderência da linha criativa;
- Clareza e inovação;
- Estratégias de mídia digital;

- IV - Custo estimado da ação, em consonância com os recursos orçamentários;
- V - Recomendação de execução compartilhada, quando esta ampliar os resultados.

DOS NÍVEIS DE SELEÇÃO

7. A formalização da escolha será feita por despacho da Chefia da ASCOM/MTur, consignado nos autos do processo SEI correspondente.

Seleção Simplificada (Nível 1)

7.1. Destina-se a ações de menor vulto ou de valor estimado de até R\$ 1.500.000,00 (um milhão e quinhentos mil reais).

7.2. Nesse nível, o procedimento de escolha observará critérios de agilidade e economicidade, considerando o porte reduzido da demanda e a baixa complexidade técnica da execução.

7.3. A seleção poderá ser feita diretamente pela Chefia da ASCOM/MTur, mediante análise de conveniência e oportunidade, com base em:

- Disponibilidade operacional e técnica, de uma das empresas contratadas;
- Reaproveitamento de materiais, peças ou serviços similares previamente desenvolvidos, desde que tecnicamente adequados à nova demanda;
- Relação de continuidade, quando houver necessidade de padronização de linguagem visual, narrativa ou estratégica em campanhas já em curso.

7.4. A decisão deverá ser fundamentada em nota técnica sucinta, contendo justificativa objetiva da escolha e breve descrição do escopo, assegurando a rastreabilidade do processo no SEI.

Seleção Intermediária (Nível 2)

7.5. Aplicável às ações de médio vulto, cujo valor estimado se situe entre R\$ 1.500.000,01 (um milhão e quinhentos mil e um reais) e R\$ 8.000.000,00 (oito milhões de reais).

7.6. Nessas situações a escolha deverá se dar por análise comparativa entre as duas empresas contratadas, de modo a assegurar isonomia, impessoalidade e vantajosidade à Administração..

7.7. O procedimento compreende as seguintes etapas:

I - Elaboração de briefing técnico pela área demandante, com detalhamento do escopo, objetivos estratégicos, público-alvo e indicadores de desempenho esperados;

II - Envio de briefing às duas empresas contratadas, solicitando apresentação de propostas técnicas e orçamentárias em prazo razoável;

III - Análise técnica das propostas pela Chefia da ASCOM/MTur, preferencialmente com o apoio de servidores com conhecimento na área de comunicação, observando critérios como:

- Adequação da proposta ao briefing;
- Qualidade técnica e criativa;
- Coerência entre custos e entregáveis;
- Histórico de desempenho em demandas anteriores.

IV - Decisão fundamentada da Chefia da ASCOM/MTur, indicando a proposta mais adequada ao atendimento do interesse público e justificando a escolha de forma objetiva e transparente.

Seleção Ampla (Nível 3)

7.9. Para demandas cujo valor estimado ultrapasse, R\$ 8.000.000,00 (oito milhões de reais), será adotado o procedimento de Seleção Ampla (Nível 3), observando os seguintes parâmetros:

I - Instituição da Comissão de Avaliação:

a) A Chefia da ASCOM/MTur instituirá Comissão de Avaliação Técnica, composta por no mínimo 3 (três) membros, sendo ao menos um da área técnica demandante e um da ASCOM.

b) A comissão será responsável por avaliar e pontuar as propostas de forma colegiada, com base em critérios técnicos previamente definidos neste Manual.

II – Etapas da Seleção:

- Elaboração e envio do briefing técnico, detalhando o escopo, objetivos e métricas da ação;
- Apresentação de propostas técnicas e de custos pelas empresas contratadas;
- Avaliação técnica com base nos critérios objetivos listados abaixo;
- Pontuação final ponderada e elaboração de relatório técnico conclusivo pela Comissão.

III - Critérios Objetivos de Avaliação

Critério	Descrição	Peso (%)	Forma de Pontuação (0 a 10)
Aderência ao briefing	Grau de alinhamento da proposta aos objetivos estratégicos e diretrizes da comunicação institucional	25%	0-10, conforme análise comparativa
Qualidade técnica e criativa	Originalidade, clareza, consistência e impacto das soluções propostas (peças, roteiros, linguagem etc.).	25%	0-10
Capacidade operacional e experiência aplicável	Capacidade de execução, equipe alocada, portfólio similar e histórico de entregas com o MTur ou outros órgãos.	20%	0-10
Custo estimado e relação custo-benefício	Compatibilidade do orçamento proposto com o escopo, eficiência no uso de recursos e economicidade.	20%	0-10
Inovação e métricas de resultado	Adoção de soluções digitais e inovadoras e clareza nas métricas de mensuração de resultados.	10%	0-10

IV – Cálculo da Nota Final (NF):

$$NF = (A \times 0,25) + (B \times 0,25) + (C \times 0,20) + (D \times 0,20) + (E \times 0,10)$$

Sendo:

- A = Aderência ao briefing;
- B = Qualidade técnica;
- C = Capacidade operacional;
- D = Custo-benefício;
- E = Inovação e métricas.

V – Critério de Seleção Final:

- Será selecionada a empresa com maior Nota Final (NF).
- Em caso de empate, será priorizada a proposta que apresente melhor custo-benefício ou maior aderência estratégica à comunicação institucional do Ministério, conforme parecer técnico fundamentado da Comissão.

VI – Formalização e Transparência:

- O resultado da seleção será formalizado em relatório técnico conclusivo, assinado por todos os membros da Comissão, acompanhado de despacho de aprovação da Chefia da ASCOM/MTur.
- Todo o processo será registrado no SEI, garantindo rastreabilidade e publicidade dos critérios e decisões.

DA EXECUÇÃO COMPARTILHADA

8. Sempre que se constatar maior benefício institucional, as ações poderão ser executadas de forma conjunta pelas duas empresas, respeitando-se:

- divisão equilibrada de responsabilidades;
- integração das propostas;
- otimização de prazos e resultados.

9. Independentemente do nível de seleção, quando a natureza da ação exigir entregas conjuntas, complementares ou integradas entre as duas empresas contratadas (por exemplo, quando houver necessidade de unificação de identidade visual ou integração entre campanhas), a execução será considerada compartilhada.

10. Nesse caso, caberá à ASCOM definir o modelo de cooperação técnica entre as contratadas, delimitando claramente as responsabilidades, os produtos esperados de cada parte e os mecanismos de acompanhamento e aprovação.

11. A execução compartilhada será formalizada por despacho da Chefia da ASCOM/MTur.

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

12. Os níveis de seleção definidos neste Manual obedecem ao princípio da proporcionalidade entre o valor estimado, a complexidade técnica e o risco operacional da ação de comunicação. A diferenciação entre os níveis (1, 2 e 3) visa assegurar que:

- a Seleção Simplificada priorize a celeridade e o aproveitamento racional de recursos;
- a Seleção Intermediária garanta comparação objetiva e vantajosidade; e
- a Seleção Ampla promova avaliação técnica colegiada e decisão estratégica.

13. Dessa forma, o modelo confere à ASCOM/MTur maior governança, transparência e aderência às boas práticas de gestão pública, em conformidade com as diretrizes da IN SECOM nº 04/2018, da IN SEGES nº 58/2022, e dos princípios da Lei nº 14.133, de 2021.

14. Todos os documentos relativos à seleção e execução (briefings, propostas, despachos, formulários de avaliação, atas de reunião e relatórios de desempenho) deverão ser juntados aos autos no SEI.

15. Casos omissos serão decididos pela Chefia da ASCOM/MTur, respeitados os princípios da legislação vigente.

15. APÊNDICE I

APÊNDICE I

CATÁLOGO DE PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

1. PLANEJAMENTO

1.1. PLANEJAMENTO DA ESTRATÉGIA DIGITAL

DESCRIÇÃO: Planejamento da presença digital do cliente e de suas temáticas com até 4 entrevistas exploratórias, considerando as informações adquiridas nas etapas de diagnóstico de mercado, concorrentes e benchmarking. Define objetivos da presença digital, potencialidades, fraquezas, oportunidades e ameaças, indicação dos canais de atuação, propriedades digitais, desenvolvimento da matriz estratégica e indicadores. Consideram-se também o estudo de risco e a mitigação de cada um que for apontado.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto e de apresentação com a proposta de planejamento da estratégia digital.

1.2. PLANO TÁTICO DE PROJETO

DESCRIÇÃO: Planejamento tático que considera a proposição de plano de ação digital do cliente e de suas temáticas definidas na etapa do Diagnóstico e Planejamento da Estratégia Digital, considerando planejamento de conteúdo para as redes sociais, sites, landing pages

e aplicativos, pauta, pilares de conteúdo, estratégia de interação, definição de periodicidade, formatos com definição de métricas (indicadores táticos) de avaliação por canal, cronograma de execução e investimento para cada uma das ações propostas.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto e de apresentação com a proposta de planejamento tático.

1.3. PLANO DE INBOUND MARKETING

DESCRIÇÃO: O planejamento de Inbound Marketing contempla a análise da jornada de compra dos consumidores de uma marca, para identificar oportunidades de geração, qualificação e nutrição de leads por meio do uso dos canais de marketing digital e de ferramentas de automação de marketing. Considera-se também a previsão de recursos humanos e ferramentas, além de indicadores operacionais.

ENTREGÁVEL: Arquivo de apresentação e planilha de investimentos necessários para a execução do projeto.

1.4. PLANEJAMENTO DE CONTEÚDO PARA SITES E PORTAIS

DESCRIÇÃO: Estabelecer, a partir de briefing, o diagnóstico de conteúdo ou do planejamento e a matriz estratégica, bem como a abordagem que deve ser dada ao conteúdo, considerando as seguintes atividades:

1. Definição de temas a serem abordados para o projeto específico;
2. Levantamento de insumos de conteúdo disponíveis para tratamento do tema;
3. Definição de linguagem para públicos indicados na etapa de planejamento estratégico;
4. Definição de hierarquia dos conteúdos apresentados;
5. Indicação, quando couber, de diretrizes editoriais para produção de conteúdos (por exemplo, banners, fotografias, infográficos, edição de vídeos, criação de títulos, tratamento de textos e aplicação de políticas de tagueamento) aplicados ao tema.

OBS.: o planejamento de conteúdo para sites e portais inclui o mapeamento da arquitetura do portal, além da pesquisa de tendências e dados de mercado para definição dos calendários de temas que serão produzidos e postados em cada uma das diferentes áreas ou editoriais do website. Inclui também a definição do público-alvo e o tom de voz e personalidade da marca ao se comunicar.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto e de apresentação com o detalhamento das diretrizes editoriais e orientações.

1.5. PLANEJAMENTO PARA REDES SOCIAIS

DESCRIÇÃO: Planejamento anual com temas e ações específicas para as redes sociais. Deve contemplar definição de públicos, pilares de conteúdo, estratégia de interação, definição de periodicidade, formatos e séries de conteúdo.

OBS.: o planejamento para redes sociais inclui a utilização de informações do diagnóstico da presença digital da marca, para a definição adequada de brand persona, a escolha dos melhores canais para atingir o público-alvo, a frequência e os horários ideais para as postagens, além dos formatos de posts, a estratégia de resposta às interações e os indicadores de resultado.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto e de apresentação com a proposta de planejamento.

1.6. PLANEJAMENTO PARA GESTÃO DE CRISE

DESCRIÇÃO: O planejamento para a gestão de crise inclui a definição dos principais pontos de risco de crise para a marca, as principais dores de seus consumidores no relacionamento com esta, as políticas de interações nas redes sociais e o preparo de respostas com o objetivo de evitar ou mitigar o efeito de crises que possam atingir a marca. Além disso, são definidas as regras e ferramentas para monitoramento de menções à marca e para realização de captura eficiente de menções à marca.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto e de apresentação com a proposta de planejamento.

1.7. PLANEJAMENTO DE CAMPANHA/AÇÃO DIGITAL

DESCRIÇÃO: O planejamento digital, incluindo a definição dos objetivos esperados pelo cliente, a criação de uma matriz estratégica, o desenho da jornada do consumidor e a construção de personas, o desenho da estratégia de engajamento ("régua de abordagem"), o detalhamento das ações no âmbito de públicos e canais de mídia e a definição dos KPIs para mensuração dos resultados.

O Planejamento de uma Campanha, ou Ação Digital, inclui a definição dos objetivos, os resultados esperados (ou metas), a estratégia de posicionamento da campanha, o plano tático de execução dessa campanha em relação aos possíveis públicos-alvo, os canais que serão utilizados na comunicação, o plano de mídia e a definição da frequência de verificação dos resultados, conforme os indicadores (KPIs) mapeados.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto e de apresentação com a proposta de planejamento.

1.8. PLANO DE ESCOPO E MATRIZ ESTRATÉGICA

DESCRIÇÃO: O Plano de Escopo e Matriz Estratégica é elaborado com base em dados obtidos do diagnóstico de mercado (público-alvo, concorrentes e benchmarkings) e visa apresentar, em formato de matriz, as oportunidades para posicionamento da marca e o desenho da estratégia a ser adotada para consolidar esse posicionamento.

OBS.: normalmente esse item está incluso no planejamento estratégico digital, mas, em concorrências públicas, ele pode ser um item separado.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto e de apresentação com o escopo e a matriz estratégica.

1.9. DIAGNÓSTICO DIGITAL DA MARCA

DESCRIÇÃO: Elaboração de diagnóstico da saúde da marca ou tema, análise da percepção em seus ambientes digitais, como redes sociais, blogs, portais e sites especializados, destacando quem são os influenciadores (detratores, evangelistas etc.), os temas mais comentados, as oportunidades e a saúde da marca. O estudo inclui os seguintes tópicos:

1. Volume total de menções do tema nas redes sociais;
2. Regionalização ou origens de menções;
3. Principais temas comentados, ou desdobramentos do tema e dos tópicos relacionados;
4. Análise dos principais influenciadores (detratores, evangelistas etc.);
5. Análise de oportunidades de mercado detectadas;
6. Análise de rankings de assuntos mais e menos falados;
7. Análise da sentimentalização do tema (por polarização – positivo/negativo);
8. Análise da percepção do público (consumidores, cidadãos ou usuários) sobre o segmento de atuação em que a marca está inserida;
9. Benchmarking: o estudo deve permitir detalhamento claro sobre o formato do mercado nos canais digitais, indicando a melhor maneira de trabalhá-lo.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto e de apresentação com o estudo e os tópicos relacionados.

1.10. PLANEJAMENTO DE RÉGUA DE RELACIONAMENTO

DESCRIÇÃO: O Planejamento de uma Régua de Relacionamento contempla o mapeamento da jornada do consumidor, desde a etapa de reconhecimento do problema, passando pela decisão de aquisição, até o relacionamento pós-compra. A régua de relacionamento tem o intuito de identificar gatilhos de comunicação com os consumidores, assim como uma sequência de mensagens que têm como objetivo influenciar o consumidor a caminhar ao longo da jornada de forma mais eficiente.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto e de apresentação com a proposta de planejamento.

1.11. ESTUDO E CRIAÇÃO DE BRAND PERSONA

DESCRIÇÃO: É a criação de personagem fictício que represente os valores da marca. Esse personagem será o guia para a interação dessa marca com as brand personas. A criação da Brand Persona envolve o processo de criação da personalidade de uma marca, o tom de voz e estilo de comunicação.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto e de apresentação com o estudo e a proposta de Brand Persona.

1.12. ESTUDO E CRIAÇÃO DE BUYER PERSONA

DESCRIÇÃO: Estudo e Criação da Buyer Persona incluem desk research, entrevistas com consumidores e monitoramento de redes sociais, para identificar características únicas de cada perfil (ou cluster) de consumidor a ser atendido pela marca. A finalidade é a de gerar percepção sobre os sentimentos e o contexto desse consumidor, para que sejam criadas as diferentes personagens fictícias que representem os clientes reais.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto e de apresentação com o estudo e a proposta de Buyer Persona.

1.13. DIAGNÓSTICO DE CONTEÚDO

DESCRIÇÃO: O Diagnóstico de Conteúdo contempla análise detalhada do conteúdo gerado atualmente por uma marca. São identificados os canais em que a marca produz conteúdo, a frequência com que ela realiza postagens e o tom de voz e estilo de personalidades para o mapeamento da Brand Persona atual da marca. São analisados aspectos ortográficos, gramaticais e léxicos desse conteúdo, sempre apoiado por dados.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto e de apresentação com a análise detalhada do conteúdo.

1.14. DIAGNÓSTICO DE SEO

DESCRIÇÃO: Um Diagnóstico de SEO visa identificar a atual condição de posicionamento de uma marca nos mecanismos de busca, de acordo com as palavras-chave que são foco para ela. Contempla análise on-page, que revisa aspectos técnicos de infraestrutura e código HTML publicado de uma página, evidenciando pontos que merecem atenção. Além disso, é realizado levantamento do conteúdo atualmente disponível, que possa ser considerado como ativo para posicionamento. Por último, é realizada, também, análise do perfil de backlinks do(s) domínio(s) em questão, para identificar a qualidade dos links que apontem para a(s) propriedade(s) web da marca.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto e de apresentação com a análise detalhada e as diretrizes.

1.15. DIAGNÓSTICO DE T.I.

DESCRIÇÃO: O Diagnóstico de TI contempla análise da estrutura de governança de tecnologia da informação em uma organização. Ele identifica aspectos de confiabilidade, integridade, segurança e acessibilidade à informação da organização, revisando sistemas, processos, dados e pessoas, com o objetivo de mapear riscos e desenhar políticas de gestão de Tecnologia da Informação.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto e de apresentação com a análise detalhada e as diretrizes.

1.16. DIAGNÓSTICO DE ACESSIBILIDADE

DESCRIÇÃO: O Diagnóstico de Acessibilidade de uma plataforma digital é realizado com a finalidade de mapear o índice de cumprimento de requisitos de acessibilidade para pessoas com deficiências (PCDs), conforme os pré-requisitos legais de acessibilidade. O objetivo é identificar pontos de melhoria e otimização do acesso à informação para uma maior parte dos usuários.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto e de apresentação com a análise detalhada e as diretrizes.

1.17. PLANO DE PROJETO DE DESENVOLVIMENTO

DESCRIÇÃO: O Plano de Projeto de Desenvolvimento é um documento essencial para o processo de desenvolvimento de uma solução (sistema, website, portal, aplicativo, entre outros), por ser estruturado para identificar os objetivos do projeto de desenvolvimento, mapear os entregáveis, priorizar essas entregas, além de gerar especificações funcionais e não funcionais para que os profissionais de desenvolvimento possam ter mais agilidade quando da escrita de código. O projeto contempla, também, a integração código-plataforma, detalhando os procedimentos de deployment, além de bibliotecas necessárias para o bom funcionamento do sistema.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto com o levantamento realizado, as definições do Plano de Projeto com o detalhamento do funcionamento da solução e os fluxogramas.

1.18. BENCHMARKING

DESCRIÇÃO: O Benchmarking é o processo de mapeamento de projetos de sucesso na execução de projetos, mesmo que sejam de áreas (ou geografias) distintas daquelas da marca em questão. O Benchmarking é realizado por meio de desk research, aplicação de formulários ou até visitas técnicas e visa identificar as melhores práticas em cada um dos casos estudados.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto e de apresentação com a análise das melhores práticas.

2. CONCEPÇÃO CRIATIVA

2.1. CANAIS DIGITAIS (DESKTOP E MOBILE)

DESCRIÇÃO: Entendimento da problemática, proposta de solução, organização da estrutura intuitiva (base UX), estética (UI) para um site ou aplicativo específico com, no máximo, 10 telas internas (padrões diferentes).

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto e de apresentação gráfica com o planejamento de solução e imagem das telas criadas.

2.2. GUIA GRÁFICO DE UX/UI

DESCRIÇÃO: Criação das diretrizes de usabilidade e estética para o desenvolvimento de todos os ativos digitais da marca. Visa padronizar canais já existentes ou novos, mediante a adoção de premissas similares, e propõe uma orientação para futuras aplicações.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto e de apresentação com as diretrizes de usabilidade e imagem dos ativos digitais da marca.

2.3. KEY VISUAL

DESCRIÇÃO: Matriz conceitual do visual da campanha para posterior aplicação nos ativos digitais e desdobramentos. Por muitas vezes, acompanha o planejamento da campanha.

ENTREGÁVEL: Arquivo de apresentação gráfica com a identidade visual das campanhas e o arquivo de imagem digital aberta.

3. DESDOBRAMENTO DA PRODUÇÃO CRIATIVA

3.1. PEÇAS DE MÍDIA

DESCRIÇÃO: Produção e otimização do KV (conceito criativo) para ativos digitais, apresentações e campanhas (formatos IAB e mídias sociais), de acordo com o planejamento desenvolvido.

ENTREGÁVEL: Arquivo de imagem digital e arquivo digital aberto.

3.2. BANNERS OU ARTES

DESCRIÇÃO: Criação de peça baseada no conceito criativo. Contempla layout, redação e revisão em peça estática ou animada para veiculação em sites/blogs/portais/mídias sociais, em formatos diversos (IAB), nas seguintes extensões: jpeg, png ou gif.

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Estático ou animado em 2D ou 3D.

3.2.1. BAIXA COMPLEXIDADE - Peças estáticas.

3.2.2. MÉDIA COMPLEXIDADE - Peças animadas 2D.

3.2.3. ALTA COMPLEXIDADE - Peças animadas 3D.

ENTREGÁVEL: Arquivo de imagem digital e arquivo digital aberto.

3.3. E-MAIL MARKETING

DESCRIÇÃO: Criação de peça baseada no conceito criativo. Contempla layout, redação e revisão para disparo em ferramentas de e-mail padrão (automação de marketing).

OBS.: não contempla programação HTML ou inserção na plataforma de automação.

ENTREGÁVEL: Arquivo de imagem digital e arquivo digital aberto.

3.4. INFOGRÁFICO

DESCRIÇÃO: Criação de peça baseada no conceito criativo. Contempla roteiro “storytelling”, elementos gráficos, layout, redação e revisão, com elementos estéticos animados ou não.

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Estático ou animado em 2D ou 3D.

3.4.1. BAIXA COMPLEXIDADE - Infográfico estático.

3.4.2. MÉDIA COMPLEXIDADE - Infográfico animado 2D.

3.4.3. ALTA COMPLEXIDADE - Infográfico animado 3D.

ENTREGÁVEL Arquivo de imagem digital e arquivo digital aberto.

3.5. APRESENTAÇÃO

DESCRIÇÃO: Criação de apresentação baseada no conceito criativo. Contempla roteiro, layout principal e desdobramentos em telas de segundo níveis, planejamento de conteúdo, diagramação com ou sem animação.

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Quantidade de slides da apresentação e existência de animações em 2D ou 3D.

3.5.1. BAIXA COMPLEXIDADE - Apresentações de até 20 slides, sem animações.

3.5.2. MÉDIA COMPLEXIDADE - Apresentações de 21 a 40 slides, sem animações.

3.5.3. ALTA COMPLEXIDADE - Apresentações de até 40 slides, com animações 2D.

3.5.4. ALTÍSSIMA COMPLEXIDADE - Apresentações de até 40 slides, com animações 3D em até 20% dos slides.

ENTREGÁVEL: Arquivo digital com a apresentação gráfica.

3.6. TELAS SECUNDÁRIAS E INTERFACES

DESCRIÇÃO: Replicação das telas ou das peças de acordo com as definições dos itens 2.1 e 2.2. Contemplam replicação/adaptação de layout, conteúdo, diagramação com ou sem animação.

ENTREGÁVEL Arquivos de imagem digital abertos, contemplando cada tela interna replicada.

3.7. PERFIL, CAPA E POST PARA REDES SOCIAIS

DESCRIÇÃO: Criação de artes para redes sociais com redação, revisão, layout e entrega digital. A peça pode ser desde a formatação da “fanpage”, em termos de layout, até a arte de perfis ou posts com logo, foto ou ilustração, estáticos ou animados.

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Estático ou animado em 2D ou 3D.

3.7.1. BAIXÍSSIMA COMPLEXIDADE - Adaptação de post para outro formato.

3.7.2. BAIXA COMPLEXIDADE - Posts estáticos ou formatação da fanpage.

3.7.3. MÉDIA COMPLEXIDADE - Posts animados em 2D.

3.7.4. ALTA COMPLEXIDADE - Posts animados em 3D.

OBS.: formatos em gif animado, vídeos e carrossel serão considerados de alta complexidade.

ENTREGÁVEL: Arquivo digital com post criado, contemplando o texto de apoio em arquivo texto.

4. PRODUÇÃO DE VÍDEO E ANIMAÇÕES

4.1. VÍDEO PRODUÇÃO (DEPOIMENTO, REPORTAGEM, ENTREVISTA)

DESCRIÇÃO: Produção de vídeo com roteiro, captação e edição de até 6 minutos com até 4 (quatro) depoimentos; com opcionais de elenco, locação, locução, lettering e trilha sonora.

4.1.1. BAIXA COMPLEXIDADE

Produção de vídeo com roteiro, captação e edição entre 1 a 2 minutos com até 1 (um) depoimento, sem elenco e locução, captação no próprio cliente ou na agência. Apresenta lettering de identificação e trilha sonora simples.

4.1.2. MÉDIA COMPLEXIDADE

Produção de vídeo com roteiro, captação e edição entre 2 a 4 minutos com até 2 (dois) depoimentos, com até 1 (um) ator, locação simples, lettering e trilha sonora.

4.1.3. ALTA COMPLEXIDADE

Produção de vídeo com roteiro, captação e edição entre 4 a 6 minutos com até 4 (quatro) depoimentos, até 2 (dois) atores, locação complexa, lettering e trilha sonora.

ENTREGÁVEL: Arquivo de vídeo gravado e editado com imagens e áudio captados.

4.2. VÍDEO GRAVAÇÃO DE EVENTOS

DESCRIÇÃO: Produção de vídeo com roteiro e edição de vídeo de até 60 minutos com captação em ambiente interno e externo, com até 3 câmeras de captação em diversos locais do evento.

4.2.1. BAIXA COMPLEXIDADE

Até 60 minutos com captação em 1 (um) ambiente interno ou sala com até 3 câmeras de captação.

4.2.2. MÉDIA COMPLEXIDADE

Até 60 minutos com captação em ambiente externo e/ou interno, com até 3 câmeras de captação em até 3 (três) locais do evento.

4.2.3. ALTA COMPLEXIDADE

Até 60 minutos com captação em ambiente externo e/ou interno, com até 3 câmeras de captação em até 6 (seis) locais do evento.

ENTREGÁVEL: Arquivo de vídeo gravado e editado com imagens e áudio captados.

4.3. VÍDEO BUMPER (YOUTUBE)

DESCRIÇÃO: Vídeo animação de 6 segundos sem ou com roteiro, com animação de fotos ou captação, textos ou imagens.

4.3.1. BAIXA COMPLEXIDADE

Vídeo animação de 6 segundos sem roteiro e animação de fotos, textos ou imagens.

4.3.2. MÉDIA COMPLEXIDADE

Vídeo animação de 6 segundos com roteiro e animação de fotos, textos ou imagens.

4.3.3. ALTA COMPLEXIDADE

Vídeo animação de 6 segundos com roteiro e captação de vídeo, textos ou imagens.

ENTREGÁVEL: Arquivo de vídeo gravado e editado com imagens e áudio captados.

4.4. VÍDEO ANIMAÇÃO (MOTION OU CARTELADO)

DESCRIÇÃO: Produção de vídeo com roteiro, animação e edição entre 1 a 7 minutos com até 4 (quatro) personagens, 2D ou 3D, com lip sync; com opcionais de locução, trilha sonora e lettering.

4.4.1. BAIXA COMPLEXIDADE

Produção de vídeo com roteiro, animação e edição entre 1 a 3 minutos com até 2 (dois) personagens em 2D, com lip sync; com locução, lettering simples e trilha sonora.

4.4.2. MÉDIA COMPLEXIDADE

Produção de vídeo com roteiro, animação e edição entre 3 a 5 minutos com até 4 (quatro) personagens em 2D, com lip sync; com opcionais de locução, lettering com gráficos e tabelas e trilha sonora.

4.4.3. ALTA COMPLEXIDADE

Produção de vídeo com roteiro, animação e edição entre 5 a 7 minutos com até 6 (seis) personagens em 3D, com lip sync; com opcionais de locução, lettering com gráficos e tabelas e trilha sonora.

ENTREGÁVEL: Arquivo de vídeo gravado e editado com imagens e áudio.

4.5. VÍDEO CAMPANHA

DESCRIÇÃO: Produção de vídeo com roteiro, storyboard, captação e edição entre 1 a 5 minutos com opcionais de elenco, locação, locução, lettering e trilha sonora.

4.5.1. BAIXA COMPLEXIDADE

Produção e edição de vídeo de até 1 minuto com roteiro básico, até 2 animações simples, sem elenco, locação e locução. Com lettering de apoio e trilha sonora free.

4.5.2. MÉDIA COMPLEXIDADE

Produção, captação e edição de vídeo de até 3 minutos com roteiro básico, até 4 animações simples, sem elenco e locação. Com locução e trilha sonora pagas.

4.5.3. ALTA COMPLEXIDADE

Produção, captação e edição de vídeo de até 5 minutos com roteiro completo, até 6 animações, com até 3 pessoas de elenco, 1 locação externa e 1 locação interna. Com locução e trilha sonora pagas.

ENTREGÁVEL: Arquivo de vídeo gravado e editado com imagens e áudio captados.

4.6. TUTORIAIS

DESCRIÇÃO: Produção de vídeo com roteiro, captação e edição entre 2 a 6 minutos com locução, lettering e trilha sonora.

4.6.1. BAIXA COMPLEXIDADE

Captação de até 2 minutos através de plataforma de captação de telas da operação de site ou aplicativo, com lettering de apoio.

4.6.2. MÉDIA COMPLEXIDADE

Roteiro básico e captação de até 4 minutos, por meio de plataforma de captação de imagens da operação de site ou aplicativo, com narração e lettering de apoio.

4.6.3. ALTA COMPLEXIDADE

Roteiro completo e captação de até 6 minutos com até 2 câmeras de vídeo para a montagem de tutorial da operação de plataforma web, aplicativo mobile ou assunto diverso, contempla até 1 locação, 2 pessoas de elenco, narração e lettering de apoio.

ENTREGÁVEL: Arquivo de vídeo gravado e editado com imagens e áudio captados.

4.7. GRAVAÇÃO E TRANSMISSÃO AO VIVO

DESCRIÇÃO: Gravação e transmissão ao vivo de palestras ou eventos em uma ou mais redes sociais ou canais proprietários, de até 240 minutos (4 horas) considerando entrega do material após a transmissão.

4.7.1. BAIXA COMPLEXIDADE

Gravação e transmissão ao vivo de palestras ou eventos em uma rede social ou em canal proprietário, de até 60 minutos considerando entrega do material após a transmissão.

4.7.2. MÉDIA COMPLEXIDADE

Gravação e transmissão ao vivo de palestras ou eventos em até 3 redes sociais ou canais proprietários, de até 120 minutos considerando entrega do material após a transmissão.

4.7.3. ALTA COMPLEXIDADE

Gravação e transmissão ao vivo de palestras ou eventos em até 5 redes sociais ou canais proprietários, de até 240 minutos considerando entrega do material após a transmissão.

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

4.8. PODCASTS

DESCRIÇÃO: Roteiro, nome, vinheta de abertura e fechamento com gravação e edição de podcast ou áudio sobre tema de interesse até 10 minutos.

4.8.1. BAIXA COMPLEXIDADE

Gravação e edição de podcast ou áudio sobre tema de interesse até 3 minutos.

4.8.2. MÉDIA COMPLEXIDADE

Roteiro, nome, vinheta de abertura e fechamento com gravação e edição de podcast ou áudio sobre tema de interesse, até 5 minutos.

4.8.3. ALTA COMPLEXIDADE

Roteiro, nome, vinheta de abertura e fechamento com gravação e edição de podcast ou áudio sobre tema de interesse, até 10 minutos.

ENTREGÁVEL Arquivo de áudio gravado e editado.

5. CONTEÚDO

5.1. REDAÇÃO DE TEXTO EM LÍNGUA PORTUGUESA

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

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Quantidade de laudas e fontes consultadas.

5.1.1. BAIXA COMPLEXIDADE

Até 2 (duas) laudas e insumos enviados pelo cliente/demandante.

5.1.2. MÉDIA COMPLEXIDADE

Até 5 (cinco) laudas e consulta a até 1 fonte externa.

5.1.3. ALTA COMPLEXIDADE

Até 10 (dez) laudas e consulta a até 2 fontes externas.

ENTREGÁVEL: Arquivo em formato texto, com o texto elaborado.

5.2. EDIÇÃO DE TEXTO EM LÍNGUA PORTUGUESA

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

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Quantidade de laudas e fontes consultadas.

5.2.1. BAIXA COMPLEXIDADE

Até 2 (duas) laudas e insumos enviados pelo cliente/demandante.

5.2.2. MÉDIA COMPLEXIDADE

Até 5 (cinco) laudas e consulta a até 1 fonte externa.

5.2.3. ALTA COMPLEXIDADE

Até 10 (dez) laudas e consulta a até 2 fontes externas.

ENTREGÁVEL: Arquivo em formato texto, com o texto editado.

5.3. TRADUÇÃO DE TEXTO EM LÍNGUA ESTRANGEIRA

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

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Quantidade de laudas e fontes consultadas para a tradução.

5.3.1. BAIXA COMPLEXIDADE

Até 2 (duas) laudas e insumos enviados pelo cliente/demandante.

5.3.2. MÉDIA COMPLEXIDADE

Até 5 (cinco) laudas e consulta a até 1 fonte externa.

5.3.3. ALTA COMPLEXIDADE

Até 10 (dez) laudas e consulta a até 2 fontes externas.

ENTREGÁVEL: Arquivo em formato texto, com o texto traduzido.

5.4. REDAÇÃO DE TEXTO EM LÍNGUA ESTRANGEIRA

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

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Quantidade de laudas e fontes consultadas para a tradução.

5.4.1. BAIXA COMPLEXIDADE

Até 2 (duas) laudas e insumos enviados pelo cliente/demandante.

5.4.2. MÉDIA COMPLEXIDADE

Até 5 (cinco) laudas e consulta a até 1 fonte externa.

5.4.3. ALTA COMPLEXIDADE

Até 10 (dez) laudas e consulta a até 2 fontes externas.

ENTREGÁVEL: Arquivo em formato texto, com o texto elaborado.

5.5. ADAPTAÇÃO DE CONTEÚDO PARA NOVOS CANAIS

DESCRIÇÃO: Adaptação de conteúdo existente para atender às diretrizes técnicas de outro canal (rede social, portal, marketplace e outros). Esse ajuste pode ser necessário devido ao limite de caracteres envolvidos ou à necessidade de melhor especificação e classificação.

ENTREGÁVEL: Arquivo em formato texto, com o texto elaborado.

5.6. GESTÃO DE CONTEÚDO ENTREGÁVEL

DESCRIÇÃO: Gerenciamento de todo e qualquer conteúdo produzido para uma empresa ou marca, em qualquer formato (texto, imagem ou vídeo), bem como a sua utilização em qualquer canal digital (rede sociais, mobile ou desktop) e o devido acompanhamento de comentários. Caso necessário, interação com fãs, clientes ou haters.

5.7. REDAÇÃO DE SMS

DESCRIÇÃO: Redação de textos e links para comunicações ou campanhas em canal mobile SMS.

ENTREGÁVEL: Arquivo em formato texto, com o texto elaborado.

5.8. GUIA DE ESTILO EDITORIAL

DESCRIÇÃO: Criação das diretrizes de textos, fluência, tom de voz entre outros para o desenvolvimento em todos os ativos digitais da marca, elaborado por canais (rede sociais, mobile ou desktop). |

ENTREGÁVEL Arquivo com manual diagramado.

5.9. ROTEIRIZAÇÃO DE APRESENTAÇÃO

DESCRIÇÃO: Elaboração da estratégia de conteúdos baseados no objetivo da apresentação.

ENTREGÁVEL: Arquivo texto com o roteiro detalhado da apresentação.

5.10. CONTEÚDO PARA SEO

DESCRIÇÃO: Acompanhamento da implantação das estratégias de SEO em toda a produção de conteúdo em texto. Avaliação da utilização de palavras-chave e resultado em posicionamento de busca orgânica.

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Quantidade de laudas de conteúdo avaliado.

5.10.1. BAIXA COMPLEXIDADE - Até 2 (duas) laudas de conteúdo.

5.10.2. MÉDIA COMPLEXIDADE - Até 5 (cinco) laudas de conteúdo.

5.10.3. ALTA COMPLEXIDADE - Até 10 (dez) laudas de conteúdo.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto e de apresentação com a análise detalhada do conteúdo.

5.11. INVENTÁRIO DE CONTEÚDO

DESCRIÇÃO: É o registro dos conteúdos já produzidos para facilitar a análise e a gestão dos conteúdos durante um projeto. Normalmente é uma planilha com as colunas básicas: data, título, url, tipo de conteúdo, responsável e ação (manter, atualizar, excluir). Outras colunas podem ser acrescentadas de acordo com as necessidades do projeto, como: tema, etapa na jornada, persona.

ENTREGÁVEL: Arquivo de planilha com o conteúdo elaborado.

5.12. ATUALIZAÇÃO/ADEQUAÇÃO DE CONTEÚDOS EXISTENTES

DESCRIÇÃO: É a revisão de conteúdos já publicados para atualização com informações mais recentes, adequação a boas práticas de SEO e/ou novas normas estabelecidas por órgão regulatório que se aplicam ao negócio do cliente. Normalmente, não há necessidade de realizar entrevistas nesta atividade.

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Quantidade de laudas de conteúdo avaliado.

5.12.1. BAIXA COMPLEXIDADE - Até 2 (duas) laudas de conteúdo.

5.12.2. MÉDIA COMPLEXIDADE - Até 5 (cinco) laudas de conteúdo.

5.12.3. ALTA COMPLEXIDADE - Até 10 (dez) laudas de conteúdo.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto e de apresentação com a análise detalhada do conteúdo.

5.13. CADASTRO DE PRODUTOS PARA E-COMMERCE

DESCRIÇÃO: É a curadoria e produção de informações específicas sobre produtos que, geralmente, obedecem a uma estrutura predefinida em uma plataforma de e-commerce. A estrutura mais comum é composta por título (nome do produto), palavras-chaves, descrição do produto, categoria, cor e gênero.

ENTREGÁVEL: Pacote com até 10 (dez) itens para cadastro.

6. DESENVOLVIMENTO

6.1. HOTSITE

DESCRIÇÃO: Desenvolvimento de site com conteúdo em foco promocional, temporal, apresentando de forma resumida um produto, ação ou campanha específica. Pode conter mais de uma página, sendo que são desdobramentos do conteúdo principal.

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Quantidade de camadas de navegação e existência, ou não, de ferramenta para gestão de Conteúdo (CMS), além de integração com ferramentas de terceiros.

6.1.1. BAIXA COMPLEXIDADE

Até 2 (dois) níveis de navegação, sem existência de CMS (hotsite estático).

6.1.2. MÉDIA COMPLEXIDADE

Até 2 (dois) níveis de navegação, com existência de CMS (hotsite dinâmico).

6.1.3. ALTA COMPLEXIDADE

Até 2 (dois) níveis de navegação, com existência de CMS e possível integração com até 1 (uma) API de redes sociais ou outra ferramenta externa/de terceiros.

ENTREGÁVEL: Ambiente funcional navegável.

6.2. LANDING PAGE

DESCRIÇÃO: Página com apresentação do conteúdo em uma única seção (one-page), com o objetivo de ter um ponto de conversão do usuário visitante. O usuário (lead) deve ser obrigatoriamente direcionado a uma ação com o intuito de captar dado relevante que permita o relacionamento, a nutrição de comunicação, ou mesmo a venda de produto ou serviço de forma imediata.

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Quantidade de camadas de navegação e existência, ou não, de ferramenta para gestão de Conteúdo (CMS), além de integração com ferramentas de terceiros.

6.2.1. BAIXA COMPLEXIDADE

Landing page estática, sem existência de CMS ou captação de leads na própria página.

6.2.2. MÉDIA COMPLEXIDADE

Landing page estática, sem existência de CMS com captação de lead por meio de formulário na própria página.

6.2.3. ALTA COMPLEXIDADE

Landing page dinâmica, com implementação de CMS e captação de lead por meio de formulário na própria página.

ENTREGÁVEL: Ambiente funcional navegável.

6.3. SITE

DESCRIÇÃO: Também chamado de Website, é a apresentação oficial da empresa na internet. É representado por páginas com conteúdo institucional, seus produtos e/ou serviços, notícias, contato comercial. Em determinados tipos de negócios, para potencializar sua estratégia digital, algumas empresas disponibilizam outras funcionalidades em seus sites, como acesso para blog, e-commerce e sistema de autosserviço.

Normalmente, esse produto digital é projetado para uma versão de navegação em dispositivo desktop e mobile como também a sua construção em um sistema de gerenciamento de conteúdo (CMS - Content Management System) para melhor gestão do conteúdo das páginas (textos e imagens) e boa indexação na ferramenta de busca (Google, Bing, por exemplo).

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Quantidade de camadas de navegação e integração, ou não, com ferramentas de terceiros (APIs).

6.1.1. BAIXA COMPLEXIDADE

Até 5 (cinco) níveis de navegação com CMS e sem integração com ferramentas de terceiros (API).

6.1.2. MÉDIA COMPLEXIDADE

Até 5 (cinco) níveis de navegação, com existência de CMS e integração com até 1 (um) serviço de terceiros (API).

6.1.3. ALTA COMPLEXIDADE

Até 7 (sete) níveis de navegação, com existência de CMS e possível integração com até 3 (três) serviços de terceiros (APIs).

ENTREGÁVEL: Ambiente funcional navegável.

6.4. BLOG

DESCRIÇÃO: Site com o intuito de publicações de conteúdo de forma constante, em grande maioria dos casos que permitem publicações rápidas, que sejam indexáveis pelos mecanismos de busca e em linguagem de fácil leitura do usuário. Os blogs normalmente possuem identificação de editor, título, descrição, etiquetas de conteúdo (para organização por temas), ferramenta de busca interna e possibilidade de interação do usuário por meio de comentários e compartilhamento de conteúdo.

ENTREGÁVEL: Ambiente funcional navegável.

6.5. PORTAL

DESCRIÇÃO: O portal é um site de grande porte, com o intuito de reunir informações de múltiplas fontes de dados. Normalmente um portal é categorizado por sites internos, temas, editoriais. Possui ferramentas de busca e pode ter múltiplos colaboradores na formação do seu conteúdo.

Projetos no formato de portal podem ser desenvolvidos para empresas com o intuito de mostrar o mix de produtos e serviços, conteúdos em formato de notícias, serviços. Podem alcançar desde autarquias públicas até portais de educação para distribuição de conteúdo específico, de forma reservada ou não.

Os projetos nesse formato normalmente precisam de infraestrutura de servidores bem definida para suportar o tráfego de múltiplos usuários simultâneos e tráfego de dados de forma intensa.

O processo total de desenvolvimento de um portal consiste nas seguintes etapas:

- Especificação funcional e não funcional;
- Arquitetura de informação (UX);
- Design de Interfaces;
- Desenvolvimento Front-end;
- Desenvolvimento Back-end (CMS, Integrações e APIs).

ENTREGÁVEL: Ambiente funcional navegável.

6.6. APLICATIVOS MÓVEIS (MOBILE)

DESCRIÇÃO: Também conhecido como APP, é um software desenvolvido para ser instalado nos dispositivos móveis Android e IOS. Esse tipo de software permite, além de uma melhor experiência de uso, o acesso a recursos específicos do celular para aprimorar suas funcionalidades, tais como agenda, contatos, notificações, acelerômetro, entre outros.

O processo total de desenvolvimento de um aplicativo consiste nas seguintes etapas:

- Especificação funcional e não funcional;
- Arquitetura de informação (UX);
- Design de Interfaces;
- Desenvolvimento Front-end;
- Desenvolvimento Back-end (CMS, Integrações e APIs).

ENTREGÁVEL: Ambiente funcional navegável.

6.7. CHATBOTS

Ferramenta que tem como objetivo simular um ser humano no atendimento, por meio de respostas automatizadas, baseado no autoaprendizado da ferramenta e/ou configuração manual.

O objetivo desse tipo de ferramenta é ter nível de interação de tal forma que os usuários tenham a impressão de estar conversando com outra pessoa, não com um computador.

ENTREGÁVEL Ambiente funcional navegável.

6.8. E-COMMERCE

DESCRIÇÃO: E-commerce é uma modalidade de comércio em que os negócios e as transações financeiras são realizados via dispositivos eletrônicos, como computadores, tablets e smartphones. Para o desenvolvimento de um E-commerce, existe a possibilidade de criar plataforma customizada à sua necessidade ou adotar plataformas existentes, seja no modelo SaaS (Software as a Service), seja partindo de alguma existente no mercado com licença Open Source.

ENTREGÁVEL Ambiente funcional navegável.

7. BUSINESS INTELLIGENCE E BUSINESS ANALYTICS

7.1. ANÁLISE DE CAMPANHAS

DESCRIÇÃO: Análise quantitativa de dados gerados a partir das plataformas disponíveis no mercado e utilizadas na campanha, as quais coletam dados nos canais utilizados. A análise consiste na interpretação dos dados tabulados e extrai informações relevantes para a validação da estratégia e dos objetivos definidos para a campanha (KPIs). Gera relatório de recomendações para a implementação de correções ou ajustes de rota da campanha em veiculação.

ENTREGÁVEL: Relatório consolidado com análise da performance da campanha nos ambientes digitais do cliente e nos ambientes de veiculação da campanha, com ocorrências, análises, recomendações e avaliação do desempenho da campanha, em arquivo de apresentação.

7.2. ANÁLISE DESCRITIVA

DESCRIÇÃO: Análise quantitativa a partir de dados históricos de consumidores, com informações como dados cadastrais, transacionais e de comportamento de navegação na Internet, com o objetivo de descrever perfis demográficos e de comportamento de compras.

ENTREGÁVEL Relatório final da análise entregue em documento em formato excel, powerpoint ou similar.

7.3. DESENVOLVIMENTO DE MODELOS PREDITIVOS

DESCRIÇÃO: Diagnóstico das necessidades do cliente e desenvolvimento de algoritmos para previsão de comportamentos do cliente, por exemplo, conversão, cancelamento de um determinado serviço, propensão a cross-sell ou upsell. Entrega final de documento técnico com todas as regras e cálculos para aplicação do modelo por parte do cliente em seu ambiente de tecnologia.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto ou planilha com o diagnóstico.

7.4. ESTUDOS DE PÚBLICOS/NETNOGRAFIA

DESCRIÇÃO: Estudos com dados primários, secundários e terciários dos públicos-alvo do cliente, com o intuito de descobrir padrões de consumo e de comportamento para apoiar a criação de estratégias de impacto. Contêm a seguinte composição mínima:

- Assuntos de interesse e assuntos mais comentados;
- Padrões de comportamento nas redes sociais;
- Principais influenciadores;
- Páginas mais “seguidas”;
- Profissões;
- Dados demográficos;
- Opiniões;
- Empresas mais citadas etc.;
- Perfil geral;
- Recomendações de conteúdo e estratégias de divulgação.

ENTREGÁVEL: Arquivo de apresentação com as informações do descritivo.

7.5. ANÁLISES LÉXICAS

DESCRIPTIVO: Estudos pautados em linguística com o intuito de conhecer o universo semântico de determinado público-alvo em relação a um assunto/produto. Conta com a utilização big data de corpora textuais coletados pelas ferramentas de monitoramento para analisar o discurso nos ambientes digitais, com a seguinte composição mínima:

- Análise de similitude: a partir da teoria dos grafos, são analisadas as similitudes e diferenças entre discursos, gerando insights específicos dentro de cada tema;

- Nuvem e árvores de palavras: criação de nuvens e árvores de palavras robustas, qualificadas e separadas por temas, grupos e espaços de debate para utilização em campanhas ou estudos de público.

ENTREGÁVEL: Arquivo de apresentação com as informações do descritivo.

8. MARTECH

8.1. IMPLANTAÇÃO DE PLATAFORMA DE MARKETING AUTOMATION

DESCRIÇÃO: Levantamento de requisitos técnicos e de negócios, especificação técnica e funcional, construção do processo de carga de dados (ETL), criação dos metadados, customização da plataforma de marketing automation (nomenclatura das variáveis, layouts dos arquivos de saída e relatórios básicos da ferramenta), criação de régua de contato, teste integrado, homologação e treinamento dos usuários.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto ou planilha com o levantamento dos requisitos técnicos.

8.2. IMPLANTAÇÃO DE DATA MANAGEMENT PLATFORM (DMP)

DESCRIÇÃO: Configuração da plataforma de acordo com o fornecedor selecionado, incluindo a criação das tags e dos processos para ingestão de dados.

ENTREGÁVEL: Ambiente funcional navegável.

8.3. IMPLANTAÇÃO DE FERRAMENTA DE BI

DESCRIÇÃO: Levantamento de requisitos técnicos e de negócios, especificação técnica e funcional, construção das bases multidimensionais (cubos), construção do primeiro release de relatórios, testes, homologação e treinamento dos usuários.

ENTREGÁVEL: Ambiente funcional navegável e documento de texto ou planilha com as especificações técnicas e funcionais.

8.4. IMPLANTAÇÃO DE PLATAFORMA DE WEB ANALYTICS

DESCRIÇÃO: Planejamento e definição de regras de negócio, análise e levantamento de requisitos técnicos, mapeamento das propriedades digitais e software selection. Desenvolvimento do projeto de implantação, tagueamento das propriedades, treinamento e documentação.

Setup do Tag Manager, criação das tags, triggers e eventos personalizados. Testes de ativação. Configuração das metas e conversões.

ENTREGÁVEL: Ambiente funcional navegável e documento de texto ou planilha com planejamento, definição de regras de negócio e levantamento de requisitos técnicos.

8.5. CONSTRUÇÃO E MODELAGEM DE BANCO DE DADOS

DESCRIÇÃO: Levantamento de requisitos técnicos (origens de dados, sistemas transacionais e processos de captura de consumo de informação de clientes) e de negócios, especificação técnica e funcional, construção do processo de carga de dados (ETL) e de data quality, desenho e construção de banco de dados (modelo relacional), documentação, realização da primeira carga completa de dados, testes integrados e homologação.

ENTREGÁVEL: Ambiente funcional navegável e documento de texto ou planilha com planejamento, definição de regras de negócio e levantamento de requisitos técnicos.

8.6. GESTÃO DE PLATAFORMA DE MARKETING AUTOMATION

DESCRIÇÃO: Recebimento de briefings das ações, criação das audiências ou segmentações da base de dados, seleção de públicos para realização de disparos por meio da plataforma de marketing automation em diversos canais (e-mail, SMS, push, chatbots, DMP, entre outras), construção e automatização de réguas de abordagem de clientes e homologação.

ENTREGÁVEL: Ambiente funcional navegável.

8.7. GESTÃO DE BANCO DE DADOS DE CLIENTES E PROSPECTS

DESCRIÇÃO: Manutenção corretiva no banco de dados para eliminação de bugs e erros nos processos de carga e de geração de bases de dados; e evolutivas, considerando a realização de ajustes e melhorias nos processos ETL e no modelo de dados, com atualização e inclusão de novas variáveis/dados.

ENTREGÁVEL Ambiente funcional navegável.

9. MÍDIA

9.1. PLANEJAMENTO DE MÍDIA DIGITAL

DESCRIÇÃO: O planejamento de mídia contempla a definição de estratégias e canais a serem utilizados em uma campanha ou ação always on (ao longo de um período) de até R\$ 35 mil em plataformas digitais, recomendando o investimento em alocação estratégica por canal, que considera aqueles mais efetivos para os objetivos da campanha e definição de indicadores-chave de desempenho (em inglês, KPIs). A cada montante de R\$ 35 mil adicional de verba, cliente e agência devem dobrar o item a ser contratado.

ENTREGÁVEIS: Definição da estratégia de mídia alinhada aos objetivos de negócio da marca; estudo de canais; divisão de verba; definição de KPIs; definição dos modelos de relatórios mensais e reportes semanais; e calendário de veiculação.

9.2. GESTÃO DE MÍDIA DIGITAL (RECORRENTE MENSAL)

DESCRIÇÃO: Operação recorrente para gestão e compra de mídia digital de até R\$ 35 mil, com as seguintes tarefas:

- Atendimento: atendimento geral do contrato para envio de informações e atendimento às demandas pontuais do cliente.
- Plano tático de mídia: desenvolvimento dos planos táticos de mídia, com todos os canais de veiculação, valores financeiros e indicadores de performance.
- Compra de mídia: contato com os canais definidos no planejamento para a solicitação de proposta de veiculação e negociações comerciais.
- Otimização semanal da campanha: acompanhamento semanal para otimização da campanha de acordo com a performance alcançada. Em média, as campanhas serão otimizadas até três vezes por semana (1 h de otimização), de acordo com o planejamento definido.
- Status semanal: acompanhamento de resultados e performance da campanha. O status é encaminhado por e-mail, que também conta com informações resumidas sobre as otimizações feitas na semana e as tendências de atendimento aos KPIs definidos.

9.3. CRIAÇÃO DE AUDIÊNCIAS CUSTOMIZADAS PARA DMP E DSP

DESCRIÇÃO: Briefing e levantamento de informações sobre o target de uma campanha ou projeto, e mapeamento de audiências em provedores de dados primários, secundários e terciários, para subir em plataformas de DMP. Serão usadas em campanhas de mídia programática.

ENTREGÁVEL Relatório com as informações das atividades relatadas no descritivo.

10. MODERAÇÃO E MONITORAMENTO

10.1. MODERAÇÃO DE REDES SOCIAIS

DESCRIÇÃO: Gerenciamento de perfis em redes sociais, contemplando identificação, análise e execução de ações, tais como: monitoramento, resposta, exclusão. A moderação compreende as seguintes atividades:

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

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Quantidade de interações realizadas por mês.

10.1.1. BAIXA COMPLEXIDADE - Até 1000 (mil) interações nas redes sociais do cliente.

10.1.2. MÉDIA COMPLEXIDADE - Até 2000 (duas mil) interações nas redes sociais do cliente.

10.1.3. ALTA COMPLEXIDADE - Até 3000 (três mil) interações nas redes sociais do cliente.

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

10.2. RELATÓRIO DE MONITORAMENTO

DESCRIPTIVO: Apresenta compilação de índices quantitativos e análises qualitativas, além dos assuntos que tiveram destaque nas redes sociais e nos portais de notícias no período. Identifica publicadores e influenciadores, além de tópicos recorrentes. A quantidade de conteúdo e informações varia de acordo com a periodicidade. Composição mínima:

- Volume de publicações;
- Sentimentalização geral;
- Identificação dos principais autores e tópicos;
- Análise qualitativa;
- Histórico de evolução das menções;
- Considerações: sugestões baseadas nos dados coletados.

PERIODICIDADE: Diária e consolidados semanais.

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto e de apresentação, contendo a análise da composição mínima do descritivo.

11. INFLUENCIADORES

11.1. DIGITAL INFLUENCERS | MARKETING DE INFLUÊNCIA (SUGESTÃO: MÍDIAS)

DESCRIÇÃO: Criação personalizada de foto ou arte, bem como de texto específico, sobre produto/marca/serviço do cliente, para ser enviado ao Digital Influencer contratado com a finalidade de fazer a divulgação do conteúdo em suas redes sociais.

ENTREGÁVEL: Arquivo de imagem digital e arquivo em formato texto, com o texto elaborado.

11.2. GESTÃO DA REDE DE INFLUENCIADORES DIGITAIS

DESCRIÇÃO: Controle de todo o processo de trabalho com influencers para um determinado cliente. Inclui a escolha do influenciador, negociação e atividades descritas no item 5.9.

ENTREGÁVEL: Relatório com o mapa atualizado de influenciadores (com o detalhamento, quando couber, de públicos, canais, universo de impacto e ranqueamento de audiência).

PLANILHA ESTIMATIVA DE PREÇOS

ITEM	VALOR UNITÁRIO (R\$)	QUANT.	VALOR TOTAL (R\$)
1. PLANEJAMENTO			
1.1. Planejamento da Estratégia Digital	25.210,00	4	100.840,00
1.2. Plano Tático de Projeto	21.620,00	4	86.480,00
1.3. Plano de Inbound Marketing	20.950,00	2	41.900,00
1.4. Planejamento de Conteúdo para Sites e Portais	22.170,00	4	88.680,00
1.5. Planejamento para Redes Sociais	23.890,00	4	95.560,00
1.6. Planejamento para Gestão de Crise	35.690,00	4	142.760,00
1.7. Planejamento de Campanha/Ação Digital	27.350,00	4	109.400,00
1.8. Plano de Escopo e Matriz Estratégica	26.110,00	4	104.440,00
1.9. Diagnóstico Digital da Marca	32.630,00	2	65.260,00
1.10. Planejamento de Régua de Relacionamento	22.750,00	4	91.000,00
1.11. Estudo e Criação de Brand Persona	14.050,00	2	28.100,00
1.12. Estudo e Criação de Buyer Persona	13.780,00	2	27.560,00
1.13. Diagnóstico de Conteúdo	15.910,00	4	63.640,00
1.14. Diagnóstico de SEO	17.070,00	4	68.280,00
1.15. Diagnóstico de T.I.	21.320,00	2	42.640,00
1.16. Diagnóstico de Acessibilidade	14.960,00	2	29.920,00

1.17. Plano de Projeto de Desenvolvimento	24.570,00	4	98.280,00
1.18. Benchmarking	18.540,00	2	37.080,00
2. CONCEPÇÃO CRIATIVA			
2.1. Canais Digitais (desktop e mobile)	21.010,00	4	84.040,00
2.2. Guia Gráfico de UX/UI	21.860,00	4	87.440,00
2.3. Key Visual	17.630,00	4	70.520,00
3. DESDOBRAMENTO DA PRODUÇÃO CRIATIVA			
3.1. Peças de Mídia	5.690,00	50	284.500,00
3.2. Banners ou Artes			
3.2.1. Baixa Complexidade	1.710,00	30	51.300,00
3.2.2. Média Complexidade	2.840,00	20	56.800,00
3.2.3. Alta Complexidade	5.690,00	12	68.280,00
3.3. E-mail Marketing	2.230,00	52	115.960,00
3.4. Infográfico			
3.4.1. Baixa Complexidade	2.840,00	30	85.200,00
3.4.2. Média Complexidade	4.150,00	20	83.000,00
3.4.3. Alta Complexidade	7.200,00	6	43.200,00
3.5. Apresentação			
3.5.1. Baixa Complexidade	5.710,00	12	68.520,00
3.5.2. Média Complexidade	9.750,00	10	97.500,00
3.5.3. Alta Complexidade	17.850,00	6	107.100,00
3.5.4. Altíssima Complexidade	25.100,00	4	100.400,00

3.6. Telas Secundárias e Interfaces	4.550,00	12	54.600,00
3.7. Perfil Capa e Post para Redes Sociais			
3.7.1. Baixa Complexidade	2.840,00	30	85.200,00
3.7.2. Média Complexidade	4.980,00	20	99.600,00
3.7.3. Alta Complexidade	7.680,00	6	46.080,00
4. PRODUÇÃO DE VÍDEO E ANIMAÇÕES			
4.1. Vídeo Produção (depoimento, reportagem, entrevista)			
4.1.1. Baixa Complexidade	8.330,00	30	249.900,00
4.1.2. Média Complexidade	13.650,00	20	273.000,00
4.1.3. Alta Complexidade	24.460,00	6	146.760,00
4.2. Vídeo Gravação de Eventos			
4.2.1. Baixa Complexidade	25.880,00	20	517.600,00
4.2.2. Média Complexidade	43.230,00	10	432.300,00
4.2.3. Alta Complexidade	82.390,00	6	494.340,00
4.3. Vídeo Bumper (YouTube)			
4.3.1. Baixa Complexidade	5.120,00	20	102.400,00
4.3.2. Média Complexidade	7.220,00	10	72.200,00
4.3.3. Alta Complexidade	13.080,00	6	78.480,00
4.4. Vídeo Animação (motion ou cartelado)			
4.4.1. Baixa Complexidade	21.390,00	20	427.800,00
4.4.2. Média Complexidade	36.920,00	10	369.200,00
4.4.3. Alta Complexidade	63.140,00	6	378.840,00
4.5. Vídeo Campanha			

4.5.1. Baixa Complexidade	24.900,00	20	498.000,00
4.5.2. Média Complexidade	39.820,00	10	398.200,00
4.5.3. Alta Complexidade	56.890,00	6	341.340,00
4.6. Tutoriais			
4.6.1. Baixa Complexidade	11.390,00	10	113.900,00
4.6.2. Média Complexidade	15.070,00	6	90.420,00
4.6.3. Alta Complexidade	24.080,00	6	144.480,00
4.7. Gravação e Transmissão ao Vivo			
4.7.1. Baixa Complexidade	17.260,00	20	345.200,00
4.7.2. Média Complexidade	36.690,00	10	366.900,00
4.7.3. Alta Complexidade	60.900,00	6	365.400,00
4.8. Podcasts			
4.8.1. Baixa Complexidade	8.030,00	30	240.900,00
4.8.2. Média Complexidade	11.250,00	20	225.000,00
4.8.3. Alta Complexidade	20.140,00	6	120.840,00
5. CONTEÚDO			
5.1. Redação de Texto em Língua Portuguesa			
5.1.1. Baixa Complexidade	1.710,00	52	88.920,00
5.1.2. Média Complexidade	3.500,00	30	105.000,00
5.1.3. Alta Complexidade	6.120,00	20	122.400,00
5.2. Edição de Texto em Língua Portuguesa			
5.2.1. Baixa Complexidade	1.310,00	50	65.500,00

5.2.2. Média Complexidade	1.960,00	30	58.800,00
5.2.3. Alta Complexidade	3.330,00	16	53.280,00
5.3. Tradução de Texto em Língua Estrangeira			
5.3.1. Baixa Complexidade	1.750,00	30	52.500,00
5.3.2. Média Complexidade	3.700,00	20	74.000,00
5.3.3. Alta Complexidade	7.220,00	10	72.200,00
5.4. Redação de Texto em Língua Estrangeira			
5.4.1. Baixa Complexidade	3.070,00	52	159.640,00
5.4.2. Média Complexidade	4.390,00	30	131.700,00
5.4.3. Alta Complexidade	7.640,00	20	152.800,00
5.5. Adaptação de Conteúdo para Novos Canais	1.380,00	12	16.560,00
5.6. Gestão de Conteúdo	9.100,00	12	109.200,00
5.7. Redação de SMS	1.040,00	104	108.160,00
5.8. Guia de Estilo Editorial	28.440,00	4	113.760,00
5.9. Roteirização de Apresentação	7.830,00	12	93.960,00
5.10. Conteúdo para SEO			
5.10.1. Baixa Complexidade	2.900,00	50	145.000,00
5.10.2. Média Complexidade	4.840,00	30	145.200,00
5.10.3. Alta Complexidade	8.820,00	10	88.200,00
5.11. Inventário de Conteúdo	24.320,00	4	97.280,00
5.12. Atualização/Adequação de Conteúdos Existentes			
5.12.1. Baixa Complexidade	2.200,00	100	220.000,00
5.12.2. Média Complexidade	4.090,00	50	204.500,00

5.12.3. Alta Complexidade	6.540,00	30	196.200,00
5.13. Cadastro de Produtos para E-commerce	2.840,00	0	-
6. DESENVOLVIMENTO			
6.1. Hotsite			
6.1.1. Baixa Complexidade	7.400,00	15	111.000,00
6.1.2. Média Complexidade	13.650,00	10	136.500,00
6.1.3. Alta Complexidade	21.050,00	6	126.300,00
6.2. Landing Page			
6.2.1. Baixa Complexidade	5.690,00	5	28.450,00
6.2.2. Média Complexidade	9.390,00	10	93.900,00
6.2.3. Alta Complexidade	17.760,00	6	106.560,00
6.3. Site			
6.3.1. Baixa Complexidade	13.650,00	15	204.750,00
6.3.2. Média Complexidade	21.330,00	10	213.300,00
6.3.3. Alta Complexidade	45.510,00	6	273.060,00
6.4. Blog	9.100,00	15	136.500,00
6.5. Portal	91.020,00	0	-
6.6. Aplicativos Móveis (mobile)	113.770,00	10	1.137.700,00
6.7. Chatbots	50.910,00	6	305.460,00
6.8. E-commerce	56.890,00	0	-
7. BUSINESS INTELLIGENCE E BUSINESS ANALYTICS			
7.1. Análise de Campanhas	13.940,00	6	83.640,00

7.2. Análise Descritiva	15.990,00	6	95.940,00
7.3. Desenvolvimento de Modelos Preditivos	39.820,00	6	238.920,00
7.4. Estudos de Públicos/Netnografia	46.930,00	6	281.580,00
7.5. Análises Léxicas	33.720,00	6	202.320,00
8. MARTECH			
8.1. Implantação de Plataforma de Marketing Automation	22.750,00	4	91.000,00
8.2. Implantação de Data Management Platform (DMP)	68.260,00	4	273.040,00
8.3. Implantação de Ferramenta de BI	86.470,00	6	518.820,00
8.4. Implantação de Plataforma de Web Analytics	17.070,00	6	102.420,00
8.5. Construção e Modelagem de Banco de Dados	26.170,00	6	157.020,00
8.6. Gestão de Plataforma de Marketing Automation	17.070,00	6	102.420,00
8.7. Gestão de Banco de Dados de Clientes e Prospects	15.640,00	16	250.240,00
9. MÍDIA			
9.1. Planejamento de Mídia Digital	17.070,00	10	170.700,00
9.2. Gestão de Mídia Digital (recorrente mensal)	10.380,00	12	124.560,00
9.3. Criação de Audiências Customizadas para DMP e DSP	15.930,00	10	159.300,00
10. MODERAÇÃO E MONITORAMENTO			
10.1. Moderação de Redes Sociais Conteúdo com Vertente de Atendimento			
10.1.1. Baixa Complexidade	45.710,00	2	91.420,00
10.1.2. Média Complexidade	65.420,00	2	130.840,00
10.1.3. Alta Complexidade	96.370,00	1	96.370,00
10.2. Relatório de Monitoramento	24.290,00	12	291.480,00
11. INFLUENCIADORES			

11.1. Digital Influencers/Marketing de Influência Sugestão Mídias	9.050,00	40	362.000,00
11.2. Gestão da Rede de Influenciadores Digitais	51.080,00	2	102.160,00
TOTAL	2.607.400,00	121	19.278.890,00
DESPESAS COM DESLOCAMENTO DE PROFISSIONAIS A SERVIÇO		10%	1.927.889,00
VALOR FINAL - CONTRATAÇÃO ANUAL			21.206.779,00

As quantidades anuais apresentadas na tabela acima representam apenas estimativas e serão executadas na medida da necessidade e conveniência do CONTRATANTE, que poderá readequá-las nas mesmas condições contratuais, ocasionando distribuição diferente da previamente estabelecida, desde que justificada a alteração e respeitado o valor estabelecido no subitem 10. do Termo de Referência, quanto ao valor de investimento para a contratação. A quantidade anual foi prevista para ser executada de forma não cumulativa, durante cada vigência contratual de 12 (doze) meses.

16. APÊNDICE II

APÊNDICE II

APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Digital

1. Plano de Comunicação Digital	III. Solução de Comunicação Digital
	IV. Plano de Implementação
2. Capacidade de Atendimento	I. Relação dos principais cliente
3. Relatos de Soluções de Comunicação	

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

1.1.2. A proposta técnica será apresentada em três vias impressas distintas, sendo duas delas destinadas ao plano de comunicação, e outra para o conjunto de informações referentes a Licitante (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação);

1.1.3. O Plano de Comunicação Digital será apresentado em duas vias impressas, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria, conforme a seguir:

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

- a) Em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) Capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m2, ambas em branco;
- c) Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m2, orientação retrato, observado o disposto na alínea 'b' do subitem 1.2. deste Apêndice;
- d) Espaçamentos de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e) Títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) Espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) Alinhamento justificado do texto;
- h) Texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho de 12 pontos, observados os subitens 1.2.1, 1.2.2 e 1.2.3 deste Apêndice;
- i) Numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) Sem identificação do licitante.
- k) É vedado a utilização de negrito, itálico, sublinhado, caixa alta e impressão em frente e verso

1.2.1. As especificações do subitem 1.2 não se aplicam às peças de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 e à indicação prevista no subitem 1.3.3.3. item VII deste Apêndice.

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

- a) Os gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, poderão ser editados em cores;
- b) Os dados e informações dos gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, deverão ser editados na fonte Arial e deverão ser editados na fonte Arial, tamanho 12 pontos;
- c) As páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
 - I - Apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 1.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;
 - II - Impressas na orientação paisagem.

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

a) Os dados e informações dos gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, deverão ser editados na fonte Arial e deverão ser editados na fonte Arial, tamanho 12 pontos.

b) As páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

I - Apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 1.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

II - Impressas na orientação paisagem.

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

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

1.2.4.1. Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 1, cabendo à licitante atentar para o disposto em Edital.

1.2.5. O Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria, antes da abertura do Invólucro nº 2.

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

1.2.7. Os textos do Plano de Implementação não têm limitação quanto ao número de páginas, respeitando a formatação prevista no item 1.2.

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

1.3. A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Digital com base no Briefing, observadas as seguintes orientações:

1.3.1. **Subquesto 1 - Raciocínio Básico** – a licitante deverá descrever sua apresentação de acordo com o item 2.2.1.1.

1.3.2. **Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Digital** – a licitante deverá descrever sua apresentação de acordo com o item 2.2.1.2.

1.3.3. **Subquesto 3 - Solução de Comunicação Digital** – a licitante deverá descrever sua apresentação, por meio:

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

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

c) Da observação do disposto no item 2.2.1.3.

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

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

1.3.3.3. Os exemplos de ações e/ou peças de comunicação digital de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 estão limitados a 10 (dez) peças no mínimo e 20 (vinte) peças no máximo, independentemente do meio de divulgação, do seu tipo ou de sua característica, e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) Roteiro, leiautes ou storyboard impressos;

b) Storyboards animados ou animatics;

c) 'monstros' ou leiautes eletrônicos.

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

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

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

IV - O 'monstro' ou leiautes eletrônicos e o storyboard animado ou animatic deverão ser apresentados em pen drive, executável em sistema operacional Windows.

V - No pen drive não poderá constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação do licitante ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

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

VII - Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deste Apêndice, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de ação e/ou peça de comunicação digital.

1.3.3.4. Para fins de cômputo das ações e/ou peças de comunicação digital que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 20 (vinte), devem ser observadas as seguintes regras:

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

1.3.4. **Subquesto 4 – Plano de Implementação** – a licitante deverá descrever sua apresentação de acordo com o item 2.2.1.4.

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

- a) Na verba referencial para investimento estabelecida no Briefing;
- b) Nos valores estimados na Planilha de Produtos e Serviços Essenciais, no que se refere exclusivamente a itens de serviço.

I - Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de mercado a que se refere a alínea 'c' do subitem 1.3.4.1 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

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

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

- I - Ter a identificação do licitante;
- II - Ser datado;
- III - Estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação do licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

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

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

1.5.2. A Capacidade de Atendimento será apresentada pela Licitante por meio de cópia de instrumento contratual, de atestado(s), certidão(ões) ou declaração(ões) de até 5 (cinco) clientes nacionais, estaduais e/ou municipais atendidos a partir de 1º de janeiro de 2020 referente ao objeto desta licitação e que preencham os requisitos a seguir:

a) Relação dos principais Clientes (pessoas jurídicas): a apresentação de contrato(s), atestado(s), certidão(ões) e/ou declaração(ões) com o(s) período(s) de atendimento consecutivo mínimo de 60 (sessenta) dias anteriores à publicação do Edital, podendo ser apresentados de clientes atendidos a partir de 1º de janeiro de 2020, para os quais a licitante prestou serviços de comunicação digital, com a especificação do objeto do contrato, o valor executado anualmente pela licitante e o período de atendimento de cada um deles;

I - O(s) atestado(s)/certidão(ões)/declaração(ões) deverá(ão) ser fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove(m) ter a empresa licitante executado serviços de comunicação digital, pertinentes e compatíveis com o objeto da licitação;

II - Considerará como clientes nacionais aqueles que estejam em funcionamento em diferentes regiões do país, sendo no mínimo 15 (quinze) Estados. Considerará como clientes estaduais aqueles que estejam em funcionamento em, no mínimo, 1 (um) estado específico, abrangendo todas as regiões desse Estado ou Região Metropolitana, que podem envolver mesorregiões ou microrregiões, conforme definido pela Divisão Regional do Brasil em Regiões Geográficas Imediatas e Regiões Geográficas Intermediárias 2017 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. Considerará como clientes municipais aqueles que estejam em funcionamento em, no mínimo, 1 (um) município dentro de um estado, podendo incluir áreas urbanas e rurais.

III - É vedada a apresentação de contrato ou declaração referentes à prestação de outros serviços de comunicação prestados ao declarante, tais como live marketing (promoção), assessoria corporativa, relações públicas, assessoria de imprensa, dentre outras

1.6. **Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação:** a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as ações e/ou peças de comunicação digital que constituem o quesito, em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação do licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado de acordo com o item 2.2.1.3.

1.6.1. Os documentos, as informações e as ações e/ou peças dos relatos mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.6.2. A licitante deverá apresentar 2 (dois) relatos, cada um com o máximo de 6 (seis) páginas, em que serão descritas soluções de comunicação digital propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação conforme especificado abaixo:

I - Deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II - Deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário do licitante responsável por sua elaboração;

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

IV - Deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar a sua autenticidade.

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

1.6.2.2. Os Relatos de Soluções de Comunicação de que trata o subitem 1.6.2, devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2020.

1.6.3. É permitida a inclusão de até 04 (quatro) ações e/ou peças de comunicação digital, independentemente do seu tipo ou de sua característica, em cada relato, observando-se as seguintes regras para sua apresentação:

I - **Na versão digital:** deverão ser fornecidas em pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.6 ou ser apresentadas soltas;

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

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

1.6.3.1. A ficha técnica de ação e/ou peça de comunicação digital, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 1.6.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 1.6.2 para descrição do Relato.

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

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

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

2.2.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Digital

2.2.1.1. **Subquesito 1 - Raciocínio Básico:** A licitante deverá demonstrar acuidade ao analisar as especificidades e características do MTur, quanto:

- a) As funções e o papel do MTur na comunicação digital do Governo Federal;
- b) A extensão e a qualidade da comunicação digital do MTur para com seus públicos;
- c) Aos desafios de comunicação digital explicitados no briefing que será enfrentado pelo MTur;
- d) Às necessidades que a comunicação digital deverá apresentar no sentido de prevenir/mitigar as situações apresentadas no briefing no decorrer do período apontado no exercício;
- e) A natureza e a extensão das ações do briefing ao objeto desta licitação.

I - Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,1 (zero vírgula um) ponto:

Tabela de Pontuação – Raciocínio Básico

Subquesito	Análise Crítica	Nota	Peso	Pontuação Máxima
Raciocínio Básico	Atendimento de 5 itens do critério de avaliação.	8,1 – 10	1,0	10
	Atendimento de 4 itens do critério de avaliação.	6,1 – 8,0		
	Atendimento de 3 itens do critério de avaliação.	4,1 – 6,0		
	Atendimento de 2 itens do critério de avaliação.	2,1 – 4,0		
	Atendimento de 1 item do critério de avaliação.	0,1 – 2,0		
	Não atendimento de 5 itens do critério de avaliação.	0 (zero)		
	Não apresentou.	0 (zero)		

a) A licitante que zerar qualquer quesito ou subquesito do Plano de Comunicação Digital será desclassificada.

2.2.1.2. **Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Digital:** A licitante deverá explicitar e defender o partido temático, de acordo com o seu raciocínio básico, para superar o desafio apresentado no briefing, bem como alcançar os objetivos da comunicação digital sugerida, observando:

- a) A adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do MTur;
- b) A capacidade de concatenar cenário que o MTur está inserido no contexto da comunicação digital do Governo Federal;
- c) Consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Digital à proposta apresentada;
- d) Exequibilidade da estratégia em todas as fases propostas, bem como o seu alinhamento com o raciocínio básico;
- e) Justa adequação e otimização no uso e distribuição do investimento disponibilizado no briefing.

I - Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,1 (zero vírgula um) ponto:

Tabela de Pontuação – Estratégia de Comunicação Digital

Subquesto	Análise Crítica	Nota	Peso	Pontuação Máxima
Estratégia de Comunicação Digital	Atendimento de 5 itens do critério de avaliação.	8,1 – 10	2,0	20
	Atendimento de 4 itens do critério de avaliação.	6,1 – 8,0		
	Atendimento de 3 itens do critério de avaliação.	4,1 – 6,0		
	Atendimento de 2 itens do critério de avaliação.	2,1 – 4,0		
	Atendimento de 1 item do critério de avaliação.	0,1 – 2,0		
	Não atendimento de 5 itens do critério de avaliação.	0 (zero)		
	Não apresentou.	0 (zero)		

a) A licitante que zerar qualquer quesito ou subquesto do Plano de Comunicação Digital será desclassificado.

2.2.1.3. Subquesto 3 – Solução de Comunicação Digital: A licitante deverá apresentar em cada relato, de forma objetiva, através de ações e/ou peças de comunicação digital, de acordo com a estratégia proposta:

- a) A demonstração do alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta;
- b) A coerência da proposta com a natureza do MTur vis a vis com desafio estabelecido no briefing;
- c) A harmonização e o equilíbrio visual da solução da proposta com a sua usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações;
- d) A compatibilização das ações e/ou peças de comunicação digital com os ambientes, plataformas e/ou ferramentas a que se destinam;
- e) A evidência dos resultados esperados, destacando o alcance obtido na solução do desafio, respeitando o investimento disponibilizado.

I - Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,1 (zero vírgula um) ponto:

Tabela de Pontuação – Solução de Comunicação Digital

Subquesto	Análise Crítica	Nota	Peso	Pontuação Máxima
-----------	-----------------	------	------	------------------

Solução de Comunicação Digital	Atendimento de 5 itens do critério de avaliação.	8,1 – 10	2,5	25
	Atendimento de 4 itens do critério de avaliação.	6,1 – 8,0		
	Atendimento de 3 itens do critério de avaliação.	4,1 – 6,0		
	Atendimento de 2 itens do critério de avaliação.	2,1 – 4,0		
	Atendimento de 1 item do critério de avaliação.	0,1 – 2,0		
	Não atendimento de 5 itens do critério de avaliação.	0 (zero)		
	Não apresentou.	0 (zero)		

a) A licitante que zerar qualquer quesito ou subquesito do Plano de Comunicação Digital será desclassificado.

2.2.1.4. Subquesito 4 – Plano de Implementação: A Licitante deverá apresentar e defender um plano de desenvolvimento das ações e /ou peças de comunicação digital que contemple:

- a) Ativação, continuidade, manutenção e conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, considerando o grau de complexidade de sua execução ao desafio apresentado no briefing;
- b) Cronograma físico-financeiro, com prazos e valores absolutos e percentuais, contemplando os pontos da alínea “a”;
- c) Demonstração clara da defesa tanto do grau de eficiência, quanto da economicidade da verba referencial apontada no briefing, apontando as premissas para obtenção do resultado;
- d) Alinhamento dos pontos elencados na alínea “a” com os públicos apontados no subquesito raciocínio básico, alínea “a”;
- e) defesa do plano de implementação com o disposto na alínea “d” do subquesito estratégia de comunicação.

I - Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,1 (zero vírgula um) ponto:

Tabela de Pontuação – Plano de Implementação

Subquesito	Análise Crítica	Nota	Peso	Pontuação Máxima
Plano de Implementação	Atendimento de 5 itens do critério de avaliação.	8,1 – 10	2,5	25
	Atendimento de 4 itens do critério de avaliação.	6,1 – 8,0		
	Atendimento de 3 itens do critério de avaliação.	4,1 – 6,0		
	Atendimento de 2 itens do critério de avaliação.	2,1 – 4,0		
	Atendimento de 1 item do critério de avaliação.	0,1 – 2,0		
	Não atendimento de 5 itens do critério de avaliação.	0 (zero)		

	Não apresentou.	0 (zero)		
--	-----------------	----------	--	--

a) A Licitante que zerar qualquer quesito ou subquesito do Plano de Comunicação Digital será desclassificado.

2.2.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

2.2.2.1. **Subquesito – Clientes:** será avaliado no julgamento a posição geográfica dos clientes apresentados pelas licitantes, conforme métrica estabelecida no Quesito 2, item 1.5, bem como a sistemática operacional de atendimento. Será aplicada pontuação individual, conforme critérios descritos na tabela abaixo, para cada contrato/atestado/certidão/declaração apresentado.

I - A nota final será a soma das notas individuais de cada contrato. O número máximo de contratos a ser considerado para fins de pontuação é 5 (cinco), que precisam ser necessariamente de clientes diferentes, ou seja, estabelecidos com clientes de Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas - CNPJ diferentes.

Tabela de Pontuação – Capacidade de atendimento

Quesito	Subquesito	Descrição	Peso	Pontuação	Pontuação Máxima
Capacidade de Atendimento	Clientes	Cliente Nacional: Clientes com atuação nacional conforme descrição no item 1.5	2,0	1,0	10
		Cliente Regional: Clientes com atuação regional conforme descrição no item 1.5		0,50	
		Cliente municipal: Clientes com atuação municipal conforme descrição no item 1.5		0,25	
		Não atendimento dos itens do critério de avaliação.		0 (zero)	
		Não apresentou.		0 (zero)	

2.2.2.2. Para avaliação deste quesito, será necessária a apresentação de contrato com o(s) período(s) de atendimento consecutivo mínimo de 60 (sessenta) dias anteriores à publicação do Edital, podendo ser apresentados atestado(s)/certidão(ões)/declaração(ões) de clientes anteriores atendidos a partir de 1º de janeiro de 2020.

2.2.2.3. Caso a licitante apresente uma relação superior a 6 (seis) clientes, serão considerados aqueles de maior pontuação.

2.2.2.4. Os critérios adotados no subitem 2.2.2.1 visam referenciar o julgamento do porte e a tradição dos clientes como Contratantes de Comunicação Digital, além do período de atendimento a cada, conforme estabelece a Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023.

2.2.3. Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação

a) A evidência de planejamento estratégico por parte do licitante na proposição da solução de comunicação;

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

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

d) A qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente;

e) O encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.

2.2.3.1. Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,1 ponto:

Tabela de Pontuação - Relatos de Soluções de Comunicação

Quesito	Subquesito	Avaliação	Nota	Peso	Pontuação Máxima
Relatos de Soluções de Comunicação	Relatos 1 e 2	Atendimento de 5 itens do critério de avaliação.	8,1 – 10	0,5	5
		Atendimento de 4 itens do critério de avaliação.	6,1 – 8,0		
		Atendimento de 3 itens do critério de avaliação.	4,1 – 6,0		
		Atendimento de 2 itens do critério de avaliação.	2,1 – 4,0		
		Atendimento de 1 item do critério de avaliação.	0,1 – 2,0		
		Não atendimento de 5 itens do critério de avaliação.	0 (zero)		
		Não apresentou.	0 (zero)		

2.2.3.2. Se a Licitante não observar as quantidades estabelecidas no subitem 1.6.2 para apresentação de Relatos de Soluções de Comunicação, sua pontuação máxima, nesse quesito, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas neste Apêndice.

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

2.3.1. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará avaliação das propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 2.

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

Quesitos	Pontuação Máxima	Pontuação Mínima
1 – Plano de Comunicação Digital	80	

Subquestos	I – Raciocínio Básico	10
	II – Estratégia de Comunicação Digital	20
	III – Solução de Comunicação Digital	25
	IV – Plano de Implementação	25
2 – Capacidade de Atendimento		10
Subquesto	I – Clientes	10
3 – Relatos de Soluções de Comunicação		10
Subquestos	I – Relato 1	5
	I – Relato 2	5
Pontuação		100
		80

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

2.3.4. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesto sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesto, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos.

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

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

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

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

- a) Apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- b) Não alcançar, no total dos quesitos e subquestos da proposta técnica, mínimo de 80 (oitenta) pontos;
- c) Obter pontuação zero em qualquer um dos quesitos;

2.5.1. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no Edital.

2.6. Se houver empate das 4 (quatro) licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica, o critério de desempate para classificação em primeiro lugar será definido pela maior pontuação do Quesito 1 - Plano de Comunicação Digital.

2.7. Persistindo o empate após a classificação da nota apontada no critério do item 2.6, passa-se à análise das maiores pontuações dos subquesitos do Plano de Comunicação Digital elencados a seguir, de maneira sucessiva:

- a) Plano de Implementação;
- b) Estratégia de Comunicação Digital; ou
- c) Raciocínio Básico.

2.8. Havendo manutenção do empate para classificação, serão consideradas as demais notas atribuídas aos quesitos da proposta técnica: Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação, respectivamente.

2.9. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão de divulgação das Licitantes ganhadoras ou em ato público marcado pela Comissão de Contratação, cuja data será divulgada para a qual serão convidadas todas as licitantes.

17. APÊNDICE III

APÊNDICE III

1. Avaliação de Desempenho

1.1. A avaliação de desempenho da contratada será realizada conforme a seguinte metodologia:

1.1.1. A cada período contratual de 12 (doze) meses serão realizadas duas avaliações de qualidade dos serviços prestados com base em critérios que qualificam a execução do contrato e promovem a manutenção e a melhor execução dos serviços pela contratada, observando o modelo disposto no Anexo I deste Manual.

1.1.2. Os quesitos, que serão pontuados individualmente, foram agrupados em blocos de acordo com a similaridade do serviço (Planejamento, Produção de Conteúdo, Atendimento e Administração/Finanças). Para cada quesito existe roteiro básico de tópicos a serem considerados.

1.1.3. Para cada bloco será feita a média simples que representará a nota de desempenho obtida pela contratada no bloco analisado.

1.1.4. As avaliações serão realizadas pelo Gestor do Contrato, pelo Fiscal Técnico e pelos Fiscais Setoriais.

1.1.5. Será realizada reunião para transmitir à contratada o resultado da avaliação.

1.1.6. A área do MTur responsável pela comunicação digital deverá exigir das contratadas medidas corretivas e/ou melhorias nos processos sempre que restar configurada avaliação abaixo da qualificação esperada.

1.1.7. Os apontamentos da reunião de avaliação, bem como as notas concedidas deverão ser registrados em ata devidamente assinada pelos representantes da área do MTur responsável pela comunicação digital e da contratada.

1.1.8. A ata deverá ser parte integrante do processo da contratação de serviços de comunicação digital e cópia dela encaminhada à contratada.

1.1.9. A pontuação para cada quesito será atribuída considerando o grau de atendimento:

- 1. Não atendeu.
- 2. Atendeu abaixo do esperado.
- 3. Atendeu próximo do esperado.
- 4. Atendeu o esperado.
- 5. Atendeu mais que o esperado.
- 6. Atendeu mais que o esperado, com inovação e criatividade

1.2. A nota de desempenho para cada bloco será atribuída considerando a seguinte escala:

1. Nota com valor de 0 a 4,9: BLOCO NÃO ATENDIDO
2. Nota com valor de 5 a 6,9: BLOCO COM ATENDIMENTO INSUFICIENTE
3. Nota com valor de 7 a 8,9: BLOCO ATENDIDO
4. Nota com valor de 9 a 10: BLOCO ATENDIDO COM EXCELÊNCIA

1.3. Blocos para avaliação:

- a) Planejamento: Consistência das relações de causa e efeito entre o desafio exposto no briefing e a solução proposta; capacidade de estabelecer relações entre o desafio e as demais informações expostas no briefing; clareza, objetividade, relevância, pertinência e aplicabilidade das soluções apresentadas;
- b) Produção de Conteúdo: Qualidade do conteúdo produzido; adequação técnica em relação à pauta; compatibilidade dos serviços entregues com o demandado; tempestividade das interações e moderações; dimensionamento da equipe de produção de conteúdo e de moderação e cumprimento dos prazos de entrega;
- c) Atendimento: Qualidade do atendimento prestado à contratante, relacionamento com a contratante; acompanhamento do andamento das demandas; cumprimento de prazo e qualidade das entregas; qualificação da equipe, adequação dos perfis profissionais às atividades constantes no contrato; disponibilidade de atendimento e tempestividade nos retornos às solicitações da contratante relacionadas ao serviço demandado; e
- d) Administração e Finanças: Existência de metodologia para gestão de todas as atividades inerentes ao contrato; coordenação e integração das equipes; tempestividade na prestação de contas e correção nas informações e documentação produzida.

1.4. A avaliação de desempenho será considerada pela Contratante para:

- a) Apurar a necessidade de solicitar da contratada as correções que visam maior qualidade no desenvolvimento contratual;
- b) Decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e
- c) Fornecer, quando solicitado pela contratada, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

2. AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO DA CONTRATADA

2.1. A presente Avaliação de Desempenho tem por finalidade subsidiar as atividades de gestão e fiscalização contratual, mediante a aferição da qualidade dos serviços prestados, da conformidade dos produtos e entregas realizadas, do cumprimento dos níveis de serviço, metas e indicadores estabelecidos, bem como da observância das obrigações contratuais assumidas pela CONTRATADA, em consonância com os critérios de avaliação previstos no Instrumento de Medição de Resultados (IMR) e nas demais disposições constantes do Termo de Referência.

3. APRESENTAÇÃO

3.1. Este modelo de questionário de avaliação de desempenho de empresa prestadora de serviço de comunicação digital deve ser preenchido pelo dirigente da unidade administrativa incumbida da gestão de comunicação digital ou por seu subordinado imediato, especializado na gestão de comunicação digital, caso em que é obrigatório o endosso do titular da unidade à avaliação, apondo sua assinatura no campo próprio.

3.2. Apesar de a responsabilidade pelas informações prestadas pertencer apenas aos dirigentes da unidade administrativa, recomenda-se que todo o pessoal participante do relacionamento com a empresa prestadora de serviço de comunicação digital avaliada seja ouvido antes do preenchimento do questionário.

3.3. As avaliações do desempenho das empresas prestadoras de serviços de comunicação digital contratadas estão dispostas no art. 99 da Instrução Normativa SECOM nº 09/2025. De resto, o acompanhamento e fiscalização da execução de contratos firmados por órgãos e entidades da administração pública é obrigação prevista no art. 117 da Lei nº 14.133/2021.

3.4. O objetivo do questionário é ajudar a cumprir essas determinações e a refletir sobre o relacionamento operacional da contratante com a contratada. E, ainda, ajudar a aperfeiçoar esse relacionamento, com benefícios para o desempenho profissional da equipe de comunicação da contratante e para sua comunicação com os públicos de interesse.

3.5. Para orientar o preenchimento do questionário, este modelo de avaliação de empresa prestadora de serviço de comunicação digital

foi dividido em quatro blocos (Planejamento, Produção de Conteúdo, Atendimento e Administração/Finanças) e nove quesitos. Deve ser atribuída pontuação para cada quesito, variando de seis (pontuação máxima) a um (mínima). Para cada quesito existe roteiro básico de tópicos a serem considerados.

3.6. Os blocos e quesitos que serão avaliados, bem como a escala de critérios de julgamento são definidos por cada órgão ou entidade:

3.7. A seguir um exemplo de graduação para a avaliação de cada quesito:

- I - Não atendeu.
- II - Atendeu abaixo do esperado.
- III - Atendeu próximo do esperado.
- IV - Atendeu o esperado.
- V - Atendeu mais que o esperado.
- VI - Atendeu mais que o esperado, com inovação e criatividade.

3.8. Cada critério será pontuado individualmente e posteriormente deverá ser feita a média simples de cada bloco.

3.9. A média simples representará a nota de desempenho obtida pela contratada no bloco analisado.

3.10. A nota de cada bloco será atribuída considerando a seguinte escala:

- a) Nota com valor de 0 a 4,9: BLOCO NÃO ATENDIDO
- b) Nota com valor de 5 a 6,9: BLOCO COM ATENDIMENTO INSUFICIENTE
- c) Nota com valor de 7 a 8,9: BLOCO ATENDIDO
- d) Nota com valor de 9 a 10: BLOCO ATENDIDO COM EXCELÊNCIA

3.11. Recomenda-se utilizar o espaço reservado a Comentários e Providências, em todos os casos.

3.12. É possível que a empresa prestadora de serviço de comunicação digital avaliada apresente graus diferenciados de desempenho em relação aos diferentes tópicos abrangidos por um quesito. O espaço reservado aos comentários serve, entre outras finalidades, para registrar esses matizes e variações.

3.13. Utilizar esse espaço para informar também as providências que foram ou estão sendo adotadas para melhorar o desempenho da contratada.

3.14. Ressalte-se que os registros feitos neste instrumento de avaliação poderão vir a ser objeto de análise dos órgãos de controle interno e externo, especialmente os comentários e providências.

ANEXO I

Formulário de Avaliação de Desempenho

Nome da Contratante:

Início da vigência do contrato:

Período avaliado:

Unidade Administrativa gestora da comunicação digital:

Nome do titular da Unidade Administrativa:

Nome (s) e cargo (s) do (s) avaliador (es):

Nome da empresa avaliada

4. BLOCO PLANEJAMENTO

4.1. Planejamento Estratégico

4.1.1. Produtos que integram a avaliação do Planejamento Estratégico: Diagnóstico e Matriz Estratégica; Planejamento Estratégico de Comunicação Institucional Nacional e Regional; Planejamento Estratégico de Comunicação digital Internacional; Benchmarking Nacional e Regional e Benchmarking Internacional.

4.1.2. Critérios de avaliação (marcar a nota com um X):

a) Cumprimento do prazo de entrega

6	5	4	3	2	1

b) Consistência e relevância do conteúdo produzido

6	5	4	3	2	1

c) Presença e correção nos itens solicitados para integrarem o diagnóstico e/ou o planejamento

6	5	4	3	2	1

d) Aplicabilidade das análises produzidas e soluções propostas

6	5	4	3	2	1

e) Entregáveis compatíveis com o demandado e com qualidade no padrão exigido

6	5	4	3	2	1

--	--	--	--	--	--

4.2. Planejamento Tático

4.2.1. Produtos que integram a avaliação do Planejamento Tático: Plano de Comunicação Temático Nacional e Regional e Plano de Comunicação Temático Internacional.

4.2.2. Critérios de avaliação (marcar a nota com um X):

a) Cumprimento do prazo de entrega

6	5	4	3	2	1

b) Consistência e relevância da solução desenvolvida

6	5	4	3	2	1

c) Atendimento ao briefing

6	5	4	3	2	1

d) Presença e correção nos itens solicitados para integrarem o produto final

6	5	4	3	2	1

e) Aplicabilidade das análises produzidas e soluções propostas

6	5	4	3	2	1

f) Entregáveis compatíveis com o demandado e com qualidade no padrão exigido

6	5	4	3	2	1

4.33. Comentários às notas e informação de providências adotadas ou em fase de adoção:

I - Aspecto positivo:

II - Aspecto negativo:

III - Providência:

4.4. Análise e Monitoramento de Mídia

4.4.1. Produtos que integram o quesito Análise de Mídia Impressa Regional e Nacional; Análise de Mídia Impressa Internacional; Análise de Mídia Televisiva Regional e Nacional; Análise de Mídia Televisiva Internacional; Mapa de Temas Sensíveis Nacional e Regional; Mapa de temas sensíveis Internacional; Mapa de Influenciadores Nacional e Regional; Mapa de influenciadores Internacional; Clipping - Rádio; Clipping internacional - jornais, revistas e portais de notícias; Clipping - TV Internacional; Auditoria de Exposição no Brasil; Auditoria de Exposição no Brasil - Tema Específico; Auditoria de Exposição do Brasil no Exterior; Auditoria de Exposição do Brasil no Exterior - Tema Específico; Avaliação da Percepção de Imagem Nacional e Regional e Avaliação da Percepção de Imagem Internacional.

4.4.2. Critérios de avaliação (marcar a nota com um X):

a) Cumprimento do prazo de entrega

6	5	4	3	2	1

b) Atendimento ao briefing

6	5	4	3	2	1

c) Qualidade e relevância das análises produzidas

6	5	4	3	2	1

d) Presença e correção nos itens solicitados para integrarem os relatórios produzidos

6	5	4	3	2	1

e) Aplicabilidade das análises produzidas

6	5	4	3	2	1

f) Entregáveis compatíveis com o demandado e com qualidade no padrão exigido

--	--	--	--	--	--

6	5	4	3	2	1

4.5. Comentários às notas e informação de providências adotadas ou em fase de adoção:

I - Aspecto positivo:

II - Aspecto negativo:

III - Providência:

4.6. Média do Bloco Planejamento

Não atendido 0 a 4,9	Atendimento insuficiente 5 a 6,9	Atendido 7 a 8,9	Atendido com excelência 9 a 10

5. BLOCO PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

5.1. Conteúdo

5.1.1. Produtos que integram a avaliação de Produção de Conteúdo: Projeto Editorial Nacional e Regional; Projeto Editorial Internacional; Elaboração de Pauta para Imprensa; Elaboração de Pauta para Imprensa Estrangeira; Elaboração de Pauta para Imprensa Estrangeira; Produção de conteúdos textuais para imprensa em Língua Portuguesa; Edição de conteúdos textuais para imprensa em Língua Portuguesa; Elaboração de texto em língua estrangeira; Edição e revisão de texto de língua estrangeira; Entrevistas Coletivas no Brasil; Entrevistas Coletivas no Exterior; Tradução para Idioma Especial; Intérprete Simultâneo; Intérprete de Idioma Especial; Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas; Conteúdo para apresentação em Língua Portuguesa; Conteúdo para apresentação em Língua Estrangeira; Diagramação e animação de Apresentação em Língua Portuguesa e Diagramação e animação de Apresentação em Idioma Estrangeiro.

5.1.2. Critérios de avaliação (marcar a nota com um X):

a) Cumprimento do prazo de entrega

6	5	4	3	2	1

b) Qualidade do conteúdo produzido e/ou conteúdo publicado sem erros

6	5	4	3	2	1

c) Adequação técnica em relação à pauta

6	5	4	3	2	1

d) Entregáveis compatíveis com o demandado e com qualidade no padrão exigido

6	5	4	3	2	1

5.1.3. Comentários às notas e informação de providências adotadas ou em fase de adoção:

I - Aspecto positivo:

II - Aspecto negativo:

III - Providência:

5.2. Conteúdo Audiovisual

5.2.1. Produtos que integram o quesito Conteúdo Audiovisual: Fotografia para acervo de imagem no Exterior; Cobertura fotográfica para agenda de porta-vozes no Exterior; Reportagem em Vídeo (Vídeo Release) no Exterior; Vídeo Depoimento para Imprensa e Públicos Influenciadores no Exterior; Captação de Vídeos no Exterior; Edição de Vídeos no Exterior; Legendagem no exterior; Locução ou dublagem em idioma estrangeiro (Inglês, Espanhol, Francês ou Alemão) em vídeo; Captação e Edição de Áudio no Exterior para Imprensa e Públicos Influenciadores; Podcast no Exterior e Banco de Mídias.

5.2.2. Critérios de avaliação (marcar a nota com um X):

a) Cumprimento do prazo de entrega

6	5	4	3	2	1

b) Qualidade do conteúdo produzido

6	5	4	3	2	1

c) Qualidade técnica do material produzido

6	5	4	3	2	1

d) Adequação técnica em relação à pauta e/ou ao roteiro aprovado

6	5	4	3	2	1

e) Entregáveis compatíveis com o demandado e com qualidade no padrão exigido

--	--	--	--	--	--

6	5	4	3	2	1

5.2.3. Comentários às notas e informação de providências adotadas ou em fase de adoção:

I - Aspecto positivo:

II - Aspecto negativo:

III - Providência:

5.3. Média do Bloco Produção de Conteúdo

Não atendido 0 a 4,9	Atendimento insuficiente 5 a 6,9	Atendido 7 a 8,9	Atendido com excelência 9 a 10

6. BLOCO ATENDIMENTO

6.1. Atendimento

- Conhecimento da contratante, da sua área de atuação e dos desafios de comunicação;
- Disponibilidade, pontualidade, rapidez e tempestividade;
- Eficácia da sistemática de registro de reuniões/visitas/telefonemas e no acompanhamento de pendências (follow-up);
- Objetividade e racionalidade. Interesse e disponibilidade para debater e considerar opiniões diversas das da contratada. Honestidade e franqueza na defesa de trabalhos e opiniões;
- Maturidade e experiência. Capacidade de identificar e relatar antecipadamente problemas, evitando que fiquem fora de controle. Otimismo e flexibilidade nos momentos críticos;
- Capacidade de manter o trabalho da contratada dentro do planejamento estratégico;
- Entrosamento com todas as áreas da contratada. Capacidade de relacionar-se positivamente com as equipes das áreas-fim da contratante;
- Rapidez na correção de falhas de procedimento apontadas. Capacidade de manter padrão de qualidade adequado nos materiais trazidos para aprovação: materiais bem-elaborados e amadurecidos no âmbito da contratada, quanto à forma e ao conteúdo; e
- Confiabilidade

6.1. Critérios de avaliação (marcar a nota com um X):

6	5	4	3	2	1

6.1.2. Comentários à nota e informação de providências adotadas ou em fase de adoção:

I - Aspecto positivo:

II - Aspecto negativo:

III – Providência:

6.2. Atendimento Global

- Participação e envolvimento dos dirigentes da contratada;
- Capacidade de atuar decisivamente e fornecer resultados de qualidade;
- Qualificação do conjunto de profissionais alocados ao atendimento da conta, em todas as áreas da contratada. Observância da prática de consultar a contratante antes da substituição de profissionais alocados a seu atendimento;
- Tempestividade e pontualidade das soluções para os problemas apresentados;

- Estrutura, na cidade-sede da contratante, compatível com as necessidades deste;
- Cumprimento dos compromissos assumidos por ocasião da licitação, inclusive os relacionados a custos; e
- Envolvimento global com os problemas e necessidades da contratante

6.2.1. Critérios de avaliação (marcar a nota com um X):

6	5	4	3	2	1

6.2.2. Comentários à nota e informação de providências adotadas ou em fase de adoção:

I - Aspecto positivo:

II - Aspecto negativo:

III - Providência:

6.3. Média do Bloco Atendimento

Não atendido 0 a 4,9	Atendimento insuficiente 5 a 6,9	Atendido 7 a 8,9	Atendido com excelência 9 a 10

7. ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS

7.1. Administração

- Organização;
- Integração das equipes; e
- Entrosamento com o atendimento

7.1.1. Critérios de avaliação (marcar a nota com um X):

6	5	4	3	2	1

7.1.2. Comentários à nota e informação de providências adotadas ou em fase de adoção:

I - Aspecto positivo:

II - Aspecto negativo:

III - Providência:

7.2. Finanças

- Tempestividade na prestação de contas;
- Correção dos dados e documentos;
- Tempestividade e forma de apresentação de faturas; e
- Entrosamento com o atendimento

7.2.1. Critérios de avaliação (marcar a nota com um X):

6	5	4	3	2	1

--	--	--	--	--	--

7.2.2. Comentários à nota e informação de providências adotadas ou em fase de adoção:

I - Aspecto positivo:

II - Aspecto negativo:

III - Providência:

7.3. Média do Bloco Administração e Finanças

Não atendido 0 a 4,9	Atendimento insuficiente 5 a 6,9	Atendido 7 a 8,9	Atendido com excelência 9 a 10

Conclusão Geral
Comentário geral sobre a avaliação realizada.

Avaliadores
Nome Cargo Nome Cargo

18. APÊNDICE IV

APÊNDICE IV

INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO DE RESULTADO – IMR

1. DA DEFINIÇÃO

1.1. Este documento apresenta critérios de avaliação da qualidade dos serviços, mecanismos de cálculo, forma de acompanhamento e adequações de pagamento por eventual não atendimento das atividades estabelecidas.

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

2.1. Os serviços e produtos da CONTRATADA serão avaliados por meio de vários aspectos a serem considerados na avaliação da atividade, previstos no Apêndice I do Termo de Referência.

2.2. A pontuação de qualidade dos serviços pode resultar em valores entre 0 (zero) e 100 (cem), correspondentes respectivamente às situações de serviço desprovido de qualidade e serviço com qualidade elevada.

2.3. Os produtos demandados e descritos na Ordem de Serviço (OS) somente serão aceitos caso executados em sua plenitude, devendo os itens neles constantes serem entregues em sua integralidade.

2.4. As tabelas abaixo apresentam os critérios e os mecanismos de cálculo da pontuação de qualidade e seguem a numeração dos serviços descritos no Apêndice I do Termo de Referência.

DESIGN

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Adaptação ou Replicação de Tela	Cumprimento do prazo	14	7	0	
		Adoção das fontes e insumos fornecidos pelo Ministérios	14	7	0	
		Tempestividade no atendimento	14	7	0	
		Aderência à pauta	14	7	0	
		Qualidade do conteúdo produzido	15	8	0	
		Correção ortográfica	15	8	0	
		Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal	14	6	0	
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0	

*Justificativas:

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Elemento Gráfico para Propriedade Digital	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Qualidade Técnica das atividades realizadas	20	10	0	
		Tempestividade no atendimento	20	10	0	
		Qualidade na interação com o demandante	20	10	0	
		Precisão na documentação das atividades	20	10	0	
		Total de pontos dos serviços avaliado		100	50	0
*Justificativas:						

APRESENTAÇÃO

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Roteirização e Diagramação de apresentação	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Indicadores e métricas de mensuração de desempenho (qualidade e eficiência)	20	10	0	
		Tempestividade no atendimento	20	10	0	

		Acuidade demonstrada na análise do briefing	20	10	0	
		Assertividade das conclusões	20	10	0	
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0	
*Justificativas:						

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Diagnóstico e Matriz Estratégica	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Análise da atuação da ativação nas Redes Sociais	20	10	0	
		Tempestividade no atendimento	20	10	0	
		Qualidade na interação com o demandante	20	10	0	
		Precisão na documentação das atividades	20	10	0	
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0	
*Justificativas:						

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
		Cumprimento do prazo	20	10	0	

Diagnóstico de Saúde Digital de Marca ou Tema	Análise dos principais influenciadores (detratores, evangelistas etc.) em fichas individualizadas	20	10	0	
	Análise da saúde do tema (por polarização – positivo/negativo)	20	10	0	
	Análise da percepção do público (consumidores, cidadãos ou usuários) sobre o segmento de atuação em que a marca está inserida. O estudo deve permitir um detalhamento claro sobre o formato do mercado nas redes sociais, indicando a melhor maneira de trabalhá-lo	20	10	0	
	Análise de rankings de assuntos mais e menos falados	20	10	0	
Total de pontos dos serviços avaliado		100	50	0	
*Justificativas:					

PLANEJAMENTO TÁTICO

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu
Arquitetura de Propriedade Digital		Cumprimento do prazo	16	8	0
		Aproveitamento dos módulos criados, quando recomendável	17	8	0
		Aproveitamento da estrutura e elementos globais desenvolvidos, quando recomendável	17	8	0
		Espaço editorial obtido (mídia espontânea)	16	8	0

		Adaptação de elementos gráficos e estilos definidos	17	9	0
		Produção de protótipos navegáveis no wireframe	17	9	0
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0
*Justificativas:					

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Projeto Editorial	Cumprimento do prazo	16	8	0	
		Indicação de produção de novos conteúdos, com definição de pautas	17	8	0	
		Relevância do veículo de comunicação e do profissional de mídia contatado, em termos do alcance de público e do seu potencial como formador de opinião	17	8	0	
		Espaço editorial obtido (mídia espontânea)	16	8	0	
		Alinhamento da pauta às prioridades estratégicas do CONTRATANTE	17	9	0	
		Detalhamento das diretrizes a serem seguidas para chamadas, textos e posts, imagens, infográficos, vídeos e outros conteúdos (formato, frequência de publicação)	17	9	0	
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0	
*Justificativas:						

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Migração de Conteúdo	Cumprimento do prazo	25	12	0	
		Indicação dos conteúdos que podem ser migrados por meio de script e dos que devem ser migrados manualmente	25	12	0	
		Orientações para a execução de backup de conteúdo	25	13	0	
		Seleção, indicação e consolidação de conteúdos em planilha	25	13	0	
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0	
*Justificativas:						

MÉTRICAS E AVALIAÇÕES

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Análise de tráfego de rede e usabilidade	Cumprimento do prazo	25	12	0	
		Atender ou responder às necessidades e/ou problemática apontada pela ASCOM/MTur	25	12	0	
		Qualidade da análise realizada.	25	13	0	
		Alinhamento da pauta às prioridades estratégicas	25	13	0	
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0	

*Justificativas:

CONTEÚDO

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Capacitação para publicação de conteúdo	Cumprimento do prazo	25	12	0	
		Qualidade, consistência e aplicabilidade do roteiro	25	12	0	
		Pertinência das atividades práticas e simulações realizadas no treinamento com as situações reais vivenciadas pelo Ministério	25	13	0	
		Avaliação do participante	25	13	0	
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0	
*Justificativas:						

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Publicação de conteúdo	Cumprimento do prazo	33	16	0	
		Tempestividade no atendimento	34	17	0	
		Qualidade do conteúdo publicado	33	17	0	
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0	

*Justificativas:

PEÇAS DIGITAIS

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Criação de nome, identidade visual, conceito e marca	Cumprimento do prazo	33	16	0	
		Abrangência do monitoramento	34	17	0	
		Qualidade técnica das atividades realizadas	33	17	0	
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0	
*Justificativas:						

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Criação de infográfico, ilustração, organograma e fluxograma	Cumprimento do prazo	33	16	0	
		Adequação ao briefing	34	17	0	
		Clareza, didatismo, objetividade, criatividade e atratividade visual	33	17	0	
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0	
*Justificativas:						

--	--	--	--	--	--	--

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Banner	Cumprimento do prazo	33	16	0	
		Adequação ao briefing	34	17	0	
		Clareza, objetividade, criatividade, atratividade, correção ortográfica	33	17	0	
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0	
*Justificativas:						

TECNOLOGIA

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpr
	Criação e administração de listas de contatos e envio de mensagens instantâneas	Aplicação de sistema de adesão de usuários	20	10	0
		Busca de soluções tecnológicas para a criação da base de usuários	20	10	0
		Manutenção de lista de contatos	20	10	0
		Formatação de mensagens: curadoria do conteúdo de acordo com as características/interesses de cada lista de contrato	20	10	0
		Assertividade das conclusões	20	10	0
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0

*Justificativas:

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Análise e aplicação de pontos por função plone	Cumprimento do prazo	33	16	0	
		Adequação e consistência das análises	34	17	0	
		Aderência as diretrizes de comunicação digital do Governo Federal	33	17	0	
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0	
*Justificativas:						

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	SEO – Search Engine Optimization	Mapa de posicionamento e popularidade	25	12	0	
		Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo MTur	25	12	0	
		Criação de robô.txt para facilitar a análise dos buscadores identifiquem o conteúdo	25	13	0	
		Análise de conteúdo e do código das páginas, visando identificar oportunidades de melhoria	25	13	0	
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0	
*Justificativas:						

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Transmissão ao vivo para ambiente digital	Cumprimento do prazo	25	12	0	
		Indicação e provimento de soluções tecnológicas para transmissão ao vivo de áudio e vídeo	25	12	0	
		Suporte de tecnologia e atendimento para equipe local	25	13	0	
		Gravação do vídeo	25	13	0	
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0	
*Justificativas:						

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Elaboração e edição de entrevista, clipe, reportagem de vídeo para portal, redes sociais e mídia digital	Cumprimento do prazo	25	12	0	
		Qualidade técnica e editorial do material em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado	25	12	0	
		Tempestividade no atendimento ou na resposta às necessidades e /ou problemática apontada pelo MTur	25	13	0	
		Observância das normas de correção ortográfica e a legislação	25	13	0	
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0	

*Justificativas:

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Vídeo depoimento	Cumprimento do prazo	25	12	0	
		Avaliação do vídeo em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado	25	12	0	
		Qualidade técnica do material	25	13	0	
		Qualidade editorial do material	25	13	0	
	Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0
*Justificativas:						

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Vídeo animação	Cumprimento do prazo	25	12	0	
		Avaliação do vídeo em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado	25	12	0	
		Qualidade técnica do material	25	13	0	
		Qualidade editorial do material	25	13	0	
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0	

*Justificativas:

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Reedição de Vídeo	Cumprimento do prazo	25	12	0	
		Qualidade Técnica	25	12	0	
		Realização dos ajustes apontados	25	13	0	
		Observância das normas de correção ortográfica e a legislação	25	13	0	
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0	
*Justificativas:						

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Libras para Vídeo	Cumprimento do prazo	25	12	0	
		Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo MTur	25	12	0	
		Qualidade técnica	25	13	0	
		Atendimento ao descritivo do item	25	13	0	
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0	

*Justificativas:

REDES SOCIAIS

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Conteúdo para redes sociais	Cumprimento do prazo	25	12	0	
		Adoção das fontes e insumos fornecidos pelo MTur	25	12	0	
		Tempestividade no atendimento	25	13	0	
		Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal	25	13	0	
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0	
*Justificativas:						

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Moderação em redes sociais	Acompanhamento permanente dos perfis (24 horas, 7 dias por semana)	25	12	0	
		Leitura e classificação (neutra, positiva e negativa) de todas as interações	25	12	0	
		Elaboração e postagem de respostas	25	13	0	
		Análise das ações realizadas e recomendações de melhorias	25	13	0	

Total de pontos dos serviços avaliado	100	50	0	
*Justificativas:				

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpruiu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Monitoramento online – Análise de jornais, revistas, blogs, redes sociais e portais de notícias	Atendimento dos prazos estipulados pelos entregáveis	50	25	0	
		Qualidade técnica das atividades realizadas	50	25	0	
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0	
*Justificativas:						

ATENDIMENTO DE DEMANDAS

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Receber, coordenar, articular, encaminhar e acompanhar as demandas de comunicação das unidades do órgão	Cumprimento do prazo	33	16	0	
		Capacidade de atendimento em relação ao volume de demandas	34	17	0	
		Qualidade na interação com o demandante	33	17	0	
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0	
*Justificativas:						

ELABORAÇÃO DE PLANOS DE COMUNICAÇÃO

--	--	--	--	--	--	--

Nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	*Cumpriu parcialmente	*Não cumpriu	Nota dos aspectos
	Elaboração de plano de comunicação de acordo com briefing da contratante	Cumprimento do prazo	33	16	0	
		Cumprimento da estrutura mínima	34	17	0	
		Qualidade técnica das atividades realizadas	33	17	0	
Total de pontos dos serviços avaliado			100	50	0	
*Justificativas:						

3. DAS FAIXAS DE AJUSTE DO PAGAMENTO

- 3.1. As pontuações de qualidade devem ser totalizadas para os serviços indicados em cada Ordem de Serviço, conforme métodos apresentados nas tabelas acima.
- 3.2. Pontuação de qualidade do serviço = soma de todos os aspectos considerados na avaliação da atividade.
- 3.3. A aplicação dos critérios de averiguação da qualidade resultará em uma pontuação final para cada aspecto a ser avaliado, correspondente à soma das pontuações obtidas em cada indicador, conforme indicado abaixo:
- 3.4. Os valores devidos por cada serviço devem ser ajustados pela pontuação de qualidade, conforme tabela e fórmula apresentadas abaixo:

Faixas de pontuação de qualidade do serviço	Pagamentos devidos
De 81 a 100	100% do valor correspondente ao serviço
De 61 a 80	90% do valor correspondente ao serviço
De 50 a 60	80% do valor correspondente ao serviço
Menos que 50	Produto inaceitável

- 3.5. Os pagamentos devidos na ordem de serviço correspondem ao somatório de pontos dos aspectos a serem avaliados de cada serviço.
- 3.6. Os produtos com pontuações de qualidade inferiores a 50 pontos são inaceitáveis e devem ser recusados, não gerando à CONTRATADA qualquer direito ao recebimento pela execução dos serviços.
- 3.7. A Aplicação de descontos decorrentes de fatores do IMR não substitui ou impede a aplicação de sanções previstas no Edital ou na legislação.

APÊNDICE V

TERMO DE CONDUTA PARA COMUNICAÇÃO DIGITAL

Este Termo de Conduta para Comunicação Digital (“Termo”) é celebrado entre o **Ministério do Turismo** (“Contratante”) e a empresa [NOME DA EMPRESA] (“Contratada”), inscrita no CNPJ sob o nº [xxx.xxx.xxx/xxxx-xx], com sede em [ENDEREÇO], representada por seu responsável legal, conforme poderes outorgados.

OBJETO

O presente Termo tem como objetivo estabelecer diretrizes, princípios e regras para a atuação da Contratada na prestação de serviços de comunicação digital, assegurando alinhamento com as diretrizes institucionais do Contratante e garantindo o cumprimento das normas legais e éticas vigentes.

1. PRINCÍPIOS GERAIS

- 1.1. A comunicação digital realizada pela Contratada deverá estar em conformidade com os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, previstos no artigo 37 da Constituição Federal.
- 1.2. A atuação da Contratada deverá prezar pela transparência, veracidade, respeito e ética em todas as interações digitais.
- 1.3. É vedado o uso da comunicação digital para fins que não estejam diretamente relacionados aos interesses institucionais do Contratante.

2. BOAS PRÁTICAS NA COMUNICAÇÃO DIGITAL

- 2.1. A produção e publicação de conteúdos digitais devem observar os seguintes critérios:
 - a) Precisão e fidedignidade das informações divulgadas;
 - b) Clareza, objetividade e acessibilidade da linguagem;
 - c) Atendimento às diretrizes de identidade visual institucional;
 - d) Respeito à legislação vigente sobre direitos autorais, proteção de dados pessoais (Lei nº 13.709/2018 – LGPD) e propriedade intelectual.
- 2.2. A Contratada deve atuar com diligência na moderação de conteúdos em canais digitais oficiais do Contratante, excluindo ou reportando, conforme o caso:
 - a) Comentários ou publicações ofensivas, discriminatórias ou ilegais;
 - b) Fake news, desinformação ou conteúdos difamatórios;
 - c) Propagação de discursos de ódio, violência ou preconceito de qualquer natureza;
 - d) Publicidade ou conteúdos comerciais não autorizados.

3. USO ADEQUADO DAS REDES SOCIAIS E PLATAFORMAS DIGITAIS

- 3.1. A Contratada deverá respeitar a identidade institucional do Contratante e evitar manifestações de cunho pessoal ou político-partidário em suas publicações e interações digitais.
- 3.2. O acesso a contas institucionais e sistemas digitais será restrito aos profissionais previamente autorizados, sendo vedado o compartilhamento indevido de credenciais de acesso.
- 3.3. Em caso de incidente de segurança da informação, a CONTRATADA deverá comunicar imediatamente ao CONTRATANTE, adotando as medidas cabíveis para mitigação de riscos.

4. RESPONSABILIDADES DA CONTRATADA

- 4.1. A Contratada deverá cumprir integralmente as diretrizes estabelecidas neste Termo e demais normativos aplicáveis à comunicação digital institucional.
- 4.2. A empresa assume a responsabilidade pelos atos praticados por sua equipe no âmbito da prestação dos serviços contratados, incluindo publicações, interações e moderação de conteúdo.
- 4.3. O descumprimento das disposições deste Termo poderá resultar em advertência, suspensão ou, conforme a gravidade, rescisão contratual, sem prejuízo das sanções legais aplicáveis.

5. VIGÊNCIA E DISPOSIÇÕES GERAIS

- 5.1. Este Termo entra em vigor na data de sua assinatura e permanecerá válido durante todo o período de execução contratual.
- 5.2. Qualquer alteração nas regras estabelecidas deverá ser formalizada por meio de termo aditivo, com anuência das partes.
- 5.3. Os casos omissos serão resolvidos com base na legislação vigente e nos princípios da administração pública.

Data: ____/____/____

CONTRATANTE:

Ministério do Turismo

[Nome e Cargo do Representante]

CONTRATADA:

[Nome da empresa]

[Nome e Cargo do Representante]

APÊNDICE VI

APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

1. FORMA DE APRESENTAÇÃO

1.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta de Preços:

- a) em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.2. A Proposta de Preços deverá ser elaborada conforme o modelo abaixo:

À Comissão de Contratação

Concorrência nº XX/2026 – Ministério do Turismo

Declaramos que, caso esta licitante venha a ser contratada pelo CONTRATANTE, como resultado da concorrência em epígrafe, aceitaremos e adotaremos, para a execução do contrato, os preços unitários constantes do Catálogo de Produtos e Serviços Essenciais, nas condições estabelecidas no Edital, No Termo de Referência e no Contrato.

Declaramos, ainda, que:

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

a.1) consideram-se incluídos os valores equivalentes à remuneração desses direitos, mencionados na alínea 'a', na remuneração dos produtos e serviços;

a.2) o CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar os direitos referidos na alínea 'a' durante a vigência do contrato a ser celebrado, e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus;

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

c) os preços estabelecidos para a execução dos Produtos e Serviços Essenciais observarão as condições previstas no Edital, no Termo de Referência e no Contrato, sem prejuízo das hipóteses de reajustamento e de restabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro previstas na legislação aplicável;

d) comprometemo-nos a envidar esforços para obter as melhores condições nas negociações comerciais junto aos fornecedores especializados eventualmente necessários à execução do objeto, transferindo ao CONTRATANTE as vantagens efetivamente obtidas, na forma prevista no Termo de Referência e no Contrato;

d.1) a CONTRATADA responsabilizar-se-á pelo pagamento integral dos fornecedores especializados eventualmente contratados para a execução do objeto, observados os procedimentos, condições e prazos estabelecidos no Termo de Referência e no Contrato;

e) manteremos, por nós, nossos empregados e prepostos, o sigilo sobre as informações a que tivermos acesso em decorrência da execução contratual, observadas as disposições do Edital, do Termo de Referência, do Contrato e da legislação aplicável;

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

g) esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital desta concorrência e seus anexos e terá validade de (.....) dias, contados da data de sua apresentação.

Por fim, informamos os seguintes dados:

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

Local e Data

Nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais

1.2.1. Não será aplicado percentual de desconto sobre os valores constantes do Catálogo de Produtos e Serviços Essenciais. Os preços aplicáveis à execução contratual serão aqueles estabelecidos no referido Catálogo, observadas as condições previstas no Edital, no Termo de Referência e no Contrato.

1.2.1.1. Nos preços unitários dos Produtos e Serviços Essenciais estão incluídos todos os custos diretos e indiretos necessários à plena execução do objeto, incluindo despesas com planejamento e apresentações; encargos sociais e trabalhistas; mão de obra; mobiliário; equipamentos; hardware; suprimentos em geral; acesso à internet por meio de banda larga (com e sem fio); microcomputadores; softwares; equipamentos para cobertura em foto e vídeo; ferramentas tecnológicas; tributos, impostos, taxas e seguros; e demais obrigações financeiras relacionadas à execução contratual, não sendo devido ressarcimento adicional referente a esses custos.

1.3. O prazo de validade desta Proposta de Preços **será de 90 (noventa) dias**, contados da data de sua apresentação.

1.3.1. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 1.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a **Comissão da Contratação** realizará com ela diligência, como forma de prorrogar o referido prazo.

1.4. Os preços unitários dos Produtos e Serviços Essenciais serão aqueles estabelecidos no Catálogo de Produtos e Serviços Essenciais, não sendo admitida a aplicação de percentual de desconto pelas licitantes, observado o critério de julgamento de melhor técnica e as demais condições estabelecidas no Edital, no Termo de Referência e no Contrato.

1.5. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas pela Comissão de Contratação quanto à sua conformidade com as condições estabelecidas no Edital e no Contrato, observado o critério de julgamento de melhor técnica.

1.5.1. A Proposta de Preços não constituirá fator de pontuação ou ponderação para fins de classificação das licitantes, cabendo à Comissão de Contratação verificar sua conformidade com os preços e demais condições previamente estabelecidos pela Administração.

1.6. Os invólucros contendo as Propostas de Preços das licitantes desclassificadas no julgamento das Propostas Técnicas permanecerão sob a guarda da **Comissão de Contratação**, observadas as condições estabelecidas neste Edital quanto à sua posterior devolução ou destinação.

1.7. A Comissão de Contratação verificará o correto preenchimento e a conformidade das Propostas de Preços com as condições e exigências estabelecidas no Edital e em seus anexos.

1.7.1. Eventuais erros ou falhas que não alterem a substância da proposta poderão ser objeto de saneamento ou diligência pela Comissão de Contratação, quando juridicamente admissível, observados os princípios da isonomia, da vinculação ao instrumento convocatório, do julgamento objetivo e as disposições da Lei nº 14.133/2021.

21. 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](#).

VENCESLAU BORLINA FILHO

Integrante Técnico



Assinou eletronicamente em 02/10/2026 às 11:40:17.

RENATA DE FARIA

Integrante Administrativo

Documento assinado digitalmente



RENATA DE FARIA

Data: 05/10/2026 08:57:31-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>