

Justificativa para não utilização do Instrumento de Medição de Resultado

A contratação de serviços especializados em tecnologia da informação, como cursos de treinamento e capacitação, exige análise criteriosa quanto à viabilidade e necessidade de adoção de Instrumentos de Medição de Resultados (IMR). Para o evento em questão, com carga horária de 26 horas e realizado no formato presencial, verificou-se que a utilização de um IMR não é apropriada pelas razões detalhadas a seguir.

1. O objeto da contratação é a inscrição de um curso de treinamento com o objetivo principal de explorar e otimizar a utilização da plataforma, além de apresentar as últimas novidades aos participantes. Esse tipo de serviço é classificado como atividade de transferência de conhecimento, cujo resultado esperado é intrínseco à entrega do conteúdo programático acordado.

2. A medição objetiva e quantificável de resultados em cursos de curta duração é limitada e subjetiva, sendo inviável determinar parâmetros mensuráveis de entrega que justifiquem a utilização de um IMR.

A verificação da qualidade do serviço ocorre por meio da validação do cumprimento da carga horária, entrega do material didático e participação dos treinandos.

3. O serviço não envolve um projeto de alta complexidade ou entrega de produtos tangíveis que necessitem de monitoramento contínuo. A simplicidade do objeto e o baixo risco operacional tornam desnecessária a adoção de um IMR.

4. A implementação de um IMR implicaria na definição de indicadores, elaboração de relatórios e acompanhamento de métricas, onerando o processo de contratação e reduzindo sua eficiência. Tal medida é desproporcional ao porte e natureza do serviço em questão. Diante do exposto, esta Equipe de Planejamento da Contratação julga não ser necessário a utilização de um Instrumento de Medição de Resultado Resultado – IMR para quantificar a qualidade do serviço.

André Felipe Calsavara
Presidente

Fernanda Vasconcelos Amaral
Integrante Técnico

Rubens Junqueira
Integrante administrativo