



MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES

ESTUDO TÉCNICO PRELIMINAR



MINISTÉRIO DAS COMUNICAÇÕES

Secretaria Especial de Comunicação Social

Secretaria de Publicidade e Patrocínio

Diretoria de Publicidade e Pesquisa

Coordenação-Geral de Pesquisa

INTRODUÇÃO

Conforme disposto no parágrafo único do Art. 1º da [IN nº 40 de 22 de maio de 2020](#), do Ministério da Economia, o presente Estudo Técnico Preliminar - ETP representa o "*documento constitutivo da primeira etapa do planejamento de uma contratação que caracteriza determinada necessidade, descreve as análises realizadas em termos de requisitos, alternativas, escolhas, resultados pretendidos e demais características, dando base ao anteprojeto, ao termo de referência ou ao projeto básico, caso se conclua pela viabilidade da contratação*".

Nesse sentido, foi designada pela Portaria MCOM nº 3246 de 09 de agosto de 2021 (7969745), a Equipe de Planejamento para atuar na elaboração de estudos e no planejamento da contratação de empresa, instituto ou entidade especializada e prestadora de serviços de pesquisa de opinião pública, devendo observar os dispositivos e as diretrizes contidas na [IN SEGES/MPDG nº 5/2017](#), que *dispõe sobre as regras e diretrizes do procedimento de contratação de serviços sob o regime de execução indireta no âmbito da Administração Pública federal direta, autárquica e fundacional*.

1 – NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

(Inciso I Art. 7º IN nº 40 - Descrição da necessidade da contratação, considerando o problema a ser resolvido sob a perspectiva do interesse público)

A Secretaria Especial de Comunicação Social – SECOM, através da Secretaria de Publicidade e Patrocínio, conforme [Decreto 10.747, de 13 de julho de 2021](#), é o órgão competente para formular políticas, linhas de atuação e instrumentos normativos, relacionados à publicidade, à pesquisa e ao patrocínio dos órgãos e entidades integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal – SICOM, bem como orientar a aplicação de pesquisas de opinião pública para subsidiar o desempenho das atribuições da Secretaria Especial e coordenar a avaliação da percepção da sociedade sobre políticas públicas, programas e ações do Governo, e os resultados de pesquisas externas de interesse do Poder Executivo federal.

Nesse sentido, a prestação de serviços de pesquisas de opinião pública é fundamental para a realização das atividades essenciais da SECOM e dos integrantes do SICOM, uma vez que o cenário nacional e a opinião da população estão em constante transformação, sendo esses os principais objetos de estudo dos levantamentos. Esse tipo de sondagem, realizado metodologicamente, através de abordagem qualitativa e quantitativa são primordiais para manter o funcionamento das atividades desta Secretaria, com vistas a aprimorar a governança, a integridade, a gestão estratégica e a gestão da informação.

A realização de pesquisas de opinião pública é a forma mais consagrada nos meios acadêmicos de estudo do comportamento da opinião pública, da expressão do interesse e das preferências dos cidadãos sobre temas relevantes da agenda nacional. Constitui-se ainda na forma mais representativa e usual em diferentes democracias para que os governos respondam às expectativas dos cidadãos.

As pesquisas constituem-se importante instrumento de gestão e maximização de recursos, pois, além de permitir a construção de parâmetros para campanhas de comunicação institucional e de utilidade pública, também proporcionam a realização de resultados mais tangíveis e maior efetividade em relação aos objetivos propostos na política pública de comunicação.

As pesquisas realizadas oferecem ainda um canal adicional de manifestação cidadã, pois dão à população a oportunidade de expressar-se sobre suas demandas mais prementes e também sobre o desempenho do Poder Executivo, o que confere uma aplicação alternativa da noção de transparência e prestação de contas (accountability), essencial ao funcionamento da democracia.

Dessa forma, no âmbito da metodologia qualitativa, a pesquisa de opinião procura obter compreensão aprofundada sobre as razões do comportamento dos indivíduos, identificando fatores socioculturais que condicionam suas atitudes e elementos definidores das suas opiniões. O universo da pesquisa qualitativa está ligado ao campo das subjetividades que se expressam na vida cotidiana, no sentido que as pessoas atribuem às suas ações e no posicionamento que estabelecem em relação aos outros, que incluem: indivíduos, grupos e instituições.

Já no âmbito da metodologia quantitativa, a pesquisa de opinião procura estimar parâmetros populacionais a partir da mensuração de variáveis em amostras probabilísticas da população brasileira. O propósito principal é o de identificar padrões generalizáveis de comportamento para todo o universo populacional. Isso permite identificar percepções, posicionamento e avaliação da população sobre as políticas públicas, iniciativas estatais e diversos temas de interesse do Governo Federal.

No período em que a SECOM esteve vinculada à Presidência da República, o órgão executou contratos firmados com empresas especializadas em pesquisas, nas metodologias quantitativa e qualitativa, contratadas por meio de concorrência do tipo melhor técnica, com vigência entre os anos de 2013 e 2018 (processos 00170.001892/2012-56, 00170.001893/2012-09 e 00170.001894/2012-45). Com o início da nova gestão, em 2019, verifica-se que dessa mudança na gestão federal, ocorreu um vácuo na geração de conteúdo nessa área, reforçado pela alteração mais recente, que foi a migração da SECOM para o Ministério das Comunicações.

Atualmente, conforme descrito no Art. 24 do [Decreto 10.747, de 13 de julho de 2021](#), no que se refere à pesquisa, cabe ao Departamento de Publicidade e Pesquisa da SECOM (Incisos IX e X):

IX - Orientar a aplicação de pesquisas de opinião pública para subsidiar o desempenho das atribuições da Secretaria Especial;

X - Coordenar a avaliação da percepção da sociedade sobre políticas públicas, programas e ações do Governo, e os resultados de pesquisas externas de interesse do Poder Executivo federal.

Observando-se as contratações anteriores, depreende-se que essas podem servir como modelo para uma nova licitação, sendo necessário, contudo, aprimorar os parâmetros de qualidade e quantidade dos produtos a serem entregues, além de adequar o processo licitatório às recomendações exaradas pelos órgãos de controle desde então.

Ressalte-se que os projetos de pesquisa qualitativa e quantitativa de opinião pública para a SECOM devem ser executados por empresa, instituto ou entidade especializada e experiente.

Assim, diante das necessidades apontadas e visando ao aprimoramento da qualidade dos produtos finais destinados à SECOM, faz-se necessário o lançamento de edital para contratação de empresa, instituto ou entidade especializada na prestação de serviços de pesquisa de opinião pública, nas modalidades de pesquisa qualitativa e quantitativa.

2 – REQUISITOS NECESSÁRIOS E SUFICIENTES À ESCOLHA DA SOLUÇÃO

(Inciso II Art. 7º IN nº 40 - descrição dos requisitos necessários e suficientes à escolha da solução, prevendo critérios e práticas de sustentabilidade)

A natureza do objeto enquadra-se na classificação de serviços comuns, nos termos do parágrafo único, do art. 1º, da [Lei nº 10.520 de 2002](#) e, ainda, com o [Decreto nº 10.024 de 2019](#). Em conformidade com o [Decreto nº 9.507 de 2018](#), os serviços serão prestados sob regime de execução indireta que, por sua vez, não gera vínculo empregatício entre os empregados da Contratada e a Administração, vedando-se qualquer relação entre estes que caracterize a pessoalidade e subordinação direta.

Por tratar-se de serviços indispensáveis ao cumprimento da missão institucional da SECOM e enquadrarem-se no conceito de serviços contínuos, trazidos pelo art. 15 da [IN SEGES/MPDG nº 5/2017](#), qual seja: *“serviços prestados de forma contínua são aqueles que, pela sua essencialidade, visam atender à necessidade pública de forma permanente e contínua, por mais de um exercício financeiro, assegurando a integridade do patrimônio público ou o funcionamento das atividades finalísticas do órgão ou entidade, de modo que sua interrupção possa comprometer a prestação de um serviço público ou o cumprimento da missão institucional”*, entendemos ser vantajoso para a Administração a possibilidade de continuar a referida contratação, observado os prazos máximos estabelecidos pela [Lei nº 8.666/93](#).

Todas as empresas, institutos ou entidades especializadas na prestação de serviços de pesquisa de opinião pública com experiência comprovada no uso de técnicas qualitativas e quantitativas e que atuam no mercado nacional poderão participar do certame.

A Contratada deverá possuir equipe de profissionais com comprovada capacidade técnica e experiência com pesquisa de opinião pública em cada tipo de abordagem metodológica.

Os aspectos pormenorizados dos requisitos mínimos de formação acadêmica e de experiência profissional constarão no Edital de Licitação e seus respectivos anexos.

A Contratada deverá manter, durante toda a vigência do contrato, a equipe de profissionais exigida no momento da assinatura do contrato, podendo completá-la ou substituí-la, quando necessário, por profissionais igualmente qualificados.

No caso das pesquisas quantitativas, exige-se equipe profissional com experiência e habilitação para coleta, processamento e análise de dados através das técnicas CATI (*Computer-Assisted Telephone Interviewing*) e *survey* domiciliar face-a-face.

No caso das pesquisas qualitativas exige-se equipe profissional experiente e habilitada para utilização das técnicas de grupos focais e entrevistas em profundidade.

Caso os profissionais envolvidos na prestação de serviço demonstrem incapacidade técnica, a Contratada deverá assumir o ônus e realizar substituição de pesquisadores, coordenadores de pesquisa, moderadores, entrevistadores, ou quaisquer profissionais envolvidos na execução dos serviços contratados, por outros de igual perfil, comprovadamente com experiência e formação acadêmica

compatível.

A Contratada deverá garantir, quando demandado pela Contratante, a realização do trabalho de campo e coleta de dados, tanto para pesquisas qualitativas quanto para pesquisas quantitativas, em qualquer dia da semana, em qualquer período do ano, enquanto durar o contrato, bem como o funcionamento do sistema online de acompanhamento a ser disponibilizado à Contratante.

A Contratada deverá garantir que o trabalho de coleta de dados seja exclusivo para cada pesquisa demandada pela Contratante, não sendo admitida a coleta de dados concomitante para outros clientes da Contratada; prática conhecida no mercado como “carona” e não aceita pela Contratante.

Entendendo-se por trabalho de campo a etapa de coleta de dados na execução das pesquisas, consistindo em: realização de entrevistas em profundidade e grupos focais, no caso das pesquisas qualitativas; coleta de dados através de questionário por meio domiciliar face a face e por meio telefônico (CATI), no caso das pesquisas quantitativas.

A Contratada para pesquisa qualitativa, tanto nos casos de grupos focais quanto de entrevistas em profundidade, deverá ser capaz de elaborar desenhos amostrais teóricos de diferentes tipos, assegurando amostras de cunho qualitativo, que atenda às exigências específicas de cada projeto de pesquisa demandado pela Contratante.

A Contratada para pesquisa qualitativa deverá garantir uma capacidade mínima de realização de pelo menos 30 (trinta) grupos focais em um período concomitante de 5 (cinco) dias corridos, nas cinco regiões do País, ou, ao menos 6 (seis) grupos focais em um único dia, em duas ou mais regiões do País, de forma presencial e/ou virtual. Também deverá garantir uma capacidade mínima de realização de pelo menos 10 (dez) entrevistas em profundidade em um período concomitante de 5 (cinco) dias corridos, nas cinco regiões do País, ou, ao menos 2 (duas) entrevistas em profundidade em um único dia, em duas ou mais regiões do País, de forma presencial e/ou virtual.

JUSTIFICATIVA: a exigência de quantidade mínima de grupos focais e de entrevistas em profundidade baseia-se na necessidade de a empresa comprovar que tem capacidade logística para realizar coleta de dados simultânea, num curto período de tempo, muitas vezes em um único dia, uma vez que a Contratante necessitará de agilidade para fazer frente ao cronograma estimado de pesquisas, a fim de atender às necessidades não apenas da própria Contratante, mas também de todos os órgãos e entidades integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal – SICOM, o que exigirá bastante agilidade, capacidade produtiva e tempestividade por parte da Contratada.

A Contratada para pesquisa quantitativa, tanto telefônica (CATI) quanto face-a-face domiciliar, ainda deverá ser capaz de elaborar desenhos amostrais complexos de diferentes tipos, assegurando a elaboração de amostras, inclusive totalmente probabilísticas, sempre que demandado pela Contratante.

A Contratada para pesquisa quantitativa, tanto face-a-face domiciliar quanto telefônica (CATI), deverá ter capacidade de realizar trabalho de campo em tempo hábil, compreendendo a coleta de dados célere, de acordo com demanda da Contratante. No caso da face-a-face domiciliar, exige-se da contratada capacidade de aplicação de pelo menos 1.000 questionários em um único dia em diferentes cidades de distintos estados e regiões do Brasil. No caso da telefônica, exige-se capacidade de aplicação de pelo menos 600 questionários em um único dia.

JUSTIFICATIVA: a exigência de quantidade mínima de entrevistas face a face domiciliar e entrevistas telefônicas (CATI) baseia-se na necessidade de a empresa comprovar que tem capacidade logística para realizar coleta de dados simultânea, num curto período de tempo, muitas vezes em um único dia, uma vez que a Contratante necessitará de agilidade para fazer frente ao cronograma estimado de pesquisas, a fim de atender às necessidades não apenas da própria Contratante, mas também de todos os órgãos e entidades integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal – SICOM, o que exigirá bastante agilidade, capacidade produtiva e tempestividade por parte da Contratada.

A Contratada deverá garantir, complementarmente à realização das pesquisas contratadas, sempre que demandada e sem ônus para a Contratante, a realização de análises de dados, informações, cruzamentos de diferentes variáveis, análises qualitativas e quantitativas dos principais achados, análises estratégicas e de inteligência tanto de uma pesquisa específica quanto do conjunto de pesquisas realizadas; disponibilizando informações e percepções estratégicas que vão além da demonstração estática dos dados e informações coletados nas pesquisas.

A Contratada, para os serviços de pesquisas quantitativas, disponibilizará à Contratante, por meio da internet, ferramenta online hábil (*dashboard*) a facultar consultas e cruzamentos de dados e informações, a fim de garantir autonomia à Contratante para realizar as respectivas consultas e cruzamentos de seu interesse, gerando conhecimento útil à tomada de decisão acerca das políticas públicas objetos das pesquisas de opinião.

A Contratada, tanto para pesquisa qualitativa quanto para quantitativa, deverá garantir a capacidade de realização de pesquisa com segmentos populacionais específicos, como: grupos sociais minoritários, segmentos profissionais, populações em situação de risco, grupos em situação de vulnerabilidade social, população rural, população indígena e quilombola.

A Contratada deverá, ainda, 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. 3º da [Lei nº 8.666/93](#), regulamentado pelo [Decreto nº 7.746, de 5 de junho de 2012](#).

A Contratada deverá oferecer atendimento e suporte (telefônico e por meio eletrônico), em língua portuguesa, durante a realização dos trabalhos de campo em qualquer dia da semana, no intervalo entre 08h e 22h; durante a realização dos trabalhos de campo e enquanto durar o contrato.

A Contratada deverá participar de reuniões presenciais em Brasília-DF, sem ônus para a Contratante, sempre que necessário, a fim de realizar apresentação de pesquisas e/ou debater assuntos de interesse da Contratante relacionados aos serviços contratados.

Os aspectos pormenorizados desses requisitos de contratação constarão no Edital de Licitação e seus respectivos anexos.

3 – LEVANTAMENTO DE MERCADO COM PROSPECÇÃO E ANÁLISE DAS ALTERNATIVAS POSSÍVEIS DE SOLUÇÃO

(Inciso III Art. 7º IN nº 40 - levantamento de mercado, que consiste na prospecção e análise das alternativas possíveis de soluções, podendo, entre outras opções:

- a) ser consideradas contratações similares feitas por outros órgãos e entidades, com objetivo de identificar a existência de novas metodologias, tecnologias ou inovações que melhor atendam às necessidades da administração; e
- b) ser realizada consulta, audiência pública ou diálogo transparente com potenciais contratadas, para coleta de contribuições)

Conforme destacado no início deste estudo, as pesquisas de opinião pública proporcionam a captação do interesse e das preferências dos cidadãos sobre temas relevantes para a própria sociedade. Por esse motivo, representam a forma mais representativa e usual em diferentes democracias para que os governos entendam e busquem responder às expectativas dos cidadãos.

Os projetos de pesquisa qualitativa de opinião pública implicam grau de especialização próprio, conhecimento e experiência com técnicas específicas de coleta e análise de dados. Nesse caso, o domínio de técnicas como a Entrevista em Profundidade e a moderação de Grupos Focais é fundamental para a obtenção do conhecimento esperado em cada projeto de pesquisa.

Da mesma forma, os projetos de pesquisa quantitativas demandam conhecimento e experiência na aplicação de técnicas de coleta de dados por meio de entrevistas face a face e/ou entrevistas telefônicas (*Computer-Assisted Telephone Interviewing* – CATI), cujo domínio de tais técnicas também é imprescindível para alcançar os objetivos dos projetos de pesquisa a serem executados no âmbito da contratação.

Vale ressaltar que nos últimos anos novas tecnologias de coleta de dados foram inseridas na execução dos projetos de pesquisa de opinião pública, notadamente a utilização dos recursos de videoconferência na realização de projetos de pesquisa qualitativa com grupos focais e/ou entrevistas em profundidade, estando essa nova tecnologia devidamente contemplada no presente estudo e, também, na almejada contratação.

Ao contratar empresa, instituto ou entidade especializada na prestação de serviços de pesquisa qualitativa de opinião pública, a SECOM pretende aprimorar esse conjunto de técnicas supracitadas, no exercício e cumprimento de suas atribuições institucionais.

Pesquisa de Preços

Estão descritos a seguir os procedimentos adotados para realização de pesquisa de preços relativa à contratação de empresa, instituto ou entidade especializada na prestação de serviços de Pesquisa de Opinião Pública, mediante a modalidade Pregão Eletrônico, formalizada pelo Departamento de Publicidade e Pesquisa DEPUP/SEPUP/SECOM, conforme Documento de Formalização de Demanda 7804094, nos termos da instrução normativa: [IN nº 73 de 5 de agosto de 2020](#).

Essa pesquisa de preços priorizou a busca por referências no [Painel de Preços](#) e em contratos similares com outros entes públicos, conforme documentos anexados aos autos do Processo SEI nº 53115.024234/2021-54, sendo analisados diversos resultados, editais, projetos básicos e outros documentos. Da mesma forma, faz parte desse levantamento a cotação direta com fornecedores, de acordo com documentos anexados integralmente ao referido processo SEI.

Painel de Preços

Para realizar a identificação de possíveis contratos e/ou aquisições similares, foram observadas as diretrizes expostas no [manual](#) do [Painel de Preços](#) do Ministério da Economia, mediante diferentes filtros, tais como: ano da compra, CATSER (Catálogo de Serviços) e descrição do objeto da compra. Parte dos resultados alcançados viabilizou o levantamento de alguns preços de serviços similares, tendo sido incluídos no cálculo dos valores máximos a serem aceitos no futuro Edital.

Todos os resultados e documentos foram devidamente acostados ao processo 53115.024234/2021-54 e estão assim relacionados:

Filtro CATSER 884 + Anos 2020 e 2021 (8065106)

Filtro pela expressão “Pesquisa de Opinião Pública” + Objeto da Compra (8065143)

Agência Nacional de Aviação Civil – ANAC: Edital (8065175) + Contrato (8065238)

Centro de Comunicação Social da Marinha – CCSM: Edital (8065210) + Contrato (8065255) + NF ([8304475](#))

Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste – SUDENE: Edital (8065225) + Contrato (8065281)

Vale ressaltar que de acordo com a jurisprudência do Tribunal de Contas da União - TCU, a busca por referências de preços deve, necessariamente, levar em consideração as condições semelhantes às solicitadas no procedimento licitatório e se referir a objeto idêntico ao da licitação.

Nessa mesma esteira, o manual do Painel de Preços estabelece que "... A comparação entre itens diferentes pode ocasionar distorções nos resultados e consequentemente contribuir para que a aquisição ou contratação não se revele economicamente vantajosa para a administração."

À luz de tais orientações e a partir da análise criteriosa dos documentos descritos acima, foram identificadas contratações de serviços com características que não atendem aos critérios mínimos do Objeto a ser contratado e, em alguns poucos casos, foi possível identificar contratações razoavelmente similares com número insuficiente de entrevistas para poder estabelecer uma relação direta com a contratação pretendida, porém, minimamente suficientes para ajudar a compor o cálculo final da média das demais cotações, conforme descrito detalhadamente na sequência deste documento, e à luz do que estabelece o Art. 6º da [IN nº 73 de 5 de agosto de 2020](#). **Resumo do INCISO I ART 5 IN 73 – Painel de Preços** (8065925).

Contratações Similares de Outros Entes Públicos

O levantamento de preços envolvendo “outros entes públicos”, a exemplo do Painel de Preços, trouxe também a possibilidade de utilização de alguns preços de serviços similares para cálculo dos valores máximos a serem aceitos no Pregão Eletrônico, tendo sido realizado por meio das seguintes fontes:

Portal da Transparência da Câmara dos Deputados – Todos os contratos firmados em 2020 (8065964)

Portal da Transparência da Câmara dos Deputados – Todos os contratos firmados em 2021 (8065972)

Sistema de Execução de Contratos – SEC SECOM (8065990)

Portal da Transparência do Senado Federal – Todos os contratos firmados em 2020 e 2021 (8066685)

Senado Federal: Editais (8066699); (8066708) e (8066714) + Contratos (8066729): (8066745) e (8066754)

Também a partir da análise criteriosa dos documentos descritos acima, a exemplo do Inciso I "Painel de Preços", foram identificadas contratações de serviços com características que não atendem aos critérios mínimos do Objeto a ser contratado e, em alguns poucos casos, foi possível identificar contratações razoavelmente similares com número insuficiente de entrevistas para poder estabelecer uma relação direta com a contratação pretendida, porém, minimamente suficientes para ajudar a compor o cálculo final da média das demais cotações, conforme descrito detalhadamente na sequência deste documento, e à luz do que estabelece o Art. 6º da [IN nº 73 de 5 de agosto de 2020](#). **Resumo do INCISO II ART 5 IN 73 – Outros Entes Públicos** (8067238).

Relativamente ao **Inciso III** que dispõe sobre “dados de pesquisa publicada em mídia especializada, de sítios eletrônicos especializados ou de domínio amplo, desde que atualizados no momento da pesquisa e compreendidos no intervalo de até 6 (seis) meses de antecedência da data de divulgação do instrumento convocatório, contendo a data e hora de acesso...”, em busca realizada no site <https://www.bancodeprecos.com.br/PrecosPublicos/Pesquisa> não foram identificados serviços similares: **Resumo do INCISO III ART 5 IN 73 – Mídia Especializada** (8073166).

Pesquisa Direta com Fornecedores

Mesmo considerando o aproveitamento de algumas referências identificadas tanto no “Painel de Preços” quanto na pesquisa sobre as “Contratações Similares de Outros Entes Públicos”, vale destacar que tais referências não foram suficientes para gerar ao menos três preços para cada um dos tipos de serviços previstos no futuro Edital. Além disso, visando fortalecer e qualificar esse processo, foram realizadas pesquisas diretas com os principais fornecedores dos serviços de “Pesquisa de Opinião Pública” no País.

Com o objetivo de fornecer mais transparência ao processo de pesquisa de preços, destaca-se que foram enviadas solicitações de cotação de preços para 22 (vinte e duas) empresas especializadas na prestação dos serviços de pesquisa de opinião pública no Brasil, englobando duas etapas de cotações; cuja justificativa para escolha desses fornecedores foi baseada nas seguintes premissas:

- 1 – Empresas notadamente reconhecidas nacionalmente pela prestação dos respectivos serviços de pesquisa de opinião pública. Exemplos: IBOPE, DataFolha, Paraná Pesquisa, IPEC, IPSOS, entre outras.
- 2 – Empresas que participaram de cotações em certames anteriores da própria SECOM. Exemplos: CP2, GFK, Meta, entre outras.
- 3 – Empresas que venceram licitações semelhantes em outros órgãos públicos. Exemplos: Ágora, GMR, HSR-Bridge e Praxian.

A 1ª mensagem da pesquisa direta com fornecedores (8073430) foi enviada em 17/08/2021 para 18 (dezoito) empresas (8073437); das quais 4 (quatro) enviaram propostas válidas e 2 (duas) responderam que não teriam como apresentar propostas naquele momento. As quatro cotações válidas e as duas negativas estão relacionadas abaixo:

Resposta: Gênese Instituto de Pesquisa (8075187)

Preços QUALI Grupos Focais e Entrevistas em Profundidade (8075838)

Preços QUANTI Face a Face (8075851)

Preços QUANTI Telefônica (8075869)

Resposta: IPEC Inteligência (8075649)

Preços QUALI Grupos Focais e Entrevistas em Profundidade (8076502)

Preços QUANTI Face a Face (8076510)

Preços QUANTI Telefônica (8076521)

Resposta: CP2 Pesquisas (8075661)

Preços QUALI Grupos Focais e Entrevistas em Profundidade (8076538)

Preços QUANTI Face a Face (8076546)

Preços QUANTI Telefônica (8076554)

Resposta: IPSOS Brasil (8075804)

Preços QUALI Grupos Focais e Entrevistas em Profundidade (8076572)

Preços QUANTI Face a Face (8076576)

Preços QUANTI Telefônica (8076581)

Negativa de Resposta GFK Brasil (8075227)

Negativa de Resposta DATAFOLHA (8075236)

Resumo do INCISO IV ART 5 IN 73 – Quadro resumo das respostas da 1ª mensagem de cotação (8077425).

Na sequência, em 30/08/2021, foi enviada complementação da 1ª cotação (8076611) para as quatro empresas que haviam encaminhado suas cotações, sendo solicitada a inclusão dos preços para os serviços de pesquisa QUALITATIVA Online por Videoconferência, uma vez que a 1ª cotação previa os respectivos serviços apenas na forma presencial.

As quatro empresas enviaram suas cotações:

Resposta: Gênese Instituto de Pesquisa (8077555)

Preços QUALI ONLINE por VIDEOCONFERÊNCIA Grupos Focais e Entrevistas em Profundidade (8077578)

Resposta: IPEC Inteligência (8077564)

Preços QUALI ONLINE por VIDEOCONFERÊNCIA Grupos Focais e Entrevistas em Profundidade (8077587)

Resposta: CP2 Pesquisas (8077570)

Preços QUALI ONLINE por VIDEOCONFERÊNCIA Grupos Focais e Entrevistas em Profundidade (8077598)

Resposta: IPSOS Brasil (8091868)

Preços QUALI ONLINE por VIDEOCONFERÊNCIA Grupos Focais e Entrevistas em Profundidade (8091919)

Resumo do INCISO IV ART 5 IN 73 – Quadro resumo das respostas da Complementação da 1ª mensagem de cotação (8077609)

Finalmente, também no dia 30/08/2021, foram incluídos mais 4 (quatro) fornecedores que haviam sido identificados em contratações com outros entes públicos, sendo enviada uma nova mensagem: 2ª cotação de preços (8077632) para todos os fornecedores (8080671) que ainda não haviam se manifestado na 1ª cotação de preços.

Desta vez, mais 4 (quatro) empresas enviaram suas cotações e 01 (uma) respondeu que não teria como apresentar propostas naquele momento:

Resposta: HSR-BRIDGE (8080692)

Preços QUALI Grupos Focais e Entrevistas em Profundidade (8080706)

Preços QUALI ONLINE por VIDEOCONFERÊNCIA Grupos Focais e Entrevistas em Profundidade (8080714)

Preços QUANTI Face a Face (8081451)

Preços QUANTI Telefônica (8081490)

Resposta: MDA Pesquisa (8089224)

Preços QUALI Grupos Focais e Entrevistas em Profundidade (8089232)

Preços QUALI ONLINE por VIDEOCONFERÊNCIA Grupos Focais e Entrevistas em Profundidade (8089248)

Preços QUANTI Face a Face (8089258)

Preços QUANTI Telefônica (8089282)

Resposta: BRASILIS Pesquisas (8089293)

Preços QUALI Grupos Focais e Entrevistas em Profundidade (8089311)

Preços QUALI ONLINE por VIDEOCONFERÊNCIA Grupos Focais e Entrevistas em Profundidade (8089332)

Preços QUANTI Face a Face (8089338)

Preços QUANTI Telefônica (8089352)

Resposta: PARANÁ Pesquisas (8089361)

Preços QUALI Grupos Focais e Entrevistas em Profundidade (8089369)

Preços QUALI ONLINE por VIDEOCONFERÊNCIA Grupos Focais e Entrevistas em Profundidade (8089375)

Preços QUANTI Face a Face (8089383)

Preços QUANTI Telefônica (8089386)

Negativa de Resposta DATA POPULAR (8089406)

Resumo do INCISO IV ART 5 IN 73 – Quadro resumo (consolidado) com as respostas da 1ª e 2ª mensagens de cotação (8089577)

Confirmação de Validade das Propostas por mais 90 (noventa) dias:

Com o objetivo de garantir a validade das cotações até a data de publicação do Edital, foi solicitada a confirmação de extensão das respectivas propostas por um período de mais 90 (noventa) dias, a contar da data de 25/10/2021.

Todas as 8 (oito) empresas que haviam encaminhado suas cotações de preços, manifestaram formalmente a confirmação de validade de suas propostas por mais 90 dias:

- PARANÁ Pesquisas (8312669);
- Gênese Instituto de Pesquisa (8312678);
- IPSOS Brasil (8312695);
- CP2 Pesquisas (8312704);
- IPEC Inteligência (8312714);
- MDA Pesquisa (8312726);
- HSR-BRIDGE (8312736) e
- BRASILIS Pesquisas (8314190).

4 – DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

(Inciso IV Art. 7º IN nº 40 - descrição da solução como um todo, inclusive das exigências relacionadas à manutenção e à assistência técnica, quando for o caso, acompanhada das justificativas técnica e econômica da escolha do tipo de solução)

Conceitos e Especificações Técnicas Gerais: a seguir são descritos os conceitos e especificações técnicas gerais relativas aos projetos de pesquisas de opinião pública QUALITATIVAS (Grupos Focais e/ou Entrevistas em Profundidade) e QUANTITATIVAS (Entrevistas Face a Face Domiciliar e/ou Entrevistas Telefônicas).

Abrangência: a Contratante poderá demandar projetos de pesquisa de opinião pública com abrangência diversificada: nacional, estadual, municipal e/ou qualquer outro universo a ser abrangido em território nacional, utilizando a metodologia Quantitativa e/ou Qualitativa. Cabe à Contratada atender às demandas de qualquer abrangência.

População-Alvo: pessoas de ambos os sexos; de todas as raças/etnias/cor, de todas as classes sociais; de todas as escolaridades, de 16 (dezesesseis) anos ou mais e/ou quaisquer outras especificidades a serem definidas conforme objetivos de cada projeto de pesquisa.

Metodologia e Técnicas de Pesquisa:

- a) Qualitativa: Grupos Focais (presenciais e/ou por videoconferência) e Entrevistas em Profundidade (presenciais e/ou por videoconferência).
- b) Quantitativa: Entrevistas Face a Face Domiciliar e Entrevistas Telefônicas.

Distância:

- a) Capital e região metropolitana.
- b) Cidades do interior.

Duração das entrevistas:

- a) Qualitativa: Grupo Focal: até 120 minutos.
- b) Qualitativa: Entrevista em Profundidade: até 90 minutos.
- c) Quantitativa: Face a face: até 30 minutos.
- d) Quantitativa: Telefônica: de 6 a 20 minutos.

Planejamento de Pesquisa: documento elaborado pela Contratada, a partir de *Briefing* recebido da Contratante.

Plano Amostral: elaborado pela Contratada na etapa de Planejamento de Pesquisa que estabelece o conjunto de regras e ações utilizadas para seleção da amostra de participantes em uma pesquisa, sendo determinado, principalmente, pelas características da população de interesse. Deverá ser adequado aos objetivos da pesquisa, garantindo transparência e rigor metodológico em cada projeto de pesquisa demandado pela Contratante.

Instrumento de Coleta:

- a) Qualitativa: Roteiro de Entrevista e/ou Roteiro de Grupo Focal, elaborado pela Contratada conforme projeto de pesquisa demandado pela Contratante.
- b) Quantitativa: Questionário para entrevistas Face a Face e/ou para entrevistas Telefônicas, elaborado pela Contratada conforme projeto de pesquisa demandado pela Contratante, podendo conter questões fechadas, abertas pré-codificadas e/ou abertas não codificadas.

Exige-se rigor metodológico na aplicação do instrumento de coleta, com abordagem de todos os itens e atenção ao tempo empregado.

A Contratante poderá, a qualquer momento da execução da pesquisa, requerer ajustes no instrumento de coleta (roteiros e/ou questionários).

A coleta efetiva de dados somente poderá ser iniciada após a aprovação do Instrumento de Coleta, pela Contratante.

Coleta de Dados: corresponde à realização de: grupos focais e/ou entrevistas em profundidade, entrevistas face a face e/ou entrevistas telefônicas; utilizando os respectivos instrumentos de coleta.

A Contratada deverá garantir, quando demandado pela Contratante, a realização do trabalho de campo e coleta de dados, tanto para pesquisas qualitativas quanto para pesquisas quantitativas, em qualquer dia da semana, em qualquer período do ano, enquanto durar o contrato, bem como o funcionamento do sistema online de acompanhamento a ser disponibilizado à Contratante.

A Contratada deverá garantir que o trabalho de coleta de dados seja exclusivo para cada pesquisa demandada pela Contratante, não sendo admitida a coleta de dados concomitante para outros clientes da Contratada; prática conhecida no mercado como “carona” e não aceita pela Contratante.

Recursos Utilizados: ambiente, sistemas e equipamentos relativos à qualidade da coleta de dados e armazenamento de dados; funcionamento dos recursos para acompanhamento da coleta de dados; segurança dos sistemas e a inviolabilidade dos dados.

Pesquisas Qualitativas

a) Grupos Focais

a1) Presenciais: deverão ser realizados em um ambiente apropriado, livre de interferências externas, que: seja de fácil acesso para os participantes; favoreça a interação entre os participantes do grupo; ofereça condições adequadas para a permanência confortável do grupo; seja dividido por espelho unidirecional para acompanhamento dos trabalhos pelos observadores indicados pela área técnica da Contratante; permita a disposição de mesas e cadeiras em um formato que o entrevistador/moderador e os participantes fiquem de frente uns para os outros, proporcionando interação entre eles; permita instalação e bom funcionamento de equipamento de gravação de áudio e vídeo; permita que seja oferecida alimentação adequada aos participantes.

a2) Por Videoconferência: deverão ser realizados em um ambiente virtual apropriado, livre de interferências externas, que: seja de fácil acesso para os participantes; favoreça a interação entre os participantes do grupo; ofereça condições adequadas para a permanência confortável do grupo; permita o acompanhamento virtual dos trabalhos pelos observadores indicados pela área técnica da Contratante; permita a disposição de imagem em que todos os participantes possam enxergar e ouvir os demais participantes e também o moderador, proporcionando interação entre eles; permita instalação e bom funcionamento de equipamento de gravação de áudio e vídeo.

b) Entrevistas em Profundidade

b1) Presenciais: deverão ser realizados em um ambiente apropriado, livre de interferências externas, que: favoreça a interação entre entrevistado e entrevistador; seja afastado da interferência de terceiros; ofereça condições adequadas para a permanência confortável do entrevistado; permita instalação e bom funcionamento de equipamento de gravação de áudio.

b2) Entrevistas por Videoconferência: deverão ser realizados em um ambiente virtual apropriado, livre de interferências externas, que: favoreça a interação entre entrevistado e entrevistador; seja afastado da interferência de terceiros; ofereça condições adequadas para a permanência confortável do entrevistado; permita o acompanhamento virtual dos trabalhos pelos observadores indicados pela área técnica da Contratante; permita a disposição de imagem em que entrevistado e entrevistador possam enxergar e ouvir um ao outro, proporcionando interação entre eles; permita instalação e bom funcionamento de equipamento de gravação de áudio e vídeo.

Pesquisas Quantitativas

a) Entrevistas Face a Face Domiciliar:

a1) A coleta de dados deverá ocorrer por meio da utilização de tablets com o registro dos dados coletados nas pesquisas sendo realizado eletronicamente, e ficar disponível para acompanhamento da área técnica da Contratante, já durante a fase de coleta, permitindo a visualização online, via internet, dos resultados parciais de cada pergunta.

a2) A coleta de dados deverá ser realizada com registro automático das coordenadas do local visitado por meio de aparelho GPS (Global Positioning System), com erro máximo de 50 metros e transmissão automática em tempo real.

a3) As coordenadas obtidas por GPS deverão constar na base de dados consolidada. As entrevistas deverão ser gravadas e os áudios disponibilizados para acesso online. Deve ser possível identificar com precisão, na base de dados da pesquisa, os dados de respostas ao qual cada gravação se refere, para fins de checagem/auditoria e validação posteriores.

a4) Coletar dados referentes a data e horário (data de realização da entrevista, horário de início e término de cada entrevista e duração) e inserir essas informações nas bases de dados.

a5) Garantir a segurança dos sistemas e a inviolabilidade das bases de dados, em especial de modo que entrevistadores, entrevistados e terceiros não tenham acesso a funcionalidades e a questionários que não lhes cabe responder.

b) Entrevistas Telefônicas:

b1) A coleta de dados deverá ocorrer por meio de entrevistas telefônicas via Computer Assisted Telephone Interviewing – CATI, com registro dos dados coletados nas pesquisas sendo realizado eletronicamente, e ficar disponível para acompanhamento da área técnica da Contratante, já durante a fase de coleta, permitindo a visualização online, via internet, dos resultados parciais de cada pergunta.

b2) As entrevistas deverão ser gravadas e os áudios disponibilizados para acesso online em tempo real. Deve ser possível identificar com precisão, na base de dados da pesquisa, os dados de respostas ao qual cada gravação se refere, para fins de checagem, auditoria e validação.

b3) Coletar dados referentes a data e horário (data de realização da entrevista, horário de início e término de cada entrevista e duração) e inserir essas informações nas bases de dados.

b4) Garantir a segurança dos sistemas e a inviolabilidade das bases de dados, em especial de modo que entrevistadores e terceiros não tenham acesso a funcionalidades e a questionários que não lhes cabe responder.

Pré-Teste: teste e ajuste do instrumento de coleta de dados realizado pela Contratada a cada projeto de pesquisa: roteiros nos casos de grupos focais e/ou entrevistas em profundidade; e questionários nos casos de entrevistas face a face e/ou entrevistas telefônicas.

Pesquisador: responsável pela aplicação do Instrumento de Coleta (roteiros e/ou questionários).

Exige-se adequação na abordagem; linguagem adequada; domínio conceitual do instrumento de coleta; utilização do tempo de maneira adequada; pertinência nas intervenções; neutralidade na postura durante a coleta de dados; empatia no trato com pesquisados, mantendo o foco no instrumento de coleta e nos objetivos da pesquisa.

A Contratada deverá substituir qualquer profissional participante da pesquisa que manifeste conduta eticamente reprovável.

Dados: disponibilização, confiabilidade, precisão, tempestividade e qualidade dos dados coletados e respectivos cruzamentos; rigor metodológico na categorização e codificação; precisão e qualidade das informações nos formatos solicitados; qualidade das digitações e transcrições; fidelidade ao que foi informado pelos entrevistados; informações de data, hora, local de realização da pesquisa e dados do pesquisador.

Checação de Dados: consiste em analisar a consistência e consolidar os dados.

A Contratada deverá zelar pelo rigor metodológico em todo o processo garantindo a confiabilidade e validade dos dados, sempre observando os critérios e procedimentos consolidados na literatura técnica da área.

Além da checagem e auditoria realizadas pela Contratada, a Contratante poderá, a seu critério e a seu tempo, realizar auditoria própria, fazendo a checagem das entrevistas quantitativas e qualitativas, inclusive em ambiente da Contratada, se necessário.

Apresentação: consistência das informações; padronização da exposição dos conteúdos; conteúdo condizente com o *briefing*; clareza, consistência e objetividade das informações; qualidade gráfica; e pertinência das análises e conclusões.

A apresentação final é o documento eletrônico de extensão pptx/similar, que deverá ser enviado por e-mail e disponibilizado em ambiente virtual acessível à Contratante para download.

Atendimento à Contratante: disponibilidade da equipe de atendimento da Contratada; proatividade, agilidade, competência e flexibilidade no relacionamento com a Contratante; contribuições para aperfeiçoamento dos instrumentos de coleta; e cumprimento dos prazos e metas estabelecidos.

Enquanto durar o contrato, a Contratada deverá oferecer atendimento e suporte (telefônico e por meio eletrônico), em língua portuguesa, em qualquer dia da semana e de maneira ininterrupta no intervalo entre 08h e 22h; durante a realização dos trabalhos de campo.

Abaixo estão detalhados os aspectos pormenorizados referentes à forma e etapas de execução dos serviços, incluindo as especificidades das entregas previstas.

Forma e Etapas de Execução dos Serviços: a seguir são descritas a forma de execução dos serviços relativos aos projetos de pesquisas de opinião pública QUALITATIVAS (Grupos Focais e/ou Entrevistas em Profundidade) e QUANTITATIVAS (Entrevistas Face a Face Domiciliar e/ou Entrevistas Telefônicas), contemplando as seguintes etapas:

- Briefing
- Planejamento de Pesquisa
- Plano Amostral
- Pré-Teste
- Coleta de Dados
- Checagem dos Dados
- Entrega de Produtos Parciais
- Entrega de Produto Final

Briefing: a demanda é formalizada pela Contratante, por meio de Ordem de Serviço e encaminhamento de *Briefing* que estabelece o escopo da pesquisa. O *Briefing* será disponibilizado pela área técnica da SECOM.

Planejamento de Pesquisa: a partir do *Briefing* a Contratada elabora o Planejamento de Pesquisa que deverá ser aprovado pela Contratante, contemplando: o contexto, os objetivos da pesquisa, o público-alvo e o plano amostral, informações de local, forma de coleta e período de realização das entrevistas face a face, telefônicas, grupos focais e/ou entrevistas em profundidade, os referenciais teórico-metodológicos de pesquisa, pré-teste, os procedimentos de controle de qualidade, os equipamentos, softwares e tecnologias a serem utilizados, o instrumento e procedimentos de coleta de dados (questionário/roteiro), a equipe de profissionais envolvidos, cronograma e orçamento/precificação do projeto de pesquisa.

O cronograma definido no Planejamento de Pesquisa deverá estar alinhado às necessidades e urgências estabelecidas pela equipe técnica da SECOM

Nos casos em que a área técnica da SECOM não aprovar o Planejamento de Pesquisa, a Contratada deverá reformulá-lo imediatamente e submetê-lo para nova apreciação.

Plano Amostral: elaborado pela Contratada na etapa de Planejamento de Pesquisa. A Contratante poderá a qualquer momento solicitar à Contratada a disponibilização de todos os dados e informações que originaram o Plano Amostral, incluindo, também, mas não exclusivamente:

- a) Qualitativa Grupos Focais e/ou Entrevistas em Profundidade: fichas de recrutamento de grupos focais, fichas de seleção das entrevistas em profundidade, indicação do cadastro utilizado para seleção de pessoas, de acordo com o perfil e crivos definidos no planejamento, garantida a transparência e o rigor metodológico da amostra em cada projeto de pesquisa.
- b) Quantitativa Face a Face Domiciliar: dados e cálculos utilizados para definição de amostragem nacional, aleatória em várias etapas, representativa da população brasileira, incluindo a participação de residentes com 16 anos ou mais, distribuídas em no mínimo 140 (cento e quarenta) municípios selecionados randomicamente nas 27 Unidades da Federação e/ou amostragem regional, estadual, municipal ou qualquer outro desenho amostral conforme abrangência do projeto, garantida a transparência e o rigor metodológico da amostra em cada projeto de pesquisa.
- c) Quantitativa Telefônica: dados e cálculos utilizados para a definição de amostragem nacional probabilística com seleção aleatória de números telefônicos do Cadastro da Anatel (Fixo e Móvel), incluindo a participação de residentes com 16 anos ou mais, nas 27 Unidades da Federação, em qualquer município selecionado aleatoriamente, para os dois tipos de telefonia (Fixa e Móvel), ou qualquer outro desenho amostral conforme abrangência do projeto, garantida a transparência e o rigor metodológico da amostra em cada projeto de pesquisa.

Pré-Teste: teste e ajuste do instrumento de coleta de dados realizado pela Contratada a cada projeto de pesquisa: roteiros nos casos de grupos focais e/ou entrevistas em profundidade; e questionários nos casos de entrevistas face a face e/ou entrevistas telefônicas.

Se o pré-teste indicar a inadequação do todo ou de parte de um questionário ou roteiro, é responsabilidade da Contratada reformulá-lo e submetê-lo a nova apreciação da área técnica da SECOM.

A fase de pré-teste deverá ser repetida, sem ônus para a SECOM, enquanto não houver versão final do questionário ou roteiro aprovado para aplicação em campo.

Coleta de Dados: corresponde à realização de: grupos focais e/ou entrevistas em profundidade, entrevistas face a face e/ou entrevistas telefônicas; utilizando os respectivos instrumentos de coleta.

Considera-se necessário para coleta de dados o uso de equipamentos qualificados, como computadores, softwares, aparelho GPS, tablets, gravadores, aparelho de vídeo-gravação, data show, instalações adequadas, capacitação de pesquisadores e outras atividades relacionadas a execução do serviço, de acordo com cada projeto de pesquisa de opinião pública demandado pela Contratante.

A Contratada deverá responsabilizar-se por softwares, equipamentos, materiais, instalações, mão de obra, capacitações e demais atividades técnicas relacionadas diretamente à prestação qualificada do serviço.

A Contratada deverá garantir, quando demandado pela Contratante, a realização do trabalho de campo e coleta de dados, tanto para pesquisas qualitativas quanto para pesquisas quantitativas, em qualquer dia da semana, em qualquer período do ano, enquanto durar o contrato, bem como o funcionamento do sistema online de acompanhamento a ser disponibilizado à Contratante.

A Contratada deverá garantir que o trabalho de coleta de dados seja exclusivo para cada pesquisa demandada pela Contratante, não sendo admitida a coleta de dados concomitante para outros clientes da Contratada; prática conhecida no mercado como “carona” e não aceita pela Contratante.

Nas pesquisas qualitativas: a Contratada deverá assegurar a moderação qualificada, que propicie ambiente favorável à realização de grupos focais e/ou entrevistas em profundidade, garantindo eficiência e eficácia no alcance dos objetivos estabelecidos e no cumprimento do cronograma de cada pesquisa.

Nas pesquisas quantitativas: a Contratada deverá assegurar a aplicação dos questionários de forma qualificada pelos entrevistadores, garantindo eficiência e eficácia no alcance dos objetivos estabelecidos e no cumprimento do cronograma de cada pesquisa.

Checagem de Dados:

a) Qualitativas (Grupos Focais e/ou Entrevistas em Profundidade): as checagens consistem nas seguintes etapas: 1) Utilização do cadastro nacional do Controle de Qualidade do Recrutamento (CRQ), para evitar participantes frequentes; 2) Verificação de 100% das respostas do questionário de recrutamento; 3) Supervisão do trabalho de transcrição de pelo menos uma entrevista por profissional que transcreveu. 4) Indicação de funcionário tecnicamente qualificado da Contratada para acompanhar e monitorar, presencialmente ou *online*, a realização dos grupos focais e/ou entrevistas em profundidade.

b) Quantitativas (Face a Face Domiciliar e Telefônicas): As checagens consistem, principalmente, em escutar as entrevistas gravadas em sua totalidade com o objetivo de verificar a qualidade do serviço. A contratada deverá realizar checagem de 20% do total de entrevistas feitas por cada entrevistador.

Além da checagem e auditoria realizadas pela Contratada, a Contratante poderá, a seu critério e a seu tempo, realizar auditoria própria, fazendo a checagem das entrevistas quantitativas e qualitativas, inclusive em ambiente da Contratada, se necessário.

Entrega de Produtos Parciais:

Produtos Parciais: QUALITATIVAS - Grupos Focais e/ou Entrevistas em Profundidade

Durante o processo de execução de pesquisas de opinião pública com Grupos Focais, a Contratada deverá providenciar e disponibilizar transmissão on-line via *web streaming* para acompanhamento remoto da área técnica da SECOM.

A Contratada deverá enviar os seguintes arquivos/produtos parciais para a SECOM, relativos aos projetos de pesquisa com Grupos Focais e/ou Entrevistas em Profundidade, de acordo com os prazos descritos a seguir.

I – Destaques Parciais: documento eletrônico (extensão .pptx/similar) enviado por e-mail e disponibilizado em ambiente virtual acessível à Contratante para *download*, contendo os principais destaques captados durante a realização dos grupos focais e/ou entrevistas em profundidade. Prazo: até 4 (horas) horas após a realização de cada grupo focal e/ou entrevista em profundidade. Caso o grupo focal e/ou a entrevista em profundidade seja encerrada após as 19 (dezenove) horas do dia, a Contratante poderá encaminhar os destaques até às 12(doze) horas do dia imediatamente posterior.

II – Material do Trabalho de Campo: documento eletrônico (arquivos de vídeo dos grupos focais e arquivos de áudio e/ou vídeo das entrevistas em profundidade), disponibilizados em ambiente virtual acessível à Contratante para *download*. Prazo: até 48 (quarenta e oito) horas após a realização do último grupo focal e/ou da última entrevista em profundidade de cada projeto de pesquisa demandado pela Contratante.

III – Transcrições: documento eletrônico (extensão .docx/similar) enviado por e-mail e disponibilizado em ambiente virtual acessível à Contratante para *download*, contendo o conteúdo completo dos registros de áudio dos grupos focais e/ou das entrevistas em profundidade transformado em texto, reproduzindo fiel e literalmente o que foi dito pelos entrevistados. Prazo: até 48 (quarenta e oito) horas após a realização do último grupo focal e/ou da última entrevista em profundidade de cada projeto de pesquisa demandado pela Contratante.

De acordo com a realidade de cada projeto de pesquisa, a critério da Contratante, os prazos estabelecidos para entrega de produtos poderão ser prorrogados.

Produtos Parciais: QUANTITATIVAS – Entrevistas Face a Face Domiciliar e/ou Entrevistas Telefônicas

Durante o processo de execução de pesquisas de opinião pública com Entrevistas Face a Face e/ou Entrevistas Telefônicas, a Contratada deverá disponibilizar sistema de acesso à SECOM, permitindo o acompanhamento dos resultados parciais de cada pesquisa, em tempo real, via internet.

A Contratada deverá enviar os seguintes arquivos/produtos parciais para a SECOM, relativos aos projetos de pesquisa com Entrevistas Face a Face Domiciliar e/ou Entrevistas Telefônicas, de acordo com os prazos descritos a seguir.

I – Base de Dados: documento eletrônico (extensão csv, txt, dat, dbf, sav, xls, / similar) enviado por e-mail e disponibilizado em ambiente virtual acessível à Contratante para *download*, contemplando os resultados consolidados (em banco de dados) da aplicação do questionário de cada pesquisa: FACE a FACE: data de realização da entrevista, local, coordenadas obtidas por GPS, horário de início e término de cada entrevista e sua duração; constando também pesos amostrais, alimentado e organizado pela Contratada. TELEFÔNICAS: data de realização da entrevista, DDD, município e UF, horário de início e término de cada entrevista e sua duração; constando também pesos amostrais, alimentado e organizado pela Contratada. Além do arquivo contendo a própria Base de Dados, também deverão ser

encaminhados os arquivos descritos a seguir, complementares à própria Base de Dados, igualmente em extensão csv, txt, dat, dbf, sav, xls, / similar. Prazo: até 24 (vinte e quatro) horas após o término da coleta de dados. Havendo respostas abertas a serem categorizadas e codificadas, esse prazo será acrescentado de mais 24 (vinte e quatro) horas, totalizando o prazo de até 48 (quarenta e oito) horas após o término da coleta de dados.

- a) Dicionário de Variáveis: arquivo descrevendo a variável, tipo de variável, códigos de classificação das opções de respostas e tamanho dos campos; e
- b) Testes Estatísticos: testes de diferenças de proporções para os cruzamentos entre as variáveis de perfil e as variáveis específicas de cada pesquisa.

II – Relatórios de Tabelas: documentos eletrônicos em dois formatos (extensão PDF) e (extensão csv, txt, dat, dbf, sav, xls, / similar) enviados por e-mail e disponibilizados em ambiente virtual acessível à Contratante para download, conforme detalhado a seguir. Prazo: até 24 (vinte e quatro) horas após o término da coleta de dados. Havendo respostas abertas a serem categorizadas e codificadas, esse prazo será acrescentado de mais 24 (vinte e quatro) horas, totalizando o prazo de até 48 (quarenta e oito) horas após o término da coleta de dados.

- a) Tabelas de uma dimensão: com os totais das respostas apuradas em cada pergunta, inclusive as perguntas de perfil; e
- b) Tabelas de múltipla entrada: disponíveis em percentuais e em números absolutos, contendo os valores totais por opção de resposta e a distribuição de frequência de cada opção de resposta por todas as categorias de perfil incluídas no questionário.

De acordo com a realidade de cada projeto de pesquisa, a critério da Contratante, os prazos estabelecidos para entrega de produtos poderão ser prorrogados.

Entrega de Produto Final:

Produto Final: QUALITATIVAS - Grupos Focais e/ou Entrevistas em Profundidade

I – Apresentação Final: documento eletrônico (extensão .pptx/similar) enviado por e-mail e disponibilizado em ambiente virtual acessível à Contratante para *download*, cujo conteúdo deverá contemplar os tópicos descritos a seguir, relativos aos projetos de pesquisa com Grupos Focais e/ou Entrevistas em Profundidade. Prazo: até 10 (dez) dias corridos contados a partir do término da coleta de dados. A apresentação enviada à área técnica da SECOM será submetida a avaliação, caso não seja aprovada, o documento será devolvido à Contratada para os ajustes. A Contratada deverá reenviar a Apresentação corrigida em até 24 (vinte e quatro) horas, após a notificação da área técnica da SECOM.

A Apresentação Final deverá contemplar:

- Título da Pesquisa
- Nome da Contratante responsável pela pesquisa
- Número da Ordem de Serviço
- Sumário
- Contexto
- Objetivo Geral
- Objetivos Específicos
- Público-Alvo
- Métodos e Técnicas de Pesquisa
- Detalhamento do Roteiro de Pesquisa
- Detalhamento do Plano de Recrutamento
- Detalhamento dos Procedimentos Adotados nos Trabalhos de Campo
- Demonstração e Análise dos Principais Achados
- Análise de Informações Estratégicas e Sugestões de Soluções
- Conclusões e Considerações Finais

De acordo com a realidade de cada projeto de pesquisa, a critério da Contratante, os prazos estabelecidos para entrega de produtos poderão ser prorrogados.

Produto Final: QUANTITATIVAS - Entrevistas Face a Face Domiciliar e Entrevistas Telefônicas

I – Apresentação Final: documento eletrônico (extensão .pptx/similar) enviado por e-mail e disponibilizado em ambiente virtual acessível à Contratante para download, cujo conteúdo deverá contemplar os tópicos descritos a seguir, relativos aos projetos de pesquisa com Entrevistas Face a Face Domiciliar e/ou Entrevistas Telefônicas. Prazo: até 5 (cinco) dias corridos contados a partir do término da coleta de dados. A apresentação enviada à área técnica da SECOM será submetida a avaliação, caso não seja aprovada, o documento será devolvido à Contratada para os ajustes. A Contratada deverá reenviar a Apresentação corrigida em até 24 (vinte e quatro) horas, após a notificação da área técnica da SECOM.

A Apresentação Final deverá contemplar:

- Título da Pesquisa
- Nome da Contratante responsável pela pesquisa
- Número da Ordem de Serviço
- Sumário
- Contexto
- Objetivo Geral
- Objetivos Específicos
- Público-Alvo
- Métodos e Técnicas de Pesquisa
- Detalhamento do Instrumento de Pesquisa
- Detalhamento do Plano Amostral
- Detalhamento dos Procedimentos Adotados nos Trabalhos de Campo
- Procedimentos Utilizados na Estruturação dos Bancos de Dados
- Visualização Gráfica dos Resultados da Pesquisa
- Análise de Informações Estratégicas e Sugestões de Soluções
- Conclusões e Considerações Finais

De acordo com a realidade de cada projeto de pesquisa, a critério da Contratante, os prazos estabelecidos para entrega de produtos poderão ser prorrogados.

Enquanto durar o contrato, a Contratada deverá oferecer atendimento e suporte (telefônico e por meio eletrônico), em língua portuguesa, em qualquer dia da semana e de maneira ininterrupta no intervalo entre 08h e 22h; durante a realização dos trabalhos de campo.

Não será permitida a subcontratação do objeto desta licitação, ressalvadas eventuais parcerias com fornecedores para a execução de serviços específicos, a fim de viabilizar a realização das pesquisas de opinião pública demandadas pelo Contratante e previstas no Termo de Referência.

5 – ESTIMATIVAS DAS QUANTIDADES, ACOMPANHADAS DAS MEMÓRIAS DE CÁLCULO E DOS DOCUMENTOS QUE LHE DÃO SUPORTE

(Inciso V Art. 7º IN nº 40 - estimativa das quantidades a serem contratadas, acompanhada das memórias de cálculo e dos documentos que lhe dão suporte, considerando a interdependência com outras contratações, de modo a possibilitar economia de escala)

Os últimos contratos firmados pela SECOM para a prestação dos serviços de pesquisa de opinião pública foram originados em 2013, tendo sido renovados anualmente até o encerramento definitivo em meados de 2018, conforme processos SEI: 00170.001892/2012-56, 00170.001893/2012-09 e 00170.001894/2012-45.

Ao longo desse período foram executados diversos projetos de pesquisa de opinião pública, tanto por meio de metodologia quantitativa (face a face e telefônicas) quanto por meio de metodologia qualitativa (grupos focais e entrevistas em profundidade). Tais projetos atendiam essencialmente às demandas da própria SECOM, vinculada, naquela época, à Presidência da República – PR e cujas quantidades históricas são apresentadas na sequência deste documento.

Atualmente a SECOM encontra-se vinculada ao Ministério das Comunicações e pretende ampliar a disponibilização de informações acerca da percepção da população brasileira em temas de interesse do Governo Federal e da sociedade, subsidiando a atuação não apenas da própria SECOM, mas também dos demais órgãos da administração direta integrantes do SICOM.

Nesse sentido, a partir desta contratação, a SECOM almeja estabelecer um novo patamar na realização contínua de projetos de pesquisa de opinião pública, sendo necessária a adequação das quantidades estimadas diante da perspectiva de ampliação desses serviços em favor de todos os órgãos e entidades integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal - SICOM

A seguir são apresentados os principais números (base histórica) relativos aos anos de 2013 a 2018, para cada uma das metodologias e tipos de pesquisa. Logo na sequência, são descritas as estimativas para o próximo período de contratação, à luz do cenário de ampliação desses serviços.

Qualitativa com Grupos Focais – GF e Entrevistas em Profundidade – EP:

Base histórica das pesquisas qualitativas realizadas pela SECOM nos últimos anos:

Qualitativa: Total de Pesquisas, Grupos Focais – GF e Entrevistas em Profundidade – EP			
Ano	Total		EP
	Pesquisas	GF	
2º Sem 2013	6	97	12
2014	6	130	-
2015	13	252	-
2016	11	146	-
2017	19	128	17
1º Sem 2018	9	49	-
Total	64	802	29

Diante do novo cenário e das perspectivas de ampliação dos serviços de pesquisa para todos os integrantes do SICOM, estima-se serem necessárias as seguintes quantidades de pesquisas para esta contratação:

Quantidades Estimadas: Pesquisas x GF Pesquisas x EP	Pesquisas Qualitativas (GF e EP) Planejamento Anual: SECOM + SICOM					
	1º Mês	2º Mês	3º Mês	4º Mês	5º Mês	6º Mês
	2 x 10 GF	2 x 10 GF 1 x 10 EP	2 x 10 GF	2 x 10 GF 1 x 10 EP	2 x 10 GF	2 x 10 GF 1 x 10 EP
	7º Mês	8º Mês	9º Mês	10º Mês	11º Mês	12º Mês
	2 x 10 GF	2 x 10 GF 1 x 10 EP	2 x 10 GF	2 x 10 GF 1 x 10 EP	2 x 10 GF	2 x 10 GF 1 x 10 EP

Total de Pesquisas Qualitativas (Grupos Focais – GF e Entrevistas em Profundidade – EP):

Grupos Focais: 24 projetos de pesquisa, com 10 grupos cada, totalizando 240 grupos, tendo sido acrescidos 4 GF por mês (48 GF ao ano) em relação às quantidades estimadas inicialmente no Documento de Formalização de Demanda – DFD. Esse pequeno acréscimo justifica-se pela estimativa de ampliação dos serviços de pesquisa de opinião pública e à máxima de 252 GF alcançada no ano de 2015, corroborando com a avaliação da necessidade de ajuste na quantidade total de Grupos.

Entrevistas em Profundidade: 06 projetos de pesquisa, com 10 entrevistas cada, totalizando 60 entrevistas, ratificando as quantidades estimadas inicialmente no Documento de Formalização de Demanda – DFD.

Quantitativa com Entrevistas Face a Face:

Base histórica das pesquisas face a face realizadas pela SECOM nos últimos anos:

Cada projeto de pesquisa face-a-face com representatividade apenas nacional foi realizado com 2.002 entrevistas (exceção para um único projeto em 2014, cuja amostra foi de 5.166 entrevistas), enquanto cada projeto com representatividade por estado variou de 15.050 a 18.312 entrevistas. O levantamento empreendido comprovou que o contrato anterior aplicou um total de 121.940 entrevistas, resultando numa média anual 24.388 entrevistas.

Quantitativa: Total de Pesquisas e Entrevistas Face a Face						
Ano	Representatividade Nacional		Representatividade Estadual		Total	
	Pesquisas	Entrevistas	Pesquisas	Entrevistas	Pesquisas	Entrevistas
2º Sem 2013	2	4.004	1	18.312	3	22.316
2014	4	11.172	1	18.312	5	29.484
2015	3	6.006	1	15.050	4	21.056
2016	5	10.010	1	15.050	6	25.060
2017	7	14.014	-	-	7	14.014
1º Sem 2018	5	10.010	-	-	5	10.010
Total	26	55.216	4	66.724	30	121.940

Diante do novo cenário e das perspectivas de ampliação dos serviços de pesquisa para todos os integrantes do SICOM, estima-se serem necessárias as seguintes quantidades de pesquisas para esta contratação:

Quantidades Estimadas: Pesquisas x Entrevistas	Pesquisas Quantitativas com Entrevistas Face a Face Planejamento Anual: SECOM + SICOM					
	1º Mês	2º Mês	3º Mês	4º Mês	5º Mês	6º Mês
	2 x 2.002	2 x 2.002	2 x 2.002	2 x 2.002	2 x 2.002	2 x 2.002
	1 x 15.050	1 x 15.050	1 x 15.050	1 x 15.050	1 x 15.050	1 x 15.050
	7º Mês	8º Mês	9º Mês	10º Mês	11º Mês	12º Mês
	2 x 2.002	2 x 2.002	2 x 2.002	2 x 2.002	2 x 2.002	2 x 2.002

Total de Pesquisas Face-a-Face: 24 projetos de pesquisa, com 2.002 entrevistas cada, totalizando 48.048 entrevistas + 02 projetos com 15.050 entrevistas cada, totalizando 30.100 entrevistas, com representatividade por Unidade da Federação, perfazendo o total geral de 78.148 entrevistas, ratificando as quantidades estimadas inicialmente no Documento de Formalização de Demanda – DFD, com pequena correção na soma final das entrevistas (78.048 para 78.148 entrevistas).

Quantitativa com Entrevistas Telefônicas:

Base histórica das pesquisas telefônicas realizadas pela SECOM nos últimos anos:

Quantitativa: Total de Pesquisas e Entrevistas Telefônicas		
Ano	Total	
	Pesquisas	Entrevistas
2º Sem 2013	7	14.800
2014	8	22.241
2015	17	45.200
2016	13	19.600
2017	15	17.200
1º Sem 2018	13	21.023
Total	73	140.064

Diante do novo cenário e das perspectivas de ampliação dos serviços de pesquisa para todos os integrantes do SICOM, estima-se serem necessárias as seguintes quantidades de pesquisas para esta contratação:

Quantidades Estimadas: Pesquisas x Entrevistas	Pesquisas Quantitativas com Entrevistas Telefônicas Planejamento Anual: SECOM + SICOM					
	1º Mês	2º Mês	3º Mês	4º Mês	5º Mês	6º Mês
	1 x 4.800	1 x 4.800	1 x 4.800	1 x 4.800	1 x 4.800	1 x 4.800
	1 x 1.200	1 x 1.200	1 x 1.200	1 x 1.200	1 x 1.200	1 x 1.200
	7º Mês	8º Mês	9º Mês	10º Mês	11º Mês	12º Mês
	1 x 4.800	1 x 4.800	1 x 4.800	1 x 4.800	1 x 4.800	1 x 4.800
	1 x 1.200	1 x 1.200	1 x 1.200	1 x 1.200	1 x 1.200	1 x 1.200

Total de Pesquisas Telefônicas (Computer-Assisted Telephone Interviewing – CATI): 12 projetos regulares de pesquisa, com 4.800 entrevistas cada (com rodadas semanais de 1.200 entrevistas) totalizando 57.600 entrevistas + 12 projetos de pesquisa ad hoc com 1.200 entrevistas cada, totalizando 14.400 entrevistas, perfazendo um total geral de 24 projetos de pesquisa e 72.000 entrevistas, ratificando as quantidades estimadas inicialmente no Documento de Formalização de Demanda – DFD.

6 – ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO E DOS PREÇOS REFERENCIAIS

(Inciso VI Art. 7º IN nº 40 - estimativa do valor da contratação, acompanhada dos preços unitários referenciais, das memórias de cálculo e dos documentos que lhe dão suporte, que poderão constar de anexo classificado, se a administração optar por preservar o seu sigilo até a conclusão da licitação)

Mapa Comparativo – Cálculo de Preços Máximos

Com base nas informações coletadas e descritas anteriormente neste relatório, e ainda, à luz dos princípios de vantajosidade e economicidade para a administração pública, foi elaborado o Mapa Comparativo – Cálculo de Preços Máximos (8402666) onde constam os preços unitários de todas as cotações (painel de preços, contratos com outros entes públicos e cotações de mercado), visando permitir uma análise criteriosa e o cálculo dos valores máximos a serem aceitos.

Metodologia utilizada para aferição e descarte de valores considerados inexequíveis e/ou excessivamente elevados:

Conforme o entendimento do Tribunal de Contas da União, os critérios e parâmetros a serem analisados para fins de classificar um valor como inexequível ou excessivamente elevado devem ter por base os próprios preços encontrados na pesquisa, a partir de sua ordenação numérica na qual se busque excluir aqueles que mais se destoam dos demais.

Considerando a inexistência de Norma que trata de critérios para definição de preços inexequíveis e excessivamente elevados para o objeto da presente contratação, foi utilizado como parâmetro, o percentual de 70% que se refere o parágrafo 1º do art. 48 da Lei 8.666/93 para análise dos preços inexequíveis e, por analogia, 30% para análise dos preços excessivamente elevados, trazendo assim uma análise mais crítica dos valores praticados no mercado, conforme Mapa Comparativo – Cálculo de Preços Máximos (8402666).

Diante de tal entendimento, para se verificar a inexequibilidade de um valor em uma pesquisa de preços, é suficiente compará-lo à média dos demais valores, se o resultado for inferior a 70%, poderá ser considerado como inexequível.

No que tange aos preços excessivamente elevados, entende-se que raciocínio análogo pode ser aplicado para identificação dos referidos preços. Dessa forma, sempre que o valor for superior a 30% da média dos demais preços, a Administração poderá considerá-lo excessivamente elevado.

Metodologia Final adotada para definição dos valores máximos aceitáveis

A partir desse critério lógico (descartes de valores considerados inexequíveis e/ou excessivamente elevados), foi adotado então o cálculo da média dos valores que não estão nesses "extremos", ou seja, a média dos valores que não se encontram abaixo de 70% ou acima de 30% da média geral. As únicas três exceções num universo de dezoito faixas de preços, foram as médias calculadas para Entrevistas em Profundidade Presenciais (Faixa 1) e Entrevistas em Profundidade por Videoconferência (Faixas 2 e 3), em que houve a necessidade de se utilizar o critério 65% e 35% como limites, uma vez que a adoção inicial do critério 70% e 30% trouxe apenas dois preços passíveis de utilização. Por conta dessa situação excepcional, especificamente nesses três únicos casos, adotou-se o critério 65% e 35%, chegando ao mínimo de três cotações para cálculo final da média. Todos os detalhes, valores e respectivos cálculos adotados constam no referido Mapa Comparativo – Cálculo de Preços Máximos (8402666).

Portanto, a partir das fontes consultadas: Painel de Preços do Ministério da Economia, Portais de Transparência do Senado Federal e da Câmara dos Deputados, Sistema SEC-SECOM e Pesquisa Direta com fornecedores, foi realizada a consolidação, análise e cálculo final dos valores coletados, englobando 05 (cinco) contratações similares com outros entes públicos + 8 (oito) respostas de empresas de um total de 22 (vinte e dois) fornecedores consultados (8080671):

Empresas que responderam às cotações e contratações similares com outros entes públicos:

INSTITUTO GÊNESE (Cotação)
IPEC INTELIGÊNCIA (Cotação)
CP2 (Cotação)
IPSOS (Cotação)
HSR-BRIDGE (Cotação)
MDA PESQUISA (Cotação)
BRASILIS (Cotação)
PARANÁ (Cotação)
GMR (Pregão SENADO)
GMR (Pregão ANAC)
GMR (Pregão CCSM)
DATAMÉTRICA (Pregão SUDENE)
ÁGORA (Pregão SENADO)

As tabelas a seguir foram extraídas do próprio Mapa Comparativo – Cálculo de Preços Máximos (8402666).

Preços Coletados e Definição de Preços Máximos: QUALITATIVA Presencial

EDITAL SECOM 2021 – Pesquisa de Opinião Pública
Cotação de Preços: QUALITATIVA Presencial
Cálculo de Preços Máximos



Modalidade e Técnicas de Pesquisa		Quantidade Estimada de Grupos Focais e Entrevistas em Profundidade (Presencial)					
		GRUPOS FOCALIS: Prestação de serviços de pesquisa de opinião pública por meio da realização de Grupos Focais a serem realizados em todo território nacional ao longo de 12 meses, contemplando as fases de planejamento, elaboração de questionários e roteiros, a coleta de dados, análise dos achados, elaboração, apresentação de resultados e análise de informações estratégicas. População Alvo: residentes permanentes no Brasil, com 16 (dezesesseis) anos de idade ou mais. Abrangência: nacional, com cerca de 90% dos grupos a serem realizados em capitais e regiões metropolitanas. Composição dos Grupos: de 8 (oito) a 12 (doze) integrantes. Tempo de duração: até 120 (cento e vinte) minutos. Quantidade estimada: Infomar abaixo o preço unitário para as três faixas de possibilidades: Faixa1 = 70 a 100 grupos focais/ano; Faixa2 = 120 a 150 grupos focais/ano e Faixa3 = 170 a 200 grupos focais/ano. ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE: Prestação de serviços de pesquisa de opinião pública por meio da realização de Entrevistas em Profundidade a serem realizadas em todo território nacional ao longo de 12 meses, contemplando as fases de planejamento, elaboração de questionários e roteiros, a coleta de dados, análise dos achados, elaboração, apresentação de resultados e análise de informações estratégicas. População Alvo: residentes permanentes no Brasil, com 16 (dezesesseis) anos de idade ou mais. Abrangência: nacional, com cerca de 90% das entrevistas a serem realizadas em capitais e regiões metropolitanas. Tempo de duração: até 90 (noventa) minutos. Quantidade estimada: Infomar abaixo o preço unitário para as três faixas de possibilidades: Faixa1 = 20 a 30 entrevistas em profundidade/ano; Faixa2 = 40 a 50 entrevistas em profundidade/ano e Faixa3 = 60 a 70 entrevistas em profundidade/ano.					
Qualitativa GRUPOS FOCALIS Presenciais	Cotações das Empresas	Faixa1: 70 a 100 grupos focais Tempo de duração: até 120 min Preço Unitário (R\$)	Critério p/ Cálculo < 70% da média >30% da média	Faixa2: 120 a 150 grupos focais Tempo de duração: até 120 min Preço Unitário (R\$)	Critério p/ Cálculo < 70% da média >30% da média	Faixa3: 170 a 200 grupos focais Tempo de duração: até 120 min Preço Unitário (R\$)	Critério p/ Cálculo < 70% da média >30% da média
	INSTITUTO GÊNESE (Cotação)	3.650,00	<70% da média	3.460,00	<70% da média	3.250,00	<70% da média
	IPEC INTELIGÊNCIA (Cotação)	18.000,00	>30% da média	17.000,00	>30% da média	16.000,00	Adotado p/ Cálculo
	CP2 (Cotação)	17.587,66	>30% da média	16.777,32	>30% da média	16.115,07	>30% da média
	IPSOS (Cotação)	14.000,00	Adotado p/ Cálculo	13.500,00	Adotado p/ Cálculo	13.000,00	Adotado p/ Cálculo
	HSR-BRIDGE (Cotação)	13.900,00	Adotado p/ Cálculo	13.700,00	Adotado p/ Cálculo	13.600,00	Adotado p/ Cálculo
	MDA PESQUISA (Cotação)	12.850,00	Adotado p/ Cálculo	12.450,00	Adotado p/ Cálculo	11.980,00	Adotado p/ Cálculo
	BRASILIS (Cotação)	15.582,00	Adotado p/ Cálculo	15.288,00	Adotado p/ Cálculo	14.994,00	Adotado p/ Cálculo
	PARANÁ (Cotação)	10.500,00	Adotado p/ Cálculo	10.200,00	Adotado p/ Cálculo	10.000,00	Adotado p/ Cálculo
	MÉDIA dos Valores Adotados GF Presencial	13.366,40		13.027,60		13.262,33	
Qualitativa ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE Presenciais	Cotações das Empresas	Faixa1: 20 a 30 entrev em profundidade Tempo de duração: até 90 min Preço Unitário (R\$)	Critério p/ Cálculo < 65% da média >35% da média	Faixa2: 40 a 50 entrev em profundidade Tempo de duração: até 90 min Preço Unitário (R\$)	Critério p/ Cálculo < 70% da média >30% da média	Faixa3: 60 a 70 entrev em profundidade Tempo de duração: até 90 min Preço Unitário (R\$)	Critério p/ Cálculo < 70% da média >30% da média
	INSTITUTO GÊNESE (Cotação)	560,00	<65% da média	510,00	<70% da média	495,00	<70% da média
	IPEC INTELIGÊNCIA (Cotação)	4.500,00	Adotado p/ Cálculo	4.000,00	Adotado p/ Cálculo	3.500,00	Adotado p/ Cálculo
	CP2 (Cotação)	4.666,66	>35% da média	4.454,78	>30% da média	4.129,07	>30% da média
	IPSOS (Cotação)	3.900,00	Adotado p/ Cálculo	3.700,00	Adotado p/ Cálculo	3.400,00	Adotado p/ Cálculo
	HSR-BRIDGE (Cotação)	3.800,00	Adotado p/ Cálculo	3.750,00	Adotado p/ Cálculo	3.680,00	Adotado p/ Cálculo

MDA PESQUISA (Cotação)	1.965,00	<65% da média	1.875,00	<70% da média	1.800,00	<70% da média
BRASILIS (Cotação)	7.350,00	>35% da média	7.276,50	>30% da média	7.203,00	>30% da média
PARANÁ (Cotação)	400,00	<65% da média	380,00	<70% da média	350,00	<70% da média
MÉDIA dos Valores Adotados EP Presencial	4.066,67		3.816,67		3.526,67	

INSTRUÇÕES PARA PREENCHIMENTO DA PLANILHA

01 - Preencher os campos em branco: nome da empresa, cnpj, responsável para contato, telefones, emails e validade da cotação (mínimo 90 dias)

02 - Preencher os três campos referentes aos valores com o **PREÇO UNITÁRIO** por GRUPO FOCAL e por ENTREVISTA em PROFUNDIDADE

OBS: as cotações devem considerar todas e quaisquer despesas com mão-de-obra, bem como os demais encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais, material, inclusive de consumo, transportes e fretes de material; taxas, inclusive de administração, emolumentos, prêmios de seguro, viagens, hospedagens, despesas e obrigações financeiras de qualquer natureza e outras despesas diretas ou indiretas, enfim, todos os componentes de custo dos serviços, inclusive lucro, necessários ao perfeito cumprimento do objeto da futura licitação.

Preços Coletados e Definição de Preços Máximos: QUALITATIVA Online por Videoconferência

EDITAL SECOM 2021 – Pesquisa de Opinião Pública
Cotação de Preços: QUALITATIVA por Videoconferência
Cálculo de Preços Máximos



Modalidade e Técnicas de Pesquisa		Quantidade Estimada de Grupos Focais e Entrevistas em Profundidade (ONLINE por VIDEOCONFERÊNCIA)					
		Prestação de serviços de pesquisa de opinião pública por meio da realização de Grupos Focais (ONLINE por VIDEOCONFERÊNCIA) a serem realizados em todo território nacional ao longo de 12 meses, contemplando as fases de planejamento, elaboração de questionários e roteiros, a coleta de dados, análise dos achados, elaboração, apresentação de resultados e análise de informações estratégicas. População Alvo: residentes permanentes no Brasil, com 16 (dezesesseis) anos de idade ou mais. Abrangência: nacional. Composição dos Grupos: de 8 (oito) a 12 (doze) integrantes. Tempo de duração: até 120 (cento e vinte) minutos. Quantidade estimada: Infomar abaixo o preço unitário para as três faixas de possibilidades: Faixa1 = 70 a 100 grupos focais/ano; Faixa2 = 120 a 150 grupos focais/ano e Faixa3 = 170 a 200 grupos focais/ano. Prestação de serviços de pesquisa de opinião pública por meio da realização de Entrevistas em Profundidade (ONLINE por VIDEOCONFERÊNCIA) a serem realizadas em todo território nacional ao longo de 12 meses, contemplando as fases de planejamento, elaboração de questionários e roteiros, a coleta de dados, análise dos achados, elaboração, apresentação de resultados e análise de informações estratégicas. População Alvo: residentes permanentes no Brasil, com 16 (dezesesseis) anos de idade ou mais. Abrangência: nacional. Tempo de duração: até 90 (noventa) minutos. Quantidade estimada: Infomar abaixo o preço unitário para as três faixas de possibilidades: Faixa1 = 20 a 30 entrevistas em profundidade/ano; Faixa2 = 40 a 50 entrevistas em profundidade/ano e Faixa3 = 60 a 70 entrevistas em profundidade/ano.					
Qualitativa GRUPOS FOCAIS ONLINE por VIDEOCONFERÊNCIA	Cotações das Empresas	Faixa1: 70 a 100 grupos focais ONLINE por VIDEOCONFERÊNCIA Tempo de duração: até 120 min Preço Unitário (R\$)	Critério p/ Cálculo < 70% da média >30% da média	Faixa2: 120 a 150 grupos focais ONLINE por VIDEOCONFERÊNCIA Tempo de duração: até 120 min Preço Unitário (R\$)	Critério p/ Cálculo < 70% da média >30% da média	Faixa3: 170 a 200 grupos focais ONLINE por VIDEOCONFERÊNCIA Tempo de duração: até 120 min Preço Unitário (R\$)	Critério p/ Cálculo < 70% da média >30% da média
	INSTITUTO GÊNESE (Cotação)	3.120,00	<70% da média	2.890,00	<70% da média	2.710,00	<70% da média
	IPEC INTELIGÊNCIA (Cotação)	12.500,00	>30% da média	12.000,00	>30% da média	11.500,00	>30% da média
	CP2 (Cotação)	10.751,95	Adotado p/ Cálculo	10.278,05	Adotado p/ Cálculo	9.920,17	Adotado p/ Cálculo
	IPSOS (Cotação)	10.800,00	Adotado p/ Cálculo	10.500,00	Adotado p/ Cálculo	10.200,00	Adotado p/ Cálculo
	HSR-BRIDGE (Cotação)	11.000,00	Adotado p/ Cálculo	10.500,00	Adotado p/ Cálculo	10.300,00	Adotado p/ Cálculo
	MDA PESQUISA (Cotação)	12.120,00	>30% da média	11.280,00	Adotado p/ Cálculo	10.750,00	Adotado p/ Cálculo
	BRASILIS (Cotação)	11.466,00	Adotado p/ Cálculo	11.172,00	Adotado p/ Cálculo	10.878,00	Adotado p/ Cálculo
	PARANÁ (Cotação)	8.500,00	Adotado p/ Cálculo	8.300,00	Adotado p/ Cálculo	8.000,00	Adotado p/ Cálculo

	GMR (Pregão SENADO)	5.000,00	<70% da média	5.000,00	<70% da média	5.000,00	<70% da média
	GMR (Pregão ANAC)	5.999,66	<70% da média	5.999,66	<70% da média	5.999,66	Adotado p/ Cálculo
	MÉDIA dos Valores Adotados GF por Videoconferência	10.503,59		10.338,34		9.435,40	
Qualitativa ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE ONLINE por VIDEOCONFERÊNCIA	Cotações das Empresas	Faixa1: 20 a 30 entrev em profundidade ONLINE por VIDEOCONFERÊNCIA Tempo de duração: até 90 min Preço Unitário (R\$)	Critério p/ Cálculo < 70% da média >30% da média	Faixa2: 40 a 50 entrev em profundidade ONLINE por VIDEOCONFERÊNCIA Tempo de duração: até 90 min Preço Unitário (R\$)	Critério p/ Cálculo < 65% da média >35% da média	Faixa3: 60 a 70 entrev em profundidade ONLINE por VIDEOCONFERÊNCIA Tempo de duração: até 90 min Preço Unitário (R\$)	Critério p/ Cálculo < 65% da média >35% da média
	INSTITUTO GÊNESE (Cotação)	490,00	<70% da média	455,00	<65% da média	430,00	<65% da média
	IPEC INTELIGÊNCIA (Cotação)	4.000,00	>30% da média	3.500,00	>35% da média	3.000,00	>35% da média
	CP2 (Cotação)	2.834,36	Adotado p/ Cálculo	2.722,89	Adotado p/ Cálculo	2.608,59	Adotado p/ Cálculo
	IPSOS (Cotação)	3.900,00	>30% da média	3.700,00	>35% da média	3.400,00	>35% da média
	HSR-BRIDGE (Cotação)	2.900,00	Adotado p/ Cálculo	2.820,00	Adotado p/ Cálculo	2.750,00	Adotado p/ Cálculo
	MDA PESQUISA (Cotação)	1.675,00	Adotado p/ Cálculo	1.580,00	Adotado p/ Cálculo	1.490,00	Adotado p/ Cálculo
	BRASILIS (Cotação)	7.203,00	>30% da média	7.129,50	>35% da média	7.056,00	>35% da média
	PARANÁ (Cotação)	300,00	<70% da média	280,00	<65% da média	250,00	<65% da média
	DATAMÉTRICA (Pregão SUDENE)	564,71	<70% da média	564,71	<65% da média	564,71	<65% da média
	ÁGORA (Pregão SENADO)	190,00	<70% da média	190,00	<65% da média	190,00	<65% da média
	GMR (Pregão ANAC)	800,00	<70% da média	800,00	<65% da média	800,00	<65% da média
	MÉDIA dos Valores Adotados EP por Videoconferência	2.469,79		2.374,30		2.282,86	

INSTRUÇÕES PARA PREENCHIMENTO DA PLANILHA

01 - Preencher os campos em branco: nome da empresa, cnpj, responsável para contato, telefones, emails e validade da cotação (mínimo 90 dias)

02 - Preencher os três campos referentes aos valores com o **PREÇO UNITÁRIO** por GRUPO FOCAL (ONLINE por VIDEO CONFERÊNCIA) e por ENTREVISTA em PROFUNDIDADE (ONLINE por VIDEOCONFERÊNCIA)

OBS: as cotações devem considerar todas e quaisquer despesas com mão-de-obra, bem como os demais encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais, material, inclusive de consumo, transportes e fretes de material; taxas, inclusive de administração, emolumentos, prêmios de seguro, viagens, hospedagens, despesas e obrigações financeiras de qualquer natureza e outras despesas diretas ou indiretas, enfim, todos os componentes de custo dos serviços, inclusive lucro, necessários ao perfeito cumprimento do objeto da futura licitação.

Preços Coletados e Definição de Preços Máximos: QUANTITATIVA com Entrevistas Face a Face

EDITAL SECOM 2021 – Pesquisa de Opinião Pública
Cotação de Preços: QUANTITATIVA Face a Face
Cálculo de Preços Máximos



Modalidade e Técnicas de Pesquisa		Quantidade Estimada de Entrevistas Face a Face					
		Prestação de serviços de pesquisa de opinião pública por meio de entrevistas Face a Face a serem realizadas em todo território nacional ao longo de 12 meses , contemplando as fases de planejamento, elaboração de questionários e roteiros, a coleta de dados, análise dos achados, elaboração, apresentação de resultados e análise de informações estratégicas. População Alvo: moradores de domicílios particulares permanentes no Brasil, com 16 (dezesseis) anos de idade ou mais. Tempo de Aplicação: até 30 minutos. Amostra: distribuídas em, no mínimo 140 (cento e quarenta) municípios selecionados randomicamente, incluindo obrigatoriamente todas as 26 (vinte e seis) capitais e o Distrito Federal abrangendo as cinco regiões geográficas e todas as Unidades da Federação. Quantidade estimada: Infomar abaixo o preço unitário para as três faixas de possibilidades: Faixa1 = 35.000 a 45.000 entrevistas/ano; Faixa2 = 55.000 a 65.000 entrevistas/ano e Faixa3 = 75.000 a 85.000 entrevistas/ano.					
Quantitativa FACE a FACE	Cotações das Empresas	Faixa1: 35.000 a 45.000 entrev face a face Tempo de duração: até 30 min Preço Unitário (R\$)	Critério p/ Cálculo < 70% da média >30% da média	Faixa2: 55.000 a 65.000 entrev face a face Tempo de duração: até 30 min Preço Unitário (R\$)	Critério p/ Cálculo < 70% da média >30% da média	Faixa3: 75.000 a 85.000 entrev face a face Tempo de duração: até 30 min Preço Unitário (R\$)	Critério p/ Cálculo < 70% da média >30% da média
	INSTITUTO GÊNESE (Cotação)	55,00	<70% da média	51,53	<70% da média	46,17	<70% da média
	IPEC INTELIGÊNCIA (Cotação)	210,00	>30% da média	200,00	>30% da média	190,00	>30% da média
	CP2 (Cotação)	240,83	>30% da média	196,20	>30% da média	191,06	>30% da média
	IPSOS (Cotação)	165,00	Adotado p/ Cálculo	160,00	Adotado p/ Cálculo	155,00	Adotado p/ Cálculo
	HSR-BRIDGE (Cotação)	152,00	Adotado p/ Cálculo	149,00	Adotado p/ Cálculo	147,00	Adotado p/ Cálculo
	MDA PESQUISA (Cotação)	184,50	Adotado p/ Cálculo	178,00	Adotado p/ Cálculo	160,00	Adotado p/ Cálculo
	BRASILIS (Cotação)	136,71	Adotado p/ Cálculo	122,01	Adotado p/ Cálculo	107,31	Adotado p/ Cálculo
	PARANÁ (Cotação)	75,00	<70% da média	73,50	<70% da média	70,00	<70% da média
MÉDIA dos Valores Adotados FACE a FACE		159,55		152,25		142,33	

INSTRUÇÕES PARA PREENCHIMENTO DA PLANILHA

01 - Preencher os campos em branco: nome da empresa, cnpj, responsável para contato, telefones, emails e validade da cotação (mínimo 90 dias)

02 - Preencher os três campos referentes aos valores com o **PREÇO UNITÁRIO** por Entrevista FACE a FACE

OBS: as cotações devem considerar todas e quaisquer despesas com mão-de-obra, bem como os demais encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais, material, inclusive de consumo, transportes e fretes de material; taxas, inclusive de administração, emolumentos, prêmios de seguro, viagens, hospedagens, despesas e obrigações financeiras de qualquer natureza e outras despesas diretas ou indiretas, enfim, todos os componentes de custo dos serviços, inclusive lucro, necessários ao perfeito cumprimento do objeto da futura licitação.

Preços Coletados e Definição de Preços Máximos: QUANTITATIVA com Entrevistas Telefônicas

EDITAL SECOM 2021 – Pesquisa de Opinião Pública
Cotação de Preços: QUANTITATIVA Telefônica
Cálculo de Preços Máximos



Modalidade e Técnicas de Pesquisa		Quantidade Estimada de Entrevistas Telefônicas					
		Prestação de serviços de pesquisa de opinião pública por meio de entrevistas Telefônicas , via Computer Assisted Telephone Interviewing (CATI), abrangendo todo território nacional ao longo de 12 meses , contemplando as fases de planejamento, elaboração de questionários e roteiros, a coleta de dados, análise dos achados, elaboração, apresentação de resultados e análise de informações estratégicas. Amostra e População Alvo: nacional probabilística para população com 16 (dezesseis) anos de idade ou mais. Tempo de duração da entrevista: de 6 a 20 minutos. Quantidade estimada: Infomar abaixo o preço unitário para as três possibilidades: Faixa1 = 30.000 a 40.000 entrevistas/ano; Faixa2 = 50.000 a 60.000 entrevistas/ano e Faixa3 = 70.000 a 80.000 entrevistas/ano.					
Quantitativa TELEFÔNICAS	Cotações das Empresas	Faixa1: 30.000 a 40.000 entrev telefônicas Tempo de duração: 6 a 20 min Preço Unitário (R\$)	Critério p/ Cálculo < 70% da média >30% da média	Faixa2: 50.000 a 60.000 entrev telefônicas Tempo de duração: 6 a 20 min Preço Unitário (R\$)	Critério p/ Cálculo < 70% da média >30% da média	Faixa3: 70.000 a 80.000 entrev telefônicas Tempo de duração: 6 a 20 min Preço Unitário (R\$)	Critério p/ Cálculo < 70% da média >30% da média
	INSTITUTO GÊNESE (Cotação)	35,00	<70% da média	35,00	<70% da média	35,00	<70% da média
	IPEC INTELIGÊNCIA (Cotação)	120,00	>30% da média	115,00	>30% da média	110,00	>30% da média
	CP2 (Cotação)	86,24	Adotado p/ Cálculo	85,16	Adotado p/ Cálculo	82,57	Adotado p/ Cálculo
	IPSOS (Cotação)	155,00	>30% da média	150,00	>30% da média	145,00	>30% da média
	HSR-BRIDGE (Cotação)	72,00	Adotado p/ Cálculo	69,00	Adotado p/ Cálculo	67,00	Adotado p/ Cálculo
	MDA PESQUISA (Cotação)	112,40	>30% da média	105,60	Adotado p/ Cálculo	97,80	Adotado p/ Cálculo
	BRASILIS (Cotação)	85,26	Adotado p/ Cálculo	82,32	Adotado p/ Cálculo	80,85	Adotado p/ Cálculo
	PARANÁ (Cotação)	50,00	<70% da média	48,50	<70% da média	45,00	<70% da média
	GMR (Pregão CCSM)	26,61	<70% da média	26,61	<70% da média	26,61	<70% da média
	DATAMÉTRICA (Pregão SUDENE)	101,44	Adotado p/ Cálculo	101,44	Adotado p/ Cálculo	101,44	Adotado p/ Cálculo
	MÉDIA dos Valores Adotados TELEFÔNICAS	86,24		88,70		85,93	

INSTRUÇÕES PARA PREENCHIMENTO DA PLANILHA

01 - Preencher os campos em branco: nome da empresa, cnpj, responsável para contato, telefones, emails e validade da cotação (mínimo 90 dias)

02 - Preencher os três campos referentes aos valores com o **PREÇO UNITÁRIO** por Entrevista **TELEFÔNICA**

OBS: as cotações devem considerar todas e quaisquer despesas com mão-de-obra, bem como os demais encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais, material, inclusive de consumo, transportes e fretes de material; taxas, inclusive de administração, emolumentos, prêmios de seguro, viagens, hospedagens, despesas e obrigações financeiras de qualquer natureza e outras despesas diretas ou indiretas, enfim, todos os componentes de custo dos serviços, inclusive lucro, necessários ao perfeito cumprimento do objeto da futura licitação.

Valor Total Estimado: Preços Máximos

Nesse sentido, considerando as quantidades apontadas pelo Departamento de Publicidade e Pesquisa DEPUP/SEPUP/SECOM, no Documento de Formalização de Demanda (7804094), com um único ajuste na quantidade total de Grupos Focais (conforme detalhado no Item 5 deste documento) os cálculos resultaram numa estimativa de despesa total de R\$ 20.025.736,24 (vinte milhões, vinte e cinco mil setecentos e trinta e seis reais e vinte e quatro centavos), sendo o ITEM 01 – QUALITATIVAS no valor global de R\$ 2.715.971,40 (dois milhões setecentos e quinze mil novecentos e setenta e um reais e quarenta centavos) e o ITEM 02 – QUANTITATIVAS no valor global de R\$ 17.309.764,84 (dezessete milhões trezentos e nove mil setecentos e sessenta e quatro reais e oitenta e quatro centavos), conforme quadro resumo a seguir:

Simulador Edital SECOM 2021 – Projeções Nova Licitação

Subsídios para definição da quantidade de pesquisas a cada 12 meses



Qualitativa	Referência	Valor Médio p/ GF e EP	Qtde Pesq	Qtde GF e EP	Valor Total
Grupo Focal Presencial	SECOM Cotação EDITAL 2021 - GF 70 a 100	13.366,40	24	70	935.648,00
Grupo Focal por Videoconferência	SECOM Cotação EDITAL 2021 - GF 170 a 200	9.435,40		170	1.604.018,00
Entrev Profund Presencial	SECOM Cotação EDITAL 2021 - EP 20 a 30	4.066,67	6	20	81.333,40
Entrev Profund por Videoconferência	SECOM Cotação EDITAL 2021 - EP 40 a 50	2.374,30		40	94.972,00
					2.715.971,40
Quantitativa	Referência	Valor Médio p/ Entrevista	Qtde Pesq	Qtde Entrev	Valor Total
Entrev Face a Face	SECOM Cotação EDITAL 2021 - FF 75.000 a 85.000	142,33	26	78.148	11.122.804,84
Entrev Telefônica	SECOM Cotação EDITAL 2021 - TEL 70.000 a 80.000	85,93	24	72.000	6.186.960,00
					17.309.764,84
Total Geral Pesquisas					
Modalidade	Valor GLOBAL de cada ITEM do EDITAL 2021				
ITEM 01 - Qualitativa	2.715.971,40				
ITEM 02 - Quantitativa	17.309.764,84				
TOTAL DA DESPESA ESTIMADA		20.025.736,24			

Conclusão

Considerando a análise descrita e detalhada anteriormente neste documento, associada ao conjunto de informações e documentos coletados ao longo da Pesquisa de Preços; houve a constatação de que os valores apurados como referência: Mapa Comparativo – Cálculo de Preços Máximos (8402666) atendem às orientações supraleais, são compatíveis aos praticados pelo mercado de pesquisa de opinião pública e estão aptos a compor este processo de contratação.

Observação: vale destacar que todos os documentos e informações relativos à Pesquisa de Preços podem ser acessados integralmente por meio do Processo SEI nº 53115.024234/2021-54 aberto exclusivamente para esta finalidade.

7 – JUSTIFICATIVAS PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO

(Inciso VII Art. 7º IN nº 40 - justificativas para o parcelamento ou não da solução, se aplicável)

Em alinhamento ao disposto no § 1º do art. 23 da Lei nº 8.666, de 1993: “As obras, serviços e compras efetuadas pela Administração serão divididas em tantas parcelas quantas se comprovarem técnica e economicamente viáveis, procedendo-se à licitação com vistas ao melhor aproveitamento dos recursos disponíveis no mercado e à ampliação da competitividade sem perda da economia de escala”, a SECOM, por meio do Departamento de Publicidade e Pesquisa – DEPUP da Secretaria de Publicidade e Patrocínio - SEPUP, optou por realizar a licitação na modalidade pregão para contratação de empresa, instituto ou entidade especializada e prestadora de serviços de pesquisa de opinião pública a serem licitados pela SECOM, seguindo a estrutura de oferta do próprio mercado de pesquisas de opinião pública no Brasil.

O referido pregão será composto por dois itens:

ITEM 01 - Pesquisas Qualitativas (Grupos Focais e Entrevistas em Profundidade)

ITEM 02 - Pesquisas Quantitativas (Entrevistas Face a Face e Entrevistas Telefônicas)

Portanto, a fim de incentivar a concorrência de um número maior de fornecedores e contribuir para a seleção de empresas que melhor atendam às necessidades da SECOM, houve a decisão de parcelar o objeto desta licitação.

8 – CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

(Inciso VIII Art. 7º IN nº 40 - contratações correlatas e/ou interdependentes)

Não há contratações correlatas ou interdependentes à contratação pretendida. A presente contratação ocorre de forma independente, não dependendo de qualquer outro processo licitatório para que possa surtir seus efeitos.

9 – ALINHAMENTO ENTRE A CONTRATAÇÃO E O PLANEJAMENTO DO ÓRGÃO OU ENTIDADE

(Inciso IX Art. 7º IN nº 40 - - demonstração do alinhamento entre a contratação e o planejamento do órgão ou entidade, identificando a previsão no Plano Anual de Contratações ou, se for o caso, justificando a ausência de previsão)

A pretendida contratação está alinhada especialmente às diretrizes de comunicação constantes do Plano Anual de Comunicação-PAC da SECOM 2022, vez que a presente demanda objetiva fornecer subsídios para a execução das ações previstas no referido Plano, incluindo integrantes do SICOM.

OBS: o Edital deverá ser lançado até o dia 15/12/2021, a fim de garantir a validade das pesquisas de preços conforme Art. 5º da IN nº 73/2020, porém, o contrato será assinado a partir do início de 2022, conforme previsão orçamentária e item específico (nº 78) constante no Plano Anual de Contratações – PAC 2022.

Encontra-se também em conformidade com o as atribuições do Departamento de Publicidade e Pesquisa da SECOM, estabelecidas no Art. 24 do Decreto 10.747/2021, que incumbe ao Departamento:

IX - Orientar a aplicação de pesquisas de opinião pública para subsidiar o desempenho das atribuições da Secretaria Especial;

X - Coordenar a avaliação da percepção da sociedade sobre políticas públicas, programas e ações do Governo, e os resultados de pesquisas externas de interesse do Poder Executivo federal.

A missão do Ministério das Comunicações - MCOM, de acordo com o Planejamento Estratégico 2021/2022, visa ampliar a conectividade, aprimorar a qualidade dos serviços de comunicação e assegurar a prestação de informações governamentais essenciais à proteção da soberania nacional e ao exercício da cidadania. Para tanto, estabeleceu-se:

- Como Diretriz Estratégica: Promover a participação social.
- Como resultado para a sociedade: Promover a divulgação de informações necessárias ao pleno exercício da cidadania.
- Como resultados intermediários: divulgar as iniciativas do Governo Federal
- Como resultado de gestão: aprimorar a governança, a integridade, a gestão estratégica e a gestão da informação.

Infer-se do exposto, que a contratação em tela também se alinha ao planejamento estratégico do MCOM, pois promove a participação social em sua essência, fornecendo subsídios para a implementação de programas e políticas públicas a partir das informações coletadas, o que permite aprimorar a governança, através do uso racional das informações, fortalecendo assim a gestão estratégica e o planejamento.

10 – RESULTADOS PRETENDIDOS EM TERMOS DE EFETIVIDADE E DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

(Inciso X Art. 7º IN nº 40 - - resultados pretendidos, em termos de efetividade e de desenvolvimento nacional sustentável)

A futura contratação permitirá à SECOM dispor de pesquisas qualitativas e quantitativas para cumprir a sua missão institucional, possibilitando o alcance dos seguintes resultados principais:

- Captar percepções da sociedade brasileira acerca das políticas públicas, programas, ações de governo e demais temas de interesse social e governamental.
- Subsidiar ações de comunicação da própria SECOM e dos órgãos e entidades integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal – SICOM
- Contribuir para avaliação permanente de políticas públicas, programas e ações governamentais, subsidiando eventuais ajustes ou mesmo a criação de novos programas e ações.
- Subsidiar a SECOM no desempenho de suas atribuições institucionais.

11 – PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO PREVIAMENTE À CELEBRAÇÃO DO CONTRATO

(Inciso XI Art. 7º IN nº 40 - - providências a serem adotadas pela administração previamente à celebração do contrato, inclusive quanto à capacitação de servidores ou de empregados para fiscalização e gestão contratual ou adequação do ambiente da organização)

Não há necessidade de adequação do ambiente da organização para efetivar a referida contratação, nem tampouco realizar capacitação específica de servidores para fiscalização e gestão contratual. A Contratante possui quadro técnico capaz de acompanhar, fiscalizar e gerir o contrato.

12 – POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS E RESPECTIVAS MEDIDAS DE TRATAMENTO

(Inciso XII Art. 7º IN nº 40 - - possíveis impactos ambientais e respectivas medidas de tratamento)

Não se vislumbra impacto ambiental resultante desta contratação. Ainda assim, como uma boa prática na redução do consumo de papel, todos os produtos previstos nas entregas parciais e finais a serem encaminhados, pela Contratada, serão recebidos exclusivamente em meio eletrônico pela Contratante.

13 – POSICIONAMENTO CONCLUSIVO SOBRE A VIABILIDADE E RAZOABILIDADE DA CONTRATAÇÃO

(Inciso XIII Art. 7º IN nº 40 - - posicionamento conclusivo sobre a viabilidade e razoabilidade da contratação)

Com base no presente Estudo Técnico Preliminar e considerando as necessidades da SECOM para o cumprimento da sua missão institucional; esta equipe de planejamento manifesta-se no sentido de que a contratação pretendida se mostra **viável**, consoante o inciso XIII, art. 7º da IN 40 de 22 de maio de 2020 da SEGES/ME.

MEMBROS DA EQUIPE DE PLANEJAMENTO DA CONTRATAÇÃO

Membros da Equipe	Matrícula SIAPE
FLÁVIO MELO OLIVEIRA	1907105
NELSON BARBOSA SOARES	1397908
NIZAR RATIB MIDREI	1326093

Referência: [Instrução Normativa SEGES/MPDG nº 40, de 22 de maio de 2020.](#)

FLÁVIO MELO OLIVEIRA

Assessor

NELSON BARBOSA SOARES

Coordenador-Geral de Pesquisa

NIZAR RATIB MIDREI

Diretor do Departamento de Publicidade e Pesquisa



Documento assinado eletronicamente por **Flávio Melo Oliveira, Assessor Técnico**, em 12/11/2021, às 17:20 (horário oficial de Brasília), com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Nelson Barbosa Soares, Coordenador-Geral de Pesquisa**, em 12/11/2021, às 18:11 (horário oficial de Brasília), com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Nizar Ratib Midrei, Diretor do Departamento de Publicidade e Pesquisa**, em 17/11/2021, às 14:11 (horário oficial de Brasília), com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://sei.mcom.gov.br/sei/verifica>, informando o código verificador **8303403** e o código CRC **5602F34D**.

