

Brasília, 14 de julho de 2026.

**PLANO DE TRABALHO DO 2º TERMO ADITIVO DO TERMO DE EXECUÇÃO DESCENTRALIZADA
01/2024**

1. DADOS CADASTRAIS DA UNIDADE DESCENTRALIZADORA

a. Unidade Descentralizadora e Responsável

Nome do órgão ou entidade descentralizador(a): HU BRASIL, RAZÃO SOCIAL EMPRESA BRASILEIRA DE SERVIÇOS HOSPITALARES.

Nome da autoridade competente: ADEMAR ARTHUR CHIORO DOS REIS

Matrícula: 1373384

Nome da Unidade Responsável pelo acompanhamento da execução do objeto do TED: Gerência-Executiva de Comunicação Social

b. UG SIAFI

UG 155007 - HU BRASIL - SEDE

Gestão: 26443

2. DADOS CADASTRAIS DA UNIDADE DESCENTRALIZADA

a. Unidade Descentralizada e Responsável

Nome do órgão ou entidade descentralizada: FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE

Nome da autoridade competente: ANDRÉ MAURÍCIO CONCEIÇÃO DE SOUZA

Matrícula: 6425984

Nome da Secretaria/Departamento/Unidade Responsável pela execução do objeto do TED: Fundação Universidade Federal de Sergipe (UFS).

b. UG SIAFI

UG que receberá o crédito: 154050 - 154050 - Fundação Universidade Federal de Sergipe

UG responsável pela execução do objeto do TED: 154050 - Fundação Universidade Federal de Sergipe

3. OBJETO:

Termo de Execução Descentralizada celebrado entre a Rede HU Brasil e a Universidade Federal de Sergipe para oferecer suporte à Gestão, Produção e Monitoramento em Comunicação com vistas a consolidar o novo Modelo de Gestão da Comunicação da HU Brasil, que consiste em: 1) produzir diagnósticos e prospectar soluções auxiliares de gestão da comunicação organizacional para fins de planejamento, monitoramento da produção e aperfeiçoamento dos processos; 2) viabilizar soluções para atender as áreas críticas, permitida a subdescentralização, com foco em a) gestão estratégica em comunicação digital: pesquisa de imagem institucional, planejamento estratégico, relatório de comunicação em propriedade digital e suas respectivas redes; b) gestão de processos editoriais: plataforma de gestão da comunicação; c) produção: moderação e conteúdo das redes sociais, conteúdos para redes sociais e mídias digitais, captação e transmissão de evento

ao vivo para plataformas de redes sociais e mídias digitais, infográfico, e-mail marketing, banner, diagramação / editoração de publicações impressas, conteúdo e design para apresentação, áudio release, vídeo animação, vídeo depoimento, animação, vinheta, edição áudio release, revisão de texto em língua portuguesa, pesquisa de imagem institucional; 3) implementar ações formativas com vistas a melhorar a preparação e a atualização de discentes e profissionais em comunicação e tecnologia para atuar na área de saúde.

4. DESCRIÇÃO DAS AÇÕES E METAS A SEREM DESENVOLVIDAS NO ÂMBITO DO TED:

A Unidade Descentralizada deverá prestar serviços de acordo com as ações previstas neste Plano de Trabalho, nas áreas de gestão, produção e monitoramento da Comunicação, em duas áreas específicas, Comunicação Digital e Comunicação Institucional, alinhados aos pilares e objetivos estratégicos da empresa, conforme descritas a seguir.

4.1 - Ações de Gestão

- a) Suporte à gestão na área de Comunicação, a fim de levantar, desenvolver e testar modelos de gestão e indicadores de performance editorial que auxiliem a tomada de decisão nas ações de comunicação;
- b) Identificar, selecionar e contratar produtos e serviços que atendam às necessidades de implementação do novo Modelo de Gestão da Comunicação da HU Brasil, em especial, as áreas críticas em comunicação, detectadas pela empresa;
- c) Acompanhar a apresentação de demandas pela HU Brasil e as entregas dos prestadores, auxiliando no controle da efetividade dos contratos quanto à qualidade, aos prazos e ao alinhamento às diretrizes estratégicas da HU Brasil, sem prejuízo da competência da HU Brasil para a validação final das entregas;
- d) Auxílio no monitoramento de ações.

4.2 - Ações de Produção

- a) Viabilizar, por meio dos prestadores contratados, a produção de produtos em Comunicação Digital, a fim de cobrir áreas críticas identificadas pela empresa em seus processos de avaliação internos assim como as necessidades de implementação do novo modelo de Comunicação da HU Brasil;
- b) Viabilizar, por meio dos prestadores contratados, a produção de produtos em Comunicação Institucional, a fim de cobrir áreas críticas identificadas pela empresa em seus processos de avaliação internos assim como as necessidades de implementação do novo modelo de Comunicação da HU Brasil;
- c) Gerenciar o fluxo de demandas de produtos Digitais e Institucionais apresentadas pela HU Brasil junto aos prestadores de serviços das diferentes áreas, assim como certificar a adequação das entregas contratadas;
- d) Oferecer um protótipo de Plataforma de Gestão da Comunicação, conforme necessidade da Empresa, para gerenciamento, produção e monitoramento da produção de conteúdos da Gerência-Executiva de Comunicação Social.

4.3 - Ações de Monitoramento

- a) Acompanhar a adequação das demandas e das entregas às especificações técnicas dos produtos objeto de contratação em Comunicação Digital e Comunicação Institucional, subsidiando a avaliação final a ser realizada pela HU Brasil;
- b) Gerar indicadores de performance editorial para proporcionar à HU Brasil autoavaliar-se em relação às diretrizes estratégicas da empresa.

4.4 - Validação das Entregas

- a) A aceitação definitiva dos produtos compete exclusivamente à HU Brasil, a quem cabe a validação final das entregas realizadas no âmbito do TED.

5. PRODUTOS, ESPECIFICAÇÕES E ESTIMATIVA DE QUANTITATIVOS

5.1 - Produção de diagnósticos e prospecção de soluções em gestão da comunicação

Produção de diagnósticos e prospecção de soluções em gestão da comunicação, voltadas à auxiliar, qualificar, mensurar resultados e gerar inovação a fim de consolidar o novo modelo de gestão da comunicação da HU Brasil. Os fundamentos e princípios operados para produção de diagnósticos e soluções devem ser compartilhados em ações transversais de formação e qualificação, com foco em gestão editorial, comunicação, tecnologia e saúde, para discentes de comunicação da UFS e profissionais de comunicação;

Entregas:

- Relatório Anual com diagnóstico e soluções em gestão da comunicação, com base em indicadores que mensurem resultados;
- Matriz de Indicadores para avaliação de performance editorial (piloto);
- Plataforma de gestão da comunicação (piloto), com modelo de negócio sustentável, definição de requisitos operacionais, monitoramento de performance editorial, suporte de IA, hospedagem, manutenção e integração com plataformas conexas;
- Disciplina optativa com discentes de comunicação da UFS, com foco em gestão editorial, comunicação, tecnologia e saúde;
- Seminário aberto para estudantes e profissionais, com foco em gestão editorial, comunicação, tecnologia e saúde.

Prazo de Entrega:

Anual

Valor:

R\$ 2.059,849,51 (dois milhões, cinquenta e nove mil, oitocentos e quarenta e nove reais e cinquenta e um centavos)

5.2 - Produtos de Comunicação Digital e Comunicação Institucional

Descritivo:

Pesquisa, especificação, mensuração, seleção e contratação de serviços e produtos alinhados às necessidades de consolidação do novo modelo de gestão da comunicação da HU Brasil, incluindo os custos operacionais, a fim de ampliar a capacidade de produção de conteúdos, melhorar áreas críticas e potencializar os resultados de comunicação, alinhados os pilares e objetivos estratégicos da empresa.

Entregas:

- Especificação técnica de produtos e serviços, com definição de quantitativo, valores e grau de complexidade em Comunicação Digital (Ver Apêndice I - SEI nº 62580652).
- Especificação técnica de produtos e serviços, com definição de quantitativo, valores e grau de complexidade em Comunicação Institucional (Ver Apêndice II - SEI nº 62580705)
- Produtos e serviços, nos termos especificados nos Apêndices I e II;
- Relatórios de controle, acompanhamento, análise, validação e fiscalização da execução dos produtos e serviços contidos nos Apêndices I e II;

Prazo de Entrega:

Anual

Valor:

R\$ 3.872.907,53 (três milhões, oitocentos e setenta e dois mil, novecentos e sete reais e cinquenta e três centavos).

As especificações dos produtos constam nos anexos:

Apêndice I - Comunicação Digital (SEI nº 62580652)

Apêndice II - Comunicação Institucional (SEI nº 62580705)

5.3 O valor do TED considera os valores referidos nos itens 5.1 e 5.2. No entanto, na somatória dos produtos descritos nas novas versões dos Apêndices I e II, restou saldo que, ao tempo da celebração deste ajuste, ainda não se encontra vinculado a produtos e metas específicos. O referido saldo somente poderá ser executado após o detalhamento de sua destinação, com a correspondente indicação de produtos e metas, mediante prévia aprovação das unidades descentralizadora e descentralizada, a ser formalizada por termo de apostilamento, nos exatos termos do art. 15, § 2º, do Decreto n.º 10.426/2020.

6. JUSTIFICATIVA E MOTIVAÇÃO PARA CELEBRAÇÃO DO TED:

A HU Brasil, vinculada ao Ministério da Educação (MEC), é uma empresa pública que tem como finalidade a prestação de serviços gratuitos de assistência médico-hospitalar, ambulatorial e de apoio diagnóstico e terapêutico à comunidade, assim como a prestação às instituições públicas federais de ensino ou instituições congêneres de serviços de apoio ao ensino, à pesquisa e à extensão, ao ensino-aprendizagem e à formação de pessoas no campo da saúde pública.

A HU Brasil, maior rede hospitalar do Brasil, é responsável pela gestão de 47 Hospitais Universitários Federais (HUFs), em diferentes estados do país, prestando serviços de assistência à saúde integral e exclusivamente no âmbito do Sistema Único de Saúde (SUS), atendendo as orientações da Política Nacional de Saúde (PNS), de responsabilidade do Ministério da Saúde (MS).

Sua visão é ser referência nacional no ensino, na pesquisa, na extensão e na inovação no campo da saúde, na assistência pública humanizada e de qualidade em média e alta complexidade, e na gestão hospitalar, atuando de forma integrada com a universidade e contribuindo para o desenvolvimento de políticas de saúde.

São competências institucionais da Rede HU Brasil, de acordo com o art. 4º da Lei nº 12.550, de 15 de dezembro de 2011:

I. Administrar unidades hospitalares, bem como prestar serviços de assistência médico-hospitalar, ambulatorial e de apoio diagnóstico e terapêutico à comunidade, no âmbito do SUS;

II. Prestar às instituições federais de ensino superior e a outras instituições congêneres serviços de apoio ao ensino, à pesquisa e à extensão, ao ensino-aprendizagem e à formação de pessoas no campo da saúde pública, mediante as condições que forem fixadas em seu estatuto social;

III. Apoiar a execução de planos de ensino e pesquisa de instituições federais de ensino superior e de outras instituições congêneres, cuja vinculação com o campo da saúde pública ou com outros aspectos da sua atividade torne necessária essa cooperação, em especial na implementação das residências médica, multiprofissional e em área profissional da saúde, nas especialidades e regiões estratégicas para o SUS;

IV. Prestar serviços de apoio à geração do conhecimento em pesquisas básicas, clínicas e aplicadas nos hospitais universitários federais e a outras instituições congêneres;

V. Prestar serviços de apoio ao processo de gestão dos hospitais universitários e federais e a outras instituições congêneres, com implementação de sistema de gestão único com geração de indicadores quantitativos e qualitativos para o estabelecimento de metas; e

V. Exercer outras atividades inerentes às suas finalidades, nos termos do seu estatuto social.

Com o objetivo de cumprir seu papel e de oferecer serviços cada vez mais qualificados, a estrutura organizacional da HU Brasil foi reformulada nos últimos anos, considerando os novos desafios estratégicos da instituição. Diante da necessidade de reposicionamento da empresa alinhada à implementação da estratégia organizacional, verificou-se a necessidade de fortalecimento do papel da administração central na coordenação da rede, mais especificamente, em relação às atividades relacionadas à Comunicação Social.

Foi percebido, empiricamente, que o modelo utilizado, até pouco tempo atrás, aliado à falta de pessoal e ao excesso de trabalho, trazia prejuízos institucionais como a não divulgação de parte dos assuntos, atuação reativa e pouco proativa, divulgação pouco atrativa em grande parte dos casos e prejuízos à imagem, além comprometer a coordenação da rede de comunicadores da empresa pela Gerência-Executiva de Comunicação Social (GECS) na administração central.

Com a finalidade de melhor avaliar a situação, realizou-se um diagnóstico sistêmico, que levou em consideração o levantamento de processos realizados pelas equipes de comunicação na Rede HU Brasil, constantes ou não do Regimento Interno, bem como o inventário sobre o quantitativo de atividades

realizadas por hospital, ações de benchmarking, além de estudos de possíveis soluções para os problemas elencados.

Os dados deste estudo corroboraram a experiência prática, apontando que, desde o início da atuação da HU Brasil nos hospitais, com a assinatura de gestão com as universidades, o modelo de comunicação estabelecido no organograma da administração central e dos hospitais universitários federais vinculados apresentava problemas de gestão, como: falta de organização da estrutura para atuação em rede e produção de conteúdo; déficit de produtos de comunicação nos hospitais (vídeos, matérias, cards e outros); pouca ou nenhuma atuação nas redes sociais.

Outro problema levantado foi o déficit de horas trabalhadas. Caso um comunicador fosse atuar em todas as demandas necessárias e básicas para uma boa comunicação em uma unidade hospitalar, ou seja, relacionamento com a imprensa, vídeos, redes sociais, matérias para o site e intranet, eventos e produção de peças gráficas, a demanda média seria de 187 horas mensais, enquanto a carga horária média dos profissionais de comunicação é de 117 horas mensais (média ponderada).

A falta de pessoal para uma rede do tamanho da HU Brasil, em comparação com outras instituições similares, e o fato de os hospitais não contarem localmente com ao menos um profissional de cada especialidade (jornalista, relações públicas e publicitário) foi outro fator preponderante nos problemas registrados.

O modelo de comunicação anteriormente adotado contribui negativamente na gestão da produção, pela dificuldade de atuar em rede, acompanhar ações, coordenar campanhas nacionais, monitorar problemas e dificuldades e dar suporte e ferramentas aos hospitais para execução das atividades estratégicas.

Dentro desse cenário, surgiu o novo modelo de gestão da comunicação da HU Brasil, passando de um modelo descentralizado para um unificado, com foco na eficiência, especialização, ampliação da quantidade de produtos, mitigação de problemas judiciais, economia de pessoal pela atuação em núcleos, ganhos de gestão, reconhecimento profissional e uso da análise de dados para a tomada de decisão.

Para implementar o novo modelo de gestão, já foram concebidas duas etapas. Consistiram de inicialmente:

- a) fazer a transição do modelo antigo para o novo; e
- b) implementar as primeiras medidas estruturantes do novo projeto, por meio de um conjunto de ações.

Em relação às pessoas, foi realizada a aglutinação dos profissionais de acordo com o cargo que ocupam, suas atribuições específicas e competências regimentais da área de atuação. Esses profissionais atuam como especialistas de determinadas atividades, potencializando suas qualidades, e não mais como generalistas da comunicação.

No que se refere aos processos, foi executada a reestruturação do organograma da Comunicação Social, revisão dos fluxos de trabalho, redefinição de competências regimentais e atribuições profissionais, de acordo com os cargos e as atividades realizadas

Passado um ano da implementação do novo modelo, diversos avanços foram notados na produção de matérias, realização de eventos, atendimento à imprensa, projetos estratégicos e coordenação da Rede.

Entretanto, para aprofundar a implementação do modelo, propõe-se a implementação de uma fase três, cujo objetivo é incorporar para a área da Comunicação os mesmos princípios norteadores de sua visão corporativa, a saber, a articulação com o ensino, a pesquisa e a extensão, para buscar maior integração com as universidades, a fim de potencializar os esforços na área de comunicação na promoção das políticas públicas de saúde.

É este o contexto que motiva a presente proposta: como consolidar o processo de reestruturação e inserir nele tanto as áreas críticas já detectadas em relação às necessidades da empresa quanto novos olhares e inovações que venham a potencializar ainda mais os resultados esperados com o novo modelo de gestão?

O escopo da contratação proposta é aprofundar o olhar estratégico sobre a comunicação da empresa e cobrir as deficiências operacionais já identificadas. Para isso, requer a construção de indicadores de performance editorial, que oriente processos de planejamento e avaliação internos, assim como a proposição e a operacionalização de experiências que aperfeiçoem os processos de produção, ofereçam soluções e prospectem alternativas, especialmente, as voltadas para as áreas críticas detectadas, a fim de avaliar posterior incorporação regular ao novo modelo de gestão da comunicação da empresa.

No âmbito estratégico, a demanda visa buscar soluções de gestão editorial inovadoras, que permitam a Comunicação Organizacional da HU Brasil aprofundar as transformações já iniciadas, tanto no que diz respeito aos processos de tomada de decisão baseado em dados quanto no aprimoramento dos processos de produção que atendam às complexas necessidades de comunicação da rede.

No âmbito dos processos, é possível analisar alternativas, testar soluções e propor processos viáveis e sustentáveis, especialmente nas áreas de audiovisual e redes sociais, que tornem possível à HU Brasil manter as ações de comunicação institucional adequadamente dimensionadas às suas necessidades. Disto decorre a necessidade de mapear processos que precisam ser regulares e contínuos, e outros, flexíveis e implementados conforme a demanda.

No cenário de atuação da empresa, presente em praticamente todos os estados do país, a comunicação tem

papel fundamental, sendo estratégica para a atuação em rede, bem como para os hospitais, o que é primordial para gerir a relação entre as equipes médicas, assistenciais e administrativas. Crises e ações estratégicas dos hospitais tais como a paralisação de serviços, mudanças na unidade hospitalar, vida funcional do empregado ou superlotação, carecem de comunicação audiovisual ágil e assertiva para o público interno e externo, algo pouco existente na Rede pela falta de ferramentas e pessoal.

Além disso, o atendimento ao público, comumente repleto de discussões objetivas e protocolares, também demanda uma boa comunicação hospitalar. Outro ponto importante, em que é fundamental contar com estratégias de comunicação assertivas, é a divulgação de informações e campanhas que visem informar, estimular e orientar a população, buscando conscientizar e mobilizar a coletividade para a adoção de práticas e comportamentos saudáveis.

Nesse sentido, as ações de comunicação são ferramentas de grande importância na divulgação dos interesses coletivos, agregando novos meios de comunicação e acessibilidade dos trabalhos desenvolvidos pela Rede HU Brasil. Por outro lado, a comunicação ineficaz na área da saúde pode resultar em perda de qualidade dos serviços prestados à população, seguido de muitas reclamações, conflitos por parte dos usuários e trabalhadores. Além disso, prejudica na disseminação de informações e campanhas relevantes para a promoção da saúde.

Ainda nesse contexto, a comunicação precisa ser rápida e atual, principalmente no caso de uma empresa da área da saúde, em que esse fator impacta diretamente na qualidade do atendimento e também nos objetivos e metas a serem alcançados. Deste modo, a comunicação digital, por ser dinâmica e por dispor de um formato que permite a rápida programação, é um mecanismo positivo para exibição e atualização de mídias.

De fato, é impossível pensar em saúde coletiva sem um serviço eficiente de comunicação, notadamente de comunicação digital. Hoje, cada vez mais, as estratégias de comunicação tradicionais passam a utilizar plataformas e tecnologias digitais para atender aos objetivos de comunicação, tornando-a mais completa e eficaz. Além disso, a utilização da comunicação digital é fundamental na promoção da comunicação de utilidade pública, por meio da qual são disseminadas informações relevantes sobre saúde para a população.

Nesse sentido, a HU Brasil celebrou Termo de Execução Descentralizada com a Universidade Federal de Sergipe (UFS), uma das principais instituições de ensino superior do estado de Sergipe e do Nordeste, destacando-se pela qualidade de seu ensino, pesquisa e extensão, reconhecido com conceito máximo (5) na avaliação de Recredenciamento Institucional realizada pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), do Ministério da Educação (MEC). Fundada em 1968, a UFS tem desempenhado um papel fundamental na formação acadêmica e profissional da região, oferecendo uma ampla gama de cursos de graduação e pós-graduação em diversas áreas do conhecimento.

Na área de Comunicação, a UFS oferta três cursos de graduação, Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Cinema e Audiovisual, e os cursos de Mestrado (desde 2012) e Doutorado (início previsto para 2026), por meio do Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Em ambos os níveis, tem feito o esforço de produzir atividades de ensino, pesquisa e extensão, que gerem impactos nas mais diversas áreas, a fim de converter sua expertise acadêmica em intervenções qualificadas que mudem a vida das pessoas, das organizações e da sociedade.

A parceria com a Universidade Federal de Sergipe (UFS) incorpora uma perspectiva estratégica que agrega valor aos esforços da HU Brasil para consolidar seu Modelo de Comunicação, bem como para adequar seus objetos e ações às transformações ocorridas ao longo do período de implementação.

Destaca-se, ainda, a expertise prática oferecida pela instituição de ensino, incluindo a atuação de sua Fundação de Apoio à Pesquisa e Extensão de Sergipe – Fapese, materializada no trabalho desenvolvido por docentes e discentes na análise dos veículos de comunicação da HU Brasil, incluindo o acompanhamento de indicadores e métricas relacionados aos produtos e canais de comunicação, em alinhamento com a estratégia institucional de longo prazo.

A incorporação dessa dimensão estratégica amplia significativamente as possibilidades de contribuição da Universidade, ao proporcionar um olhar crítico, analítico e propositivo sobre as práticas comunicacionais da HU Brasil. Dessa forma, favorece-se a identificação de novas alternativas e oportunidades de aprimoramento, fortalecendo o processo contínuo de qualificação da comunicação institucional.

7. SUBDESCENTRALIZAÇÃO

A Unidade Descentralizadora autoriza a descentralização para outro órgão ou entidade da administração pública federal?

☒ (X) Sim

☐ () Não

A autorização para subdescentralização é justificada nos termos do parágrafo primeiro do art. 16 do DECRETO Nº 10.426, DE 16 DE JULHO DE 2020, e se optada pela descentralizada deverá respeitar a legislação vigente.

8. FORMAS POSSÍVEIS DE EXECUÇÃO DOS CRÉDITOS ORÇAMENTÁRIOS:

A forma de execução dos créditos orçamentários descentralizados poderá ser:

() Direta, por meio da utilização capacidade organizacional da Unidade Descentralizada.

() Contratação de particulares, observadas as normas para contratos da administração pública

(X) Descentralizada, por meio da celebração de convênios, acordos, ajustes ou outros instrumentos congêneres, com entes federativos, entidades privadas sem fins lucrativos, organismos internacionais ou fundações de apoio regidas pela Lei nº 8.958, de 20 de dezembro de 1994.

9. CUSTOS INDIRETOS (ART. 8, §2º)

A Unidade Descentralizadora autoriza a realização de despesas com custos operacionais necessários à consecução do objeto do TED?

(X) Sim

() Não

O pagamento será destinado aos seguintes custos indiretos, até o limite de 20% do valor global pactuado:

1. Natureza de Despesa 33.90.39 - Outros serviços de terceiros: consultoria técnica, contábil e jurídica; custos administrativos e operacionais - FAPese

10. CRONOGRAMA DE DESEMBOLSO

REPASSE	MÊS/ANO	VALOR	OBSERVAÇÃO
Parcela 1	Mês 1 - Ano I	R\$ 1.483.189,26	Valor descentralizado em dezembro/2024
Parcela 2	outubro/2026	R\$ 2.966.378,52	Repasse condicionado ao início da entrega de produtos.
Parcela 3	abril/2027	R\$ 1.483.189,26	Repasse condicionado à continuidade da entrega de produtos.

11. PLANO DE APLICAÇÃO CONSOLIDADO - PAD

CÓDIGO DA NATUREZA DA DESPESA	CUSTO INDIRETO	VALOR PREVISTO
33.90.39 - OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JURIDICA	Não	R\$ 4.746.205,632
33.90.39 - OUTROS SERVICOS DE TERCEIROS - PESSOA JURIDICA	Sim	R\$ 1.186.551,408

12. PROPOSIÇÃO

(assinado eletronicamente)
André Maurício Conceição de Souza
Reitor da UFS

13. APROVAÇÃO

(assinado eletronicamente)
Odete Carmen Gialdi
Diretora de Administração e Infraestrutura

(assinado eletronicamente)
Ademar Arthur Chioro dos Reis
Presidente da HU Brasil



Documento assinado eletronicamente por **André Maurício Conceição de Souza, Usuário Externo**, em 16/07/2026, às 09:26, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, caput, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Odete Carmen Gialdi, Diretor(a)**, em 22/07/2026, às 17:50, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, caput, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ebserh.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **62869265** e o código CRC **31D11B15**.

Anexo - SEI

Assunto: **Apêndice II - Comunicação Institucional**

1 - Produtos Essenciais

1.1 Conteúdo Editorial

1.1.1 Diagramação/Editoração de Publicações Impressas

Descritivo:

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Fidelidade da diagramação ao projeto gráfico;
- c) Adequação do conteúdo à proposta de trabalho descrita no briefing.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- a) Quantidade de páginas;
- b) Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa: Até 50 páginas. Prazo de entrega: Até 10 dias corridos;

Média: De 51 a 100 páginas. Prazo de entrega: Até 20 dias corridos;

Alta: De 101 até 200 páginas. Prazo de entrega: Até 30 dias corridos.

Complexidade	Quantidade	Valor unitário R\$ por faixa de complexidade	Valor total R\$ por faixa de complexidade (teto)
Baixa	60	R\$ 953,70	R\$ 57.221,98
Média	24	R\$ 1.698,42	R\$ 40.762,11
Alta	10	R\$2.616,98	R\$ 26.169,75
Valor Total - Diagramação e Editoração de Publicações			R\$ 124.153,84

1.1.2 Conteúdo e Design para Apresentação

Descritivo:

Elaboração de conteúdo para apresentação em reunião, seminário, evento, audiência etc., podendo conter elementos gráficos, tais como: imagens, infográficos e outros.

Entregas:

Apresentação de conteúdo para apresentação em formato digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Observância das normas de correção ortográfica e a legislação;
- c) Observância da aplicação correta de marcas, contempladas as orientações da HU Brasil;
- d) Qualidade estética e pertinência ao tema;
- e) Utilização correta das informações.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- a) Tipo de texto e conteúdo;
- b) Animação dos slides;
- c) Quantidades de slides elaboradas;
- d) Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	Formulado a partir de informações repassadas pela CONTRATANTE. Até 10 slides produzidos. Elementos gráficos estáticos. Prazo de entrega: Até 2 dias corridos.
Média	Formulado a partir de informações repassadas pela CONTRATANTE. Até 30 slides produzidos. Elementos gráficos estáticos. Prazo de entrega: Até 5 dias úteis corridos. Com pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos.
Alta	Formulado a partir de informações repassadas pela CONTRATANTE Até 50 slides produzidos. Elementos gráficos animados. Prazo de entrega: Até 7 dias úteis corridos. Com pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos.

Complexidade	Quantidade/ano	Valor unitário R\$ por faixa de complexidade	Valor total R\$ por faixa de complexidade (teto)
Baixa	24	R\$ 455,00	R\$ 10.920,05
Média	24	R\$ 842,56	R\$ 20.221,47
Alta	24	R\$1.381,15	R\$ 33.147,71
Valor Total - Conteúdo e Design para Apresentação			R\$ 64.289,23

1.1.3 Revisão de Texto em Língua Portuguesa

Descritivo:

Revisão de textos jornalísticos ou institucionais direcionados ao público externo, bem como relatórios e outros documentos governamentais, livros, websites, publicações de entidades setoriais e outros conteúdos e publicações impressos ou eletrônicos.

Entregas:

Texto revisado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Tempestividade no atendimento e na resposta às necessidades e/ou problemática apresentada pela CONTRATANTE;
- c) Qualidade dos textos quanto à ortografia e a legislação.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- a) Prazo de Entrega;
- b) Quantidade de laudas. Considera-se lauda, conforme normas da ABNT, a saber:
 - Margem superior: 3,0 cm;
 - Margem inferior: 2,0 cm;
 - Margem direita: 2,0 cm;
 - Margem esquerda: 3,0 cm;
 - Espaçamento das linhas: 1½;
 - Tamanho de letra: 12;
 - SEI/SEDE - 39174245 - Plano de Trabalho - SEI;
 - Tipo de letra: Times New Roman;
 - Formato de papel: A4.

Complexidade:

- Baixa: Até 10 laudas. Prazo de entrega: Até 1 dia;
- Média: De 11 a 30 laudas. Prazo de entrega: Até 2 dias corridos;
- Alta: De 31 a 100 laudas. Prazo de entrega: Até 7 dias corridos.

Complexidade	Quantidade/ano	Valor unitário R\$ por faixa de complexidade	Valor total R\$ por faixa de complexidade (teto)
Baixa	78	R\$ 264,07	R\$ 20.597,63
Média	36	R\$ 434,10	R\$ 15.627,75
Alta	12	R\$1.142,73	R\$ 13.712,76
Valor Total - Revisão de Texto em Língua Portuguesa			R\$ 49.938,14

1.1.4 Criação e produção de assinatura visual

Descritivo:

Elaboração de assinatura visual para marcas, ações e campanhas, podendo ser composta por símbolo visual, logotipo, ou ambos, considerando ainda propostas de aplicação em conteúdo para mídias sociais, material impresso, apresentações, vídeos etc., nas versões colorida, em tons de cinza, preto e branco e negativa. Entende-se por assinatura visual a reunião do logotipo (a identificação da ação ou do evento feita por letras, conforme o nome sugerido, escrito por extenso, ou por meio de siglas, de forma estilizada) com o símbolo visual (o desenho ou a ilustração usada para identificar a ação ou o evento).

Entrega:

Assinatura visual acompanhada de manual de identidade visual com aplicações coloridas, preto e branco, tons de cinza e negativa, de acordo com solicitação da demandante. Arquivos na versão finalizada e editável.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Tempestividade no atendimento e na resposta às necessidades e/ou problemática apresentada pela CONTRATANTE;
- c) Criatividade e Originalidade da assinatura visual;
- d) Viabilidade e versatilidade de aplicações.

Complexidade:

Não se aplica

Prazo de Entrega:

7 Dias úteis

Item	Quantidade / ano	Valor unitário R\$	Valor total R\$ por item
Marca	20	R\$ 930,902	R\$ 18.618,04

1.2 Conteúdo Audiovisual

1.2.1 Vídeo

- a) Videoreportagem: Produção/edição de reportagem em vídeo com até duas fontes e dois personagens, a partir de briefing, pauta e roteiro previamente aprovados pela HU Brasil. O vídeo deve ser transcrito e legendado no idioma português. O custo deve prever a equipe e os equipamentos necessários para a produção do vídeo, incluindo locução em OFF, com ou sem repórter, produção, captação, edição, trilha e, quando necessário, pesquisa de imagem de arquivo para cobertura (repórter, equipe técnica, diretor de fotografia, assistente de câmera/eletricista/áudio, produtor e pesquisador), equipamentos digitais, pós-produção (arte, edição e sonorização), locutor standard e trilha branca. Duração de até 5 minutos. Entregas: Arquivo de texto contendo a pauta e o roteiro de edição finalizado; Arquivo de vídeo em alta resolução (Full HD) para uso em TV e internet; e Cópia de termo de cessão de direitos autorais e de uso de imagem, ou vídeo de autorização equivalente, de personagens e profissionais envolvidos, em arquivo digitalizado;
- b) Animação: Produção de vídeo com utilização de técnica de animação (ilustrações, desenhos e/ou ícones e elementos plásticos afins), a partir de briefing e de roteiro previamente aprovado pela HU Brasil. O vídeo deve ser legendado e narrado no idioma português. O custo deve prever a equipe e os equipamentos necessários para a produção do vídeo, incluindo edição, letterings e trilha (direção de edição, editor, diretor de arte e sonorização). A duração do vídeo deve ser de até 2 minutos. Entregas: Arquivo de vídeo em alta resolução (Full HD), para uso em TV e internet;
- c) Depoimento: Vídeo de captação de até 2 depoimentos com duração individual de até 1 minuto sobre tema específico. Elaborado a partir de briefing e pauta previamente aprovado. A edição do material bruto é feita a partir de um roteiro aprovado pela HU Brasil. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral em arquivo de texto ou vídeo, a ser apresentado pela contratada. O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo. Entregas: Arquivo de vídeo em alta resolução (Full HD), para uso em TV e internet; e Cópia de termo de cessão de direitos autorais e de uso de imagem, ou vídeo de autorização equivalente, de personagens e profissionais envolvidos, em arquivo digitalizado;

- d) Vinheta em vídeo: Criação de vinheta em vídeo com mensagem simples, de curta duração, para utilização em ambientes digitais. A vinheta pode conter texto, imagem, áudio, arte gráfica, animação, conforme solução escolhida para atendimento ao briefing. Alta resolução (HD) para uso em TV e internet ou em formato de áudio, conforme a

solução aprovada pela contratante. Entrega: Arquivo de vídeo em alta resolução (Full HD) para uso em TV e internet;

e) Vinheta em áudio: Criação de vinheta de áudio com mensagem simples, curta e objetiva, para utilização em ambientes digitais sonoros. A vinheta pode conter locução, trilhas musicais e efeitos sonoros, conforme solução escolhida para atendimento ao briefing. Deve ser produzida em formato de áudio, conforme a solução aprovada. Entrega: Arquivo de áudio estéreo, com taxa de bits igual ou superior a 320 Kbps, e taxa de amostragem igual ou superior a 44,1 kHz.

f) Captação e registro audiovisual para fins de banco de imagens: Serviço de filmagem e gravação de eventos e demais ações que demandem registro por parte da HU Brasil, com captura de imagens e áudio, incluindo depoimentos, para fins de constituição de banco de imagens, com pelo menos duas câmeras mirrorless, na resolução situada na faixa de FullHD e até 4k, e microfones de alta fidelidade, livres de ruídos. O custo deve prever a equipe e os equipamentos necessários para a produção do vídeo, por diária de 6h. Entrega: Material bruto captado, com acesso aos seus arquivos mediante links de acesso ao mesmo em plataformas de armazenamento de conteúdo na nuvem – por parte da contratada, com validade de acesso durante a vigência e até 60 dias após o fim do contrato; e Cópia dos termos de cessão de direitos autorais e de uso de imagem, ou vídeo de autorização equivalente, de personagens e profissionais envolvidos, em arquivo digitalizado;

g) Edição: Edição de material bruto com finalização, recursos de cortes e transições, lower third, trilha sonora de livre uso, inserção cartelas e lettering, animados e estáticos, e das marcas oficiais da HU Brasil, pronto para ser inserido em qualquer plataforma informada pela contratante. Duração de até 5 minutos. Entrega: Arquivo de vídeo em alta resolução (Full HD) para uso em TV e internet.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Qualidade técnica e editorial da produção audiovisual em relação ao briefing e aos roteiros aprovados.

Prazo de entrega:

- a) Videorreportagem: em até 3 dias corridos;
- b) Animação: em até 5 dias corridos;
- c) Depoimento: em até 2 dias corridos;
- d) Vinheta em vídeo: em até 5 dias corridos;
- e) Vinheta em áudio: em até 3 dias corridos;
- f) Captação e registro audiovisual para fins de banco de imagens: em até 2 dias;
- g) Edição: em até 1 dia corrido.

Item	Quantidade / ano	Valor unitário R\$	Valor total R\$ por item
a) Videorreportagem:	70	R\$ 8.669,74	R\$ 606.881,61
b) Animação	24	R\$ 5.345,09	R\$ 128.282,10
c) Depoimento	50	R\$ 3.778,70	R\$ 188.935,11
d) Vinheta em vídeo	20	R\$ 405,61	R\$ 8.112,15
e) Vinheta em áudio	10	R\$ 378, 06	R\$ 3.780,60
f) Captação e registro audiovisual para fins de banco de imagens	24	R\$ 2.450,74	R\$ 58.817,81
g) Edição	150	R\$ 904,30	R\$ 135.645,72

1.2.2 Áudio Release

Captação e edição de áudio, com ou sem entrevista, a partir de briefing e pauta previamente aprovados. Recursos de cortes e transições, com trilha sonora de livre uso. O áudio poderá ser disponibilizado na internet ou enviado para emissoras de rádio. O custo deve prever repórter/narrador, equipe técnica e ferramenta de distribuição.

Entregas:

Arquivo de áudio editado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Qualidade técnica e editorial em relação ao briefing.

Características consideradas na classificação da complexidade:

Baixa: Duração de até 5 minutos, sem sonora. Prazo de entrega de até 1 dia. Média: de até 5 minutos, com uma sonora. Prazo de entrega de até 1 dia.

Alta: de 6 a 10 minutos, com duas sonoras. Prazo de entrega de até 3 dias corridos. Altíssima: de 11 a 15 minutos, com duas sonoras. Prazo de entrega de até 5 dias corridos.

Complexidade	Quantidade / ano	Valor unitário R\$	Valor total R\$ por faixa
Baixa	26	R\$980,00	R\$ 24.203,45
Média	26	R\$1.670,00	R\$ 41.244,66
Alta	26	R\$1.988,00	R\$ 49.098,43
Altíssima	26	R\$2.430,00	R\$ 60.014,68
Valor Total - Áudio Release			R\$ 174.561,22

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

2 - PLANILHA DE ESTIMATIVA ANUAL DE EXECUÇÃO E PREÇOS UNITÁRIOS DOS PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS					
Item	Produto / serviço		Quantidade estimada / ano	Valor total por faixa de complexidade e/ou item	Preço total máximo / ano
1.1 - Conteúdo Editorial					
1.1.1	Diagramação / Editoração de Publicações Impressas				
	Complexidade	Baixa	60	R\$ 953,70	R\$ 57.221,98
		Média	24	R\$ 1.698,42	R\$ 40.762,11
		Alta	10	R\$ 2..616,98	R\$ 26.169,75
	Total - Diagramação / Editoração de Publicações Impressas				R\$ 124.153,84
1.1.2	Conteúdo e Design para Apresentação				
	Complexidade	Baixa	24	R\$ 455,00	R\$ 10.920,05
		Média	24	R\$ 842,56	R\$ 20.221,47
		Alta	24	R\$ 1.381,15	R\$ 33.147,71
	Total - Conteúdo e Design para Apresentação				R\$ 64.289,23
1.1.3	Revisão de Texto em Língua Portuguesa				
	Complexidade	Baixa	78	R\$ 264,07	R\$ 20.597,63
		Média	36	R\$ 434,10	R\$ 15.627,75
		Alta	12	R\$1.142,73	R\$ 13.712,76
	Total - Revisão de Texto em Língua Portuguesa				R\$ 49.938,14
1.1.4	Criação e produção de assinatura visual				
	Complexidade	Baixa	20	R\$908,40	R\$ 18.618,04
		Média	Não se aplica		

Anexo - SEI - Apêndice II - Comunicação Institucional (63107364)SEI 23477.006137/2024-52 / pg. 6

		Alta	Não se aplica		
	Total - Criação e produção de assinatura visual			R\$ 18.618,04	
1.2 - Conteúdo Audiovisual					
1.2.1- Vídeo					
	a) Videoreportagem:				
	Complexidade	Baixa	70	R\$ 8.669,74	R\$ 606.881,61
		Média	Não se aplica		
		Alta	Não se aplica		
	Total - Videoreportagem:				R\$ 606.881,61
	b) Animação:				
	Complexidade	Baixa	24	R\$ 5.345,09	R\$ 128.282,10
		Média	Não se aplica		
		Alta	Não se aplica		
	Total - Conteúdos em tempo real para mídias sociais				R\$ 128.282,10
	c) Depoimento:				
	Complexidade	Baixa	50	R\$3.778,70	R\$ 188.935,11
		Média	Não se aplica		
		Alta	Não se aplica		
	Total - Moderação de Postagens e Conteúdos das Redes Sociais				R\$ 188.935,11
	d) Vinheta em vídeo:				
	Complexidade	Baixa	20	R\$ 405,61	R\$ 8.112,15
		Média	Não se aplica		
		Alta	Não se aplica		
		Altíssima	Não se aplica		
	Total - Vinheta em vídeo:				R\$8.112,15
	e) Vinheta em áudio:				
	Complexidade	Baixa	10	R\$ 378,06	R\$ 3.780,60
		Média	Não se aplica		
		Alta	Não se aplica		
		Altíssima	Não se aplica		
	Total - Vinheta em vídeo:				R\$ 3.780,60
	f) Captação e registro audiovisual para fins de banco de imagens				
	Complexidade	Baixa	24	R\$ 2.450,74	R\$ 58.817,81
		Média	Não se aplica		
		Alta	Não se aplica		
		Altíssima	Não se aplica		
	Total - Captação e registro audiovisual para fins de banco de imagens				R\$ 58.817,81
	g) Edição:				
	Complexidade	Baixa	150	R\$ 904,30	R\$ 135.645,72

		Média	Não se aplica		
		Alta	Não se aplica		
	Total - Edição:				R\$ 135.645,72
1.2.1 - Produção sonora					
	Áudio Release				
	Complexidade	Baixa	26	R\$ 930,90	R\$ 24.203,45
		Média	26	R\$1.586,33	R\$ 41.244,66
		Alta	26	R\$1.888,40	R\$ 49.098,43
		Altíssima	26	R\$2.308,26	R\$ 60.014,68
	Total - Áudio Release				R\$ 174.561,22
Total - Comunicação Institucional - Serviços Essenciais					R\$ 1.562.015,56

0.0.0.0.0.1.

2 - Produtos Complementares

N.	Produto / Serviço	Características
2.1	Pesquisa de Imagem Institucional	Pesquisa e diagnóstico de imagem da HU Brasil e de seus hospitais universitários vinculados com o objetivo de conhecer como a empresa é percebida pelo público, de modo que a gestão tenha subsídio para a execução das ações do planejamento estratégico e tomadas de decisões assertivas.

Item	Produto / serviço		Quantidade estimada / ano	Valor total por faixa de complexidade e/ou item	Preço total máximo / ano
2.1 - Pesquisa de Imagem Institucional					
2.1.1	Pesquisa de Imagem Institucional				
	Complexidade	Baixa	1	R\$ 15.612,01	R\$ 15.612,01
		Média	Não se aplica		
		Alta	Não se aplica		
	Pesquisa de Imagem Institucional				R\$ 15.612,01
Total - Comunicação Institucional- Serviços Complementares					R\$ 15.612,01

Documentos Minuta de Termo Aditivo - SEI 2º Termo Aditivo ao TED nº 01/2024 (SEI nº 62561813)
Relacionados: Plano de Tarefas - SEI 3 (SEI nº 62580584)
 Anexo - SEI Minuta - Apêndice I - Comunicação Digital (SEI nº 62580652)

PROPOSIÇÃO

(assinado eletronicamente)
André Maurício Conceição de Souza
Reitor da UFS

APROVAÇÃO

(assinado eletronicamente)
Odete Carmen Gialdi
Diretora de Administração e Infraestrutura



Documento assinado eletronicamente por **Odete Carmen Gialdi, Diretor(a)**, em 22/07/2026, às 17:50, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, caput, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **André Maurício Conceição de Souza, Usuário Externo**, em 24/07/2026, às 14:07, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, caput, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Arthur Chioro, Presidente**, em 24/07/2026, às 17:23, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, caput, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ebserh.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **63107364** e o código CRC **73F9976E**.

Referência: Processo nº 23477.006137/2024-52 SEI nº 63107364

Anexo - SEI

Assunto: **Apêndice I - Comunicação Digital**

1.1 Mídias Digitais

1.1.1 Conteúdos para Mídias Digitais

Descritivo:

Produção e publicação diária, se necessário e conforme critério da HU Brasil, de materiais nos perfis das redes sociais e/ou mídias digitais, a partir de pauta previamente aprovada e entrega de materiais para a produção dos criativos. Criação de conteúdos diversos envolvendo a elaboração de texto, edição de imagens, tagueamento, infográficos, posts em formato estático, em formato .GIF ou em vídeo, a serem utilizados conforme critério da HU Brasil.

Entregas:

- Produto 1: Produtos gerados conforme demanda sobre conteúdos diversos envolvendo elaboração de texto, edição de imagens, tagueamento e posts em formato estático ou em formato .GIF. O conteúdo produzido deve seguir o padrão de identidade visual e atender às especificações técnicas das plataformas de destino indicadas pela contratante;
- Produto 2: Produtos gerados conforme demanda sobre conteúdos diversos envolvendo elaboração de vídeos curtos (até 60 segundos), mediante aprovação prévia de briefing e roteiro pela HU Brasil. O conteúdo produzido deve seguir o padrão de identidade visual e atender às especificações técnicas das plataformas de destino indicadas pela contratante;
- Produto 3: Produtos gerados conforme demanda sobre conteúdos diversos envolvendo elaboração de vídeos com duração (61 a 120 segundos) e complexidade maior, mediante aprovação prévia de briefing e roteiro pela HU Brasil. O conteúdo produzido deve seguir o padrão de identidade visual e atender às especificações técnicas das plataformas de destino indicadas pela contratante.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento dos prazos;
- b) Adoção das fontes e insumos fornecidos pelo HU Brasil;
- c) Tempestividade no atendimento;
- d) Aderência à pauta;
- e) Qualidade do conteúdo produzido;
- f) Correção ortográfica;
- g) Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal;
- h) Aderência às diretrizes de comunicação digital da HU Brasil.

Prazo (para Produtos 1 e 2):

- Um dia útil (de uma a cinco peças);
- Dois dias úteis (de 6 a 10 peças);
- Três dias úteis (de 11 a 20 peças).

Prazo (para Produto 3):

- Roteiro: até dois dias úteis após a aprovação do briefing;
- Execução do produto (após aprovação do roteiro): complexidade baixa: até dois dias úteis; complexidade média: até três dias úteis; complexidade alta: até cinco dias úteis.

Complexidades:

Produto 1:

- Baixa: Produção de 1 a 100 conteúdos/mês;
- Média: Produção de 101 a 200 conteúdos/mês;
- Alta: Produção de 201 a 300 conteúdos/mês.

Complexidade	Valor unitário por faixa de complexidade/ teto	Quantidade anual estimada	Valor anual
Baixa	R\$ 13.160,86	03	R\$ 39.482,59
Média	R\$ 28.478,0025	08	R\$ 227.824,02
Alta	R\$ 45.561,00	01	R\$ 45.561,00
Valor Total - Conteúdo programado para mídias sociais			R\$ 312.867,61

Produto 2:

- Baixa: Produção de 1 a 50 conteúdos/mês.
- Média: Produção de 51 a 100 conteúdos/mês.
- Alta: Produção de 101 a 200 conteúdos/mês.

Complexidade	Valor unitário por faixa de complexidade/ teto	Quantidade anual estimada	Valor anual
Baixa	R\$ 22.334,51	03	R\$ 67.003,57
Média	R\$ 46.441,56125	08	R\$ 371.532,49
Alta	R\$ 95.480,15	01	R\$ 95.480,15
Valor Total - Conteúdos em tempo real para mídias sociais - Produto 2			R\$ 534.016,21

Produto 3:

A classificação de complexidade segue três níveis, determinados pela combinação de cinco eixos técnicos: montagem, elementos gráficos, tratamento de cor, áudio e composição visual (a faixa de duração é fixa: 61 a 120 segundos para este produto):

COMPLEXIDADE BAIXA:

Descrição: Vídeos de 61 a 120 segundos com edição padrão. Montagem linear com cortes simples, elementos gráficos estáticos (lower thirds, cartelas e letterings), correção básica de cor, trilha sonora de fundo (licenciamento livre ou domínio público) e fonte única de imagem predominante. Inclui legendas/transcrição sincronizada, quando aplicável. O conteúdo produzido deve seguir o padrão de identidade visual e atender às especificações técnicas das plataformas de destino indicadas pela contratante.

Características:

- Montagem: cortes simples (corte seco), sequência linear de cenas;
- Elementos gráficos: lower thirds, cartelas ou letterings estáticos;
- Tratamento de cor: correção básica de exposição e balanço de branco;
- Áudio: original do vídeo e/ou trilha sonora de fundo (licenciamento livre ou domínio público);
- Composição visual: fonte única predominante de imagem (câmera fixa, banco de imagens ou captura de tela);
- Duração: de 61 a 120 segundos.

COMPLEXIDADE MÉDIA:

Descrição: Vídeos de 61 a 120 segundos com edição intermediária. Montagem com transições e variação de ritmo editorial, elementos gráficos com animação simples e grafismos de destaque, correção de cor uniforme, trilha sonora com efeitos sonoros complementares e combinação de até duas fontes de imagem. Inclui legendas/transcrição sincronizada. O conteúdo produzido deve seguir o padrão de identidade visual e atender às especificações técnicas das plataformas de destino indicadas pela contratante.

Características:

- Montagem: cortes com transições (dissolves, fades, wipes) ou variação de ritmo editorial;
- Elementos gráficos: lower thirds ou cartelas com animação simples (fade in/out, slide); grafismos de destaque;
- Tratamento de cor: correção de cor uniforme com ajustes de saturação, contraste e tonalidade;
- Áudio: áudio original do vídeo e/ou trilha sonora de fundo (licenciamento livre ou domínio público) podendo conter efeitos sonoros complementares (swooshes, transições sonoras, ambiências);
- Composição visual: combinação de até 2 (duas) fontes de imagem; sobreposição básica de elementos;
- Externa: gravação externa, se solicitado pela demandante;
- Duração: de 61 a 120 segundos.

COMPLEXIDADE ALTA:

Descrição: Vídeos de 61 a 120 segundos com edição avançada. Montagem dinâmica com transições criativas e ritmo editorial elaborado, elementos gráficos animados com motion graphics e design customizado, color grading profissional, mixagem de áudio com sound design e composição multicamada com múltiplas fontes de imagem. Inclui legendas/transcrição sincronizada e assinaturas visuais oficiais. O conteúdo produzido deve seguir o padrão de identidade visual e atender às especificações técnicas das plataformas de destino indicadas pela contratante.

Características:

- Montagem: cortes dinâmicos com transições criativas, ritmo editorial elaborado, valendo-se, por exemplo, de jump cuts estilizados etc.;
- Elementos gráficos: lower thirds e letterings animados com design customizado; motion graphics ou animações gráficas;
- Tratamento de cor: color grading profissional (tratamento de cor estilizado e intencional);
- Áudio: mixagem de áudio profissional com sound design, efeitos sonoros e trilhas compostas;
- Composição visual: múltiplas fontes de imagem; composição multicamada (sobreposições, picture-in-picture, máscaras);
- Apresentação: um profissional em tela, se solicitado pela demandante;
- Externa: gravação externa, se solicitado pela demandante;
- Duração: de 61 a 120 segundos.

Complexidade	Valor unitário por faixa de complexidade/ teto	Quantidade anual estimada	Valor anual
Baixa	R\$ 2.400,00	26	R\$ 62.400,00
Média	R\$ 3.200,00	26	R\$ 83.200,00
Alta	R\$ 4.800,00	17	R\$ 81.600,00
Valor Total - Conteúdos em tempo real para mídias sociais - Produto 3			R\$ 227.200,00

1.1.2 Conteúdos em tempo real para mídias sociais

Descritivo:

Produção e publicação de conteúdo para mídias sociais em tempo real, tais como fotos, imagens estáticas e vídeos curtos formatados para mídias sociais indicadas pela contratante, seguindo o padrão de identidade visual definido. Os conteúdos serão produzidos pela contratada, no que diz respeito à cobertura de eventos, presenciais ou online, com duração padrão de 4 horas, conforme demanda apresentada.

Entregas:

- Produtos finalizados e em formato editável, gerados conforme demanda apresentada, sobre conteúdos diversos em imagens estáticas, que podem incluir montagens, colagens, grafismos, textos, links, marcações, localização, música e outros recursos das plataformas indicadas, seguindo o padrão de identidade visual definido. Para esta entrega, deverão ser apresentadas até 10 peças por evento, conforme necessidade da demandante;
- Produtos finalizados e em formato editável, gerados conforme demanda apresentada, sobre conteúdos diversos em vídeos curtos que podem incluir montagens, colagens, grafismos, textos, links, marcações, localização, música e outros recursos das plataformas, seguindo o padrão de identidade visual definido. Para esta entrega, deverão ser apresentadas até 5 vídeos por evento, conforme necessidade da demandante;
- Relatório com a descrição dos resultados em cada mídia escolhida pela contratante, se solicitado pela demandante, e comprovação das entregas realizadas, entregue em versão digital.

Prazo:

Prazo de entrega: Produtos entregues em tempo real durante a cobertura do evento, com exceção do relatório, que deverá ser entregue em até 3 dias úteis após o evento de cobertura, se solicitado pela demandante.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Adoção das fontes e insumos fornecidos pela HU Brasil;
- c) Tempestividade no atendimento;
- d) Aderência à pauta;
- e) Qualidade do conteúdo produzido;
- f) Correção ortográfica;
- g) Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal;
- h) Aderência às diretrizes de comunicação digital da HU Brasil.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- a) Volume de eventos a serem acompanhados (diárias de storymaker)

Complexidade:

Baixa: Cobertura de 01 a 03 eventos/mês. Média: Cobertura de 04 a 07 eventos/mês. Alta: Cobertura de 08 a 10 eventos/mês

Complexidade	Valor unitário por faixa de complexidade (teto) / evento (4 horas)	Quantidade anual estimada	Valor total anual
Baixa	R\$ 17.354,75	04	R\$ 69.419,03
Média	R\$ 43.825,33	07	R\$ 306.777,36
Alta	R\$ 65.010,09	01	R\$ 65.010,09
Valor total - Conteúdos em tempo real para mídias sociais - (Instagram)			R\$ 441.206,48

1.1.3 Moderação de comentários e interações em redes sociais

Descritivo:

Analisar cada postagem e conteúdo que forem adicionados como respostas às publicações e inbox, julgando, se necessário e conforme demanda da contratante, a possibilidade de resposta, de apagar a mensagem de cunho ofensivo ou deliberadamente de Fake News, ou até mesmo, bloqueio do usuário.

Gerenciamento de perfis em redes sociais, contemplando a identificação, análise e execução de ações, mediante interesses estratégicos da HU Brasil, tais como: monitoramento, resposta, exclusão e etc. As intervenções são pontuais e de rápida execução, sem necessidade de desenvolvimento de projetos ou documentos mais elaborados. A moderação

compreende as seguintes atividades:

- a) Acompanhamento permanente dos perfis (24 horas, 7 dias por semana). A interação poderá ser feita por ferramentas de inteligência artificial fora do horário comercial;
- b) Leitura e classificação (neutra, positiva e negativa) do universo de todas as interações;
- c) Articulação com interlocutores relacionados ao tema para a elaboração de respostas, especialmente em casos sensíveis*;
- d) Elaboração e postagem de respostas, em conformidade com a articulação de interlocutores indicados pela HU Brasil, especialmente para casos sensíveis;
- e) Análise das ações realizadas e recomendações de melhorias;

**Casos sensíveis: conteúdos relativos a temas que envolvam questões legais e potenciais riscos à imagem institucional, que serão informados e atualizados durante a execução dos serviços.*

Obs.: as atividades e entregas, na íntegra ou parcialmente, se darão conforme a necessidade da contratante, sob demanda previamente informada à contratada.

Entregas:

- Ações de acompanhamento dos perfis;
- Classificação (neutra, positiva e negativa) do universo de todas as interações;
- Postagens de interações, caso necessário;
- Relatório mensal, com parciais semanais, em versão digital, com a descrição e análise, com indicação de falhas, ações assertivas e recomendações de melhorias;
- Relatório mensal, com parciais semanais, em versão digital, com comprovação das tarefas realizadas;.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- a) Quantidade de interações.

Complexidade:

Baixa: Moderação de até 5.000 comentários/mês.
Média: Moderação de 5.001 A 10.000 mil comentários/mês. Alta: Moderação de 10.001 a 15.000 mil comentários/mês.

Complexidade	Valor unitário R\$ por faixa de complexidade (teto)	Quantidade anual estimada	Valor total anual
Baixa	R\$ 2.707,21	03	R\$ 8.121,65
Média	R\$ 2.849,70	08	R\$ 22.797,60
Alta	R\$ 3.989,58	01	R\$ 3.989,58
Valor Total - Moderação de Postagens e Conteúdos das Redes Sociais			R\$ 34.908,83

1.2 Cobertura de Eventos

1.2.1 Captação, Gravação e Transmissão de Eventos para Plataformas de Mídias Digitais

Descritivo:

Serviços de captação, gravação e transmissão de eventos de interesse da HU Brasil, visando atender às demandas da Comunicação Social da contratante.

O objeto contempla os seguintes itens:

- a) Equipamentos de filmagem, incluindo câmeras, microfones, iluminação, tripés, gimbals e demais equipamentos relacionados à captura, gravação e transmissão de áudio e vídeo;
- b) Profissionais capacitados para a captação, gravação e transmissão de vídeo e áudio, incluindo a edição em tempo real mediante produção e inserção de efeitos e de elementos sobrepostos às imagens, tais como letterings e cartelas estáticas e animadas e recursos afins, para a cobertura do evento.
- c) Transmissão do evento, por meio de edição em tempo real, assegurando vídeo e áudio de qualidade, nos veículos indicados pela HU Brasil.
- d) Gravação e disponibilização do material bruto captado para a transmissão, juntamente com o vídeo transmitido, incluindo os recursos da edição em tempo real.
- e) Serviço de edição do material captado e gravado, incluindo cortes, efeitos e trilhas sonoras, letterings, cartelas, legendas e outros elementos estáticos e animados que configurem um vídeo de cunho institucional sobre o evento da contratante.

Entregas:

Item	Serviço	Unidade	Quant. / Ano	Preço Unitário	Preços máximos (teto)
1.2.1	Captação, Gravação e Transmissão de Eventos para Plataformas de Mídias Digitais: Serviço de filmagem, gravação e transmissão de evento, com captura de imagens e áudio com pelo menos quatro câmeras mirrorless (duas fixas dedicadas à transmissão e duas com os operadores dedicadas a captação de imagens de apoio), na resolução situada na faixa de FullHD e até 4k, e microfones de alta fidelidade, livres de ruídos. Deve incluir também: (i) disponibilização do material bruto captado para fins de constituição do banco de imagens da HU Brasil, mediante links de acesso ao mesmo em plataformas de armazenamento de conteúdo na nuvem - por parte da contratada, com validade de acesso até 60 dias após o período de vigência do contrato; ii) transmissão de eventos de interesse da HU Brasil em formato indicado pela contratante, com duração de até 4 horas por turno, estando as câmeras conectadas a um computador com capacidade de suportar o software Vmix (ou similar/compatível) de modo a oferecer uma transmissão com recursos de edição em tempo real, tais como chaveamento de câmeras e seus respectivos planos mediante efeitos de cortes, lower third, trilha sonora de livre uso (como as disponíveis na biblioteca do Youtube, entre outras), inserção cartelas e lettering animados e estáticos, e das marcas oficiais da HU Brasil, oferecendo ainda a possibilidade de participação de palestrantes (máximo de quatro simultaneamente) por meio da internet, por ferramenta própria da contratada iii) Além da transmissão em rede, o evento também deve ser transmitido em sistema de som e telões do local; IV) Edição de um vídeo resumo (até 3 minutos) de cada dia de evento, com edição básica, contando com recursos de cortes e transições, lower third, trilha sonora com direitos adquiridos, inserção de	Turno de cobertura (4 horas)	12	R\$ 24.781,94	R\$ 297.383,28

	cartelas e lettering, animados e estáticos, e das marcas oficiais da contratante, pronto para ser inserido nas plataformas indicadas.				
1.2.2	Transmissão simultânea em sistema de som e telões (LED) do local, a serem providenciados pela contratada;	Turno de transmissão (4 horas)	24	R\$ 3.892,69	R\$ 93.424,56
1.2.3	Serviço de edição de vídeo de destaques do evento, a partir do material captado no evento, contando com recursos de cortes e transições, lower third, trilha sonora de livre uso (como as disponíveis na biblioteca do Youtube, entre outras), inserção cartelas e lettering, animados e estáticos, e das marcas oficiais da HU Brasil, pronto para ser inserido nas plataformas indicadas pela contratante	até 5 minutos	50	R\$369,5966	R\$ 18.479,83
		de 6 a 10 minutos	25	R\$ 669,86	R\$ 16.746,50
		de 11 a 20 minutos	10	R\$ 1.287,124	R\$ 12.871,24

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Consistência da cobertura do evento;
- c) Qualidade técnica e editorial do material captado e transmitido;
- d) Qualidade técnica e editorial da edição do vídeo resumo;
- e) Qualidade técnica e editorial da edição do vídeo de destaques do evento.

Características consideradas na classificação da complexidade:

Item 1.2.1 - Não se aplica;

Item 1.2.2 - Não se aplica;

Item 1.2.3:

- Baixa: até 5 minutos;
- Média: de 6 a 10 minutos;
- Alta: de 11 a 20 minutos.

Prazos de entrega:

Item 1.2.1

- a) Transmissão: simultâneo ao evento;
- b) Produção, captação e gravação: diária, durante o período de realização do evento;

- c) Disponibilização de acesso ao material bruto: até um dia após encerramento do evento;
- d) Disponibilização de acesso ao vídeo da live: até 2h após a transmissão;
- e) Edição: vídeo resumo do evento; se evento realizado no turno da manhã, entrega até 4 horas depois do evento; se realizado no turno da tarde ou noite; até às 12 horas do dia seguinte.

Item 1.2.2

- a) Transmissão: simultâneo ao evento;

Item 1.2.3

- a) Edição vídeo de destaque do evento de baixa complexidade: até 1 dia após a realização do evento;
- b) Edição vídeo de destaque do evento de média complexidade: até 2 dias após a realização do evento;
- c) Edição vídeo de destaque do evento de alta complexidade: até 3 dias após a realização do evento.

1.3 Conteúdo Multimídia

1.3.1 Infográfico

Descritivo:

Criação e produção de conteúdo com a utilização de recursos gráficos estáticos e/ou interativos, sons e textos breves e objetivos.

Entregas:

Arquivos completos do infográfico, tais como imagens, filmes, animações, sons, músicas e demais materiais utilizados, ambos em alta resolução/qualidade, assim como o código de programação, arquivo digital, página web ou código do tipo <embed> necessário à visualização e/ou disponibilização do material em plataformas de redes sociais e desktops.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Adequação ao briefing;
- c) Clareza, didatismo, objetividade, criatividade e atratividade visual;
- d) Correção ortográfica.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- a) Tipos de elementos que compõem o infográfico.

Prazo de entrega:

- a) A depender da complexidade.

Complexidade:

- Baixa: Infográfico estático, com aplicação de imagens e edição simples na composição. Prazo de entrega: Até 1 dia. Quantidade: 100;
- Média: Infográfico estático, com montagem de um gráfico ou de um fluxo complexo. Prazo de entrega: Até 3 dias. Quantidade: 50;
- Alta: Inclusão de recursos interativos (áudio e/ou vídeo, textos e animações). Prazo de entrega: Até 5 dias. Quantidade 30.

Complexidade	Quantidade/ano	Valor unitário R\$ por faixa de complexidade	Valor total R\$ por faixa de complexidade (teto)
Baixa	100	R\$ 173,8317	R\$ 17.383,17
Média	50	R\$ 334,8778	R\$ 16.743,89
Alta	30	R\$ 935,85	R\$ 28.075,53
Valor Total - Infográfico			R\$ 62.202,59

1.3.2 E-mail Marketing

Descritivo:

Criação e produção de conteúdo estático, a ser enviado por e-mail, com a utilização de recursos gráficos e textos breves.

Entregas:

Arquivos digitais que compõem a peça, já incorporados a um template do email a ser enviado. Quantidade: 660/ano.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Adequação ao briefing;
- c) Clareza, objetividade, criatividade, atratividade, correção ortográfica.

Características consideradas na classificação da complexidade:

Não se aplica.

Prazo de Entrega

Até 1 dia.

Complexidade:

Complexidade	Quantidade/ano	Valor unitário R\$	Valor Total R\$
Não se aplica	660	R\$ 80,885	R\$ 53.384,19

1.3.3 Banner

Descritivo:

Criação e produção de peça gráfica digital, com conteúdo estático, animado ou interativo.

Entregas:

Arquivo de imagem digital e arquivo digital aberto.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Adequação ao briefing;
- c) Clareza, objetividade, criatividade, atratividade, correção ortográfica;

b) Prazo de entrega.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- a) Tipo de elemento utilizado na elaboração do banner;
- b) Prazo de entrega.

Complexidade:

- Baixa: Banner estático. Prazo de entrega: Até 1 dia. Quantidade: 78;
- Média: Banner animado. Prazo de entrega: 2 dias. Quantidade: 26.

Complexidade	Quantidade/ano	Valor unitário R\$ por faixa de complexidade	Valor total R\$ por faixa de complexidade (teto)
Baixa	78	R\$ 64,87	R\$ 5.060,50
Média	26	R\$ 95,94	R\$ 2.494,44
Alta	-	Não se aplica	Não se aplica
Valor Total - Banner			R\$ 7.554,93

1.4. Planejamento e Análise

1.4.1 Planejamento Estratégico de Comunicação Digital

Descritivo:

Execução de atividades voltadas ao planejamento de comunicação e/ou atuação estratégica em projetos específicos, com a identificação do objetivo estratégico da ação e a implementação das seguintes etapas:

- a) Reunião com a equipe da HU Brasil para discussão do briefing, esclarecimento dos pontos de atenção e definição sobre os resultados a serem obtidos;
- b) Levantamento de insumos disponíveis e necessários junto à HU Brasil;
- c) Análise do contexto: estudo sobre as presenças digitais relacionadas ao projeto, com crítica analítica sobre os aspectos estratégicos das propriedades digitais;
- d) Análise dos públicos internos e externos;
- e) Estudo exploratório sobre as necessidades e expectativas de cada público em relação ao projeto;
- f) Levantamento e análise de boas práticas (benchmarking);
- g) Levantamento da Matriz Swot (ameaças, oportunidades, pontos fracos e pontos fortes);
- h) Proposição de plano de ação contemplando os canais a serem envolvidos e tipos de conteúdos a serem utilizados, com recomendações de linguagem e formatos;
- i) Definição de objetivos de comunicação e diretrizes estratégicas;
- j) Indicação dos canais de atuação e direcionamentos estratégicos em cada canal;
- k) Proposição de indicadores de avaliação de performance (KPI's);
- l) Entrega finalizada do Planejamento Estratégico Estratégico;
- m) Revisão e atualização do Planejamento Estratégico, após seis meses da entrega do item l.

Entregas:

- Arquivo de texto e de apresentação, contendo a proposta de planejamento estratégico.
- Entrega de propostas preliminares por itens constante do descritivo, conforme prazos especificados:

- Item a: 15 dias;
- Item b: 5 dias;
- Item c: 5 dias;
- Itens d + e: 30 dias, no total;
- Item f: 10 dias;
- Item g: 5 dias;
- Item h: dez dias;
- Itens i + j + l: 10 dias, no total;
- Item l: 15 dias;
- Item m: 30 dias.

** Os prazos de entrega são cumulativos, e resultam no total de 105 dias considerando o conjunto dos itens, exceto o item m, cujo prazo é próprio.*

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Abrangência, consistência e aplicabilidade do planejamento proposto;
- c) Aderência do planejamento às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal.

Complexidade	Quantidade/ano	Valor unitário R\$ por faixa de complexidade	Valor total R\$ por faixa de complexidade (teto)
Baixa	1	R\$ 91.042,22	R\$ 91.042,22
Média	-	Não se aplica	Não se aplica
Alta	-	Não se aplica	Não se aplica

1.4.2 Relatório de Análise de Ação de Comunicação em Propriedade Digital e Suas Respectivas Redes

Descritivo:

Análise de desempenho de ações de comunicação digital em ambientes receptivos e nos perfis proprietários das redes sociais indicadas, com o objetivo de subsidiar estratégias para mídias sociais, mídia online, plataformas mobile, mecanismos de busca e demais ações interativas. O relatório incluirá as seguintes atividades:

- a) Análise do desempenho de comunicação digital nos ambientes receptivos e perfis de redes sociais, sejam da própria contratante ou de terceiros, conforme necessidade da demandante;
- b) Indicação dos dados de performance dos perfis institucionais da HU Brasil nas redes sociais indicadas por conteúdo: seguidores, localidades, tipos de conexões, curtidas, compartilhamentos, tagueamento, marcações e demais;
- c) Cruzamento entre o planejamento das páginas principais, as ocorrências e os resultados;
- d) Análise dos picos e vales;
- e) Relação de ocorrências relevantes;
- f) Indicação, nos gráficos, das principais ocorrências;
- g) Identificação do grau de sentimentalização das publicações em redes sociais;
- h) Elaboração de recomendações.

Entregas:

- a) Relatório de ocorrências sob demanda (até 60 dias/ano) com recomendações, enviado por e-mail;
- b) Relatório semanal consolidado com as ocorrências, análises, dados brutos extraídos e recomendações, durante a semana, enviado por e-mail, contendo as atividades descritas anteriormente em sua totalidade ou parte dela, conforme necessidade da contratante.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- a) Cumprimento do prazo;
- b) Abrangência das informações coletadas;
- c) Qualidade da análise realizada;
- d) Consistência das recomendações.

Características consideradas na classificação da complexidade:

Período de duração da ação.

Complexidade

Baixa complexidade: relatórios diários (até 60 dias/ano de contrato); Média complexidade: relatórios semanais (52 semanas/ano de contrato); Alta complexidade: não se aplica.

Complexidade	Quantidade / ano	Valor unitário por faixa de complexidade	Valor total por faixa de complexidade (teto)
Baixa	60 dias	R\$ 164,52	R\$ 9.871,36
Média	52 semanais	R\$ 231,01	R\$ 12.012,82
Alta	Não se aplica	Não se aplica	Não se aplica
Valor Total - Relatório de Análise de Comunicação em Propriedade Digital e Suas Respectivas Redes			R\$ 21.884,18

Prazo de entrega:

- a) Diário: Até o final de cada dia, à exceção de finais de semana. Quando os dias selecionados forem sábados, domingos ou feriados, deverá ser entregue até às 12 horas do primeiro dia útil subsequente;
- b) Semanal: toda segunda feira, para a semana anterior.

2 - PLANILHA DE ESTIMATIVA ANUAL DE EXECUÇÃO E PREÇOS UNITÁRIOS DOS PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS					
Item	Produto / serviço		Quantidade estimada	Valor	Preço total máximo
1.1 - Mídias Sociais - Total				Total por faixa de complexidade / teto	Por ano
111.1	Conteúdo programado para mídias sociais - Produto 1				
	Complexidade	Baixa	3	R\$ 13.160,86	R\$ 39.482,59
		Média	8	R\$ 28.478,0025	R\$ 227.824,02
		Alta	1	R\$ 45.561,00	R\$ 45.561,00
	Total - Conteúdo programado para mídias sociais				R\$ 312.867,61
111.2	Conteúdo programado para mídias sociais - Produto 2				
	Complexidade	Baixa	3	R\$ 22.334,51	R\$ 67.003,57
		Média	8	R\$ 46.441,56125	R\$ 371.532,49
		Alta	1	R\$ 95.480,15	R\$ 95.480,15
	Total - Conteúdos em tempo real para mídias sociais				R\$ 534.016,21
111.3	Conteúdo programado para mídias sociais - Produto 3				
	Complexidade	Baixa	26	R\$ 2.400,00	R\$ 62.400,00
		Média	26	R\$ 3.200,00	R\$ 83.200,00
		Alta	17	R\$ 4.800,00	R\$ 81.600,00
	Total - Conteúdos em tempo real para mídias sociais				R\$ 227.200,00
112	Conteúdos em tempo real para mídias sociais (Instagram)				
Anexo - SEI - Apêndice I - Comunicação Digital (63107208)				SEI 23477.00613	

	Complexidade	Baixa	4	R\$ 17.354,75	R\$ 69.419,03
		Média	7	R\$ 43.825,33	R\$ 306.777,36
		Alta	1	R\$ 65.010,09	R\$ 65.010,09
	Total - Conteúdos em tempo real para mídias sociais				R\$ 441.206,48
113	Moderação de Postagens e Conteúdos das Redes Sociais				
	Complexidade	Baixa	3	R\$ 2.707,21	R\$ 8.121,65
		Média	8	R\$ 2.849,70	R\$ 22.797,60
		Alta	1	R\$ 3.989,58	R\$ 3.989,58
	Total - Moderação de Postagens e Conteúdos das Redes Sociais				R\$ 34.908,83
1.2 - Cobertura de eventos ao vivo				Unitário por item	Por ano
121	Captação, Gravação e Transmissão de Eventos ao Vivo para Plataformas de Redes Sociais e Mídias Digitais				
	Complexidade	Baixa	Não se aplica		
		Média	12	R\$ 24.781,94	R\$ 297.383,28
		Alta	Não se aplica		
		Altíssima	Não se aplica		
	Total - Captação, Gravação e Transmissão de Eventos ao Vivo para Plataformas de Redes Sociais e Mídias Digitais				R\$ 297.383,28
122	Transmissão ao Vivo de Eventos em Sistema de Som e Telão (LED)				
	Complexidade	Baixa	Não se aplica		
		Média	24	R\$ 3.892,69	R\$ 93.424,56
		Alta	Não se aplica		
		Altíssima	Não se aplica		
	Total - Captação, Gravação e Transmissão de Eventos ao Vivo para Plataformas de Redes Sociais e Mídias Digitais				R\$ 93.424,56
123	Serviço de Edição de Destaques				
	Complexidade	Baixa	50/ano	R\$ 369,5966	R\$ 18.479,83
		Média	25/ano	R\$ 669,86	R\$ 16.746,50
		Alta	10/ano	R\$ 1.287,1241	R\$ 12.871,24
	Total - Serviço de Edição de Destaques				R\$ 48.097,57
1.3 - Conteúdo Multimídia				Unitário por item	Por ano
131	Infográfico				
	Complexidade	Baixa	100/ano	R\$ 173,8317	R\$ 17.383,17
		Média	50/ano	R\$ 334,87	R\$ 16.743,89
		Alta	30/ano	R\$ 935,851	R\$ 28.075,53
	Total - Infográfico				R\$ 62.202,59
132	E-mail Marketing				
	Complexidade	Baixa	660/ano	R\$ 80,885	R\$ 53.384,19
		Média	Não se aplica		
		Alta	Não se aplica		
	Total - E-mail Marketing				R\$ 53.384,19
133	Banner				
	Complexidade	Baixa	78/ano	R\$ 64,8782	R\$ 5.060,50
		Média	26/ano	R\$ 95,94	R\$ 2.494,44
		Alta	Não se aplica		
	Total - Banner				R\$ 7.554,93
1.4 - Planejamento e Análise				Unitário por item	Por ano

141	Planejamento Estratégico de Comunicação Digital				
	Complexidade	Baixa	1/ano	R\$ 91.042,22	R\$ 91.042,22
		Média	Não se aplica		
		Alta	Não se aplica		
	Total - Planejamento Estratégico de Comunicação Digital				R\$ 91.042,22
142	Relatório de Análise de Comunicação em Propriedade Digital e Suas Respectivas Redes				
	Complexidade	Baixa	60/ano	R\$ 164,52	R\$ 9.871,36
		Média	52/ano	R\$231,01	R\$ 12.012,82
		Alta	Não se aplica		
	Total - Relatório de Análise de Comunicação em Propriedade Digital e Suas Respectivas Redes				R\$ 21.884,18
	Total - Comunicação Digital - Serviços Essenciais				R\$2.225.172,65

Documentos Minuta de Termo Aditivo - SEI 2º Termo Aditivo ao TED nº 01/2024 (SEI nº 62561813)
Relacionados: Plano de Tarefas - SEI 3 (SEI nº 62580584)
 Anexo - SEI Minuta - Apêndice II - Comunicação Institucional (SEI nº 62580705)

PROPOSIÇÃO

(assinado eletronicamente)
André Maurício Conceição de Souza
Reitor da UFS

APROVAÇÃO

(assinado eletronicamente)
Odete Carmen Gialdi
Diretora de Administração e Infraestrutura

(assinado eletronicamente)
Ademar Arthur Chioro dos Reis
Presidente da HU Brasil



Documento assinado eletronicamente por **Odete Carmen Gialdi, Diretor(a)**, em 22/07/2026, às 17:50, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, caput, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **André Maurício Conceição de Souza, Usuário Externo**, em 24/07/2026, às 14:07, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, caput, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Arthur Chioro, Presidente**, em 24/07/2026, às 17:22, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, caput, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ebserh.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **63107208** e o código CRC **B7F9DF87**.

Referência: Processo nº 23477.006137/2024-52 SEI nº 63107208

Termo Aditivo - SEI

Processo nº 23477.006137/2024-52

2º TERMO ADITIVO AO TERMO DE EXECUÇÃO DESCENTRALIZADA 01/2024 QUE
ENTRE SI CELEBRAM A HU BRASIL E A UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE.

A **HU Brasil**, razão social Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares, Administração Central, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 15.126.437/0001-43, com endereço no Setor Comercial Sul-B, Quadra 09, Lote C, Edifício Parque Cidade Corporate, Torre C, 1º, 2º e 3º andares, CEP: 70308-200 - Brasília/DF, doravante denominada DESCENTRALIZADORA, por intermédio do seu Presidente, Ademar Arthur Chioro dos Reis, matrícula Siape 13711829, e por sua Diretora de Administração e Infraestrutura, Odete Carmen Gialdi, matrícula Siape 1373384, nomeados respectivamente por meio da [152ª Reunião extraordinária do Conselho de Administração](#) e da [153ª Reunião extraordinária do Conselho de Administração](#), e ambos reconduzidos por meio da [196ª Reunião do Conselho de Administração](#) e no uso das atribuições conferidas pelo art. 239 do [Regulamento de Compras e Contratos da HU Brasil, versão 3.0](#), aprovado por meio da Resolução n.º 297/2025 do Conselho de Administração (RCC 3.0), e de outro lado a **FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE**, inscrita no CNPJ/MF sob o nº 13.031.547/0001-04, estabelecida na Cidade Universitária Prof. José Aloísio de Campos, Av. Marcelo Deda Chagas, s/n, Bairro Rosa Elze, São Cristóvão/SE, doravante denominada DESCENTRALIZADA, neste ato representada pelo seu reitor André Maurício Conceição de Souza, matrícula Siape 6425984, nomeado pela [Portaria MEC nº 222, de 20 de março de 2025](#), resolvem celebrar o presente Termo Aditivo ao TED nº 01/2024, doravante denominado TERMO ORIGINAL, que será regido pelo [Decreto nº 10.426/2020](#), e legislação correlata, sob os termos e condições a seguir estabelecidos:

1. CLÁUSULA PRIMEIRA - DO OBJETO

1.1. O presente Termo Aditivo tem por objeto:

1.1.1. Prorrogar o prazo de vigência do Termo de Execução Descentralizada n.º 01/2024 por mais 12 (doze) meses, com início em 29/07/2026 e encerramento em 28/07/2027.

1.1.2. Alterar o Plano de Trabalho, substituindo-o integralmente pela versão constante do documento SEI n.º [62869265], bem como pelos respectivos Apêndices I (SEI n.º [63107208]) e II (SEI n.º [63107364]).

2. CLÁUSULA SEGUNDA - DO FUNDAMENTO LEGAL

2.1. O presente instrumento está amparado no [Decreto nº 10.426/2020](#).

3. CLÁUSULA TERCEIRA - DO PROCEDIMENTO

3.1. A partir da celebração deste Termo Aditivo, passa a vigorar o Plano de Trabalho e Apêndices anexos, conforme o documentos Plano de Tarefas - SEI [62869265], bem como pelos respectivos Apêndices I (SEI n.º [63107208]) e II (SEI n.º [63107364]).

4. CLÁUSULA QUARTA - DA PUBLICAÇÃO

4.1. Este termo aditivo será assinado pelos partícipes e seu extrato será publicado no sítio eletrônico oficial da Unidade Descentralizadora, no prazo de vinte dias, contado da data da assinatura, conforme disposto no art. 14 do [Decreto nº 10.426/2020](#).

4.2. As Unidades Descentralizadora e Descentralizada disponibilizarão a íntegra do termo aditivo em seus sítios eletrônicos oficiais no prazo que se refere o caput.

5. CLÁUSULA QUINTA - DA RATIFICAÇÃO

5.1. Permanecem inalteradas as demais Cláusulas e condições do TERMO ORIGINAL e de outros instrumentos não modificadas por este Termo Aditivo.

E, para firmeza e prova de assim haverem, entre si, ajustado e acordado, após ter sido lido juntamente com seu(s) anexo(s), o presente Termo Aditivo é assinado eletronicamente pelas partes.

(assinado eletronicamente)
ARTHUR CHIORO
Presidente da HU Brasil

(assinado eletronicamente)
ODETE CARMEN GIALDI
Diretora de Administração e
Infraestrutura - HU Brasil

(assinado eletronicamente)
**ANDRÉ MAURÍCIO CONCEIÇÃO DE
SOUZA**
Reitor da UFS



Documento assinado eletronicamente por **Odete Carmen Galdi, Diretor(a)**, em 22/07/2026, às 17:50, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, caput, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **André Maurício Conceição de Souza, Usuário Externo**, em 24/07/2026, às 14:07, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, caput, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Arthur Chioro, Presidente**, em 24/07/2026, às 17:23, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, caput, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ebserh.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **63107414** e o código CRC **F70663F1**.

Referência: Processo nº 23477.006137/2024-52 SEI nº 63107414