



MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO E ASSISTÊNCIA SOCIAL, FAMÍLIA E COMBATE À FOME
SAN – Edifício DNIT – 2º andar, , Brasília/DF, CEP 70040-902
Telefone: 2030-2231 e e-mail: licitacao@mds.gov.br e www.mds.gov.br

EDITAL DE CONCORRÊNCIA Nº 90001/2026

CONTRATAÇÃO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL POR INTERMÉDIO DE EMPRESAS PRESTADORAS DE SERVIÇOS

PROCESSO Nº 71000.026032/2023-88

SUMÁRIO

Edital

1. Disposições Iniciais
2. Objeto
3. Vigência e Prorrogação
4. Valor Contratual e Recursos Orçamentários
5. Condições de Participação
6. Disponibilização do Edital e Divulgação dos Atos Licitatórios
7. Impugnação e Pedidos de Esclarecimento
8. Cadastro de Representantes ou Procuradores
9. Recebimento das Propostas Técnicas
10. Entrega das Propostas Técnicas
11. Apresentação e Julgamento das Propostas Técnicas
12. Entrega dos Documentos de Habilitação
13. Apresentação dos Documentos de Habilitação
14. Análise dos Documentos de Habilitação
15. Comissão de Contratação e Subcomissão Técnica
16. Recursos Administrativos e Pedidos de Reconsideração
17. Procedimentos Licitatórios
18. Julgamento Final da Concorrência
19. Homologação e Adjudicação
20. Condições Pré-Contratuais
21. Garantia de Execução
22. Obrigações da Contratada e do Contratante
23. Fiscalização
24. Pagamento e Remuneração
25. Sanções Administrativas
26. Disposições Finais

ANEXOS E APÊNDICES

Anexo I: Termo de Referência e seus apêndices;

Anexo A: Estudo Técnico Preliminar

Anexo B: Briefing

Anexo II: Minuta de Contrato

PREÂMBULO

Processo nº: 71000.026032/2023-88

Fundamento Legal: Esta licitação será regida pela Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021, e demais normas e legislações atinentes ao objeto a ser contratado, nas condições estabelecidas neste Edital e seus respectivos anexos.

Finalidade: Contratação de 2 (duas) empresas prestadoras de serviços de comunicação digital

Requisitante: Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome - MDS

Critério de Julgamento: Melhor Técnica

Local de realização: Esplanada dos Ministérios, Bloco A, Auditório, em Brasília (DF)

Retirada do Invólucro – Via Não Identificada: Setor de Autarquias Norte, Quadra 03, Lote A, Ed. Núcleo dos Transportes – DNIT, sala 23.51 em Brasília (DF).

1. DISPOSIÇÕES INICIAIS

1.1. O Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome - MDS, doravante denominado ANUNCIANTE, por intermédio da Coordenação de Compras e Licitações, neste ato representada pela Comissão de Contratação, designada pela Portaria Nº 228, de 14 de abril de 2024, para ciência dos interessados, que efetuará licitação, na modalidade **CONCORRÊNCIA**, critério de julgamento **MELHOR TÉCNICA**, para a contratação de 2 (duas) empresas prestadoras de serviços de comunicação digital.

1.2. Os serviços serão realizados na forma de execução indireta e regime de empreitada por preço unitário, sob a égide da Lei nº 14.133/21.

1.3. De forma complementar, esta concorrência será realizada com base na Instrução Normativa nº 05, de 26 de maio de 2017, na Instrução Normativa SEGES/MGI nº 12, de 31 de março de 2023, na Instrução Normativa SECOM/PR nº 9, de 12 de novembro de 2025, observadas as regras estabelecidas na Lei nº 12.232/2010 aplicáveis a este objeto, nos termos do Acórdão nº 6.227/2016-TCU-2ª Câmara.

2. DO OBJETO

2.1. O objeto da presente concorrência é a contratação de empresas prestadoras de serviços de comunicação digital, referentes à:

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

2.2. A contratação dos serviços elencados no subitem 2.1, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações de comunicação digital que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral.

2.3. O planejamento previsto na alínea 'a' do subitem 2.1 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações de comunicação digital para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e deve prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de *performance* e de resultados.

2.4. Os serviços previstos no subitem 2.1 não abrangem atividades com natureza distinta da comunicação digital da CONTRATANTE.

2.5. Serão contratadas 2 (duas) empresas de comunicação digital, doravante denominadas contratadas, conforme métrica estabelecida no art. 5, § 2º, inciso I, da Instrução Normativa SECOM/PR nº 09, de 12 de novembro de 2025.

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

2.7. Os serviços poderão ser executados, indistintamente, por quaisquer das EMPRESAS contratadas, observado o limite mínimo de 20% (vinte por cento) para cada empresa e metodologia de seleção interna de que trata o item 2.3.

3. VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO

3.1. O contrato decorrente da presente contratação terá vigência de **12 (doze) meses**, a contar da data da sua assinatura, podendo ser prorrogada sucessivamente, respeitada a vigência máxima decenal, na forma do artigo 107 da Lei nº 14.133 de 2021, mediante a celebração de Termo Aditivo.

3.2. A prorrogação de que trata este item é condicionada ao ateste, pela autoridade competente, de que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com as contratadas.

4. VALOR CONTRATUAL E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS

4.1. O valor da contratação decorrente deste Edital está estimado em **R\$ 22.440.829,48 (vinte e dois milhões, quatrocentos e quarenta mil oitocentos e vinte e nove reais e quarenta e oito centavos)**, pelos primeiros 12 (doze) meses, conforme Mapa Estimativo de Preços (SEI nº 18191292).

4.1.1. No valor acima estão incluídas todas as despesas ordinárias diretas e indiretas decorrentes da execução do objeto, inclusive tributos e/ou impostos, encargos sociais, trabalhistas, previdenciários, fiscais e comerciais incidentes, taxa de administração, frete, seguro, incluindo as ferramentas tecnológicas do meio digital indicadas pela CONTRATANTE, bem como outros necessários ao cumprimento integral do objeto da contratação.

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

4.3. A contratação será atendida pela seguinte dotação:

- I - PTRES: 236646;
- II - Gestão/Unidade: 550005;
- III - Fonte de Recursos: 1001;
- IV - Programa de Trabalho: 0032;
- V - Elemento de Despesa: 339039;
- VI - Plano Interno: M20004AC016.

4.4. Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação dos contratos a serem firmados por intermédio deste certame, serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

4.5. As dotações relativas aos exercícios financeiros subsequentes serão indicadas após aprovação da Lei Orçamentária respectiva e liberação dos créditos correspondentes, mediante publicação de Termo Aditivo.

4.6. O Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

4.7. No interesse da CONTRATANTE, as contratadas ficarão obrigadas a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado dos contratos, conforme disposto no art. 125 da

Lei nº 14.133/21.

4.7.1. Na prorrogação, a CONTRATANTE poderá renegociar os preços praticados com as contratadas, em decorrência deste certame, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração no decorrer da execução do contrato.

4.7.2. A CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos preços praticados com as contratadas, em decorrência de eventual redução identificada nos preços do mercado, por meio de Termo Aditivo.

5. CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

5.1. Poderão participar desta concorrência empresas especializadas na prestação de serviços de comunicação digital, que:

5.1.1. Estejam devidamente cadastradas e com situação regular no Sistema de Registro Cadastral Unificado, disponível no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP) ou estejam devidamente cadastradas e com situação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF e no Sistema de Registro Cadastral Unificado ou que apresentem a documentação relacionada no item 11 deste Edital;

5.2. **Não poderão participar desta concorrência** as pessoas físicas ou jurídicas especializadas na prestação de serviços de comunicação digital que:

a) sejam autores do anteprojeto, do termo de referência ou do projeto executivo, pessoa física ou jurídica;

b) sejam empresas, isoladamente ou em consórcio, responsáveis pela elaboração do termo de referência ou do projeto executivo, ou empresa da qual o autor do projeto seja dirigente, gerente, controlador, acionista ou detentor de mais de 5% (cinco por cento) do capital com direito a voto, responsável técnico ou subcontratado;

c) sejam pessoas físicas ou jurídicas que se encontrem, ao tempo da licitação, impossibilitadas de participar da licitação em decorrência de sanção que lhe foi imposta;

d) que mantenham vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente da CONTRATANTE ou com agente público que desempenhe função na licitação ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau;

e) sejam empresas controladoras, controladas ou coligadas, nos termos da [Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976](#), concorrendo entre si;

f) sejam pessoas físicas ou jurídicas que, nos 5 (cinco) anos anteriores à divulgação do edital, tenham sido condenadas judicialmente, com trânsito em julgado, por exploração de trabalho infantil, por submissão de trabalhadores a condições análogas às de escravo ou por contratação de adolescentes nos casos vedados pela legislação trabalhista;

g) cuja falência tenha sido decretada;

h) que atuem sem fins lucrativos;

i) que Constituam consórcio ou de empresas cooperadas.

5.3. Para a análise das condições de participação das licitantes, também serão realizadas consultas ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa (CADIN), disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011 - do Plenário, do Tribunal de Contas da União - TCU.

5.4. Nenhuma licitante poderá participar desta concorrência com mais de uma proposta.

5.5. A participação na presente concorrência implica, tacitamente, para a licitante:

5.5.1. a confirmação de que recebeu da Comissão de Contratação o invólucro padronizado

previsto no subitem 10.1.1.1 deste Edital e as informações necessárias ao cumprimento desta concorrência;

5.5.2. a aceitação plena e irrevogável de todos os termos, cláusulas e condições constantes deste Edital; e

5.5.3. a observância dos preceitos legais e regulamentares em vigor e a responsabilidade pela fidelidade e legitimidade das informações e dos documentos e materiais apresentados em qualquer fase do processo.

5.6. A licitante assume todos os custos de elaboração e apresentação dos Documentos de Habilitação e das Propostas Técnicas exigidos nesta concorrência, não sendo a CONTRATANTE, em nenhum caso, responsável por esses custos, independentemente da condução ou do resultado do presente processo licitatório.

6. DISPONIBILIZAÇÃO DO EDITAL E DIVULGAÇÃO DOS ATOS LICITATÓRIOS

6.1. O interessado em participar desta licitação se obriga a acompanhar, no Diário Oficial da União, no sítio eletrônico oficial da CONTRATANTE e no Portal Nacional de Compras Públicas – PNCP, eventuais alterações ou informações sobre esta concorrência.

6.2. A juízo da Comissão de Contratação, todas as decisões referentes a esta concorrência poderão ser divulgadas conforme a seguir, ressalvadas aquelas cuja publicação no Diário Oficial da União é obrigatória:

a) nas sessões de abertura de invólucros;

b) por qualquer outro meio que permita a comprovação inequívoca do recebimento da comunicação pelas licitantes.

7. IMPUGNAÇÕES E PEDIDOS DE ESCLARECIMENTO

7.1. Qualquer pessoa é parte legítima para impugnar o edital de licitação por irregularidade na aplicação da Lei nº 14.133/21 ou para solicitar esclarecimento sobre os seus termos.

7.2. Esclarecimentos e respostas às Impugnações sobre esta concorrência serão prestados pela Comissão de Contratação, desde que os pedidos tenham sido recebidos em **até 3 (três) dias úteis antes da data de abertura do certame**, exclusivamente mediante solicitação por escrito, em uma das seguintes formas:

- pelo e-mail: **licitacao@mds.gov.br**

7.3. As respostas da Comissão de Contratação aos pedidos de esclarecimento e às Impugnações serão divulgadas em sítio eletrônico oficial no prazo de até 3 (três) dias úteis, limitado ao último dia útil anterior à data de abertura do certame, consoante estabelecido na Lei 14.133, de 2021.

7.4. Os pedidos de esclarecimentos serão respondidos sem identificação da licitante consulente e de seu representante.

7.4.1. A licitante não deve utilizar, em eventual pedido de esclarecimento, nenhum termo que possa propiciar a identificação de sua Proposta Técnica, referente ao Invólucro nº 2 (Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada).

7.5. Às licitantes interessadas cabe acessar assiduamente o referido endereço para tomarem conhecimento das perguntas e respostas e manterem-se atualizadas sobre os esclarecimentos referentes a este Edital.

7.6. Os pedidos de esclarecimento não constituirão, necessariamente, motivos para que se alterem a data e o horário de recebimento das Propostas Técnicas previstos no subitem 9.2 deste Edital.

7.7. A impugnação apresentada em desconformidade com as regras previstas neste item será recebida como mera informação.

7.8. A impugnação feita tempestivamente pela licitante não a impedirá de participar do processo licitatório até o trânsito em julgado da decisão a ela pertinente.

7.9. Decairá do direito de impugnar os termos deste Edital, perante a Comissão de Contratação,

àquele que não se manifestar em até 3 (três) dias úteis antes da data de recebimento das Propostas Técnicas.

8. CADASTRO DE REPRESENTANTES OU PROCURADORES

8.1. Para participar deste certame, o representante da licitante apresentará à Comissão de Contratação documentos para a realização do seu cadastro, juntamente com seu documento de identidade de fé pública, no ato programado para a entrega dos invólucros com os Documentos de Habilitação e com as Propostas Técnicas.

8.1.1. Os documentos mencionados no subitem 8.1 deverão ser apresentados fora dos invólucros que contêm as Propostas Técnicas e comporão os autos do processo licitatório.

8.1.2. Quando a representação for exercida na forma de seus atos de constituição, por sócio ou dirigente, o documento do representante consistirá, respectivamente, em cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que conste o nome do sócio e os poderes para representá-la, ou cópia da ata da assembleia de eleição do dirigente, em ambos os casos, autenticada em cartório ou apresentada junto com o documento original para permitir que a Comissão de Contratação ateste sua autenticidade.

8.1.3. Caso o preposto da licitante não seja seu representante estatutário ou legal, o cadastro será feito por intermédio de procuração, mediante instrumento público ou particular, no mínimo, com os poderes constantes do modelo que constitui o Anexo I, do Termo de Referência. Nesse caso, o preposto também entregará à Comissão de Contratação cópia do ato que estabelece a prova de representação da empresa, em que constem os nomes e respectivas assinaturas dos sócios ou dirigentes com poderes para a constituição de mandatários.

8.2. A ausência do documento hábil de representação não impedirá o representante de participar da licitação, mas ele ficará impedido de praticar qualquer ato durante o procedimento licitatório.

8.3. A documentação apresentada na primeira sessão de recepção e abertura das Propostas Técnicas credencia o representante a participar das demais sessões. Na hipótese de sua substituição no decorrer do processo licitatório, deverá ser apresentado novo cadastramento.

8.4. Caso a licitante não deseje fazer-se representar nas sessões de recepção e abertura, deverá encaminhar as Propostas Técnicas por meio de portador. Nesse caso, o portador deverá efetuar a entrega dos invólucros diretamente à Comissão de Contratação, na data, hora e local indicados no subitem 9.2 deste Edital.

9. RECEBIMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

9.1. As Propostas Técnicas das licitantes deverão ser entregues à Comissão de Contratação em 04 (quatro) invólucros distintos e separados, conforme disposto nos itens 10 e 12 deste Edital.

9.2. Os invólucros com as Propostas Técnicas serão recebidos como segue:

Dia: **10/06/2026**

Hora: às **10h00min.**

Local: **Auditório localizado no pavimento térreo do Bloco A da Esplanada dos Ministérios, CEP: 70054-906, em Brasília-DF.**

9.2.1. Se não houver expediente nessa data, os invólucros serão recebidos no primeiro dia útil subsequente, no mesmo horário, setor e endereço da contratante.

9.3. Os horários mencionados neste Edital referem-se ao horário de Brasília.

9.4. O recebimento e a abertura dos invólucros, bem como os demais procedimentos licitatórios obedecerão ao disposto neste Edital, especialmente no item 17 e na legislação.

10. ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

10.1. A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão de Contratação acondicionada nos Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3.

Invólucro nº 1

10.1.1. No Invólucro n.º 1 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Digital - Via Não

Identificada, disposto no Apêndice II do Anexo I deste Edital.

10.1.1.1. Só será aceito o Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela CONTRATANTE. Esse invólucro só será entregue à licitante que o solicite formalmente, por meio do e-mail **licitacao@mds.gov.br**, e deverá ser retirado pela interessada no endereço indicado no preâmbulo, com data e horário indicados pelo órgão para retirada, portando documento com foto e procuração, quando cabível.

10.1.1.2. O Invólucro nº 1 deverá estar sem fechamento e sem rubrica, para preservar, até a abertura do Invólucro nº 2, o sigilo quanto à sua autoria. O Invólucro nº 1 não poderá:

- a) ter nenhuma identificação;
- b) apresentar marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
- c) estar danificado ou deformado pelas peças e pelos demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar a identificação da licitante.

Invólucro nº 2

10.1.2. No Invólucro nº 2 deverá estar acondicionado o Plano de Comunicação Digital – Via Identificada, disposto no Apêndice II do Anexo I deste Edital.

10.1.2.1. O Invólucro nº 2 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 2

Proposta Técnica: Plano de Comunicação Digital - Via identificada

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 90001/2026 – Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome

10.1.2.2. O Invólucro nº 2 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

Invólucro nº 3

10.1.3. No Invólucro nº 3 deverão estar acondicionados a Capacidade de Atendimento e os Relatos de Soluções de Comunicação Digital dispostos no Apêndice II do Anexo I deste Edital.

10.1.3.1. O Invólucro n.º 3 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 3

Proposta Técnica: Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 90001/2026 – Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome

10.1.3.2. O Invólucro nº 3 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável quanto às informações de que trata, até sua abertura.

10.1.3.3. O Invólucro nº 3 não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

11. APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

11.1. As orientações pertinentes à apresentação das Propostas Técnicas e as disposições relacionadas a seu julgamento estão estabelecidas no Apêndice II do Anexo I deste Edital.

12. ENTREGA DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

Invólucro nº 4

12.0.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser entregues à Comissão de Contratação acondicionados no Invólucro nº 4, que deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

Invólucro nº 4

Documentos de Habilitação

Nome empresarial e CNPJ da licitante

Concorrência nº 90001/2026 – Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome

12.1. O Invólucro nº 4 será entregue na data, horário e local designados para a realização da segunda sessão pública.

12.2. O Invólucro nº 4 deverá ser providenciado pela licitante e poderá ser constituído de embalagem adequada às características de seu conteúdo, desde que inviolável, quanto às informações de que tratam, até sua abertura.

13. APRESENTAÇÃO DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

13.1. Os Documentos de Habilitação deverão ter todas as suas páginas rubricadas por representante legal da licitante e ser apresentados:

I - em via original; ou

II - sob a forma de publicação em órgão da imprensa oficial; ou

III - em cópia autenticada por cartório competente, quando a lei assim o exigir ou por certidões expedidas por sistemas mantidos pela Administração Pública; ou

IV - em cópia não autenticada, desde que seja exibida a via original, para conferência pela Comissão de Contratação, no ato de entrega dos Documentos de Habilitação.

13.1.1. Os Documentos de Habilitação deverão ser acondicionados em caderno específico, com suas páginas numeradas sequencialmente, na ordem em que figuram neste Edital.

13.1.2. Só serão aceitas cópias legíveis, que ofereçam condições de análise por parte da Comissão de Contratação.

13.2. Para se habilitar, a licitante deverá apresentar a documentação na forma prevista dos subitens a seguir:

13.2.1. **Para a Habilitação Jurídica:** os documentos relacionados nos itens 9.10 a 9.17 do Termo de Referência.

13.2.2. **Para a Habilitação Técnica:** os documentos relacionados nos itens 9.33 a 9.46 do Termo de Referência.

13.2.3. **Para a Habilitação fiscal, social e trabalhista:** os documentos relacionados nos itens 9.18 a 9.25 do Termo de Referência, bem como o relacionado abaixo:

a) Declaração que demonstre o cumprimento do disposto no inciso XXXIII do art. 7º da Constituição Federal, nos moldes a seguir:

À Comissão de Contratação

Referente Concorrência nº 90001/ 2026

<nome da licitante>, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal _____, portador(a) da Carteira de Identidade

nº _____/_____, inscrito(a) no CPF sob o nº _____, DECLARA, para fins do disposto no inciso VI do art. 68 da Lei nº 14.133/21, que não emprega menor de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre e não emprega menor de 16 (dezesesseis) anos.

<se for o caso acrescentar a ressalva a seguir>

Ressalva: emprega menor, a partir de 14 (quatorze) anos, na condição de aprendiz.

<local e data>

<representante legal da licitante>

13.2.3.1. Será considerada em situação regular a licitante cujo débito com as fazendas públicas ou com a seguridade social esteja com a exigibilidade suspensa.

13.2.3.2. Serão aceitas certidões positivas com efeito de negativa.

13.2.3.3. Será considerada como válida pelo prazo de 90 (noventa) dias, contados a partir da data da respectiva emissão, a certidão que não apresentar prazo de validade, exceto se anexada legislação específica indicativa de prazo distinto.

13.2.4. **Para a Habilitação Econômico-financeira:** os documentos relacionados nos itens 9.26 a 9.32 do Termo de Referência, bem como observar os direcionamentos abaixo:

a) Certidão Negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede fiscal da licitante, dentro do prazo de validade;

a1) caso não conste prazo de validade, será aceita a certidão emitida em até 90 (noventa) dias corridos, antes da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

a2) no caso de praças com mais de um cartório distribuidor, deverão ser apresentadas as certidões de cada distribuidor;

b) balanço patrimonial e a demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da lei, que comprove a boa situação financeira da licitante, vedada a sua substituição por balancetes ou balanços provisórios, podendo ser atualizados por índices oficiais quando encerrados há mais de 3 (três) meses da data de apresentação dos Documentos de Habilitação;

b1) o balanço patrimonial deverá estar assinado pelo responsável legal da licitante e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b2) se necessária a atualização do balanço e do patrimônio líquido, deverá ser apresentado o memorial de cálculo correspondente, assinado pelo responsável legal da empresa e pelo responsável por sua elaboração, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional;

b3) o balanço patrimonial deverá estar registrado na Junta Comercial ou no Registro Civil das Pessoas Jurídicas, conforme o tipo de empresa da licitante e apresentado de acordo com os incisos de I a III, ou no Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, apresentado conforme inciso IV:

I - sociedades empresariais em geral: registrado ou autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante, acompanhado de cópia do termo de abertura e de encerramento do Livro Diário do qual foi extraído, conforme disposto no § 2º do art. 5º do Decreto-lei nº 486/1969;

II - sociedades empresárias, especificamente no caso de sociedades anônimas regidas pela Lei nº 6.404/1976: registrado ou autenticado no órgão de Registro do

Comércio da sede ou domicílio da licitante e publicado em Diário Oficial e em jornal de grande circulação ou fotocópia registrada ou autenticada no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

III - sociedades simples: registrado no Registro Civil das Pessoas Jurídicas do local de sua sede; caso a sociedade simples adote um dos tipos de sociedade empresária, deverá sujeitar-se às normas fixadas para as sociedade empresária, inclusive quanto ao registro no órgão competente de Registro do Comércio da sede ou domicílio da licitante;

IV - para as empresas que escrituram por meio do Sistema Público de Escrituração Digital – SPED, impressão dos seguintes arquivos gerados pelo referido sistema:

- a) balanço patrimonial;
- b) termo de abertura e encerramento;
- c) recibo de entrega de Escrituração Contábil Digital.

13.2.4.1. As sociedades constituídas no exercício em curso ou com menos de um ano de existência deverão apresentar balanço conforme abaixo discriminado, com a assinatura do sócio-gerente e do responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, devidamente registrado no respectivo conselho de classe profissional e autenticado no órgão de Registro do Comércio da sede ou do domicílio da licitante:

- a) balanço de abertura, no caso de sociedades sem movimentação;
- b) balanço intermediário, no caso de sociedades com movimentação.

13.2.4.2. Os índices de que trata o item 9.29 do Termo de Referência serão calculados pela licitante e confirmados pelo responsável por sua contabilidade, Contador ou outro profissional equivalente, mediante sua assinatura e indicação de seu nome e registro no respectivo conselho de classe profissional.

13.2.5. Outras declarações

- a) declaração de Elaboração Independente de Proposta:

<p>À Comissão de Contratação Referente Concorrência nº 90001/ 2026</p> <p><u><identificação completa></u>, como representante devidamente constituído pela <u><nome da licitante></u>, doravante denominada <u><nome fantasia></u>, para fins do disposto na alínea ‘a’ do subitem 13.2.5 do Edital, declara, sob as penas da lei, em especial o art. 299 do Código Penal Brasileiro, que:</p> <p>a) a proposta apresentada para participar dessa Concorrência foi elaborada de maneira independente pela <u><nome da licitante></u>, e o conteúdo da proposta não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;</p> <p>b) a intenção de apresentar a proposta elaborada para participar dessa Concorrência não foi informada, discutida ou recebida de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência, por qualquer meio ou por qualquer pessoa;</p> <p>c) que não tentou, por qualquer meio ou por qualquer pessoa, influir na decisão de qualquer outro participante potencial ou de fato dessa</p>
--

Concorrência quanto a participar ou não da referida licitação;

d) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não será, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, comunicado ou discutido com qualquer outro participante potencial ou de fato dessa Concorrência antes da adjudicação do objeto da referida licitação;

e) que o conteúdo da proposta apresentada para participar dessa Concorrência não foi, no todo ou em parte, direta ou indiretamente, informado, discutido ou recebido de qualquer integrante do CONTRATANTE antes da abertura oficial das propostas; e

f) que está plenamente ciente do teor e da extensão desta declaração e que detém plenos poderes e informações para firmá-la.

<local e data>

<representante legal da licitante>

b) Declaração de que a licitante cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social:

À
Comissão de Contratação

Referente Concorrência nº 90001/ 2026

<nome da licitante>, inscrita no CNPJ sob o nº _____, por intermédio de seu representante legal _____, portador(a) da Carteira de Identidade nº _____ / _____, inscrito(a) no CPF sob o nº _____, DECLARA, para fins de cumprimento do disposto na alínea 'b' do subitem 13.2.5. do Edital, que cumpre as exigências de reserva de cargos para pessoa com deficiência e para reabilitado da Previdência Social, nos termos do art. 93 da Lei nº 8.213/91.

<local e data>

<representante legal da licitante>

13.3. Todos os documentos deverão estar em nome da licitante. Se a licitante for matriz, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da matriz. Se for filial, os documentos deverão estar com o número do CNPJ da filial, salvo aqueles que, por sua natureza, comprovadamente, são emitidos em nome da matriz.

13.4. O Certificado de Registro Cadastral a que se refere o art. 70, II da Lei nº 14.133/21, expedido por órgão ou entidade da Administração Pública Federal, dentro do seu prazo de validade e compatível com o objeto desta concorrência, substitui os documentos relacionados no subitem 13.2.1 e no subitem 13.2.2. Nesse caso, a licitante se obriga a declarar a existência de fatos supervenientes impeditivos de sua habilitação, se e quando ocorrerem.

13.5. A licitante que estiver cadastrada e com a documentação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF, apenas deverá apresentar:

- a) documentos de Habilitação Jurídica, previstos no subitem 13.2.1;
- b) documentos de Habilitação Técnica, previstos no subitem 13.2.2;
- c) comprovação de que possui patrimônio líquido mínimo, no valor estabelecido no item 9.30 do Termo de Referência, se qualquer dos índices de Liquidez Geral, Solvência Geral e Liquidez Corrente – a serem apurados conforme o subitem 13.2.4.2 – apresentar resultado igual ou menor que 1 (um);
- d) declarações firmadas conforme os modelos previstos na alínea 'a' do subitem 13.2.3. e na alínea 'a' e 'b' do subitem 13.2.5.

13.5.1. Se as informações referentes ao patrimônio líquido e aos índices mencionados no Termo de Referência e no subitem 13.2.4.2 não estiverem disponíveis no SICAF ou no Sistema de Registro Cadastral Unificado, a licitante deverá comprová-los mediante a apresentação, no Invólucro nº 4, dos documentos de que tratam a alínea 'b' do subitem 13.2.4 ou, se for o caso, o subitem 13.2.4.1 deste edital.

13.5.2. À licitante cadastrada fica facultada a apresentação, dentro do Invólucro nº 4, dos documentos destinados a substituir os eventualmente vencidos ou desatualizados, constantes da declaração impressa do SICAF ou do Sistema de Registro Cadastral Unificado.

14. ANÁLISE DOS DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

14.1. A Comissão de Contratação examinará os Documentos de Habilitação das 2 (duas)

licitantes declaradas vencedoras do certame, que cumpram as condições de participação estabelecidas no item 5 deste Edital e julgará habilitadas as licitantes que atenderem integralmente os requisitos de habilitação exigidos neste instrumento convocatório.

14.2. A habilitação das licitantes será verificada por meio do SICAF ou do Sistema de Registro Cadastral Unificado, nos documentos por ele abrangidos, ou mediante a análise da documentação apresentada pelas licitantes não cadastradas no referido sistema.

14.2.1. A situação das licitantes que optaram por efetuar sua habilitação conforme previsto no subitem 13.5 será verificada por meio de consulta *on-line* no SICAF ou Sistema de Registro Cadastral Unificado, que será impressa sob forma de Declaração e instruirá o processo, nos termos da Lei nº 14.133/21 e da Instrução Normativa SEGES/MPDG nº 03/2018.

14.2.1.1. A Declaração referente à situação de cada licitante será assinada pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, e juntada aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

14.2.1.2. Se alguma licitante for inabilitada em decorrência de irregularidade constatada por meio do SICAF ou do Sistema de Registro Cadastral Unificado e comprovar, mediante a apresentação do formulário do Recibo de Solicitação de Serviço, que entregou a documentação à sua Unidade Cadastradora no prazo regulamentar, a Comissão de Contratação suspenderá os trabalhos e comunicará o fato ao gestor do SICAF e do Sistema de Registro Cadastral Unificado.

14.2.1.3. O Recibo de Solicitação de Serviço apresentado deverá estar com os campos relativos à documentação complementar exigida para habilitação parcial ou à atualização de documentos de habilitação parcial preenchidos, conforme o caso.

14.3. Será inabilitada a licitante:

- a) cujo cadastramento esteja suspenso ou inativo;
- b) que deixar de apresentar, de acordo com o exigido, qualquer documento solicitado ou apresentá-lo com vícios ou defeitos insanáveis, ou seja, aqueles que não possam ser ajustados mediante simples diligência porque a licitante não atendia determinada condição na data prevista para entrega dos documentos;
- c) que não reste comprovada a regularidade trabalhista, por meio da consulta prevista no subitem 14.2.1 deste Edital.

14.4. Se nenhuma licitante restar habilitada a CONTRATANTE reabrirá a fase de Habilitação, com nova convocação de todas as licitantes para apresentar os respectivos Documentos, no prazo de 08 (oito) dias úteis, observado o disposto no subitem 18.2 deste Edital.

15. COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO E SUBCOMISSÃO TÉCNICA

15.1. Esta concorrência será processada e julgada por Comissão de Contratação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

15.2. As Propostas Técnicas serão analisadas e julgadas por Subcomissão Técnica, constituída por 03 (três) integrantes com formação acadêmica ou experiência profissional em áreas conexas ao objeto desta concorrência.

15.2.1. Na composição da Subcomissão Técnica, pelo menos 1/3 (um terço) dos integrantes não terão vínculo funcional ou contratual com a CONTRATANTE e serão indicados pela Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, conforme disposto nos arts. 40 a 45 da Instrução Normativa SECOM/PR nº 09/2025 e no art. 10-A do Decreto nº 6.555/2008.

15.3. A escolha dos membros da Subcomissão Técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação, que terá no mínimo 09 (nove) nomes, sendo 06 (seis) nomes de servidores que compõe os quadros do Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome, e 03(três) nomes do mercado, dos quais serão sorteados 02 (dois) integrantes com vínculo com o CONTRATANTE e 01 (um) sem vínculo com o CONTRATANTE.

15.3.1. Os nomes remanescentes da relação após sorteio dos 3 (três) membros da Subcomissão Técnica serão sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de

impossibilidade de participação de algum dos titulares.

15.3.1.1. Para composição da relação prevista no subitem 15.3, a Comissão de Contratação deverá solicitar a comprovação dos requisitos de qualificação, dispostos no subitem 15.2, dos possíveis membros da Subcomissão Técnica.

15.3.2. A relação dos nomes referidos no subitem 15.3 será publicada pela Comissão de Contratação no Diário Oficial da União, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio.

15.3.3. O sorteio será processado pela Comissão de Contratação de modo a garantir o preenchimento das vagas da Subcomissão Técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com a CONTRATANTE, nos termos do subitem 15.3 deste Edital.

15.3.4. Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o subitem 15.3, mediante a apresentação à Comissão de Contratação de justificativa para a exclusão.

15.3.5. Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na Subcomissão Técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

15.3.6. A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o(s) nome(s) impugnado(s), respeitado o disposto neste item.

15.3.6.1. Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior à quantidade disposta no subitem 15.3 deste Edital.

15.3.6.2. Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

15.3.7. A sessão pública para o sorteio será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no subitem 15.3.2 e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

15.4. A Comissão de Contratação e a Subcomissão Técnica cuidarão para que a interpretação e aplicação das regras estabelecidas neste Edital busquem o atingimento das finalidades da licitação e, conforme o caso, poderão relevar aspectos puramente formais nos Documentos de Habilitação e nas Propostas das licitantes, desde que não comprometam a lisura e o caráter competitivo desta concorrência e contribuam para assegurar a contratação da proposta mais vantajosa, nos termos do art. 18, VIII, da Lei 14.133/21.

15.4.1. Os membros da Comissão de Contratação e da Subcomissão Técnica assinarão Termo de Responsabilidade, que ficará nos autos do processo desta concorrência, observados os respectivos modelos:

COMISSÃO DE CONTRATAÇÃO

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu,, Matrícula nº, lotado no, integrante da Comissão de Contratação responsável pelo processamento do presente processo licitatório - Concorrência nº/2026 realizado pelo(a) Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome, para a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação digital, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade com relação a qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial aquelas vinculadas às etapas de apresentação e julgamento das Propostas Técnicas e de Habilitação das licitantes, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial.

2. Comprometo-me, ainda, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Comissão de Contratação;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão de Contratação que agora ocupo;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Comissão de Contratação;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão de Contratação fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento; e

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente responsável pela presente contratação.

Data: ____ de ____ de ____

Assinatura Servidor

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

ORIENTAÇÕES GERAIS

Esta concorrência para contratação de serviços de comunicação digital é

processada e julgada por Comissão de Contratação, com exceção da análise e julgamento das Propostas Técnicas.

A Subcomissão Técnica analisará as propostas e informações apresentadas nos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada) e nº 3 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital) para julgamento das Propostas Técnicas das licitantes.

A Subcomissão Técnica tem total autonomia na pontuação das propostas técnicas, observadas as disposições estabelecidas no Edital, não estando submetida a nenhuma autoridade, interferência ou influência da CONTRATANTE ou de origem, nem da Comissão de Contratação, nas questões relacionadas ao julgamento técnico.

Todos os membros da Subcomissão Técnica participam de forma igualitária, com o mesmo poder de decisão e expressão, independentemente do cargo/função exercida no Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome contratante ou de origem.

A pontuação de cada proposta refletirá seu grau de adequação às exigências deste Edital, resultante da comparação direta entre as propostas em cada quesito ou subquesito.

A(s) proposta(s) que demonstrar(em) maior adequação ao Edital, em cada quesito ou subquesito, receberão(ão) a maior pontuação, até a máxima permitida. As demais propostas receberão pontuação inferiores, correspondentes ao grau de adequação de cada uma ao Edital, tendo como referência a(s) proposta(s) que demonstra(em) maior adequação ao Edital.

Todas as informações relativas às Propostas Técnicas e ao seu julgamento são de caráter estritamente sigiloso e não devem ser divulgadas pelos integrantes da Subcomissão Técnica, externamente ou internamente no Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome contratante ou de origem, antes da publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, pela Comissão de Contratação.

TERMO DE RESPONSABILIDADE

1. Eu,, Matrícula nº, vinculada ao, integrante da Subcomissão Técnica responsável pelo julgamento técnico do presente processo de Concorrência realizado pelo(a), para a contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação digital, comprometo-me a manter o sigilo e a confidencialidade, com relação às Propostas Técnicas apresentadas

pelas licitantes participantes do presente certame e às informações relacionadas ao seu julgamento e pontuações atribuídas aos quesitos e subquesitos analisados.

2. Comprometo-me, ainda, a:

I – NÃO divulgar ou fazer uso de informações privilegiadas, em proveito próprio ou de terceiro, obtida em razão das atividades exercidas nesta Subcomissão Técnica;

II – NÃO exercer atividade que implique a prestação de serviços ou a manutenção de relação de negócio com pessoa física ou jurídica que tenha interesse na Concorrência em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Subcomissão Técnica que agora ocupo para a análise e julgamento das Propostas Técnicas da Concorrência em comento;

IV – NÃO atuar, ainda que informalmente, como procurador, consultor, assessor ou intermediário de interesses privados, relacionados ao objeto da Concorrência;

V – NÃO praticar ato em benefício de interesse de pessoa jurídica de que eu participe ou ainda meu cônjuge, companheiro ou parentes, consanguíneos ou afins, em linha reta ou colateral, até o terceiro grau, e que possa ser por mim beneficiados ou influir em meus atos nesta Subcomissão Técnica;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Subcomissão Técnica, fora dos limites e condições estabelecidos em regulamento;

VII – NÃO prestar serviços, ainda que eventuais, a empresa de comunicação cuja atividade seja contratada pelo ente ao qual estou vinculado, ou responsável pela presente contratação; e

VIII – NÃO participar, direta ou indiretamente, das sessões públicas desta licitação, realizadas pela Comissão de Contratação.

Data: _____ de _____ de _____

Assinatura

15.4.1.1. Os membros da Comissão de Contratação e da Subcomissão Técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do art. 9º da Lei nº 14.133/21, no que couber.

16. RECURSOS ADMINISTRATIVOS E PEDIDOS DE RECONSIDERAÇÃO

16.1. Eventuais recursos referentes a presente concorrência relacionados ao julgamento das propostas e ao ato de habilitação/inabilitação de licitante serão apreciados em fase única e deverão ser interpostos no prazo máximo de 3 (três) dias úteis a contar da intimação do ato ou da lavratura da ata, em

petição escrita dirigida à autoridade competente, por intermédio da Comissão de Contratação, protocolizada no Protocolo Digital do MDS (<https://www.gov.br/pt-br/servicos/protocolar-documentos-junto-ao-ministerio-do-desenvolvimento-e-assistencia-social-familia-e-combate-a-fome>), endereçada à Coordenação Geral de Licitações e Contratos.

16.1.1. A intenção de recorrer deverá ser manifestada imediatamente na sessão, sob pena de preclusão.

16.2. Interposto o recurso, as demais licitantes poderão impugná-lo no prazo máximo de 3 (três) dias úteis a contar da data de intimação pessoal ou de divulgação da interposição do recurso.

16.3. Recebida(s) a(s) impugnação(ões), ou esgotado o prazo para tanto, a Comissão de Contratação poderá reconsiderar a sua decisão, no prazo de 3 (três) dias úteis, ou, no mesmo prazo, submeter o recurso e respectiva(s) impugnação(ões), com sua motivação, à autoridade competente, que decidirá no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis contados de seu recebimento.

16.4. Não será conhecido o recurso interposto fora do prazo legal ou subscrito por representante não habilitado legalmente ou não identificado no processo como representante da licitante.

16.5. Será franqueada aos interessados, desde a data do início do prazo para interposição de recursos ou impugnações até o seu término, vista ao processo desta concorrência, em local e horário a serem indicados pela Comissão de Contratação, ou através de disponibilização da documentação de forma eletrônica.

16.6. O acolhimento do recurso implicará invalidação apenas do ato insuscetível de aproveitamento.

16.7. Caberá pedido de reconsideração, no prazo de 3 (três) dias úteis, contados da data de intimação, relativamente ao ato do qual não caiba recurso hierárquico.

16.7.1. Da aplicação das sanções previstas no *caput* do art. 156 da Lei nº 14.133/21 caberá a apresentação de pedido de reconsideração, que deverá ser apresentado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contados da data da intimação, e será decidido no prazo máximo de 20 (vinte) dias úteis, contados do seu recebimento.

16.8. Os recursos e pedidos de reconsideração terão efeito suspensivo do ato ou da decisão recorrida até que sobrevenha decisão final de autoridade competente.

17. PROCEDIMENTOS LICITATÓRIOS

17.1. Serão realizadas sessões públicas, observados os procedimentos previstos neste Edital e na legislação, das quais serão lavradas atas circunstanciadas dos atos e fatos dignos de registro, assinadas pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes.

17.1.1. A participação de representante de qualquer licitante dar-se-á mediante a prévia entrega de documento hábil, conforme estabelecido no subitem 8.1 deste Edital.

17.1.2. Os representantes das licitantes presentes poderão nomear comissão constituída de alguns entre eles para, em seu nome, tomar conhecimento e rubricar as Propostas e os Documentos de Habilitação nas sessões públicas.

17.1.3. Os integrantes da Subcomissão Técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as Propostas Técnicas.

17.1.4. A análise dos Documentos de Habilitação das 2 (duas) licitantes vencedoras, o julgamento das Propostas Técnicas e o julgamento final da concorrência serão efetuados exclusivamente com base nos critérios especificados neste Edital e seus anexos.

17.1.5. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas Técnica ou adjudicação do objeto da licitação às vencedoras, cabendo a assinatura do Termo de Responsabilidade tanto pela Comissão de Contratação quanto pela Subcomissão Técnica, observado os modelos dispostos no subitem 15.4.1.

17.1.6. Qualquer tentativa de licitante influenciar a Comissão de Contratação ou a Subcomissão Técnica no processo de julgamento das Propostas Técnica resultará na sua desclassificação.

17.1.7. Por ocasião da abertura dos invólucros nº 1 e nº 3, para rubrica dos conteúdos pela Comissão de Contratação e pelas licitantes, não será permitida a retirada de documentos do recinto da sessão pública, nem a sua reprodução sob qualquer forma, inclusive por meio de fotos.

17.1.8. A Comissão de Contratação poderá alterar as datas ou as pautas das sessões, antecipá-las ou mesmo suspendê-las, em função do desenvolvimento dos trabalhos, obedecidas as normas legais aplicáveis.

Primeira Sessão

17.2. A primeira sessão pública será realizada no dia, hora e local previstos no subitem 9.2 deste Edital e terá a seguinte pauta:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) verificar o cumprimento das condições de participação, nos termos do item 5 deste Edital e registrar em ata eventuais casos de descumprimento;
- c) receber das licitantes em condições de participação os Invólucros nº 1, nº 2 e nº 3, cujos fechos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada, os quais ficarão sob a responsabilidade da Comissão de Contratação;
- d) conferir a conformidade de apresentação dos invólucros com as disposições deste Edital;
- e) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame e rubrica, os documentos que constituem os Invólucros nº 1 e nº 3;
- f) informar que as licitantes serão convocadas para a próxima sessão na forma do item 6.3 deste Edital.

17.2.1. O Invólucro nº 1, com o Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada das licitantes, só será recebido pela Comissão de Contratação se:

- I - não estiver identificado;
- II - não apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- III - não estiver danificado ou deformado pelas peças, materiais ou demais documentos nele acondicionados, de modo a possibilitar a identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

17.2.1.1. Na ocorrência de qualquer das hipóteses acima previstas, a Comissão de Contratação não receberá o Invólucro nº 1, o que também a impedirá de receber os demais invólucros da mesma licitante.

17.2.2. A Comissão de Contratação, antes do procedimento previsto na alínea 'e' do subitem 17.2, adotará medidas para evitar que seus membros ou os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar a autoria de algum Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada.

17.2.2.1. Antes de serem abertos para rubrica dos conteúdos pelos presentes na primeira sessão, os invólucros nº 1, com o Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, devem ser misturados, de modo que não possam ser vinculados aos respectivos autores, considerada a ordem sequencial de sua entrega à Comissão de Contratação.

17.2.3. Se, ao examinar ou rubricar os conteúdos dos Invólucros nº 1 e nº 3, a Comissão de Contratação ou os representantes das licitantes constatarem ocorrência(s) que possibilite(m), inequivocamente, a identificação da autoria do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, a Comissão de Contratação desclassificará a licitante e ficará de posse de todos os seus invólucros até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

17.2.4. A Comissão de Contratação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos Invólucros nº 1, nem nos respectivos conteúdos que compõem o Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada das licitantes, à exceção das rubricas mencionadas na alínea 'e' do subitem 17.2 deste Edital.

17.2.5. Abertos os Invólucros nº 1 e nº 3, as licitantes não poderão desistir de suas Propostas, a não ser por motivo justo, decorrente de fato superveniente, e aceito pela Comissão de Contratação.

17.2.6. Se as licitantes estiverem expressamente de acordo com as decisões tomadas pela Comissão de Contratação na primeira sessão, serão adotados, nesta precisa ordem, os seguintes procedimentos:

- a) encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, de todos os Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada), acompanhados dos questionamentos relativos à Proposta Técnica, se for o caso, e das respectivas respostas, sem identificação de autoria;
- b) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- c) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 1 (Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão de Contratação, na devolução dos Invólucros nº 1;
- d) somente após o recebimento dos documentos e dos Invólucros nº 1, mencionados na alínea anterior, ocorrerá o encaminhamento, pela Comissão de Contratação à Subcomissão Técnica, dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital) das licitantes;
- e) análise individualizada e julgamento, pela Subcomissão Técnica, dos conteúdos dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital) das licitantes, de acordo com os critérios especificados neste Edital;
- f) elaboração, pela Subcomissão Técnica, de ata de julgamento dos Invólucros nº 3 (Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital) e de planilha com as pontuações e justificativas das razões que as fundamentaram, e encaminhamento desses documentos à Comissão de Contratação, na devolução dos Invólucros nº 3.

17.2.7. Se alguma Proposta Técnica for desclassificada com base nas alíneas 'a', 'b' e 'c' do subitem 2.5 e 2.5.1 do Apêndice II do Anexo I deste Edital, a pontuação atribuída pela Subcomissão Técnica a cada quesito ou subquesito dessa Proposta será lançada em planilhas que ficarão acondicionadas em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da referida Subcomissão, até que expire o prazo para recursos relativos a essa fase.

17.2.8. O disposto no subitem precedente não se aplica ao caso da alínea 'a' do subitem 2.5 do Apêndice II do Anexo I deste Edital, em que o descumprimento das regras definidas, para a preservação da autoria do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, resulte na identificação da licitante, antes da abertura do Invólucro nº 2.

17.2.9. As planilhas previstas nas alíneas 'c' e 'f' do subitem 17.2.6 conterão respectivamente a pontuação de cada membro da Subcomissão Técnica para cada subquesito do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada e as pontuações, de cada membro, para os quesitos Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Digital.

Segunda Sessão

17.3. Após receber as atas de julgamento das Propostas Técnicas constantes dos Invólucros nº 1 e nº 3, respectivas planilhas de julgamento e demais documentos elaborados pela Subcomissão Técnica, a Comissão de Contratação convocará as licitantes, na forma do item 6, para participar da segunda sessão pública, com a seguinte pauta básica:

- a) identificar os representantes das licitantes presentes e colher suas assinaturas na lista de presença;
- b) abrir os Invólucros nº 2 das licitantes;
- c) cotejar os documentos constantes dos Invólucros nº 2 (Plano de Comunicação Digital - Via Identificada) das licitantes, com os conteúdos dos Invólucros nº 1 (Plano de

Comunicação Digital - Via Não Identificada), para identificação de autoria;

d) elaborar planilha geral com as pontuações atribuídas a cada quesito de cada Proposta Técnica das licitantes habilitadas, desconsiderando eventuais pontuações das Vias Não Identificadas do Plano de Comunicação Digital que não obtiveram correspondência com as Vias Identificadas das licitantes habilitadas;

e) proclamar o resultado final do julgamento das Propostas Técnicas;

f) executar o sorteio previsto no subitem 2.9 do Apêndice II do Anexo I deste Edital, se for o caso;

g) informar que o resultado final do julgamento das Propostas Técnicas será publicado na forma do item 6, com a indicação das licitantes classificadas e das desclassificadas, em ordem decrescente de pontuação;

h) declarar as vencedoras do julgamento final da concorrência, observado o disposto no item 2 do Apêndice II do Anexo I deste Edital, as licitantes que: 1) tenham sido mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica;

i) informar que o resultado do julgamento final da concorrência;

j) receber e abrir os Invólucros de nº 4 das licitantes vencedoras, cujos documentos serão rubricados pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes presentes ou por comissão por eles indicada;

k) analisar os Documentos de Habilitação das licitantes vencedoras, observado o atendimento ao disposto nos itens 12 e 13, bem como na legislação em vigor;

l) colocar à disposição dos representantes das licitantes, para exame, os documentos integrantes dos Invólucros nº 4;

m) dar conhecimento do resultado da habilitação e informar que será publicado na forma do item 16, com a indicação de habilitação ou inabilitação das licitantes vencedoras, abrindo-se prazo de 3 (três) dias úteis para interposição de recurso, conforme disposto nas alíneas “b” e “c” do inciso I do art. 165 da Lei nº 14.133/21;

m.1) Caso as licitantes vencedoras sejam inabilitadas, a Comissão de Contratação analisará a habilitação das seguintes, observado o procedimento descrito neste subitem.

17.4. Por ocasião da consulta ao SICAF e no Sistema de Registro Cadastral Unificado, referido no subitem 13.5, serão impressas as declarações de Situação do Fornecedor das licitantes cadastradas, que serão assinadas pelos membros da Comissão de Contratação e pelos representantes das licitantes, ou por comissão por eles nomeada, as quais serão juntadas aos demais documentos apresentados pela respectiva licitante.

18. JULGAMENTO FINAL DA CONCORRÊNCIA

18.1. O julgamento final desta concorrência será feito de acordo com o rito previsto nos arts. 35 e 37 da Lei nº 14.133/21, critério de julgamento Melhor Técnica.

18.2. Serão vencedoras do julgamento final da concorrência as licitantes habilitadas, que tenham sido mais bem classificadas no julgamento das Propostas Técnicas, desde que mantenham as condições de participação estabelecidas no item 5 deste Edital.

19. HOMOLOGAÇÃO E ADJUDICAÇÃO

19.1. Não tendo sido interposto recurso no julgamento final da concorrência, ou tendo havido a sua desistência ou, ainda, tendo sido julgados os recursos interpostos, será homologado o resultado desta concorrência e, assim, aprovada a adjudicação do seu objeto às licitantes vencedoras, observado o disposto no subitem 26.10 deste Edital.

20. CONDIÇÕES PRÉ-CONTRATUAIS

20.1. As licitantes vencedoras terão o prazo de 10 (dez) dias úteis, contados a partir da convocação, para assinar o instrumento de contrato, nos moldes da minuta que constitui o Anexo II deste Edital.

20.1.1. O prazo para assinatura do contrato poderá ser prorrogado, a juízo do CONTRATANTE, consideradas as justificativas que lhe forem apresentadas pela licitantes vencedoras.

20.1.1.1. Se as licitantes vencedoras não comparecer nos prazos estipulados para assinar o contrato, o CONTRATANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas, para assinar o contrato em igual prazo e nas mesmas condições estabelecidas para a licitante que deixou de assinar o contrato, ou revogar esta concorrência, independentemente da cominação prevista no art. 90, §5º da Lei nº 14.133/21.

20.2. Antes da celebração dos contratos, o CONTRATANTE efetuará consulta ao Cadastro Informativo de Créditos não Quitados do Setor Público Federal (CADIN), conforme disposto no inciso III do art. 6º da Lei nº 10.522/2002, ao Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS), no Portal da Transparência mantido pela Controladoria Geral da União - CGU, e ao Cadastro Nacional de Condenações Cíveis por Ato de Improbidade Administrativa, disponível no Portal do Conselho Nacional de Justiça - CNJ, em harmonia com o disposto no Acórdão nº 1793/2011-Plenário, do Tribunal de Contas da União.

20.2.1. A existência de registro no Cadin constitui fator impeditivo para a contratação, conforme art. 6º - A da Lei nº 10.522/2002.

20.3. Integrarão os contratos a serem firmados, independentemente de transcrição, as condições estabelecidas neste Edital, os elementos apresentados pelas licitantes vencedoras que tenham servido de base para o julgamento desta concorrência e a Proposta de preço.

20.4. A CONTRATANTE poderá rescindir, a qualquer tempo, os contratos resultantes deste certame pelos motivos previstos no art. 137 da Lei nº 14.133/21e, independentemente de interpelação judicial ou extrajudicial.

21. GARANTIA DE EXECUÇÃO

21.1. As disposições pertinentes à garantia de execução estão estabelecidas na Cláusula Décima Primeira – Garantia de Execução da Minuta de Contrato (Anexo II).

22. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

22.1. As obrigações da contratada e do CONTRATANTE, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, estão estabelecidas na Cláusula Nona – Obrigações do Contratado e na Cláusula Oitava – Obrigações do Contratante da Minuta de Contrato (Anexo II) deste Edital, conforme o Art.89, §2º da Lei nº 14.133/2021.

23. FISCALIZAÇÃO

23.1. O CONTRATANTE nomeará gestor e fiscal para acompanhar e fiscalizar a execução dos contratos resultantes desta concorrência e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços e terão poderes, entre outros, para notificar as contratadas, objetivando sua imediata correção, nos termos do item 6 do Termo de Referência (Anexo I).

24. PAGAMENTO E REMUNERAÇÃO

24.1. Para pagamento das despesas referentes à execução dos produtos e serviços objeto da presente contratação e para remuneração das contratadas deverão ser observados os conteúdos dispostos na Cláusula Sexta – Pagamento da Minuta de Contrato, Anexo II deste Edital.

25. SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

25.1. Os licitantes vencedores que derem causa à inexecução parcial do contrato sofrerão aplicação de sanção administrativa de advertência, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.

25.2. Os licitantes vencedores que praticarem qualquer uma das infrações administrativas previstas nos incisos do *caput* do art. 155 da Lei nº 14.133/21 serão penalizados com a aplicação de multa compensatória de até 15% (quinze) por cento do valor do contrato licitado, que trata o item 4 deste Edital, independentemente de outras sanções e penalidades previstas na Lei nº 14.133/21.

25.3. Será impedido de licitar e contratar, pelo prazo máximo de 3 (três) anos, aquele que

cometer as infrações administrativas previstas nos incisos II a VII do *caput* do art. 155 da Lei nº 14.133/21, quando não se justificar a imposição de penalidade mais grave.

25.4. Será declarada a inidoneidade para licitar ou contratar, pelo prazo mínimo de 3 (três) e máximo de 6 (seis) anos, daquele que for responsável pelas infrações administrativas previstas nos incisos VIII a XII do *caput* do art. 155 da Lei nº 14.133/21, bem como pelas infrações previstas no subitem 25.3, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave.

25.5. O descumprimento total ou parcial das disposições deste Edital ou das obrigações assumidas no contrato, sem justificativa aceita pelo CONTRATANTE, resguardados os preceitos legais pertinentes, poderá acarretar as sanções previstas em lei e no contrato a ser firmado entre as partes, nos termos da Cláusula Décima Terceira - Extinção Contratual da Minuta de Contrato (Anexo II).

26. DISPOSIÇÕES FINAIS

26.1. É facultada à Comissão de Contratação ou autoridade superior, em qualquer fase desta concorrência, a promoção de diligência destinada a esclarecer ou complementar a instrução do processo licitatório, vedada a inclusão posterior de documento ou informação que deveria constar originalmente dos Documentos de Habilitação ou das Propostas Técnicas.

26.2. A Comissão de Contratação, por solicitação expressa da Subcomissão Técnica, poderá proceder à vistoria da infraestrutura e recursos materiais que as empresas classificadas apresentaram nas Propostas Técnicas (questo Capacidade de Atendimento), que estarão à disposição do CONTRATANTE para a execução do contrato.

26.3. A Comissão de Contratação deverá adotar os cuidados necessários para preservar o sigilo quanto à autoria do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, até a abertura do Invólucro nº 2, nas situações elencadas nos subitens 26.1 e 26.2.

26.4. Até a assinatura dos contratos, as licitantes vencedoras poderão ser inabilitadas ou desclassificadas se o CONTRATANTE tiver conhecimento de fato desabonador à sua classificação técnica ou à sua habilitação, conhecido após o julgamento de cada fase.

26.4.1. Se ocorrer inabilitação ou desclassificação das licitantes vencedoras, por fatos referidos no subitem precedente, o CONTRATANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, obedecida a ordem de classificação das Propostas Técnicas ou revogar esta concorrência.

26.5. Se, durante a execução do contrato, o instrumento firmado com as contratadas não for prorrogado, ou for rescindido, nos casos previstos na legislação e no contrato, o CONTRATANTE poderá convocar as licitantes remanescentes, na ordem de classificação das Propostas Técnicas, para dar continuidade à execução do objeto, desde que concordem e se disponham a cumprir todas as condições e exigências a que estiver sujeita a signatária do contrato.

26.6. É vedada a utilização de qualquer elemento, critério ou fato sigiloso, secreto ou reservado que possa ainda que indiretamente, elidir o princípio da igualdade entre as licitantes.

26.7. Se houver indícios de conluio entre as licitantes ou de qualquer outro ato de má-fé, o CONTRATANTE comunicará os fatos verificados ao Conselho Administrativo de Defesa Econômica do Ministério da Justiça e ao Ministério Público Federal, para as providências devidas.

26.8. É proibido a qualquer licitante tentar impedir o curso normal do processo licitatório mediante a utilização de recursos ou de meios meramente protelatórios, sujeitando-se a autora às sanções legais e administrativas aplicáveis, conforme dispõe o art. 155, XI da Lei nº 14.133/21.

26.9. Antes do aviso oficial do resultado desta concorrência, não serão fornecidas, a quem quer que seja, quaisquer informações referentes à adjudicação do contrato ou à análise, avaliação ou comparação entre as Propostas.

26.10. Mediante parecer escrito e devidamente fundamentado, esta concorrência será anulada se ocorrer ilegalidade em seu processamento e poderá ser revogada, em qualquer de suas fases, por razões de interesse público decorrente de fato superveniente devidamente comprovado, pertinente e suficiente para justificar tal conduta.

26.10.1. O CONTRATANTE poderá cancelar de pleno direito qualquer Nota de Empenho que vier a ser emitida em decorrência desta licitação, bem como rescindir o respectivo contrato, independentemente

de interpelação judicial ou extrajudicial, desde que motivado o ato e assegurados às contratadas o contraditório e a ampla defesa, caso a adjudicação seja anulada, em virtude de qualquer dispositivo legal que a autorize.

26.11. Antes da data marcada para o recebimento dos Invólucros com os Documentos de Habilitação e as Propostas Técnicas, a Comissão de Contratação poderá, por motivo de interesse público, por sua iniciativa, em consequência de solicitações de esclarecimentos ou de impugnações, alterar este Edital, ressalvado que será reaberto o prazo inicialmente estabelecido para apresentação das Propostas e dos Documentos de Habilitação, exceto quando, inquestionavelmente, a alteração não afetar a formulação das Propostas.

26.12. Correrão por conta do CONTRATANTE as despesas que incidirem sobre a formalização do contrato, incluídas as decorrentes de sua publicação, que deverá ser efetivada em extrato, no Diário Oficial da União, na forma prevista no art. 94, I da Lei nº 14.133/21.

26.13. As questões suscitadas por este Edital que não possam ser dirimidas administrativamente serão processadas e julgadas no Juízo da Justiça Federal, Seção Judiciária Distrito Federal, foro da ANUNCIANTE.

26.14. Integram este Edital os seguintes documentos:

- a) Anexo I: Termo de Referência (SEI 18516333) e seus apêndices;
 - Anexo A: Estudo Técnico Preliminar (SEI 18516219);
 - Anexo B: *Briefing* (SEI 18520747)
- b) Anexo II: Minuta de Contrato (SEI 18200554).



Documento assinado eletronicamente por **Felipe Ribeiro Alves Morais**, **Coordenador(a)-Geral**, em 14/04/2026, às 12:28, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020 da Presidência da República. .



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://sei.mds.gov.br/sei-autenticacao>, informando o código verificador **18388278** e o código CRC **6466A09A**.

0.1.

SUBSECRETARIA DE ASSUNTOS ADMINISTRATIVOS

Termo de Referência 21/2026

Informações Básicas

Número do artefato	UASG	Editado por	Atualizado em
21/2026	550005-SUBSECRETARIA DE ASSUNTOS ADMINISTRATIVOS	VIVIANE FERNANDES DE ALBUQUERQUE	13/04/2026 17:39 (v 0.12)
Status	ASSINADO		

Outras informações

Categoria	Número da Contratação	Processo Administrativo
V - prestação de serviços, inclusive os técnico-profissionais especializados/Serviço continuado sem dedicação exclusiva de mão de obra	103/2026	71000.026032/2023-88

1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

1. CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

1.1. Contratação de serviços contínuos de comunicação digital, sob demanda, para atendimento das demanda do Ministério do Desenvolvimento Social, Família e Combate à Fome - MDS, nos termos da tabela abaixo, conforme condições estabelecidas neste instrumento.

ITEM	DESCRIÇÃO ESPECIFICAÇÃO	CATSER	QUANTIDADE	VALOR TOTAL ANUAL GLOBAL	DESPESAS COM DESLOCAMENTO DE PROFISSIONAL À SERVIÇO (10%)	VALOR TOTAL DA CONTRATAÇÃO
1	Serviços de comunicação digital, conforme especificações detalhadas no Apêndice I	892	1	R\$ 20.400.754,07	R\$ 2.040.075,41	R\$ 22.440.829,48

Classificação do objeto quanto à heterogeneidade ou complexidade

1.2. O serviço objeto desta contratação são caracterizados como intelectual, conforme justificativa constante do Estudo Técnico Preliminar.

Classificação do objeto quanto ao modelo de execução

1.3. O serviço é enquadrado como continuado tendo em vista que se trata de atividade essencial à manutenção da presença digital do Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome – MDS, envolvendo ações permanentes de atualização, monitoramento, produção de conteúdo e interação em meios digitais, cuja descontinuidade comprometeria a comunicação institucional com o cidadão.

1.4. A vigência plurianual mostra-se mais vantajosa considerando os fundamentos expostos no Estudo Técnico Preliminar, especialmente quanto à economicidade, à padronização dos serviços e à preservação do conhecimento acumulado ao longo do tempo pela equipe contratada.

Prazo de vigência

1.5. O prazo de vigência da contratação é de 1 (um) ano contado da assinatura do contrato, prorrogável por até 10 anos, na forma dos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133, de 2021.

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

2. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

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

2.2. O objeto da contratação está previsto no Plano de Contratações Anual 2026, conforme detalhamento a seguir:

I- ID PCA no PNCP: 05526783000165-0-000001/2026

II- Data de publicação no PNCP: 14/05/2025;

III- ID do Item no PCA: 10;

IV- Classe/Grupo: 836 -SERVIÇOS DE PUBLICIDADE;

V-Identificador da futura Contratação: DFD 7/2026

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

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

4. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Sustentabilidade

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

4.2. Os esforços de comunicação digital do MDS buscam otimizar, fomentar e aprimorar o diálogo com a sociedade, como um compromisso na construção de uma realidade social com mais equidade, acessibilidade, inclusão e maior abrangência para os brasileiros. Nas últimas décadas, o Brasil tem avançado no processo de democratização e ampliação do acesso aos serviços públicos de qualidade, em todos os níveis.

4.3. No que se refere ao cumprimento da sustentabilidade, no desempenho de uma comunicação assertiva, a ASCOM/MDS trabalha para atender as competências da Política Nacional de Assistência Social, que engloba: prover serviços, programas, projetos e benefícios de proteção social básica e/ou especial para famílias, indivíduos e grupos que deles necessitem; contribuir com a inclusão e a equidade dos usuários e grupos específicos, ampliando o acesso aos bens e serviços sócio-assistenciais básicos e especiais, em áreas urbana e rural; assegurar que as ações no âmbito da assistência social tenham centralidade na família, e que garantam a convivência familiar e comunitária.

4.4. Com o cenário de estagnação apresentado nos últimos anos, temos um desafio a cumprir para alcançar algumas metas e ações que ficaram comprometidas, não somente no campo das políticas sociais, mas na perspectiva do desenvolvimento econômico do país. A retomada do diálogo e a participação social têm sido algumas das vertentes deste eixo específico do Plano Anual de Comunicação Digital do MDS, no desenvolvimento de campanhas de utilidade pública voltadas para a informação, mobilização e participação da sociedade e dos entes federados envolvidos nas políticas sociais.

4.5. Além de subsidiar e apoiar as etapas de implementação e execução das políticas públicas, dos programas e ações do MDS em suas diversas áreas de atuação, a fim de alcançar o melhor aproveitamento dos recursos públicos empreendidos nas gestões e no

desenvolvimento das políticas sociais como um todo, isso contribui para assegurar ao estudante o acesso à informação indispensável para o exercício da cidadania e fornecer meios para que ele progrida nos estudos e no mercado de trabalho posteriormente, cooperando para o processo de inclusão e redução das desigualdades sociais.

4.6. Para tanto, é fundamental que a comunicação digital da ASCOM/MDS considere os princípios da equidade e da valorização da diversidade étnico-social, os direitos humanos, a gestão democrática do ensino público, na garantia do padrão de qualidade, da acessibilidade, da igualdade de condições para o acesso à informação dos públicos-alvo.

Subcontratação

4.7. Não será admitida a subcontratação do objeto contratual.

Garantia da contratação

4.8. Será exigida a garantia da contratação de que tratam os arts. 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021, com validade durante a execução do contrato e 90 (noventa) dias após término da vigência contratual, podendo o Contratado optar pela caução em dinheiro ou em títulos da dívida pública, seguro-garantia, fiança bancária ou título de capitalização, em valor correspondente a 2,5% (dois inteiros e cinco décimos) do valor total da contratação.

4.9. Cada empresa contratada deverá apresentar a garantia contratual no percentual ora estipulado.

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

4.10.1. A apólice de seguro-garantia permanecerá em vigor mesmo que o Contratado não pague o prêmio nas datas convencionadas.

4.10.2. Caso o adjudicatário não apresente a apólice de seguro de garantia antes da assinatura do contrato, ocorrerá a preclusão do direito de escolha dessa modalidade de garantia.

4.10.3. A apólice de seguro-garantia deverá acompanhar as modificações referentes à vigência do contrato principal mediante a emissão do respectivo endosso pela seguradora.

4.10.4. Será permitida a substituição da apólice de seguro-garantia na data de renovação ou de aniversário, desde que mantidas as condições e coberturas da apólice vigente e nenhum período fique descoberto, ressalvados os períodos de suspensão contratual.

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

4.11. Caso seja a garantia em dinheiro a modalidade de garantia escolhida pelo Contratado, deverá ser efetuada em favor do Contratante, em conta específica na Caixa Econômica Federal, com correção monetária.

4.12. Caso a opção seja por utilizar títulos da dívida pública, estes devem ter sido emitidos sob a forma escritural, mediante registro em sistema centralizado de liquidação e de custódia autorizado pelo Banco Central do Brasil, e avaliados pelos seus valores econômicos, conforme definido pelo Ministério competente.

4.13. No caso de garantia na modalidade de fiança bancária, deverá ser emitida por banco ou instituição financeira devidamente autorizada a operar no País pelo Banco Central do Brasil, e deverá constar expressa renúncia do fiador aos benefícios do artigo 827 do Código Civil.

4.14. Na hipótese de opção pelo título de capitalização, a garantia deverá ser custeada por pagamento único, com resgate pelo valor total, sob a modalidade de instrumento de garantia, emitido por sociedades de capitalização regularmente constituídas e autorizadas pelo Governo Federal.

4.14.1. O título de capitalização deverá ser apresentado ao Contratante juntamente com as condições gerais e o número do processo administrativo sob o qual o plano de capitalização foi aprovado pela Susep (art. 8º, III, da Circular SUSEP nº 656, de 11 de março de 2022).

4.15. A garantia assegurará, qualquer que seja a modalidade escolhida, sob pena de não aceitação, o pagamento de:

4.15.1. prejuízos advindos do não cumprimento do objeto do contrato e do não adimplemento das demais obrigações nele previstas;

4.15.2. multas moratórias e punitivas aplicadas pela Administração à contratada; e

4.15.3. obrigações trabalhistas e previdenciárias de qualquer natureza e relativas ao FGTS, não adimplidas pelo Contratado.

4.16. A apólice do seguro-garantia ou a fiança bancária deverá ter cobertura para o pagamento direto ao empregado das verbas devidas em razão da inadimplência do Contratado.

4.16.1. O pagamento direto não pode estar condicionado ao trânsito em julgado de decisão judicial, sendo suficiente decisão definitiva em processo administrativo, que apure o montante devido.

4.17. Se o valor da garantia for utilizado total ou parcialmente em pagamento de qualquer obrigação, o Contratado obriga-se a fazer a respectiva reposição no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério do Contratante, contados da data em que for notificada.

4.18. Na hipótese de suspensão do contrato por ordem ou inadimplemento da Administração, o Contratado ficará desobrigado de renovar a garantia ou de endossar a apólice de seguro até a ordem de reinício da execução ou o adimplemento pela Administração.

4.19. Se o valor da garantia for utilizado total ou parcialmente em pagamento de qualquer obrigação, o Contratado obriga-se a fazer a respectiva reposição no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério do Contratante, contados da data em que for notificada.

4.20. O Contratante executará a garantia na forma prevista na legislação que rege a matéria.

4.20.1. O emitente da garantia ofertada pelo Contratado deverá ser notificado pelo Contratante quanto ao início de processo administrativo para apuração de descumprimento de cláusulas contratuais.

4.20.2. Caso se trate da modalidade seguro-garantia, ocorrido o sinistro durante a vigência da apólice, sua caracterização e comunicação poderão ocorrer fora desta vigência, não caracterizando fato que justifique a negativa do sinistro, desde que respeitados os prazos prescricionais aplicados ao contrato de seguro, nos termos do art. 20 da Circular Susep nº 662, de 11 de abril de 2022.

4.21. Extinguir-se-á a garantia com a restituição da carta fiança, autorização para a liberação de importâncias depositadas em dinheiro a título de garantia ou anuência ao resgate do título de capitalização, acompanhada de declaração do Contratante, mediante termo circunstanciado, de que o Contratado cumpriu todas as cláusulas do contrato.

4.21.1. A extinção da garantia na modalidade seguro-garantia observará a regulamentação da Susep.

4.21.2. A Administração deverá apurar se há alguma pendência contratual antes do término da vigência da apólice.

4.22. A garantia somente será liberada ou restituída após a fiel execução do contrato ou após a sua extinção por culpa exclusiva da Administração e, quando em dinheiro, será atualizada monetariamente.

4.22.1. Em se tratando de serviços executados com dedicação exclusiva de mão de obra, a garantia somente será liberada ante a comprovação de que o Contratado pagou todas as verbas rescisórias decorrentes da contratação, sendo que, caso esse pagamento não ocorra até o fim do segundo mês após o encerramento da vigência contratual, a garantia deverá ser utilizada para o pagamento dessas verbas trabalhistas, incluindo suas repercussões previdenciárias e relativas ao FGTS, observada a legislação que rege a matéria;

4.22.2. Também poderá haver liberação da garantia se a empresa comprovar que os empregados serão realocados em outra atividade de prestação de serviços, sem que ocorra a interrupção do contrato de trabalho;

4.22.3. Por ocasião do encerramento da prestação dos serviços Contratados, a Administração Contratante poderá utilizar o valor da garantia prestada para o pagamento direto aos trabalhadores vinculados ao contrato no caso da não comprovação: (1) do pagamento das respectivas verbas rescisórias ou (2) da realocação dos trabalhadores em outra atividade de prestação de serviços.

4.23. O Contratado autoriza o Contratante a reter, a qualquer tempo, a garantia, na forma prevista neste Termo de Referência.

4.24. O garantidor não é parte para figurar em processo administrativo instaurado pelo Contratante com o objetivo de apurar prejuízos e /ou aplicar sanções à contratada.

4.25. A garantia de execução é independente de eventual garantia do produto ou serviço prevista neste Termo de Referência.

Vistoria

4.26. Não há necessidade de realização de avaliação prévia do local de execução dos serviços.

5. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

Condições de Execução

5.1. As empresas contratadas deverão ter capacidade de iniciar plenamente a execução dos serviços a partir da assinatura do contrato.

5.2. Os serviços serão executados conforme discriminado abaixo:

5.3. A prestação dos serviços de comunicação digital será realizada de forma compartilhada entre 2 (duas) empresas contratadas, assegurando a execução continuada, integrada e otimizada das ações demandadas pela Assessoria Especial de Comunicação Social do MDS.

5.4. Cada empresa poderá ser demandada individualmente ou em regime de execução conjunta, conforme a natureza, a complexidade e a urgência das atividades, sempre observados os princípios da economicidade, eficiência, isonomia e proporcionalidade.

5.5. Entre as possibilidades de atuação, destacam-se:

5.5.1. Desenvolvimento de estratégias digitais (redes sociais, websites, campanhas interativas, SEO, impulsionamento);

5.5.2. Produção de conteúdos audiovisuais adaptados para o ambiente digital;

5.5.3. Monitoramento e análise de performance de campanhas;

5.5.4. Planejamento e execução de ações de mídia digital paga e orgânica;

5.5.5. Inovação em produtos digitais, como simuladores, aplicativos ou hotspots.

Critérios para Escolha das Empresas em Cada Demanda

5.6. A escolha da empresa responsável pela execução da ação observará critérios previamente estabelecidos, no Manual de Seleção Interna (anexo II deste Termo de Referência):

5.6.1. Disponibilidade e capacidade técnica imediata para atender ao cronograma da demanda;

5.6.2. Histórico de execução de serviços similares, que possam ser aproveitados ou adaptados com ganhos de celeridade e economicidade;

5.6.3. Adequação criativa e estratégica das propostas apresentadas em briefing específico, considerando:

5.6.3.1. Coerência da linha criativa com os objetivos institucionais;

5.6.3.2. Clareza e inovação na tradução da mensagem para o público-alvo;

5.6.3.3. Estratégias de mídia digital aderentes à ação;

5.6.4. Custos estimado da ação, enquadrado em faixas de seleção (simplificada ou com comissão abaliadora), conforme o valor do investimento;

5.6.5. Integração de propostas, sempre que recomendado, para otimizar resultados e ampliar o alcance digital.

Execução Compartilhada

5.7. Em situações em que as duas empresas apresentarem soluções complementares e integradas, o serviço poderá ser prestado de forma compartilhada, garantido:

I-Maior diversidade criativa;

II-Divisão equilibrada de responsabilidades;

III-Potencialização dos resultados digitais;

IV-Mitigação de risco quanto a prazos e entregas.

Formalização

5.8. A cada demanda, será emitida comunicação formal pela Assessoria Especial de Comunicação Social, consignando nos autos do processo administrativo o critério adotado para escolha da(s) empresa(s) responsável(is), em consonância com os princípios da legalidade, eficiência e transparência.

5.9. A execução contratual dar-se-á por meio da prestação de serviços e fornecimento de produtos, demandados previamente pela Contratante, via Ordem de Serviço (OS), observado o disposto nos Anexos V e V-A da Instrução Normativa MP nº 5/2017).

5.10. As demandas solicitadas pela Contratante poderão ser customizadas, por meio da combinação de produtos e serviços, de modo a alcançar a especificação técnica exata do resultado esperado.

5.11. A execução de qualquer produto, serviço ou despesa que envolva o desembolso de recursos deverá ser prévia e expressamente autorizada pelo CONTRATANTE.

5.12. Para a execução, a CONTRATANTE poderá estabelecer, em caráter excepcional, que determinados produtos e serviços sejam realizados nas dependências do órgão, de forma presencial, quando a natureza da atividade assim o exigir e em prol da adequada execução contratual.

5.13. A execução pela contratada de produtos e serviços nas dependências do CONTRATANTE resulta da necessidade de maior proximidade entre as equipes e de um atendimento contínuo não passível de ser prestado à distância pela contratada.

5.14. Para os produtos e serviços a serem prestados nas dependências do CONTRATANTE foram estabelecidas, ainda, especificações diferenciadas, devido à sua característica presencial, e os perfis técnicos necessários aos profissionais que ficarão responsáveis por sua execução.

Local e Horário da prestação dos serviços

5.15. O CONTRATANTE proverá infraestrutura básica para a prestação dos produtos e serviços que serão executados em suas dependências, quanto ao espaço físico e mobiliário.

5.16. Será de responsabilidade da Contratada prover aos profissionais a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de microcomputadores, softwares, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução dos produtos e serviços definidos neste Termo de Referência.

5.17. Quanto ao horário da prestação dos serviços, será acordado com esta ASCOM/MDS após assinatura do contrato.

Rotinas a serem cumpridas

5.18. As rotinas a serem cumpridas têm por objetivo principal atender ao interesse público, por meio de:

5.18.1. Planejamento de estratégia de comunicação digital para o MDS, considerando o relacionamento com influenciadores e stakeholders alinhados ao conceito da instituição, a comunicação de informações para o público, e os objetivos de comunicação, no âmbito da divulgação das ações institucionais do MDS, programas, atividades, ou iniciativas;

5.18.2. Desenvolvimento e implantação de planos de divulgação cruzando as diferentes plataformas (Site, Redes Sociais e Apps), com foco no fortalecimento institucional do MDS e seus parceiros, bem como na divulgação da programação, serviços, atividades, projetos e quaisquer outras ações contempladas no planejamento estratégico de comunicação desenvolvido;

5.18.3. Produção de conteúdos para Sites e Redes Sociais do MDS;

5.18.4. Atuar na prevenção e no contingenciamento de crises digitais; gerando estratégias de respostas a repercussões negativas sobre assuntos do MDS estejam eles direta ou indiretamente relacionados ao IDG e seus parceiros;

5.18.5. Desenvolvimento de ações de engajamento e relacionamento com o público nas redes sociais;

5.18.6. Proposição de estratégias e Monitoramento dos perfis e páginas do MDS (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube);

5.18.7. Apresentação de relatórios mensais dos resultados das ações em redes sociais (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube); esse relatório deve ser enviado a ASCOM/MDS por e-mail, contendo uma apresentação quantitativa e qualitativa dos resultados das ações desenvolvidas, incluindo métricas e parâmetros de comparação entre o MDS e instituições de perfil semelhante;

5.18.8. Mapeamento e constante fornecimento de benchmarking de cases de comunicação digital;

5.18.9. Envio de alertas para a Gerência de Comunicação sobre temas de interesse institucional que possam gerar tanto crises como oportunidades para o MDS;

5.18.10. Acompanhamento de questões vinculadas às operações de SAC 2.0 para eventual sugestão de ajustes e redirecionamento de estratégias.

5.18.11. Comunicar, por escrito, imediatamente, a impossibilidade de execução de qualquer obrigação contratual para adoção das providências cabíveis.

5.18.12. Reparar, corrigir, remover, refazer ou substituir, às suas expensas, imediatamente, as partes do objeto da contratação em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções quando da execução dos serviços.

Materiais a serem disponibilizados

5.19. Para a perfeita execução dos serviços, a Contratada deverá disponibilizar os materiais, equipamentos, ferramentas e utensílios necessários, em quantidades suficientes e com qualidade compatível com as exigências técnicas do contrato, promovendo sua substituição sempre que necessário.

5.20. Os recursos mínimos a serem assegurados incluem, entre outros:

5.20.1. Computadores: de configuração atualizada, com processadores de última geração, memória adequada e capacidade gráfica suficiente para edição de conteúdo digital;

5.20.2. Softwares: licenciados e atualizados, compatíveis com as atividades de criação, edição, monitoramento e gestão de comunicação digital;

5.20.3. Ferramentas tecnológicas: sistemas de monitoramento de redes sociais, análise de métricas, automação de publicações e gestão de campanhas digitais, devidamente certificados;

5.20.4. Infraestrutura de rede e segurança da informação: conexões estáveis e seguras, com proteção contra incidentes cibernéticos;

5.20.5. Outros recursos de apoio: dispositivos móveis, equipamentos audiovisuais e soluções em nuvem, quando demandados para a execução dos serviços.

5.21. Todos os equipamentos, softwares e ferramentas deverão ser mantidos em perfeito estado de funcionamento, observando-se os requisitos de atualização tecnológica, eficiência, segurança, acessibilidade e sustentabilidade.

Informações relevantes para o dimensionamento da proposta

5.22. A demanda do órgão tem como base as seguintes peculiaridades e características:

5.22.1. A execução do objeto da presente contratação mostra-se complexa, em razão das competências e atribuições conferidas à contratante, da sua missão institucional e das experiências pretéritas em atendimento das demandas de comunicação digital, porquanto, deve a licitante levar em consideração, para a apresentação de sua proposta, a estratégia institucional da contratante e o seu porte;

5.23. A CONTRATANTE é responsável pela formulação e implementação da política de comunicação e divulgação social, pela coordenação, consolidação e gestão da comunicação ministerial em seus canais próprios e, dentre outras, pela produção de conteúdos para canais próprios de comunicação digital nos portais e redes por ela mantidos.

5.24. Além das competências previstas na estrutura organizacional, o Decreto nº 11.356/2023 confere à CONTRATANTE a atribuição de planejar, coordenar e executar a política de comunicação social e a publicidade institucional, incluídas as ações no meio digital e, ainda, definir diretrizes para a comunicação digital no sítio e portal do Ministério, em consonância com as diretrizes da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República.

5.25. As necessidades da CONTRATANTE em relação ao objeto pretendido, têm como premissa as seguintes características:

5.25.1. Atendimento tempestivo, responsivo e de qualidade no que se refere à execução integral do contrato, durante a sua vigência e no momento de transição contratual;

5.25.2. Prestação de informações completas à CONTRATANTE a respeito de todo e qualquer serviço ou projeto em andamento ou encerrado;

5.25.3. Garantia da Segurança da Informação, sendo vedada a reprodução, divulgação ou utilização, em benefício próprio ou de terceiros, de quaisquer informações de que a CONTRATADA e seus empregados tenham tido conhecimento em razão da execução do contrato, sem consentimento prévio da CONTRATANTE;

5.25.4. Necessidade de atendimento 24x7 (vinte e quatro horas por dia, sete dias por semana) de determinadas atividades, e necessidade de prever escalas de trabalho da equipe, que cubram integralmente a necessidade de atendimento acordada com a CONTRATANTE; e

5.25.5. Disponibilização de Plano de Contingência para atividades identificadas como críticas, em caso de necessidade de mudança intempestiva no formato do processo de trabalho, por motivos de força maior.

5.26. Os preços apresentados para execução de quaisquer produtos ou serviços são da exclusiva responsabilidade da CONTRATADA, não lhe cabendo pleitear nenhuma alteração posterior, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

5.27. A contratação de ferramentas de tecnologias proprietárias, softwares e afins, destinada à plena execução dos serviços, deverá ser satisfeita pela CONTRATADA, e não acarretará ônus à CONTRATANTE, nem tampouco acarretará remuneração à CONTRATADA pela intermediação e supervisão de sua implementação, visto que são indispensáveis à perfeita execução do objeto contratual, durante a vigência da contratação.

5.28. No prazo máximo de 5 (cinco) dias corridos, a contar da data de assinatura do contrato, a CONTRATADA apresentará comprovação de que possui em seu quadro de funcionários, equipe técnica responsável pela execução dos serviços.

5.29. A CONTRATADA é responsável por disponibilizar o quantitativo de profissionais necessários ao pleno atendimento das demandas e ao perfeito cumprimento do objeto contratual.

5.30. A infraestrutura de atendimento compatível com o volume e a característica dos serviços a serem prestados ao CONTRATANTE é de responsabilidade da CONTRATADA.

Especificação da Garantia do Serviço

5.31. O prazo de garantia contratual dos serviços é aquele estabelecido na Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990 (Código de Defesa do Consumidor).

Procedimentos de transição e finalização do contrato

5.32. A contratada deverá promover a transição contratual de forma planejada e organizada, assegurando a transferência de todo o conhecimento, tecnologia, metodologias, bases de dados, arquivos digitais, acessos, informações estratégicas e demais técnicas empregadas durante a execução do contrato. A transição deverá ser realizada sem qualquer perda de informação ou descontinuidade dos serviços, podendo incluir a capacitação da equipe técnica do Ministério e/ou da nova empresa contratada, se houver. O procedimento de transição deverá contemplar, no mínimo:

5.32.1. entrega de documentação técnica e operacional dos serviços prestados;

5.32.2. transferência de acessos, senhas e manuais;

5.32.3. reuniões de alinhamento com a equipe técnica do Ministério e com a nova contratada, se aplicável;

5.32.4. suporte técnico durante o período de transição, por prazo razoável a ser definido pela Administração; e

5.32.5. apresentação de relatório final detalhado sobre a execução contratual.

6. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

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

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

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

6.4. O órgão ou entidade poderá convocar o preposto da contratada para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

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

Preposto

6.6. O Contratado designará formalmente o preposto da empresa, antes do início da prestação dos serviços, indicando no instrumento os poderes e deveres em relação à execução do objeto Contratado.

6.7. O Contratado deverá manter preposto da empresa no local da execução do objeto durante o período de trabalho do Ministério.

6.8. O Contratante poderá recusar, desde que justificadamente, a indicação ou a manutenção do preposto da empresa, hipótese em que o Contratado designará outro para o exercício da atividade.

Rotinas de Fiscalização

6.9. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos.

Fiscalização Técnica

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

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

6.12. Identificada qualquer inexistência ou irregularidade, o fiscal técnico do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção.

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

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

6.15. O fiscal técnico do contrato comunicará ao gestor do contrato, em tempo hábil, o término do contrato sob sua responsabilidade, com vistas à tempestiva renovação ou à prorrogação contratual.

6.16. A fiscalização da execução dos serviços abrange, ainda, as seguintes rotinas:

6.16.1. Observar a execução do objeto (serviço) para garantir a conformidade técnica e a qualidade;

6.16.2. Inspecionar os produtos ou serviços para certificar que atendem aos requisitos e especificações contratuais;

- 6.16.3. Elaborar documentos técnicos (pareceres, relatórios) atestando o cumprimento das obrigações contratuais;
- 6.16.4. Documentar irregularidades, defeitos ou não conformidades e notificar o contratado para correção;
- 6.16.5. Fornecer informações e análises especializadas ao Gestor de Contrato, braço direito na fiscalização;
- 6.16.6. Atestar tecnicamente o recebimento do objeto, verificando sua conformidade para que o processo administrativo de pagamento possa prosseguir.
- 6.17. A fiscalização de que trata esta cláusula não exclui nem reduz a responsabilidade do Contratado, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, ainda que resultante de imperfeições técnicas, vícios redibitórios, ou emprego de material inadequado ou de qualidade inferior e, na ocorrência desta, não implica corresponsabilidade do Contratante ou de seus agentes, gestores e fiscais, de conformidade.
- 6.18. As disposições previstas neste Termo de Referência não excluem o disposto no Anexo VIII da Instrução Normativa SEGES/MP nº 05, de 2017, aplicável no que for pertinente à contratação, por força da Instrução Normativa Seges/ME nº 98, de 26 de dezembro de 2022.

Fiscalização Administrativa

- 6.19. O fiscal administrativo do contrato verificará a manutenção das condições de habilitação da contratada, acompanhará o empenho, o pagamento, as garantias, as glosas e a formalização de apostilamento e termos aditivos, solicitando quaisquer documentos comprobatórios pertinentes, caso necessário.
- 6.20. Caso ocorra descumprimento das obrigações contratuais, o fiscal administrativo do contrato atuará tempestivamente na solução do problema, reportando ao gestor do contrato para que tome as providências cabíveis, quando ultrapassar a sua competência.
- 6.21. Além do disposto acima, a fiscalização contratual obedecerá às seguintes rotinas:
- 6.21.1. Verificação de obrigações trabalhistas, previdenciárias e fiscais, recebimento de documentos da contratada.

Gestor do Contrato

- 6.22. Cabe ao gestor do contrato:
- 6.22.1. coordenar a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração.
- 6.22.2. acompanhar os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência.
- 6.22.3. acompanhar a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotar os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais.
- 6.22.4. emitir documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo Contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado nos indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações.
- 6.22.5. tomar providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso.
- 6.22.6. elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração.
- 6.22.7. enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão nos termos do contrato.
- 6.22.8. receber e dar encaminhamento imediato:
- 6.22.8.1. às denúncias de discriminação, violência e assédio no ambiente de trabalho, conforme o art. 2º, inciso III, do Decreto n.º 12.174 /2024;
- 6.22.8.2. à notificação formal de que a empresa contratada está descumprindo suas obrigações trabalhistas, enviada pelo trabalhador, sindicato, Ministério do Trabalho, Ministério Público, Defensoria Pública ou por qualquer outro meio idôneo.

- 6.23. A programação da fruição das férias será realizada com, no mínimo, sessenta dias de antecedência ao término do período aquisitivo, salvo quando o período aquisitivo se encerrar nos primeiros noventa dias da vigência contratual.
- 6.24. A contratada poderá solicitar reunião com a fiscalização contratual, antes da definição da programação da fruição das férias, para dirimir eventuais dúvidas sobre as rotinas da prestação de serviço estabelecidas neste Termo de Referência.
- 6.25. O planejamento será formalizado por meio do relatório de programação de férias, no qual será informada a época de fruição de férias de cada colaborador terceirizado.
- 6.26. O relatório de programação das férias conterá a relação dos colaboradores terceirizados alocados no contrato, cargo ou função, data de admissão e alocação no posto e informações sobre as férias, incluindo as datas de início e fim do período aquisitivo, do período concessivo e da fruição das férias, caso já estejam programadas, bem como o parcelamento dos períodos de férias, se houver.
- 6.27. A contratada deverá enviar à fiscalização administrativa:
- 6.27.1. até o quinto dia útil de cada mês, a partir do segundo mês da execução contratual, o relatório de programação das férias dos colaboradores terceirizados, observados os prazos do art. 5º da Instrução Normativa SEGES/MGI nº 213, de 2025;
- 6.27.2. em até 5 dias úteis após a ciência do colaborador terceirizado, o recibo de concessão de férias, conforme o art. 135 da CLT e o inciso IV do art. 50 da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021.
- 6.28. O planejamento e a programação deverão garantir que as férias sejam fruídas, sempre que a vigência contratual permitir, dentro de doze meses, contados a partir da data do direito adquirido, conforme o art. 134 da CLT, de modo a mitigar as ocorrências de pagamento indenizado, observado o disposto no art. 8º da Instrução Normativa SEGES/MGI nº 213, de 2025.
- 6.29. Após a programação das férias, eventuais alterações deverão ser comunicadas à fiscalização administrativa com, no mínimo, noventa dias de antecedência do início da fruição das férias, mediante justificativa, indicando-se, para tanto, um dos motivos elencados no parágrafo único do art. 10 da Instrução Normativa SEGES/MGI nº 213, de 2025.[A11]

Gestor do Contrato

6.30. Cabe ao gestor do contrato:

- 6.30.1. coordenar a atualização do processo de acompanhamento e fiscalização do contrato contendo todos os registros formais da execução no histórico de gerenciamento do contrato, a exemplo da ordem de serviço, do registro de ocorrências, das alterações e das prorrogações contratuais, elaborando relatório com vistas à verificação da necessidade de adequações do contrato para fins de atendimento da finalidade da administração.
- 6.30.2. acompanhar os registros realizados pelos fiscais do contrato, de todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato e as medidas adotadas, informando, se for o caso, à autoridade superior àquelas que ultrapassarem a sua competência.
- 6.30.3. acompanhar a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotar os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais.
- 6.30.4. emitir documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial quanto ao cumprimento de obrigações assumidas pelo Contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado nos indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações.
- 6.30.5. tomar providências para a formalização de processo administrativo de responsabilização para fins de aplicação de sanções, a ser conduzido pela comissão de que trata o art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, ou pelo agente ou pelo setor com competência para tal, conforme o caso.
- 6.30.6. elaborar relatório final com informações sobre a consecução dos objetivos que tenham justificado a contratação e eventuais condutas a serem adotadas para o aprimoramento das atividades da Administração.
- 6.30.7. enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, com a indicação expressa de que o valor da Nota Fiscal emitida pela contratada confere com o valor dimensionado pela fiscalização e gestão no recebimento definitivo do serviço.
- 6.30.8. receber e dar encaminhamento imediato:
- 6.30.8.1. às denúncias de discriminação, violência e assédio no ambiente de trabalho, conforme o art. 2º, inciso III, do Decreto n.º 12.174 /2024;
- 6.30.8.2. à notificação formal de que a empresa contratada está descumprindo suas obrigações trabalhistas, enviada pelo trabalhador, sindicato, Ministério do Trabalho, Ministério Público, Defensoria Pública ou por qualquer outro meio idôneo.

6.31. Para os períodos de diminuição excepcional e temporária de trabalho, inclusive em razão de recesso de fim de ano, o gestor avaliará a conveniência e oportunidade de elaboração de escalas de revezamento dos trabalhadores, comunicando a todas as unidades sobre a possibilidade e os requisitos para concessão (artigo 11 da Instrução Normativa SEGES/MGI nº 81, de 12 de setembro de 2024).

7. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO

7.1. A avaliação da execução do objeto utilizará o Instrumento de Medição de Resultado (IMR), conforme previsto no Apêndice IV neste Termo de Referência.

7.2. Será indicada a retenção ou glosa no pagamento, proporcional à irregularidade verificada, sem prejuízo das sanções cabíveis, caso se constate que o Contratado:

7.2.1. não produziu os resultados acordados,

7.2.2. deixou de executar, ou não executou com a qualidade mínima exigida as atividades contratadas; ou

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

7.3. A utilização do IMR não impede a aplicação concomitante de outros mecanismos para a avaliação da prestação dos serviços.

7.4. A aferição da execução contratual para fins de pagamento considerará os seguintes critérios:

7.5. O critérios de aferição da execução contratual estão indicados no Apêndice IV deste Termo de Referência.

Do recebimento

7.6. Os serviços serão recebidos provisoriamente, no prazo de 10 (dez) dias, pelos fiscais técnico e administrativo, mediante termos detalhados, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico e administrativo.

7.7. O prazo para recebimento provisório será contado do recebimento de comunicação de cobrança oriunda do Contratado com a comprovação da prestação dos serviços a que se referem a parcela a ser paga.

7.8. O fiscal técnico do contrato realizará o recebimento provisório do objeto do contrato mediante termo detalhado que comprove o cumprimento das exigências de caráter técnico.

7.9. O fiscal administrativo do contrato realizará o recebimento provisório do objeto do contrato mediante termo detalhado que comprove o cumprimento das exigências de caráter administrativo.

7.10. O fiscal setorial do contrato, quando houver, realizará o recebimento provisório sob o ponto de vista técnico e administrativo.

7.11. Para efeito de recebimento provisório, será considerado para fins de faturamento o período mensal.

7.12. Ao final de cada período/evento de faturamento:

7.12.1. o fiscal técnico do contrato deverá apurar o resultado das avaliações da execução do objeto e, se for o caso, a análise do desempenho e qualidade da prestação dos serviços realizados em consonância com os indicadores previstos no ato convocatório, que poderá resultar no redimensionamento de valores a serem pagos à contratada, registrando em relatório a ser encaminhado ao gestor do contrato;

7.13. Será considerado como ocorrido o recebimento provisório com a entrega do termo detalhado ou, em havendo mais de um a ser feito, com a entrega do último.

7.14. O Contratado fica obrigado a reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no todo ou em parte, o objeto em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou materiais empregados, cabendo à fiscalização não atestar a última e/ou única medição de serviços até que sejam sanadas todas as eventuais pendências que possam vir a ser apontadas no recebimento provisório.

7.15. A fiscalização não efetuará o ateste da última e/ou única medição de serviços até que sejam sanadas todas as eventuais pendências que possam vir a ser apontadas no recebimento provisório.

7.16. O recebimento provisório também ficará sujeito, quando cabível, à conclusão de todos os testes de campo e à entrega dos Manuais e Instruções exigíveis.

7.17. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta, sem prejuízo da aplicação das penalidades.

7.18. Quando a fiscalização for exercida por um único servidor, o Termo Detalhado deverá conter o registro, a análise e a conclusão acerca das ocorrências na execução do contrato, em relação à fiscalização técnica e administrativa e demais documentos que julgar necessários, devendo encaminhá-los ao gestor do contrato para recebimento definitivo.

7.19. Os serviços serão recebidos definitivamente no prazo de 10 (dez) dias, contados do recebimento provisório, por servidor ou comissão designada pela autoridade competente, após a verificação da qualidade e quantidade do serviço e consequente aceitação mediante termo detalhado, obedecendo os seguintes procedimentos:

7.19.1. Emitir documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico, administrativo e setorial, quando houver, no cumprimento de obrigações assumidas pelo Contratado, com menção ao seu desempenho na execução contratual, baseado em indicadores objetivamente definidos e aferidos, e a eventuais penalidades aplicadas, devendo constar do cadastro de atesto de cumprimento de obrigações, conforme regulamento.

7.19.2. Realizar a análise dos relatórios e de toda a documentação apresentada pela fiscalização e, caso haja irregularidades que impeçam a liquidação e o pagamento da despesa, indicar as cláusulas contratuais pertinentes, solicitando ao Contratado, por escrito, as respectivas correções;

7.19.3. Emitir Termo Detalhado para efeito de recebimento definitivo dos serviços prestados, com base nos relatórios e documentações apresentadas; e

7.19.4. Comunicar a empresa para que emita a Nota Fiscal ou Fatura, com o valor exato dimensionado pela fiscalização.

7.19.5. Emitir Termo Circunstanciado para efeito de recebimento definitivo dos serviços prestados, com base nos relatórios e documentações apresentadas; e

7.19.6. Comunicar a empresa para que emita a Nota Fiscal ou Fatura, com o valor exato dimensionado pela fiscalização.

7.19.7. Enviar a documentação pertinente ao setor de contratos para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão.

7.20. No caso de controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, deverá ser observado o teor do art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021, comunicando-se à empresa para emissão de Nota Fiscal quanto à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

7.21. Nenhum prazo de recebimento ocorrerá enquanto pendente a solução, pelo Contratado, de inconsistências verificadas na execução do objeto ou no instrumento de cobrança.

7.22. O recebimento provisório ou definitivo não excluirá a responsabilidade civil pela solidez e pela segurança do serviço nem a responsabilidade ético-profissional pela perfeita execução do contrato.

Liquidação

7.23. Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, correrá o prazo de 10 dias úteis para fins de liquidação, na forma desta seção, prorrogáveis por igual período, nos termos do art. 7º, §3º da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77/2022.

7.24. O prazo de que trata o item anterior será reduzido à metade, mantendo-se a possibilidade de prorrogação, nos casos de contratações decorrentes de despesas cujos valores não ultrapassem o limite de que trata o inciso II do art. 75 da Lei nº 14.133, de 2021

7.25. Para fins de liquidação, o setor competente deve verificar se a Nota Fiscal ou Fatura apresentada expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

7.25.1. o prazo de validade;

7.25.2. a data da emissão;

7.25.3. os dados do contrato e do órgão contratante;

7.25.4. o valor a pagar; e

7.25.5. eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

7.26. Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal/Fatura, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, esta ficará sobrestada até que o contratado providencie as medidas saneadoras, reiniciando-se o prazo após a comprovação da regularização da situação, sem ônus à contratante;

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

7.28. A Administração deverá realizar consulta ao SICAF para:

7.28.1. verificar a manutenção das condições de habilitação exigidas;

7.28.2. identificar possível razão que impeça a participação em licitação/contratação no âmbito do órgão ou entidade, tais como a proibição de contratar com a Administração ou com o Poder Público, bem como ocorrências impeditivas indiretas.

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

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

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

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

Prazo de Pagamento

7.33. O pagamento será efetuado no prazo máximo de até dez dias úteis, contados da finalização da liquidação da despesa, conforme seção anterior, nos termos da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77, de 2022.

7.34. No caso de atraso pelo Contratante, os valores devidos ao Contratado serão atualizados monetariamente entre o termo final do prazo de pagamento até a data de sua efetiva realização, mediante aplicação do índice IPCA de correção monetária.

Forma de Pagamento

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

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

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

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

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

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

7.40.1. PRODUTOS E SERVIÇOS:

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

7.40.1.2. documentos de comprovação da execução dos produtos e serviços.

7.40.2. DESPESAS COM DESLOCAMENTOS DE PROFISSIONAIS A SERVIÇO:

7.40.2.1. nota de débito, emitida conforme exigências da alínea "a" relacionando os meios de transporte contratados, com os respectivos CNPJ, razão social e valores, bem como a quantidade de diárias necessárias para cobertura das demais despesas envolvidas no deslocamento;

7.40.2.2. prestação de contas com relatório de viagem.

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

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

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

- 7.43. As contratadas assumirão, com exclusividade, todos os tributos (impostos e taxas) que forem devidos em decorrência da execução dos produtos e serviços do objeto deste contrato.
- 7.44. O pagamento dos produtos e serviços será feito conforme disposto no art. 7º da Instrução Normativa SEGES/ME nº 77, de 4 de novembro de 2022, após a apresentação dos documentos previstos no **subitem 8.1** e será efetivado por meio de crédito em conta corrente mantida pelas contratadas.
- 7.45. Os pagamentos à contratada serão realizados pelos valores decorrentes de:
- 7.45.1. prestação efetivamente realizada de Produtos e Serviços;
- 7.45.2. reembolso de despesas com deslocamentos de profissionais a serviço.
- 7.46. Para pagamento dos Produtos e Serviços, dispostos na alínea 'a' do subitem anterior, serão praticados os preços da planilha constante do item 2 do Apêndice I.
- 7.47. O reembolso das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço no decorrer da execução contratual será realizado a partir de uma prestação de contas apresentada pela contratada ao CONTRATANTE.
- 7.48. Os deslocamentos de profissionais a serviço deverão estar previstos em Ordem de Serviço, devidamente aprovado pelo gestor ou fiscal do contrato.
- 7.49. Para autorização dos deslocamentos, na Ordem de Serviço deverão constar as seguintes informações:
- 7.49.1. nome do profissional;
- 7.49.2. finalidade da viagem;
- 7.49.3. datas de início e do término da viagem;
- 7.49.4. preço estimado das passagens;
- 7.49.5. previsão de quantidade de diárias.
- 7.50. Para as passagens aéreas, fica definida a utilização de classe econômica para qualquer profissional nos trechos nacionais ou internacionais.
- 7.51. As despesas com passagens aéreas serão reembolsadas pelo CONTRATANTE no valor efetivamente desembolsado pela contratada, com base em 03 (três) orçamentos, com escolha do menor preço ou da melhor relação custo/benefício.
- 7.52. As cotações deverão ser datadas e efetuadas junto a empresas distintas que não pertençam a um mesmo grupo societário e poderão ser realizadas nos sítios das respectivas companhias aéreas.
- 7.53. As cotações deverão ser efetuadas com, pelo menos, 10 (dez) dias de antecedência, sendo a impossibilidade justificada pela contratada.
- 7.54. Caso não haja possibilidade de apresentar 3 (três) cotações, consideradas as especificidades dos deslocamentos, a contratada deverá justificar o fato, por escrito, ao CONTRATANTE.
- 7.55. Nos deslocamentos excepcionais por intermédio de outros meios de transporte, que não o aéreo, o CONTRATANTE poderá aprovar a locomoção com base na apresentação, pela contratada, de orçamentos prévios e prestação de contas em regras similares às das passagens aéreas.
- 7.56. Todas as demais despesas com hospedagem, alimentação, traslados ou qualquer outra envolvida no deslocamento serão pagas pelo CONTRATANTE, por meio de diárias, de acordo com os valores estabelecidos na legislação vigente para a concessão de diárias no âmbito da Administração Pública Federal nas viagens de servidores e colaboradores eventuais a serviço.
- 7.57. Para diárias no país, será utilizado o valor referente à nível "D" de indenização dos servidores civis, conforme Anexo I do Decreto nº 5.992/2006.
- 7.58. Para diárias no exterior, será utilizado o valor referente à Classe "III" de indenização dos servidores civis, conforme Anexo III do Decreto nº 71.733 /1973.
- 7.59. Para adicional de embarque e desembarque (traslado aeroporto/hotel ou evento/aeroporto, dentro do território nacional), será utilizado o valor referente ao descrito no art. 8º e Anexo II, do Decreto nº 5.992/2006. sendo reembolsado o valor comprovadamente utilizado, até o limite estabelecido.
- 7.60. A prestação de contas dos deslocamentos de profissionais a serviço deverá ser feita por meio de relatório de viagem a ser apresentado pela contratada ao CONTRATANTE.
- 7.61. O relatório de viagem deverá ser apresentado em português, com a caracterização de "reembolso" dos valores em reais, devidamente assinado pelo representante da empresa (identificado pelo nome e cargo), acompanhado dos seguintes documentos:
- 7.61.1. cotações de preços de passagens para o trecho solicitado;
- 7.61.2. comprovação de compra de passagem de menor preço;

7.61.3. comprovantes de embarque.

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

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

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

7.65. Serão considerados para fins de reembolso de despesas, os deslocamentos de profissionais a serviço, realizados fora da cidade sede do CONTRATANTE e fora da base da CONTRATADA.

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

7.67. Ressalta-se que, por se tratar de reembolso, a mera previsão do percentual não gera desvantajosidade na execução contratual, pois se o valor não for utilizado, não demandará gastos ao MDS.

7.68. Para pagamento dos Produtos e Serviços Essenciais não previstos no catálogo constante do Apêndice I e das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, sem prejuízo das responsabilidades contratuais e legais, é destinado, como limite máximo, o percentual de até 10% (dez por cento) do valor estimado para a execução contratual. Ressaltamos que o valor final do contrato será composto pelo valor final fixado para os produtos e serviços descritos no Apêndice I, do Termo de Referência, acrescidos do valor correspondente ao percentual previsto neste item.

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

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

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

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

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

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

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

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

Sendo:

EM = Encargos Moratórios;

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

VP = Valor da parcela a ser paga;

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

$$I = \frac{TX}{365} \quad I = \frac{6/100}{365} \quad I = 0,00016438$$

TX = Percentual da taxa anual = 6%

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

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

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

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

7.80. O prazo estipulado poderá ser prorrogado a juízo do CONTRATANTE.

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

7.82. Os pagamentos efetuados pelo CONTRATANTE não isentam a contratada de suas obrigações e responsabilidades assumidas.

Reajuste

7.83. Os preços inicialmente contratados serão fixos e irremovíveis pelo prazo de 1 (um) ano, contado da data do orçamento estimado da contratação, em 12/02/2026, Sei nº 18191300.

7.84. Após o interregno de um ano, e independentemente de pedido do Contratado, os preços iniciais serão reajustados mediante aplicação, pelo Contratante, do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA/IBGE, exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade.

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

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

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

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

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

7.90. O reajuste será realizado por apostilamento.

Cessão de crédito

7.91. As cessões de crédito dependerão de prévia aprovação do CONTRATANTE.

7.92. A eficácia da cessão de crédito, em relação à Administração, está condicionada à celebração de termo aditivo ao contrato administrativo.

7.93. Sem prejuízo do regular atendimento da obrigação contratual de cumprimento de todas as condições de habilitação por parte da CONTRATADA (cedente), a celebração do aditamento de cessão de crédito e a realização dos pagamentos respectivos também se condicionam à regularidade fiscal e trabalhista do cessionário, bem como à certificação de que o cessionário não se encontra impedido de licitar e contratar com o Poder Público, conforme a legislação em vigor, ou de receber benefícios ou incentivos fiscais ou creditícios, direta ou indiretamente, conforme o art. 12 da Lei nº 8.429, de 1992, nos termos do Parecer JL-01, de 18 de maio de 2020.

7.94. O crédito a ser pago à cessionária é exatamente aquele que seria destinado à cedente (CONTRATADA) pela execução do objeto contratual, restando absolutamente incólumes todas as defesas e exceções ao pagamento e todas as demais cláusulas exorbitantes ao direito comum aplicáveis no regime jurídico de direito público incidente sobre os contratos administrativos, incluindo a possibilidade de pagamento em conta vinculada ou de pagamento pela efetiva comprovação do fato gerador, quando for o caso, e o desconto de multas, glosas e prejuízos causados à Administração.

7.95. A cessão de crédito não afetará a execução do objeto contratado, que continuará sob a integral responsabilidade do Contratado.

7.96. O disposto nesta seção não afeta as operações de crédito de que trata a Instrução Normativa SEGES/MGI nº 82, de 21 de fevereiro de 2025, as quais ficam por esta regidas.

8. INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

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

- a) der causa à inexecução parcial do contrato;
- b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- c) der causa à inexecução total do contrato;
- d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;
- e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;
- f) praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- h) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

8.2. Serão aplicadas ao Contratado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

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

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

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

8.2.4. Multa:

8.2.4.1. Moratória, para as infrações descritas no item “d”, de 10% (dez por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias.

8.2.4.2. Moratória de 0,07% (sete centésimos por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor total do contrato, até o máximo de 2% (dois por cento), pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia;

8.2.4.3. O atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias para apresentação, suplementação ou reposição da garantia autoriza a Administração a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021.

8.2.4.4. Compensatória, para as infrações descritas acima alíneas “e” a “h” de 2% (dois por cento) a 5% (cinco por cento) do valor da contratação.

- 8.2.4.5. Compensatória, para a inexecução total do contrato prevista acima na alínea “c”, de 5% (cinco por cento) a 10% (dez por cento) do valor da contratação.
- 8.2.4.6. Compensatória, para a infração descrita acima na alínea “b”, de 10% (dez por cento) a 15% (quinze por cento) do valor da contratação.
- 8.2.4.7. Compensatória, em substituição à multa moratória para a infração descrita acima na alínea “d”, de 2% (dois por cento) a 5% (cinco por cento) do valor da contratação.
- 8.2.4.8. Compensatória, para a infração descrita acima na alínea “a”, de 5% (cinco por cento) a 10% (dez por cento) do valor da contratação.
- 8.3. A aplicação das sanções previstas neste Termo de Referência não exclui, em hipótese alguma, a obrigação de reparação integral do dano causado ao Contratante.
- 8.4. Todas as sanções previstas neste Termo de Referência poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa.
- 8.5. Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.
- 8.6. Se a multa aplicada e as indenizações cabíveis forem superiores ao valor do pagamento eventualmente devido pelo Contratante ao Contratado, além da perda desse valor, a diferença será descontada da garantia prestada ou será cobrada judicialmente.
- 8.7. A multa poderá ser recolhida administrativamente no prazo máximo de 30 (trinta) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.
- 8.8. A aplicação das sanções realizar-se-á em processo administrativo que assegure o contraditório e a ampla defesa ao Contratado, observando-se o procedimento previsto no caput e parágrafos do art. 158 da Lei nº 14.133, de 2021, para as penalidades de impedimento de licitar e contratar e de declaração de inidoneidade para licitar ou contratar.
- 8.9. Para a garantia da ampla defesa e contraditório, as notificações serão enviadas eletronicamente para os endereços de e-mail informados na proposta comercial, bem como os cadastrados pela empresa no SICAF.
- 8.10. Os endereços de e-mail informados na proposta comercial e/ou cadastrados no Sicafe serão considerados de uso contínuo da empresa, não cabendo alegação de desconhecimento das comunicações a eles comprovadamente enviadas.
- 8.11. Na aplicação das sanções serão considerados:
- 8.11.1. a natureza e a gravidade da infração cometida;
- 8.11.2. as peculiaridades do caso concreto;
- 8.11.3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes;
- 8.11.4. os danos que dela provierem para o Contratante; e
- 8.11.5. a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.
- 8.12. Os atos previstos como infrações administrativas na Lei nº 14.133, de 2021, ou em outras leis de licitações e contratos da Administração Pública que também sejam tipificados como atos lesivos na Lei nº 12.846, de 2013, serão apurados e julgados conjuntamente, nos mesmos autos, observados o rito procedimental e autoridade competente definidos na referida Lei.
- 8.13. A personalidade jurídica do Contratado poderá ser desconsiderada sempre que utilizada com abuso do direito para facilitar, encobrir ou dissimular a prática dos atos ilícitos previstos neste Termo de Referência ou para provocar confusão patrimonial, e, nesse caso, todos os efeitos das sanções aplicadas à pessoa jurídica serão estendidos aos seus administradores e sócios com poderes de administração, à pessoa jurídica sucessora ou à empresa do mesmo ramo com relação de coligação ou controle, de fato ou de direito, com o Contratado, observados, em todos os casos, o contraditório, a ampla defesa e a obrigatoriedade de análise jurídica prévia.
- 8.14. O Contratante deverá, no prazo máximo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de aplicação da sanção, informar e manter atualizados os dados relativos às sanções por ela aplicadas, para fins de publicidade no Cadastro Nacional de Empresas Inidôneas e Suspensas (CEIS) e no Cadastro Nacional de Empresas Punidas (CNEP), instituídos no âmbito do Poder Executivo Federal.
- 8.15. As penalidades serão obrigatoriamente registradas no SICAF.
- 8.16. As sanções de impedimento de licitar e contratar e declaração de inidoneidade para licitar ou contratar são passíveis de reabilitação na forma do art. 163 da Lei nº 14.133, de 2021.
- 8.17. Os débitos do Contratado para com a Administração Contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que o Contratado possua com o mesmo órgão ora Contratante, na forma da Instrução Normativa SEGES/ME nº 26, de 13 de abril de 2022.

Comete infração administrativa, nos termos da Lei nº 14.133, de 2021, o Contratado que:

- a) der causa à inexecução parcial do contrato;
- b) der causa à inexecução parcial do contrato que cause grave dano à Administração ou ao funcionamento dos serviços públicos ou ao interesse coletivo;
- c) der causa à inexecução total do contrato;
- d) ensejar o retardamento da execução ou da entrega do objeto da contratação sem motivo justificado;
- e) apresentar documentação falsa ou prestar declaração falsa durante a execução do contrato;
- f) praticar ato fraudulento na execução do contrato;
- g) comportar-se de modo inidôneo ou cometer fraude de qualquer natureza;
- h) praticar ato lesivo previsto no art. 5º da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013.

Serão aplicadas ao Contratado que incorrer nas infrações acima descritas as seguintes sanções:

1. Advertência, quando o Contratado der causa à inexecução parcial do contrato, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave;
2. Impedimento de licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “b”, “c” e “d” do subitem acima, sempre que não se justificar a imposição de penalidade mais grave;
3. Declaração de inidoneidade para licitar e contratar, quando praticadas as condutas descritas nas alíneas “e”, “f”, “g” e “h” do subitem acima, bem como nas alíneas “b”, “c” e “d”, que justifiquem a imposição de penalidade mais grave.
4. Multa:
 - Moratória, para as infrações descritas no item “d”, de 10% (dez por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor da parcela inadimplida, até o limite de 30 (trinta) dias.
 - Moratória de 0,07% (sete centésimos por cento) por dia de atraso injustificado sobre o valor total do contrato, até o máximo de 2% (dois por cento), pela inobservância do prazo fixado para apresentação, suplementação ou reposição da garantia;
 - O atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias para apresentação, suplementação ou reposição da garantia autoriza a Administração a promover a extinção do contrato por descumprimento ou cumprimento irregular de suas cláusulas, conforme dispõe o inciso I do art. 137 da Lei n. 14.133, de 2021.
 - Compensatória, para as infrações descritas acima alíneas “e” a “h” de 2% (dois por cento) a 5% (cinco por cento) do valor da contratação.
 - Compensatória, para a inexecução total do contrato prevista acima na alínea “c”, de 5% (cinco por cento) a 10% (dez por cento) do valor da contratação.
 - Compensatória, para a infração descrita acima na alínea “b”, de 10% (dez por cento) a 15% (quinze por cento) do valor da contratação.
 - Compensatória, em substituição à multa moratória para a infração descrita acima na alínea “d”, de 2% (dois por cento) a 5% (cinco por cento) do valor da contratação.
 - Compensatória, para a infração descrita acima na alínea “a”, de 5% (cinco por cento) a 10% (dez por cento) do valor da contratação.

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

Todas as sanções previstas neste Termo de Referência poderão ser aplicadas cumulativamente com a multa.

Antes da aplicação da multa será facultada a defesa do interessado no prazo de 15 (quinze) dias úteis, contado da data de sua intimação.

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

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

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

Para a garantia da ampla defesa e contraditório, as notificações serão enviadas eletronicamente para os endereços de e-mail informados na proposta comercial, bem como os cadastrados pela empresa no SICAF.

Os endereços de e-mail informados na proposta comercial e/ou cadastrados no Sicaf serão considerados de uso contínuo da empresa, não cabendo alegação de desconhecimento das comunicações a eles comprovadamente enviadas.

Na aplicação das sanções serão considerados:

1. a natureza e a gravidade da infração cometida;
2. as peculiaridades do caso concreto;
3. as circunstâncias agravantes ou atenuantes;
4. os danos que dela provierem para o Contratante; e
5. a implantação ou o aperfeiçoamento de programa de integridade, conforme normas e orientações dos órgãos de controle.

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

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

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

As penalidades serão obrigatoriamente registradas no SICAF.

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

Os débitos do Contratado para com a Administração Contratante, resultantes de multa administrativa e/ou indenizações, não inscritos em dívida ativa, poderão ser compensados, total ou parcialmente, com os créditos devidos pelo referido órgão decorrentes deste mesmo contrato ou de outros contratos administrativos que o Contratado possua com o mesmo órgão ora Contratante, na forma da Instrução Normativa SEGES/ME nº 26, de 13 de abril de 2022.

9. FORMA E CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR E REGIME DE EXECUÇÃO

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

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

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

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

9.5. Adicionalmente, o critério de técnica e preço também não se revela o mais adequado ao caso concreto, tendo em vista que a atribuição de peso ao fator preço pode conduzir à seleção de propostas tecnicamente inferiores, ainda que mais econômicas, o que representa risco relevante à qualidade e à efetividade dos serviços prestados. Considerando que eventuais falhas na execução podem gerar prejuízos institucionais significativos, entende-se que o aspecto técnico deve prevalecer integralmente na seleção da proposta mais vantajosa.

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

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

Regime de Execução

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

Exigências de Habilitação

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

Habilitação Jurídica:

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

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

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

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

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

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

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

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

Habilitação fiscal, social e trabalhista

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

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

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

9.21. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa ou positiva com efeito de negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943;

9.22. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes Distrital ou Municipal relativo ao domicílio ou sede do fornecedor, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;

9.23. Prova de regularidade com a Fazenda Distrital ou Municipal do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;

9.24. Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos relacionados ao objeto contratual, deverá comprovar tal condição mediante a apresentação de declaração da Fazenda respectiva do seu domicílio ou sede, ou outra equivalente, na forma da lei.

9.25. O fornecedor enquadrado como microempreendedor individual que pretenda auferir os benefícios do tratamento diferenciado previstos na Lei Complementar n. 123, de 2006, estará dispensado da prova de inscrição nos cadastros de contribuintes estadual e municipal.

Qualificação Econômico-Financeira

9.26. certidão negativa de insolvência civil expedida pelo distribuidor do domicílio ou sede do interessado, caso se trate de pessoa física, desde que admitida a sua participação na licitação/contratação, ou de sociedade simples;

9.27. certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor;

9.28. balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos dois últimos exercícios sociais, já exigíveis e apresentados na forma da lei, comprovando, índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC), e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um), obtidos por meio da aplicação das seguintes fórmulas:

1. LG – Liquidez Geral

$$LG = \frac{\text{Ativo Circulante} + \text{Realizável a Longo Prazo}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}}$$

2. SG – Solvência Geral

$$SG = \frac{\text{Ativo Total}}{\text{Passivo Circulante} + \text{Passivo Não Circulante}}$$

3. LC – Liquidez Corrente

$$LC = \frac{\text{Ativo Circulante}}{\text{Passivo Circulante}}$$

9.29. Caso a empresa apresente resultado inferior ou igual a 1 (um) em qualquer dos índices de Liquidez Geral (LG), Solvência Geral (SG) e Liquidez Corrente (LC), será exigido, para fins de habilitação, patrimônio líquido mínimo de 5% do valor total estimado da contratação.

9.30. Os documentos referidos acima limitar-se-ão ao último exercício no caso de a pessoa jurídica ter sido constituída há menos de 2 (dois) anos;

9.31. Os documentos referidos acima deverão ser exigidos com base no limite definido pela Receita Federal do Brasil para transmissão da Escrituração Contábil Digital - ECD ao Sped.

9.32. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação/contratação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura.

Qualificação Técnica

9.33. Declaração de que o fornecedor tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para o cumprimento das obrigações objeto da contratação.

9.34. Essa declaração poderá ser substituída por declaração formal assinada pelo responsável técnico do interessado acerca do conhecimento pleno das condições e peculiaridades da contratação.

Qualificação Técnico-Operacional

9.35. Comprovação de aptidão para execução de pelo menos 50% dos serviços de comunicação digital similares, previstos no anexo de especificações do serviços SEI nº 16533916, de complexidade tecnológica e operacional equivalente ou superior à do objeto desta contratação, por meio da apresentação de certidões ou atestados emitidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Disposições Gerais sobre Habilitação

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

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

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

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

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

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

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

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

Critérios de Pontuação e Julgamento das Propostas

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

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

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

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

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

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

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

PEÇA/PERCENTUAL PREVISTO	INSTRUÇÃO NORMATIVA	EDITAL LICITAÇÃO
PLANO - RACIOCÍNIO BÁSICO	MÍNIMA - 5% TOTAL	10%
PLANO - ESTRATÉGIA COMUNICAÇÃO	MÍNIMA - 20% TOTAL	20%
PLANO - SOLUÇÃO COMUNICAÇÃO	MÍNIMA - 25% TOTAL	25%
PLANO - PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO	MÍNIMA - 15% TOTAL	25%
CAPACIDADE DE ATENDIMENTO	MÁXIMA - 10% TOTAL	10%
RELATOS SOLUÇÃO COMUNICAÇÃO	MÁXIMA - 15% TOTAL	10%

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

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

10. ESTIMATIVAS DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

10.1. O custo estimado total da contratação, que é o máximo aceitável, é de **R\$ 22.440.829,48 (Vinte e dois milhões, quatrocentos e quarenta mil, oitocentos e vinte e nove reais e quarenta e oito centavos).**

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

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

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

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

11. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

11. ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

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

11.2. A contratação será atendida pela seguinte dotação:

I - PTRES: 236646;

II - Gestão/Unidade: 550005;

III - Fonte de Recursos: 1001;

IV - Programa de Trabalho: 0032;

V - Elemento de Despesa: 339039;

VI - Plano Interno: M20004AC016.

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

12. DISPOSIÇÕES FINAIS

12.1. As informações contidas neste Termo de Referência não são classificadas como sigilosas.

13. ANEXO I

ANEXO I

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

OUTORGADO: (nome e qualificação do representante)

OBJETO: Representar a outorgante perante o Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome, no curso da licitação nº ____/2025, que se realizará no (Nome e endereço da dependência).

PODERES: Retirar editais, apresentar documentação e proposta, prestar declaração de que o outorgante está em situação regular perante a Fazenda Nacional, Seguridade Social e o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, bem como de que atende às exigências do Edital quanto à habilitação jurídica e qualificações técnica e econômico financeira, participar de sessões públicas de habilitação e julgamento da documentação e das propostas, assinar as respectivas atas, registrar ocorrências, formular impugnações, interpor recursos, renunciar ao direito de recursos, bem como assinar todos e quaisquer documentos indispensáveis ao bom e fiel cumprimento do presente mandato.

[Local], [dia] de [mês] de [ano].

OBS.: No caso de instrumento particular, deverá ser comprovada a capacidade de o signatário nomear procurador, mediante apresentação de cópia do estatuto ou contrato social em vigor, e, quando se tratar de sociedade anônima, da ata de nomeação do signatário

14. ANEXO II

ANEXO II

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

Das Disposições Gerais

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

Da Prestação dos Serviços

4. Os serviços poderão ser executados de forma:
 - a) Individualizada, quando apenas uma empresa for escolhida para determinada demanda;
 - b) Compartilhada, quando a execução conjunta se mostrar mais eficiente e vantajosa;
 - c) Presencial, em casos específicos, quando a natureza da atividade exigir atuação dentro das dependências da ASCOM.
5. As áreas de atuação compreendem:
 1. Estratégias de comunicação digital;
 2. Planejamento e execução de campanhas em mídias digitais (orgânicas e pagas);
 3. Produção de conteúdo audiovisual para plataformas digitais;
 4. Monitoramento, análise de métricas e relatórios de desempenho;
 5. Inovação em soluções digitais (sites, aplicativos, hotspots, simuladores).

Dos Critérios de Seleção da Empresa Responsável pela Demanda

6. A escolha da empresa responsável observará os seguintes critérios:
 - a) Disponibilidade imediata para atendimento ao cronograma da demanda;
 - b) Experiência comprovada em serviços similares, passíveis de reaproveitamento ou adaptação;
 - c) Adequação da proposta ao briefing de comunicação, considerando:
 - Aderência da linha criativa;
 - Clareza e inovação;
 - Estratégias de mídia digital;
 - d) Custo estimado da ação, em consonância com os recursos orçamentários;
 - e) Recomendação de execução compartilhada, quando esta ampliar os resultados.

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

Dos Níveis de Seleção

Seleção Simplificada (Nível 1)

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

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

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

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

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

Seleção Intermediária (Nível 2)

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

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

7.7. O procedimento compreende as seguintes etapas:

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

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

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

- a) adequação da proposta ao briefing;
- b) qualidade técnica e criativa;
- c) coerência entre custos e entregáveis;
- d) histórico de desempenho em demandas anteriores;

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

7.8. A seleção de nível intermediário deve ser formalizada por **Relatório de Escolha**, contendo breve comparativo das propostas e a motivação da decisão, que será juntado aos autos do processo SEI correspondente.

Seleção Ampla (Nível 3)

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

I - Instituição da Comissão de Avaliação:

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

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

II - Etapas da Seleção:

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

III - Critérios Objetivos de Avaliação:

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

IV - Cálculo da Nota Final (NF):

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

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

V - Critério de Seleção Final:

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

VI - Formalização e Transparência:

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

Da Execução Compartilhada

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

- divisão equilibrada de responsabilidades;
- integração das propostas;

- otimização de prazos e resultados.

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

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

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

Das Disposições Finais

12. Os níveis de seleção definidos neste Manual obedecem ao princípio da **proporcionalidade** entre o **valor estimado**, a **complexidade técnica** e o **risco operacional** da ação de comunicação.

A diferenciação entre os níveis (1, 2 e 3) visa assegurar que:

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

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

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

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

15. Apêndice I

APÊNDICE I

ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

1. PLANEJAMENTO

1.1. Planejamento da Estratégia Digital.

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

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

1.2. Plano Tático de Projeto.

DESCRIÇÃO: Planejamento tático que considera a proposição de plano de ação digital do cliente e de suas temáticas definidas na etapa do Diagnóstico e Planejamento de Estratégia Digital, considerando planejamento de conteúdo para as redes sociais, sites, landing pages e aplicativos, pauta, pilares de conteúdo, estratégia de interação, definição de periodicidade, formatos com definição de métricas (indicadores táticos) de avaliação por canal, cronograma de execução e investimento para cada uma das ações propostas.

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

1.3. Plano de Inbound Marketing.

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

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

1.4 Planejamento de Conteúdo para Sites e Portais.

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

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

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

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

1.5. Planejamento para Redes Sociais.

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

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

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

1.6. Planejamento para Gestão de Crise.

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

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

1.7. Planejamento de campanha/ação digital.

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

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

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

1.8. Plano de Escopo e Matriz Estratégica.

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

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

1.9. Diagnóstico Digital da Marca.

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

1. Volume total de menções do tema nas redes sociais;
2. Regionalização ou origens de menções;
3. Principais temas comentados, ou desdobramentos do tema e dos tópicos relacionados;
4. Análise dos principais influenciadores (detratores, evangelistas etc.);
5. Análise de oportunidades de mercado detectadas;
6. Análise de rankings de assuntos mais e menos falados;
7. Análise da sentimentalização do tema (por polarização - positivo/negativo);
8. Análise da percepção do público (consumidores cidadãos ou usuários) sobre o segmento de atuação em que a marca está inserida;

Benchmarking: o estudo deve permitir detalhamento claro sobre o formato do mercado nos canais digitais, indicando a melhor maneira de trabalhá-lo.

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

1.10. Planejamento de régua de relacionamento.

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

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

1.11. Estudo e Criação de Brand persona.

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

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

1.12. Estudo e Criação de Buyer Persona.

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

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

1.13. Diagnóstico de Conteúdo.

DESCRIÇÃO: O Diagnóstico de Conteúdo contempla análise detalhada do conteúdo gerado atualmente por uma marca. São identificados os canais em que a marca produz conteúdo, a frequência com que ela realiza postagens e também o tom de voz e estilo de personalidades para o mapeamento da *Brand Persona* atual da marca.

São analisados aspectos ortográficos, gramaticais e léxicos desse conteúdo, sempre apoiado por dados.

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

1.14. Diagnóstico de SEO.

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

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

1.15. Diagnóstico de T.I.

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

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

1.16. Diagnóstico de Acessibilidade.

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

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

1.17. Plano de Projeto de Desenvolvimento.

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

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

1.18. Benchmarking

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

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

2. CONCEPÇÃO CRIATIVA

2.1. Canais Digitais (DESKTOP E MOBILE)

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

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

2.2. Guia Gráfica de UX/UI

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

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

2.3. Key Visual

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

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

3. DESDOBRAMENTO DA PRODUÇÃO CRIATIVA

3.1. Peças de Mídia

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

ENTREGÁVEL: Arquivo de imagem digital e arquivo digital aberto.

3.2. Banners ou Artes

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

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE Estático ou animada em 2D ou 3D

3.2.1. Baixa Complexidade

Peças estáticas.

3.2.2. Média Complexidade

Peças animadas 2D.

3.2.3. Alta Complexidade

Peças animadas 3D.

ENTREGÁVEL: Arquivo de imagem digital e arquivo digital aberto.

3.3. E-mail Marketing

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

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

ENTREGÁVEL: Arquivo de imagem digital e arquivo digital aberto.

3.4. Infográfico

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

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Estático ou animado em 2D e 3D.

3.4.1. Baixa Complexidade

Peças estáticas.

3.4.2. Média Complexidade

Peças animadas 2D.

3.4.3 Alta Complexidade

Peças animadas 3D.

ENTREGÁVEL: Arquivo de imagem digital e arquivo digital aberto.

3.5. Apresentação

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

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

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

3.5.1. Baixa Complexidade

Apresentações de até 20 slides, sem animações.

3.5.2. Média Complexidade

Apresentações de 21 a 40 slides, sem animações.

3.5.3. Alta Complexidade

Apresentações de até 40 slides, com animações 2D.

3.5.4. Altíssima Complexidade

Apresentações de até 40 slides, com animações 3D em até 20% dos slides.

ENTREGÁVEL: Arquivo de imagem digital e arquivo digital aberto.

3.6. Telas Secundárias e Interfaces

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

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

3.7. Perfil, Capa e Post para Redes Sociais

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

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Estático ou animação em 2D e 3D.

3.7.1. Baixa Complexidade

Posts estáticos ou formatação de fanpage.

3.7.2. Média Complexidade

Posts animados em 2D.

3.7.3. Alta Complexidade

Posts animados em 3D.

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

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

4. PRODUÇÃO DE VÍDEOS E ANIMAÇÕES

4.1. Vídeo Produção (depoimento reportagem, entrevista)

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

4.1.1. Baixa Complexidade

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

4.1.2. Média Complexidade

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

4.1.3. Alta Complexidade

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

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

4.2. Vídeo Gravação de Eventos

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

4.2.1. Baixa Complexidade

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

4.2.2. Média Complexidade

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

4.2.3. Alta Complexidade

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

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

4.3. Vídeo Bumper (YOUTUBE)

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

4.3.1. Baixa Complexidade

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

4.3.2. Média Complexidade

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

4.3.3. Alta Complexidade

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

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

4.4. Vídeo animação (MOTION ou CARTELADO)

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

4.4.1. Baixa Complexidade

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

4.4.2. Média Complexidade

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

4.4.3. Alta Complexidade

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

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

4.5. Vídeo Campanha

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

4.5.1. Baixa Complexidade

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

4.5.2. Média Complexidade

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

4.5.3. Alta Complexidade

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

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

4.6. Tutoriais

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

4.6.1. Baixa Complexidade

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

4.6.2. Média Complexidade

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

4.6.3. Alta Complexidade

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

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

4.7. Gravação e Transmissão ao Vivo

DESCRIÇÃO: Gravação e transmissão ao vivo em redes sociais ou em canal proprietário de palestras ou eventos de até 90 minutos, considerando entrega do material após a transmissão.

4.7.1. Baixa Complexidade

Gravação e transmissão ao vivo em redes sociais ou em canal proprietário de palestras ou eventos, de até 90 minutos considerando entrega do material após a transmissão.

4.7.2. Média Complexidade

Gravação e transmissão ao vivo em redes sociais ou em canal proprietário de palestras ou eventos, de até 90 minutos, considerando entrega do material após a transmissão.

4.7.3. Alta Complexidade

Gravação e transmissão ao vivo em redes sociais ou em canal proprietário de palestras ou eventos, de até 90 minutos, considerando entrega do material após a transmissão.

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

4.8. Podcasts

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

4.8.1. Baixa Complexidade

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

4.8.2. Média Complexidade

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

4.8.3. Alta Complexidade

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

ENTREGÁVEL: Arquivo de áudio gravado e editado.

5. CONTEÚDO

5.1. Redação de texto em língua estrangeira

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

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Quantidade de laudas e fontes consultadas para tradução.

5.1.1. Baixa Complexidade

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

5.1.2. Média Complexidade

Até 5 laudas e consulta a até 1 fonte externa.

5.1.3. Alta Complexidade

Até 10 laudas e consulta a até 2 fontes externas.

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

5.2. Edição de texto em língua portuguesa

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

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Quantidade de laudas e fontes consultadas.

5.2.1. Baixa Complexidade

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

5.2.2. Média Complexidade

Até 5 laudas e consulta a até 1 fonte externa.

5.2.3. Alta Complexidade

Até 10 laudas e consulta a até 2 fontes externas.

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

5.3. Redação de texto em língua portuguesa

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

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Quantidade de laudas e fontes consultadas.

5.3.1. Baixa Complexidade

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

5.3.2. Média Complexidade

Até 5 laudas e consulta a até 1 fonte externa.

5.3.3. Alta Complexidade

Até 10 laudas e consulta a até 2 fontes externas.

ENTREGÁVEL:

Arquivo em formato texto, com o texto elaborado.

5.4. Adaptação de Conteúdo para Novos Canais

DESCRIÇÃO: Adaptação de conteúdo existente para adaptação às diretrizes técnicas de outro canal (rede social, portal, marketplace e outros). Essa adaptação pode ser necessária devido ao limite de caracteres envolvidos o à necessidade de melhor especificação e classificação.

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

5.5. Gestão de Conteúdo

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

5.6. Redação de SMS

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

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

5.7. Digital Influencers/ Marketing de influência (sugestão: Mídias)

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

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

5.8. Guia de Estilo Editorial

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

ENTREGÁVEL: Arquivo com manual diagramado.

5.9. Roteirização de Apresentação

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

ENTREGÁVEL: Arquivo texto com o roteiro detalhado da apresentação.

5.10. Moderação de Redes Sociais - Conteúdo com vertente de atendimento

DESCRIÇÃO: Gerenciamento de perfis em redes sociais, contemplando identificação, análise e execução de ações, tais como: monitoramento, resposta, exclusão.

A moderação compreende as seguintes atividades:

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

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Quantidade de interações realizadas por mês.

5.10.1. Baixa Complexidade

Até 1000 (mil) interações nas redes sociais do cliente.

5.10.2. Média Complexidade

Até 2000 (duas mil) interações nas redes sociais do cliente.

5.10.3. Alta Complexidade

Até 3000 (três mil) interações nas redes sociais do cliente.

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

5.11. Gestão da Rede de Influenciadores digitais

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

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

5.12. Conteúdo para SEO

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

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Quantidade de laudas de conteúdo avaliado.

5.12.1. Baixa Complexidade

Até 2 (duas) laudas de conteúdo.

5.12.2. Média Complexidade

Até 5 (cinco) laudas de conteúdo.

5.12.3. Alta Complexidade

Até 10 (dez) laudas de conteúdo.

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

5.13. Inventário de Conteúdo

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

ENTREGÁVEL: Arquivo de planilha com o conteúdo elaborado.

5.14. Atualização/ Adequação de Conteúdos existentes

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

Normalmente, não há necessidade de realizar entrevistas nesta atividade.

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Quantidade de laudas de conteúdo avaliado.

5.14.1. Baixa Complexidade

Até 2 (duas) laudas de conteúdo.

5.14.2. Média Complexidade

Até 5 (cinco) laudas de conteúdo.

5.14.3 Alta Complexidade

Até 10 (dez) laudas de conteúdo.

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

5.15. Cadastro de Produtos para E-commerce

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

ENTREGÁVEL: Pacote com até 10 itens para cadastro.

5.16. Relatório de Monitoramento

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

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

PERIODICIDADE

Diária e consolidados semanais.

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

5.17. Tradução de Texto em Língua Estrangeira

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

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

Quantidade de laudas e fontes consultadas para a tradução.

5.17.1. Baixa Complexidade

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

5.17.2. Média Complexidade

Até 5 (cinco) laudas e consulta a até 01 fonte externa.

5.17.3. Alta Complexidade

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

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

6. DESENVOLVIMENTO

6.1. Hotsite

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

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

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

6.1.1. Baixa Complexidade

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

6.1.2. Média Complexidade

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

6.1.3. Alta Complexidade

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

ENTREGÁVEL: Ambiente funciona navegável.

6.2. Landing Page

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

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

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

6.2.1. Baixa Complexidade

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

6.2.2. Média Complexidade

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

6.2.3. Alta Complexidade

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

ENTREGÁVEL: Ambiente funciona navegável.

6.3. Site

DESCRIÇÃO: Também chamado de Website, é a apresentação oficial da empresa na internet.

É representado por páginas com conteúdo institucional, seus produtos e/ou serviços, notícias, contato comercial. Em determinados tipos de negócios, para potencializar sua estratégia digital, algumas empresas disponibilizam outras funcionalidade em seus sites, como acesso para blog, e-commerce e sistema de autosserviço.

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

MÉTODO DE CLASSIFICAÇÃO DE COMPLEXIDADE

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

6.3.1. Baixa Complexidade

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

6.3.2. Média Complexidade

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

6.3.3. Alta Complexidade

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

ENTREGÁVEL: Ambiente funciona navegável.

6.4. Blog

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

ENTREGÁVEL: Ambiente funcional navegável.

6.5. Portal

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

Projetos de formato de portal podem ser desenvolvidos para empresas com o intuito de mostrar o mix de produtos e serviços, conteúdos em formato de notícias, serviços. Podem alcançar desde autarquias públicas até portais de educação para distribuição de conteúdo específico, de forma reservada ou não.

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

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

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

ENTREGÁVEL: Ambiente funcional navegável.

6.6. Aplicativos Móveis (MOBILE)

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

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

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

ENTREGÁVEL: Ambiente funcional navegável.

6.7. ChatBots

DESCRIÇÃO: Ferramenta que tem como objetivo simular um ser humano no atendimento, por meio de respostas automatizadas, baseado no autoaprendizado da ferramenta e/ou configuração manual. O objetivo desse tipo de ferramenta é ter nível de interação de tal forma que os usuários tenham a impressão de estar conversando como outra pessoa, não com um computador.

ENTREGÁVEL: Ambiente funcional navegável.

6.8. E-commerce

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

ENTREGÁVEL: Ambiente funcional navegável.

7. BUSINESS INTELLIGENCE E A BUSINESS ANALYTICS

7.1. Análise de Campanhas

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

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

7.2. Análise Descritiva

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

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

7.3. Desenvolvimento de Modelos Preditivos

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

ENTREGÁVEL: Arquivo de texto ou planilha com o diagnóstico.

7.4. Estudos de Públicos/Netnografia

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

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

ENTREGÁVEL: Arquivo de apresentação com as informações do descritivo.

7.5. Análises Léxicas

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

- Análise de similitude: a partir da teoria dos grafos, são analisadas as similitudes e diferenças entre discursos, gerando insights específicos dentro de casa tema;
- Nuvem e árvores de palavras: criação de nuvens e árvores de palavras robustas, qualificadas e separadas por temas, grupos e espaços de debate para utilização em campanhas ou estudos de público.

ENTREGÁVEL: Arquivo de apresentação com as informações do descritivo.

8. MARTECH

8.1. Implantação de Plataforma de Marketing Automation

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

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

8.2. Implantação de Data Mangement Platform (DMP)

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

ENTREGÁVEL: Ambiente funcional navegável.

8.3. Implantação de ferramenta de BI

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

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

8.4. Implantação de Plataforma de Web Analytics

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

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

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

8.5. Construção e Modelagem de Banco de Dados

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

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

8.6. Gestão de Plataforma de MARKETING AUTOMATION

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

ENTREGÁVEL: Ambiente funcional navegável.

8.7. Gestão de Banco de Dados de Clientes e Prospects

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

ENTREGÁVEL: Ambiente funcional navegável.

9. MÍDIA

9.1. Planejamento de Mídia Digital

DESCRIÇÃO: O planejamento de Mídia contempla a definição de estratégias e canais de mídia a serem utilizados em uma campanha ou ação Always On (ao longo de um período) em plataformas digitais, recomendando os investimentos de mídia em alocação estratégica por canal, que considera os canais mais efetivos para os objetivos da campanha e definições de KPI.

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

9.2. Gestão de Mídia Digital (RECORRENTE MENSAL)

DESCRIÇÃO: Operação recorrente para gestão e compra de mídia digital com as seguintes tarefas:

Atendimento - Atendimento geral do contrato para envio de informações e atendimento das demandas pontuais solicitadas pelo cliente.

Plano tático de mídia - Desenvolvimento dos planos táticos de mídia, este plano conterá todos os canais de veiculação com valores financeiros e indicadores de performance.

Compra de mídia - Contato com os canais definidos no planejamento para a solicitação de proposta de veiculação e negociações comerciais.

Otimização semanal de campanha - Acompanhamento semanal para otimização de campanha de acordo com a performance alcançada. Em média as campanhas serão otimizadas até 3 vezes por semana (1h de otimização) de acordo com o planejamento definido.

Status semanal - Envio de status semanal para acompanhamento de resultados e performance da campanha. Esses status será encaminhado por e-mail, com informações resumidas sobre as otimizações feita na semana e tendências de atendimento dos KPIs definidos.

9.3. Criação de Audiências Customizadas para DMP e DSP

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

ENTREGÁVEL: Relatório com as informações das atividades relatadas no descritivo

PLANILHA DE ESTIMATIVA ANUAL DE EXECUÇÃO E PREÇOS UNITÁRIOS				
Item	PRODUTO/SERVIÇO	Quantidade	Valor Unitário Estimado (R\$)	Valor Total Unitário Estimado (R\$)
PLANEJAMENTO				
1.1.	Planejamento de Estratégia Digital	4	R\$ 34.698,53	R\$ 138.794,12
1.2.	Plano Tático de Projeto	4	R\$ 21.620,00	R\$ 86.480,00
1.3.	Plano de Inbound Marketing	2	R\$ 20.950,00	R\$ 41.900,00
1.4.	Planejamento de Conteúdo para Sites e Portais	4	R\$ 22.170,00	R\$ 88.680,00

1.5.	Planejamento para Redes Sociais	4	R\$	27.004,89	R\$	108.019,56
1.6.	Planejamento para Gestão de Crise	3	R\$	32.904,89	R\$	98.714,67
1.7.	Planejamento de Campanha/ Ação Digital	4	R\$	28.734,89	R\$	114.939,56
1.8.	Plano de Escopo e Matriz Estratégica	3	R\$	22.908,35	R\$	68.725,05
1.9.	Diagnóstico Digital de Marca	2	R\$	21.218,91	R\$	42.437,82
1.10.	Planejamento de Régua de Relacionamento	3	R\$	26.434,89	R\$	79.304,67
1.11.	Estudo e criação de Brand Persona	2	R\$	14.556,01	R\$	29.112,02
1.12.	Estudo e criação de Buyer Persona	2	R\$	14.421,01	R\$	28.842,02
1.13.	Diagnóstico de Conteúdo	3	R\$	15.910,00	R\$	47.730,00
1.14.	Diagnóstico de SEO	3	R\$	18.116,90	R\$	54.350,70
1.15.	Diagnóstico de T.I.	2	R\$	20.241,90	R\$	40.483,80
1.16.	Diagnóstico de Acessibilidade	2	R\$	17.061,90	R\$	34.123,80
1.17.	Plano de Projeto de Desenvolvimento	3	R\$	24.570,00	R\$	73.710,00
1.18.	Benchmarking	2	R\$	18.540,00	R\$	37.080,00
CONCEPÇÃO CRIATIVA						
2.1.	Canais Digitais (desktop e mobile)	3	R\$	21.010,00	R\$	63.030,00
2.2.	Guia Gráfico de UX/UI	3	R\$	21.860,00	R\$	65.580,00
2.3.	Key Visual	3	R\$	17.630,00	R\$	52.890,00
DESDOBRAMENTO DE PRODUÇÃO CRIATIVA						
3.1.	Peças de Mídia	50	R\$	5.803,48	R\$	290.174,00
3.2.	Banners ou Artes					
3.2.1	Baixa Complexidade	30	R\$	1.710,00	R\$	51.300,00
3.2.2	Média Complexidade	20	R\$	2.840,00	R\$	56.800,00
3.2.3	Alta Complexidade	12	R\$	7.428,95	R\$	89.147,40
3.3.	E-mail Marketing	52	R\$	2.350,25	R\$	122.213,00
3.4.	Infográfico					
3.4.1	Baixa Complexidade	30	R\$	2.182,25	R\$	65.467,50
3.4.2	Média Complexidade	20	R\$	3.539,38	R\$	70.787,60
3.4.3	Alta Complexidade	5	R\$	7.309,39	R\$	36.546,95
3.5	Apresentação					
3.5.1	Baixa Complexidade	12	R\$	5.710,00	R\$	68.520,00
3.5.2	Média Complexidade	10	R\$	7.770,13	R\$	77.701,30
3.5.3	Alta Complexidade	5	R\$	18.913,20	R\$	94.566,00
3.5.4	Altíssima Complexidade	3	R\$	25.100,00	R\$	75.300,00
3.6.	Telas Secundárias e Interfaces	12	R\$	4.550,00	R\$	54.600,00

3.7.	Perfil Capa e Post para Redes Sociais			
3.7.1	Baixa Complexidade	30	R\$ 2.840,00	R\$ 85.200,00
3.7.2	Média Complexidade	20	R\$ 4.980,00	R\$ 99.600,00
3.7.3	Alta Complexidade	5	R\$ 10.900,00	R\$ 54.500,00
PRODUÇÃO DE VÍDEO E ANIMAÇÕES				
4.1.	Vídeo produção (depoimento, reportagem, entrevista)			
4.1.1	Baixa Complexidade	30	R\$ 8.388,72	R\$ 251.661,60
4.1.2	Média Complexidade	20	R\$ 13.136,03	R\$ 262.720,60
4.1.3	Alta Complexidade	5	R\$ 23.317,75	R\$ 116.588,75
4.2.	Vídeo Gravação de Eventos			
4.2.1	Baixa Complexidade	20	R\$ 12.082,65	R\$ 241.653,00
4.2.2	Média Complexidade	10	R\$ 43.230,00	R\$ 432.300,00
4.2.3	Alta Complexidade	5	R\$ 82.390,00	R\$ 411.950,00
4.3.	Vídeo Bumper (YouTube)			
4.3.1	Baixa Complexidade	20	R\$ 7.168,08	R\$ 143.361,60
4.3.2	Média Complexidade	10	R\$ 7.220,00	R\$ 72.200,00
4.3.3	Alta Complexidade	5	R\$ 13.080,00	R\$ 65.400,00
4.4	Vídeo animação (motion ou cartelado)			
4.4.1	Baixa Complexidade	20	R\$ 8.851,12	R\$ 177.022,40
4.4.2	Média Complexidade	10	R\$ 15.744,20	R\$ 157.442,00
4.4.3	Alta Complexidade	5	R\$ 28.468,79	R\$ 142.343,95
4.5.	Vídeo Campanha			
4.5.1	Baixa Complexidade	20	R\$ 24.900,00	R\$ 498.000,00
4.5.2	Média Complexidade	10	R\$ 39.820,00	R\$ 398.200,00
4.5.3	Alta Complexidade	5	R\$ 56.890,00	R\$ 284.450,00
4.6.	Tutoriais			
4.6.1	Baixa Complexidade	10	R\$ 10.303,08	R\$ 103.030,80
4.6.2	Média Complexidade	5	R\$ 15.906,75	R\$ 79.533,75
4.6.3	Alta Complexidade	5	R\$ 26.274,39	R\$ 131.371,95
4.7.	Gravação e Transmissão ao Vivo			
4.7.1	Baixa Complexidade	20	R\$ 8.454,25	R\$ 169.085,00
4.7.2	Média Complexidade	10	R\$ 25.747,48	R\$ 257.474,80
4.7.3	Alta Complexidade	5	R\$ 25.951,35	R\$ 129.756,75
4.8.	Podcasts			
4.8.1	Baixa Complexidade	30	R\$ 6.427,61	R\$ 192.828,30
4.8.2	Média Complexidade	20	R\$ 9.687,83	R\$ 193.756,60
4.8.3	Alta Complexidade	5	R\$ 16.236,63	R\$ 81.183,15
CONTEÚDO				
5.1	Redação de Texto em Língua Estrangeira			
5.1.1	Baixa Complexidade	20	R\$ 1.477,75	R\$ 29.555,00
5.1.2	Média Complexidade	10	R\$ 2.973,49	R\$ 29.734,90
5.1.3	Alta Complexidade	5	R\$ 5.407,16	R\$ 27.035,80
5.2	Edição de Texto em Língua Portuguesa			
5.2.1	Baixa Complexidade	50	R\$ 944,51	R\$ 47.225,50
5.2.2	Média Complexidade	30	R\$ 1.410,27	R\$ 42.308,10
5.2.3	Alta Complexidade	15	R\$ 2.299,21	R\$ 34.488,15

5.3.	Redação de Texto em Língua Portuguesa			
5.3.1	Baixa Complexidade	52	R\$ 1.207,94	R\$ 62.812,88
5.3.2	Média Complexidade	30	R\$ 2.573,78	R\$ 77.213,40
5.3.3	Alta Complexidade	20	R\$ 5.057,56	R\$ 101.151,20
5.4.	Adaptação de Conteúdo para Novos Canais	12	R\$ 1.380,00	R\$ 16.560,00
5.5.	Gestão de Conteúdo	12	R\$ 9.217,55	R\$ 110.610,60
5.6.	Redação de SMS	104	R\$ 1.040,00	R\$ 108.160,00
5.7.	Digital influencers /Marketing de Inuência	40	R\$ 9.050,00	R\$ 362.000,00
5.8.	Guia de Estilo Editorial	3	R\$ 28.440,00	R\$ 85.320,00
5.9.	Roteirização de Apresentação	12	R\$ 7.129,34	R\$ 85.552,08
5.10.	Moderação de Redes Sociais Conteúdo com Vertente de Atendimento			
5.10.1	Baixa Complexidade	30	R\$ 39.229,59	R\$ 1.176.887,70
5.10.2	Média Complexidade	20	R\$ 55.530,09	R\$ 1.110.601,80
5.10.2	Alta Complexidade	10	R\$ 98.092,46	R\$ 980.924,60
5.11.	Gestão de Rede de Inuenciadores Digitais	12	R\$ 34.565,40	R\$ 414.784,80
5.12.	Conteúdo para SEO			
5.12.1	Baixa Complexidade	50	R\$ 2.900,00	R\$ 145.000,00
5.12.2	Média Complexidade	30	R\$ 4.840,00	R\$ 145.200,00
5.12.3	Alta Complexidade	10	R\$ 8.820,00	R\$ 88.200,00
5.13.	Inventário de Conteúdo	4	R\$ 24.320,00	R\$ 97.280,00
5.14.	Atualização/Adequação de Conteúdos Existentes			
5.14.1	Baixa Complexidade	100	R\$ 2.200,00	R\$ 220.000,00
5.14.2	Média Complexidade	50	R\$ 4.090,00	R\$ 204.500,00
5.14.3	Alta Complexidade	30	R\$ 6.540,00	R\$ 196.200,00
5.15.	Cadastro de Produtos para E-commerce	0	R\$ 2.840,00	-
5.16.	Relatório de Monitoramento	12	R\$ 24.290,00	R\$ 291.480,00
5.17.	Tradução de texto em Língua Estrangeira			
5.17.1	Baixa Complexidade	30	R\$ 1.750,00	R\$ 52.500,00
5.17.2	Média Complexidade	20	R\$ 3.700,00	R\$ 74.000,00
5.17.3	Alta Complexidade	10	R\$ 7.220,00	R\$ 72.200,00
DESENVOLVIMENTO				
6.1.	Hotsite			
6.1.1	Baixa Complexidade	20	R\$ 6.101,35	R\$ 122.027,00
6.1.2	Média Complexidade	10	R\$ 11.298,78	R\$ 112.987,80
6.1.3	Alta Complexidade	5	R\$ 16.854,08	R\$ 84.270,40
6.2.	Landing Page			
6.2.1	Baixa Complexidade	20	R\$ 5.246,35	R\$ 104.927,00
6.2.2	Média Complexidade	10	R\$ 9.168,78	R\$ 91.687,80
6.2.3	Alta Complexidade	5	R\$ 15.209,08	R\$ 76.045,40
6.3.	Site			
6.3.1	Baixa Complexidade	20	R\$ 9.226,35	R\$ 184.527,00

6.3.2	Média Complexidade	10	R\$	21.330,00	R\$	213.300,00
6.3.3	Alta Complexidade	5	R\$	45.510,00	R\$	227.550,00
6.4.	Blog	15	R\$	10.879,08	R\$	163.186,20
6.5.	Portal	10	R\$	91.020,00	R\$	910.200,00
6.6.	Aplicativos Móveis (mobile)	10	R\$	113.770,00	R\$	1.137.700,00
6.7.	Chatbots	5	R\$	50.910,00	R\$	254.550,00
6.8.	E-commerce	0	R\$	56.890,00	-	
BUSINESS INTELLIGENCE E BUSINESS ANALYTICS						
7.1.	Análise de Campanhas	5	R\$	13.940,00	R\$	69.700,00
7.2.	Análise Descritiva	5	R\$	15.990,00	R\$	79.950,00
7.3.	Desenvolvimento de Modelos Preditivos	5	R\$	39.820,00	R\$	199.100,00
7.4.	Estudos de públicos /Netnografia	5	R\$	46.930,00	R\$	234.650,00
7.5.	Análises Léxicas	5	R\$	33.720,00	R\$	168.600,00
MARTECH						
8.1.	Implantação de Plataforma de Marketing	4	R\$	22.750,00	R\$	91.000,00
8.2.	Implantação de Data Management Platform	4	R\$	68.260,00	R\$	273.040,00
8.3.	Implantação de Ferramenta de BI	5	R\$	86.470,00	R\$	432.350,00
8.4.	Implantação de Plataforma de Web Analytics	5	R\$	17.070,00	R\$	85.350,00
8.5.	Construção e Modelagem de Bancos de Dados	5	R\$	26.170,00	R\$	130.850,00
8.6.	Gestão de plataforma de marketing Automation	5	R\$	17.070,00	R\$	85.350,00
8.7.	Gestão de Banco de dados de clientes e Prospects	5	R\$	15.640,00	R\$	78.200,00
MÍDIA						
9.1.	Planejamento de Mídia Digital	10	R\$	17.838,02	R\$	178.380,20
9.2.	Gestão de Mídia Digital (recorrente mensal)	12	R\$	14.807,26	R\$	177.687,12
9.3.	Criação de Audiências Customizadas para DMP e	10	R\$	16.343,51	R\$	163.435,10
SUBTOTAL					R\$	20.400.754,07
Despesas com deslocamento de profissionais à serviço (10%)					R\$	2.040.075,41
TOTAL					R\$	22.440.829,48

As quantidades anuais apresentadas na tabela acima representam apenas estimativas e serão executadas na medida da necessidade e conveniência do CONTRATANTE, que poderá readequá-las nas mesmas condições contratuais, ocasionando distribuição diferente da previamente estabelecida, desde que justificada a alteração e respeitado o valor estabelecido no subitem 10. do Termo de Referência, quanto ao valor de investimento para a contratação.

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

16. Apêndice II

APÊNDICE II

APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Digital	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Digital
	III. Solução de Comunicação Digital
	IV. Plano de Implementação
2. Capacidade de Atendimento	I. Relação dos principais clientes
3. Relatos de Soluções de Comunicação	

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- a) Da relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma;
- b) Dos exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.
- c) Da observação do disposto no item 2.2.1.3.

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

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

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

- a) Roteiro, leiautes ou storyboard impressos;
- b) Storyboards animados ou animatics;
- c) 'monstros' ou leiautes eletrônicos.

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

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

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

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

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

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

VI - Para facilitar seu cotejo, pelos integrantes da Subcomissão Técnica, com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3 deste Apêndice, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de ação e/ou peça de comunicação digital.

1.3.3.4. Para fins de cômputo das ações e/ou peças de comunicação digital que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 20 (vinte), devem ser observadas as seguintes regras:

- a) As variações de abordagem ou formato serão consideradas como novos exemplos;
- b) Uma ação com várias etapas ou uma peça sequencial será considerada 01 (um) exemplo, se o conjunto transmitir mensagem única;
- c) Uma landing page e todas as suas páginas serão considerados 01 (um) exemplo;
- d) Um vídeo e uma landing page que o hospeda serão considerados 02 (dois) exemplos;
- e) Um post e a landing page por ele direcionada serão considerados 02 (dois) exemplos.

1.3.4. Subquesto 4 – Plano de Implementação – a licitante deverá descrever sua apresentação de acordo com o item 2.2.1.4.

1.3.4.1. As Licitantes deverão apresentar o orçamento disposto na alínea 'b' do subitem 1.3.4, com base:

- a) Na verba referencial para investimento estabelecida no Briefing;
- b) Nos valores estimados na Planilha de Produtos e Serviços Essenciais, no que se refere exclusivamente a itens de serviço.

I - Caso o Edital venha a ser republicado, com a retomada da contagem do prazo legal, os preços de mercado a que se refere a alínea 'c' do subitem 1.3.4.1 deverão ser os vigentes na data de publicação do último Aviso de Licitação.

1.3.4.2. Todas as ações e/ou peças de comunicação digital que integrarem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3, deverão estar contempladas no Plano de Implementação, tanto no cronograma como no orçamento.

1.4. O Plano de Comunicação Digital – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada, sem os exemplos de ações e/ou peças da Solução de Comunicação Digital, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - Ter a identificação do licitante;

II - Ser datado;

III - . Estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação do licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.5. Quesito 2 – Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação do licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.5.1. O caderno específico mencionado no subitem 1.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste.

1.5.2. A Capacidade de Atendimento será apresentada pela Licitante por meio de cópia de instrumento contratual, de atestado(s), certidão(ões) ou declaração(ões) de até 5 (cinco) clientes nacionais, estaduais e/ou municipais atendidos a partir de 1º de janeiro de 2020 referente ao objeto desta licitação e que preencham os requisitos a seguir:

a) Relação dos principais Clientes (pessoas jurídicas): a apresentação de contrato(s), atestado(s), certidão(ões) e/ou declaração(ões) com o(s) período(s) de atendimento consecutivo mínimo de 60 (sessenta) dias anteriores à publicação deste Edital, podendo ser apresentados de clientes atendidos a partir de 1º de janeiro de 2020, para os quais a licitante prestou serviços de comunicação digital, com a especificação do objeto do contrato, o valor executado anualmente pela licitante e o período de atendimento de cada um deles;

I - O(s) atestado(s)/certidão(ões)/declaração(ões) deverá(ão) ser fornecido(s) por pessoa jurídica de direito público ou privado, que comprove(m) ter a empresa licitante executado serviços de comunicação digital, pertinentes e compatíveis com o objeto da licitação;

II - Considerará como clientes nacionais aqueles que estejam em funcionamento em diferentes regiões do país, sendo no mínimo 15 (quinze) Estados. Considerará como clientes estaduais aqueles que estejam em funcionamento em, no mínimo, 1 (um) estado específico, abrangendo todas as regiões desse Estado ou Região Metropolitana, que podem envolver mesorregiões ou microrregiões, conforme definido pela Divisão Regional do Brasil em Regiões Geográficas Imediatas e Regiões Geográficas Intermediárias 2017 do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE. Considerará como clientes municipais aqueles que estejam em funcionamento em, no mínimo, 1 (um) município dentro de um estado, podendo incluir áreas urbanas e rurais.

III - É vedada a apresentação de contrato ou declaração referentes à prestação de outros serviços de comunicação prestados ao declarante, tais como live marketing (promoção), assessoria corporativa, relações públicas, assessoria de imprensa, dentre outras

1.6. Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as ações e/ou peças de comunicação digital que constituem o quesito, em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação do licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado de acordo com o item 2.2.1.3.

1.6.1. Os documentos, as informações e as ações e/ou peças dos relatos mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 2.

1.6.2. A licitante deverá apresentar 2 (dois) relatos, cada um com o máximo de 6 (seis) páginas, em que serão descritas soluções de comunicação digital propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação conforme especificado abaixo:

I - Deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II - Deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário do licitante responsável por sua elaboração;

III - Não pode referir-se a ações de comunicação digital solicitadas ou aprovadas pelo Contratante, no âmbito de seus contratos;

IV - Deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar a sua autenticidade.

1.6.2.1. A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem

1.6.2. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura, aspectos que facilitem futuras diligências, e se for o caso.

1.6.2.2. Os Relatos de Soluções de Comunicação de que trata o subitem 1.6.2, devem ter sido implementados a partir de 1º de janeiro de 2020.

1.6.3. É permitida a inclusão de até 04 (quatro) ações e/ou peças de comunicação digital, independentemente do seu tipo ou de sua característica, em cada relato, observando-se as seguintes regras para sua apresentação:

I - Na versão digital: deverão ser fornecidas em pen drive, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.6 ou ser apresentadas soltas;

II - Na versão impressa: poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.6, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formato, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura dos textos e das mensagens e indicadas suas dimensões originais;

III - Para cada ação e/ou peça de comunicação digital, deverá ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

1.6.3.1. A ficha técnica de ação e/ou peça de comunicação digital, observada a quantidade de peças estabelecida no subitem 1.6.3 deverá compor o limite de páginas estabelecido no subitem 1.6.2 para descrição do Relato.

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

2.1. As Propostas Técnicas das licitantes serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Apêndice.

2.2. Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

2.2.1. Quesito 1 - Plano de Comunicação Digital

2.2.1.1. Subquesito 1 - Raciocínio Básico A licitante deverá demonstrar acuidade ao analisar as especificidades e características do MDS, quanto:

- a) As funções e o papel do MDS na comunicação digital do Governo Federal;
- b) A extensão e a qualidade da comunicação digital do MDS para com seus públicos;
- c) Aos desafios de comunicação digital explicitados no briefing que será enfrentado pelo MDS;
- d) Às necessidades que a comunicação digital deverá apresentar no sentido de prevenir/mitigar as situações apresentadas no briefing no decorrer do período apontado no exercício;
- e) A natureza e a extensão das ações do briefing ao objeto desta licitação.

I - Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,1 (zero vírgula um) ponto:

Tabela de Pontuação - Raciocínio Básico

Subquesito	Análise crítica	Nota	Peso	Pontuação Máxima
Raciocínio Básico	Atendimento de 5 itens do critério de avaliação.	8,1 - 10	1,0	10
	Atendimento de 4 itens do critério de avaliação.	6,1 - 8,0		
	Atendimento de 3 itens do critério de avaliação.	4,1 - 6,0		
	Atendimento de 2 itens do critério de avaliação.	2,1 - 4,0		
	Atendimento de 1 item do critério de avaliação.	0,1 - 2,0		
	Não atendimento de 5 itens do critério de avaliação.	0 (zero)		
	Não apresentou.	0 (zero)		

a) A licitante que zerar qualquer quesito ou subquesito do Plano de Comunicação Digital será desclassificada

2.2.1.2. Subquesito 2 - Estratégia de Comunicação Digital A licitante deverá explicitar e defender o partido temático, de acordo com o seu raciocínio básico, para superar o desafio apresentado no briefing, bem como alcançar os objetivos da comunicação digital sugerida, observando

- a) A adequação do partido temático e do conceito à natureza e às atividades do MDS;
- b) A capacidade de concatenar cenário que o MDS está inserido no contexto da comunicação digital do Governo Federal;
- c) Consistência técnica dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Digital à proposta apresentada;
- d) Exequibilidade da estratégia em todas as fases propostas, bem como o seu alinhamento com o raciocínio básico;
- e) Justa adequação e otimização no uso e distribuição do investimento disponibilizado no briefing.

I - Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,1 (zero vírgula um) ponto:

Tabela de Pontuação - Estratégia de Comunicação Digital

Subquestito	Análise crítica	Nota	Peso	Pontuação Máxima
Estratégia de Comunicação Digital	Atendimento de 5 itens do critério de avaliação.	8,1 -10	2,0	20
	Atendimento de 4 itens do critério de avaliação.	6,1 - 8,0		
	Atendimento de 3 itens do critério de avaliação.	4,1 - 6,0		
	Atendimento de 2 itens do critério de avaliação.	2,1 - 4,0		
	Atendimento de 1 itens do critério de avaliação.	0,1 - 2,0		
	Não atendimento de 5 itens do critério de avaliação.	0 (zero)		
	Não apresentou.	0 (zero)		

a) A licitante que zerar qualquer quesito ou subquestito do Plano de Comunicação Digital será desclassificado.

2.2.1.3. Subquestito 3 – Solução de Comunicação Digital A licitante deverá apresentar em cada relato, de forma objetiva, através de ações e/ou peças de comunicação digital, de acordo com a estratégia proposta:

- a) A demonstração do alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta;
- b) A coerência da proposta com a natureza do MDS vis a vis com desafio estabelecido no briefing;
- c) A harmonização e o equilíbrio visual da solução da proposta com a sua usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações;
- d) A compatibilização das ações e/ou peças de comunicação digital com os ambientes, plataformas e/ou ferramentas a que se destinam;
- e) A evidência dos resultados esperados, destacando o alcance obtido na solução do desafio, respeitando o investimento disponibilizado.

I - Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,1 (zero vírgula um) ponto:

Tabela de Pontuação - Solução de Comunicação Digital

Tabela de Pontuação - Solução de Comunicação Digital

Subquestito	Análise crítica	Nota	Peso	Pontuação Máxima
Solução de Comunicação Digital	Atendimento de 5 itens do critério de avaliação.	8,1 -10	2,5	25
	Atendimento de 4 itens do critério de avaliação.	6,1 - 8,0		
	Atendimento de 3 itens do critério de avaliação.	4,1 - 6,0		
	Atendimento de 2 itens do critério de avaliação.	2,1 - 4,0		

Atendimento de 1 item do critério de avaliação.	0,1 - 2,0
Não atendimento de 5 itens do critério de avaliação.	0 (zero)
Não apresentou.	0 (zero)

a) A licitante que zerar qualquer quesito ou subquesito do Plano de Comunicação Digital será desclassificado.

2.2.1.4. **Subquesito 4 – Plano de Implementação** A Licitante deverá apresentar e defender um plano de desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital que contemple:

- a) Ativação, continuidade, manutenção e conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, considerando o grau de complexidade de sua execução ao desafio apresentado no briefing;
- b) Cronograma físico-financeiro, com prazos e valores absolutos e percentuais, contemplando os pontos da alínea “a”;
- c) Demonstração clara da defesa tanto do grau de eficiência, quanto da economicidade da verba referencial apontada no briefing, apontando as premissas para obtenção do resultado;
- d) Alinhamento dos pontos elencados na alínea “a” com os públicos apontados no subquesito raciocínio básico, alínea “a”;
- e) defesa do plano de implementação com o disposto na alínea “d” do subquesito estratégia de comunicação.

I - Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,1 (zero vírgula um) ponto:

Tabela de Pontuação - Plano de Implementação

Subquesito	Análise crítica	Nota	Peso	Pontuação Máxima
Plano de Implementação	Atendimento de 5 itens do critério de avaliação.	8,1 - 10	2,5	25
	Atendimento de 4 itens do critério de avaliação.	6,1 - 8,0		
	Atendimento de 3 itens do critério de avaliação.	4,1 - 6,0		
	Atendimento de 2 itens do critério de avaliação.	2,1 - 4,0		
	Atendimento de 1 item do critério de avaliação.	0,1 - 2,0		
	Não atendimento de 5 itens do critério de avaliação.	0 (zero)		
	Não apresentou.	0 (zero)		

a) A licitante que zerar qualquer quesito ou subquesito do Plano de Comunicação Digital será desclassificado.

2.2.2. Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

2.2.2.1. **Subquestito – Clientes:** será avaliado no julgamento a posição geográfica dos clientes apresentados pelas licitantes, conforme métrica estabelecida no Quesito 2, item 1.5, bem como a sistemática operacional de atendimento. Será aplicada pontuação individual, conforme critérios descritos na tabela abaixo, para cada contrato/atestado/certidão/declaração apresentado.

I - A nota final será a soma das notas individuais de cada contrato. O número máximo de contratos a ser considerado para fins de pontuação é 5 (cinco), que precisam ser necessariamente de clientes diferentes, ou seja, estabelecidos com clientes de Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas - CNPJ diferentes.

Tabela de Pontuação - Capacidade de Atendimento

Tabela de Pontuação - Capacidade de Atendimento

Quesito	Subquestito	Descrição	Peso	Pontuação	Pontuação Máxima
Capacidade de Atendimento	de Clientes	Cliente Nacional: Clientes com atuação nacional conforme descrição no item 1.5	2,0	1,0	10
		Cliente Regional: Clientes com atuação regional conforme descrição no item 1.5		0,50	
		Cliente Municipal: Clientes com atuação municipal conforme descrição no item 1.5		0,25	
		Não atendimento dos itens do critério de avaliação		0 (zero)	
		Não apresentou		0 (zero)	

2.2.2.2. Para avaliação deste quesito, será necessária a apresentação de contrato com o(s) período(s) de atendimento consecutivo mínimo de 60 (sessenta) dias anteriores à publicação deste Edital, podendo ser apresentados atestado(s)/certidão(ões)/declaração(ões) de clientes anteriores atendidos a partir de 1º de janeiro de 2020.

2.2.2.3. Caso a licitante apresente uma relação superior a 6 (seis) clientes, serão considerados aqueles de maior pontuação..

2.2.2.4. Os critérios adotados no subitem 2.2.2.1 visam referenciar o julgamento do porte e a tradição dos clientes como Contratantes de Comunicação Digital, além do período de atendimento a cada, conforme estabelece a Instrução Normativa SECOM/PR nº 1, de 19 de junho de 2023.

2.2.3. **Quesito 3 - Relatos de Soluções de Comunicação**

- a) A evidência de planejamento estratégico por parte do licitante na proposição da solução de comunicação;
- b) A demonstração de que a solução de comunicação digital contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- c) A complexidade do desafio de comunicação apresentado no Relato e a relevância dos resultados obtidos;
- d) A qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente;
- e) O encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.

2.2.3.1. Será aplicada objetivamente a pontuação prevista, conforme indica a tabela abaixo, podendo ter variação de 0,1 ponto:

Tabela de Pontuação - Relatos de Soluções de Comunicação

Quesito	Subquestito	Avaliação	Nota	Peso	Pontuação Máxima

Relatos de Soluções de Comunicação	Relatos 1 e 2	Atendimento de 5 itens do critério de avaliação.	8,1 - 10	0,5	5
		Atendimento de 4 itens do critério de avaliação.	6,1 - 8,0		
		Atendimento de 3 itens do critério de avaliação.	4,1 - 6,0		
		Atendimento de 2 itens do critério de avaliação.	2,1 - 4,0		
		Atendimento de 1 item do critério de avaliação.	0,1 - 2,0		
		Não atendimento de 5 itens do critério de avaliação	0 (zero)		
		Não apresentou.	0 (zero)		

2.2.3.2. Se a Licitante não observar as quantidades estabelecidas no subitem 1.6.2 para apresentação de Relatos de Soluções de Comunicação, sua pontuação máxima, nesse quesito, será proporcional às quantidades por ela apresentadas, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação às respectivas pontuações máximas previstas neste Apêndice.

2.3. A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

2.3.1. Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesito, a Subcomissão Técnica realizará avaliação das propostas apresentadas pelas licitantes e a gradação das pontuações atribuídas refletirá o maior ou menor grau de adequação de cada proposta, aos critérios de julgamento técnico estabelecidos no item 2.

2.3.2. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

Quesitos		Pontuação Máxima	Pontuação Mínima
1 - Plano de Comunicação Digital		80	
Subquesitos	I - Raciocínio Básico	10	
	II - Estratégia de Comunicação Digital	20	
	III - Solução de Comunicação Digital	25	
	IV - Plano de Implementação	25	
2 - Capacidade de Atendimento		10	
Subquesitos	I - Clientes	10	

3 - Relatos de Soluções de Comunicação		10
Subquestos	I - Relato 1	5
	II - Relato 2	5
Pontuação		100
		80

2.3.3. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

2.3.4. A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos.

2.3.4.1. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo da licitação.

2.3.5. A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 03 (três) quesitos: Plano de Comunicação Digital; Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação.

2.4. Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação, observado o disposto no subitem 2.5 deste Apêndice.

2.5. Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

- a) Apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- b) Não alcançar, no total dos quesitos e subquestos da proposta técnica, mínimo de 80 (oitenta) pontos;
- c) Obter pontuação zero em qualquer um dos quesitos;

2.5.1. Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do presente Edital, a depender da gravidade da ocorrência, observado o disposto no subitem 16.4 do Edital.

2.6. Se houver empate das 4 (quatro) licitantes mais bem classificadas no julgamento da Proposta Técnica, o critério de desempate para classificação em primeiro lugar será definido pela maior pontuação do Quesito 1 - Plano de Comunicação Digital.

2.7. Persistindo o empate após a classificação da nota apontada no critério do item 2.6, passa-se à análise das maiores pontuações dos subquestos do Plano de Comunicação Digital elencados a seguir, de maneira sucessiva:

- a) Plano de Implementação;
- b) Estratégia de Comunicação Digital; ou
- c) Raciocínio Básico.

2.8. Havendo manutenção do empate para classificação, serão consideradas as demais notas atribuídas aos quesitos da proposta técnica: Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação, respectivamente.

2.9. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, a ser realizado na própria sessão de divulgação das Licitantes ganhadoras ou em ato público marcado pela Comissão de Contratação, cuja data será divulgada para a qual serão convidadas todas as licitantes.

17. Apêndice III

APÊNDICE III

1. AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

1.1. A avaliação de desempenho da contratada será realizada conforme a seguinte metodologia:

1.1.1. A cada período contratual de 12 (doze) meses serão realizadas duas avaliações de qualidade dos serviços prestados com base em critérios que qualificam a execução do contrato e promovem a manutenção e a melhor execução dos serviços pela contratada, observando o modelo disposto no Anexo I deste Manual.

1.1.2. Os quesitos, que serão pontuados individualmente, foram agrupados em blocos de acordo com a similaridade do serviço (Planejamento, Produção de Conteúdo, Atendimento e Administração/Finanças). Para cada quesito existe roteiro básico de tópicos a serem considerados.

1.1.3. Para cada bloco será feita a média simples que representará a nota de desempenho obtida pela contratada no bloco analisado.

1.1.4. As avaliações serão realizadas pelo Gestor do Contrato, pelo Fiscal Técnico e pelos Fiscais Setoriais.

1.1.5. Será realizada reunião para transmitir à contratada o resultado da avaliação.

1.1.6. A área do MDS responsável pela comunicação digital deverá exigir da contratada medidas corretivas e/ou melhorias nos processos sempre que restar configurada avaliação abaixo da qualificação esperada.

1.1.7. Os apontamentos da reunião de avaliação, bem como as notas concedidas deverão ser registrados em ata devidamente assinada pelos representantes da área do MDS responsável pela comunicação digital e da contratada.

1.1.8. A ata deverá ser parte integrante do processo da contratação de serviços de comunicação digital e cópia dela encaminhada à contratada.

1.1.9. A pontuação para cada quesito será atribuída considerando o grau de atendimento:

1. Não atendeu.
2. Atendeu abaixo do esperado.
3. Atendeu próximo do esperado.
4. Atendeu o esperado.
5. Atendeu mais que o esperado.
6. Atendeu mais que o esperado, com inovação e criatividade

1.2. A nota de desempenho para cada bloco será atribuída considerando a seguinte escala:

1. Nota com valor de 0 a 4,9: BLOCO NÃO ATENDIDO
2. Nota com valor de 5 a 6,9: BLOCO COM ATENDIMENTO INSUFICIENTE
3. Nota com valor de 7 a 8,9: BLOCO ATENDIDO
4. Nota com valor de 9 a 10: BLOCO ATENDIDO COM EXCELÊNCIA

1.3. Blocos para avaliação:

a) Planejamento: Consistência das relações de causa e efeito entre o desafio exposto no briefing e a solução proposta; capacidade de estabelecer relações entre o desafio e as demais informações expostas no briefing; clareza, objetividade, relevância, pertinência e aplicabilidade das soluções apresentadas;

b) Produção de Conteúdo: Qualidade do conteúdo produzido; adequação técnica em relação à pauta; compatibilidade dos serviços entregues com o demandado; tempestividade das interações e moderações; dimensionamento da equipe de produção de conteúdo e de moderação e cumprimento dos prazos de entrega;

c) Atendimento: Qualidade do atendimento prestado à contratante, relacionamento com a contratante; acompanhamento do andamento das demandas; cumprimento de prazo e qualidade das entregas; qualificação da equipe, adequação dos perfis profissionais às atividades constantes no contrato; disponibilidade de atendimento e tempestividade nos retornos às solicitações da contratante relacionadas ao serviço demandado; e

d) Administração e Finanças: Existência de metodologia para gestão de todas as atividades inerentes ao contrato; coordenação e integração das equipes; tempestividade na prestação de contas e correção nas informações e documentação produzida.

1.4. A avaliação de desempenho será considerada pela Contratante para:

- a) Apurar a necessidade de solicitar da contratada as correções que visam maior qualidade no desenvolvimento contratual;
- b) Decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e
- c) Fornecer, quando solicitado pela contratada, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

2. AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO DA CONTRATADA

2.1 A presente avaliação de desempenho visa cumprir o disposto no parágrafo 12 - Fiscalização e Aceitação - do Projeto Básico, que prevê no item 12.10 que "O CONTRATANTE poderá, a seu juízo, avaliar o desempenho da contratada quanto ao planejamento e à execução dos produtos e serviços objeto do contrato a ser firmado".

3. APRESENTAÇÃO

3.1 Este modelo de questionário de avaliação de desempenho de empresa prestadora de serviço de comunicação digital deve ser preenchido pelo dirigente da unidade administrativa incumbida da gestão de comunicação digital ou por seu subordinado imediato, especializado na gestão de comunicação digital, caso em que é obrigatório o endosso do titular da unidade à avaliação, apondo sua assinatura no campo próprio.

3.2. Apesar de a responsabilidade pelas informações prestadas pertencer apenas aos dirigentes da unidade administrativa, recomenda-se que todo o pessoal participante do relacionamento com a empresa prestadora de serviço de comunicação digital avaliada seja ouvido antes do preenchimento do questionário.

3.3. A avaliação do desempenho da empresa prestadora de serviço de comunicação digital contratada está disposta no art. 99 da Instrução Normativa SECOM nº09/2025. De resto, o acompanhamento e fiscalização da execução de contratos firmados por órgãos e entidades da administração pública é obrigação prevista no art. 117 da Lei nº 14.133/2021.

3.4. O objetivo do questionário é ajudar a cumprir essas determinações e a refletir sobre o relacionamento operacional da contratante com a contratada. E, ainda, ajudar a aperfeiçoar esse relacionamento, com benefícios para o desempenho profissional da equipe de comunicação da contratante e para sua comunicação com os públicos de interesse.

3.5. Para orientar o preenchimento do questionário, este modelo de avaliação de empresa prestadora de serviço de comunicação digital foi dividido em quatro blocos (Planejamento, Produção de Conteúdo, Atendimento e Administração/Finanças) e nove quesitos. Deve ser atribuída pontuação para cada quesito, variando de seis (pontuação máxima) a um (mínima). Para cada quesito existe roteiro básico de tópicos a serem considerados.

3.6. Os blocos e quesitos que serão avaliados, bem como a escala de critérios de julgamento são definidos por cada órgão ou entidade:

3.7. A seguir um exemplo de graduação para a avaliação de cada quesito:

- I - Não atendeu.
- II - Atendeu abaixo do esperado.
- III - Atendeu próximo do esperado.
- IV - Atendeu o esperado.
- V - Atendeu mais que o esperado.
- VI - Atendeu mais que o esperado, com inovação e criatividade.

3.8. Cada critério será pontuado individualmente e posteriormente deverá ser feita a média simples de cada bloco.

3.9. A média simples representará a nota de desempenho obtida pela contratada no bloco analisado.

3.10. A nota de cada bloco será atribuída considerando a seguinte escala:

- a) Nota com valor de 0 a 4,9: BLOCO NÃO ATENDIDO
- b) Nota com valor de 5 a 6,9: BLOCO COM ATENDIMENTO INSUFICIENTE
- c) Nota com valor de 7 a 8,9: BLOCO ATENDIDO
- d) Nota com valor de 9 a 10: BLOCO ATENDIDO COM EXCELÊNCIA

3.11. Recomenda-se utilizar o espaço reservado a Comentários e Providências, em todos os casos.

3.12. É possível que a empresa prestadora de serviço de comunicação digital avaliada apresente graus diferenciados de desempenho em relação aos diferentes tópicos abrangidos por um quesito. O espaço reservado aos comentários serve, entre outras finalidades, para registrar esses matizes e variações.

3.13. Utilizar esse espaço para informar também as providências que foram ou estão sendo adotadas para melhorar o desempenho da contratada.

3.14. Ressalte-se que os registros feitos neste instrumento de avaliação poderão vir a ser objeto de análise dos órgãos de controle interno e externo, especialmente os comentários e providências.

ANEXO - I

Formulário de Avaliação de Desempenho Nome da contratante:
Início da vigência do contrato:
Período avaliado:
Unidade Administrativa gestora da comunicação digital:
Nome do titular da Unidade Administrativa:

Nome(s) e cargo(s) do(s) avaliador(es):

NOME DA EMPRESA AVALIADA

4. BLOCO PLANEJAMENTO

4.1. Planejamento Estratégico

4.1.1. Produtos que integram a avaliação do Planejamento Estratégico: Diagnóstico e Matriz Estratégica; Planejamento Estratégico de Comunicação Institucional Nacional e Regional; Planejamento Estratégico de Comunicação digital Internacional; Benchmarking Nacional e Regional e Benchmarking Internacional.

4.1.2. Critérios de avaliação (marcar a nota com um X):

a) Cumprimento do prazo de entrega

6	5	4	3	2	1

b) Consistência e relevância do conteúdo produzido

6	5	4	3	2	1

c) Presença e correção nos itens solicitados para integrarem o diagnóstico e/ou o planejamento

6	5	4	3	2	1

--	--	--	--	--	--

d) Aplicabilidade das análises produzidas e soluções propostas

6	5	4	3	2	1

e) Entregáveis compatíveis com o demandado e com qualidade no padrão exigido

6	5	4	3	2	1

4.2. Planejamento Tático

4.2.1. Produtos que integram a avaliação do Planejamento Tático: Plano de Comunicação Temático Nacional e Regional e Plano de Comunicação Temático Internacional.

4.2.2. Critérios de avaliação (marcar a nota com um X):

a) Cumprimento do prazo de entrega

6	5	4	3	2	1

b) Consistência e relevância da solução desenvolvida

6	5	4	3	2	1

c) Atendimento ao briefing

6	5	4	3	2	1

d) Presença e correção nos itens solicitados para integrarem o produto final

6	5	4	3	2	1

e) Aplicabilidade das análises produzidas e soluções propostas

6	5	4	3	2	1

--	--	--	--	--	--

f) Entregáveis compatíveis com o demandado e com qualidade no padrão exigido

6	5	4	3	2	1

4.3. Comentários às notas e informação de providências adotadas ou em fase de adoção:

I - Aspecto positivo:

II - Aspecto negativo:

III - Providência:

4.4. Planejamento Tático

4.4.1. Produtos que integram a avaliação do Planejamento Tático: Plano de Comunicação Temático Nacional e Regional e Plano de Comunicação Temático Internacional.

4.4.2. Critérios de avaliação (marcar a nota com um X):

a) Cumprimento do prazo de entrega

6	5	4	3	2	1

b) Consistência e relevância da solução desenvolvida

6	5	4	3	2	1

c) Atendimento ao briefing

6	5	4	3	2	1

d) Presença e correção nos itens solicitados para integrarem o produto final

6	5	4	3	2	1

e) Aplicabilidade das análises produzidas e soluções propostas

6	5	4	3	2	1

--	--	--	--	--	--

f) Entregáveis compatíveis com o demandado e com qualidade no padrão exigido

6	5	4	3	2	1

4.5. Comentários às notas e informação de providências adotadas ou em fase de adoção:

I - Aspecto positivo:

II - Aspecto negativo:

III - Providência:

4.6. Análise e Monitoramento de Mídia

4.6.1. Produtos que integram o quesito Análise de Mídia Impressa Regional e Nacional; Análise de Mídia Impressa Internacional; Análise de Mídia Televisiva Regional e Nacional; Análise de Mídia Televisiva Internacional; Mapa de Temas Sensíveis Nacional e Regional; Mapa de temas sensíveis Internacional; Mapa de Influenciadores Nacional e Regional; Mapa de influenciadores Internacional; Clipping - Rádio; Clipping internacional - jornais, revistas e portais de notícias; Clipping - TV Internacional; Auditoria de Exposição no Brasil; Auditoria de Exposição no Brasil - Tema Específico; Auditoria de Exposição do Brasil no Exterior; Auditoria de Exposição do Brasil no Exterior - Tema Específico; Avaliação da Percepção de Imagem Nacional e Regional e Avaliação da Percepção de Imagem Internacional.

4.6.2. Critérios de avaliação (marcar a nota com um X):

a) Cumprimento do prazo de entrega

6	5	4	3	2	1

b) Atendimento ao briefing

6	5	4	3	2	1

c) Qualidade e relevância das análises produzidas

6	5	4	3	2	1

d) Presença e correção nos itens solicitados para integrarem os relatórios produzidos

6	5	4	3	2	1

e) Aplicabilidade das análises produzidas

--	--	--	--	--	--

6	5	4	3	2	1

f) Entregáveis compatíveis com o demandado e com qualidade no padrão exigido

6	5	4	3	2	1

4.7. Comentários às notas e informação de providências adotadas ou em fase de adoção:

I - Aspecto positivo:

II - Aspecto negativo:

III - Providência:

4.8. Média do bloco PLANEJAMENTO

Não Atendido 0 a 4,9	Atendimento Insuficiente 5 a 6,9	Atendido 7 a 8,9	Atendido com Excelência 9 a 10

5. BLOCO PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

5.1. Conteúdo

5.1.1. Produtos que integram a avaliação de Produção de Conteúdo: Projeto Editorial Nacional e Regional; Projeto Editorial Internacional; Elaboração de Pauta para Imprensa; Elaboração de Pauta para Imprensa Estrangeira; Elaboração de Pauta para Imprensa Estrangeira; Produção de conteúdos textuais para imprensa em Língua Portuguesa; Edição de conteúdos textuais para imprensa em Língua Portuguesa; Elaboração de texto em língua estrangeira; Edição e revisão de texto de língua estrangeira; Entrevistas Coletivas no Brasil; Entrevistas Coletivas no Exterior; Tradução para Idioma Especial; Intérprete Simultâneo; Intérprete de Idioma Especial; Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas; Conteúdo para apresentação em Língua Portuguesa; Conteúdo para apresentação em Língua Estrangeira; Diagramação e animação de Apresentação em Língua Portuguesa e Diagramação e animação de Apresentação em Idioma Estrangeiro.

5.1.2. Critérios de avaliação (marcar a nota com um X):

a) Cumprimento do prazo de entrega

6	5	4	3	2	1

b) Qualidade do conteúdo produzido e/ou conteúdo publicado sem erros

6	5	4	3	2	1

c) Adequação técnica em relação à pauta

6	5	4	3	2	1
---	---	---	---	---	---

d) Entregáveis compatíveis com o demandado e com qualidade no padrão exigido

6	5	4	3	2	1

5.1.3. Comentários às notas e informação de providências adotadas ou em fase de adoção:

I - Aspecto positivo:

II - Aspecto negativo:

III - Providência:

5.2. Conteúdo Audiovisual

5.2.1. Produtos que integram o quesito Conteúdo Audiovisual: Fotografia para acervo de imagem no Exterior; Cobertura fotográfica para agenda de porta-vozes no Exterior; Reportagem em Vídeo (Vídeo Release) no Exterior; Vídeo Depoimento para Imprensa e Públicos Influenciadores no Exterior; Captação de Vídeos no Exterior; Edição de Vídeos no Exterior; Legendagem no exterior; Locução ou dublagem em idioma estrangeiro (Inglês, Espanhol, Francês ou Alemão) em vídeo; Captação e Edição de Áudio no Exterior para Imprensa e Públicos Influenciadores; Podcast no Exterior e Banco de Mídias.

5.2.2. Critérios de avaliação (marcar a nota com um X):

a) Cumprimento do prazo de entrega

6	5	4	3	2	1

b) Qualidade do conteúdo produzido

6	5	4	3	2	1

c) Qualidade técnica do material produzido

6	5	4	3	2	1

d) Adequação técnica em relação à pauta e/ou ao roteiro aprovado

6	5	4	3	2	1

e) Entregáveis compatíveis com o demandado e com qualidade no padrão exigido

6	5	4	3	2	1

5.2.3. Comentários às notas e informação de providências adotadas ou em fase de adoção:

I - Aspecto positivo:

II - Aspecto negativo:

III - Providência:

5.3. Média do bloco PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

Não Atendido 0 a 4,9	Atendimento Insuficiente 5 a 6,9	Atendido 7 a 8,9	Atendido com Excelência 9 a 10

6. BLOCO ATENDIMENTO

6.1. Atendimento

- Conhecimento da contratante, da sua área de atuação e dos desafios de comunicação;
- Disponibilidade, pontualidade, rapidez e tempestividade;
- Eficácia da sistemática de registro de reuniões/visitas/telefonemas e no acompanhamento de pendências (follow-up);
- Objetividade e racionalidade. Interesse e disponibilidade para debater e considerar opiniões diversas das da contratada. Honestidade e franqueza na defesa de trabalhos e opiniões;
- Maturidade e experiência. Capacidade de identificar e relatar antecipadamente problemas, evitando que fiquem fora de controle. Otimismo e flexibilidade nos momentos críticos;
- Capacidade de manter o trabalho da contratada dentro do planejamento estratégico;
- Entrosamento com todas as áreas da contratada. Capacidade de relacionar-se positivamente com as equipes das áreas-fim da contratante;
- Rapidez na correção de falhas de procedimento apontadas. Capacidade de manter padrão de qualidade adequado nos materiais trazidos para aprovação: materiais bem-elaborados e amadurecidos no âmbito da contratada, quanto à forma e ao conteúdo; e
- Confiabilidade

6.1.1. Critérios de avaliação (marcar a nota com um X):

6	5	4	3	2	1

6.1.2. Comentários à nota e informação de providências adotadas ou em fase de adoção:

I - Aspecto positivo:

II - Aspecto negativo:

III - Providência:

6.2. Atendimento Global

- Participação e envolvimento dos dirigentes da contratada;
- Capacidade de atuar decisivamente e fornecer resultados de qualidade;
- Qualificação do conjunto de profissionais alocados ao atendimento da conta, em todas as áreas da contratada. Observância da prática de consultar a contratante antes da substituição de profissionais alocados a seu atendimento;
- Tempestividade e pontualidade das soluções para os problemas apresentados;
- Estrutura, na cidade-sede da contratante, compatível com as necessidades deste;
- Cumprimento dos compromissos assumidos por ocasião da licitação, inclusive os relacionados a custos; e
- Envolvimento global com os problemas e necessidades da contratante

6.2.1. Critérios de avaliação (marcar a nota com um X):

6	5	4	3	2	1

6.2.2. Comentários à nota e informação de providências adotadas ou em fase de adoção:

I - Aspecto positivo:

II - Aspecto negativo:

III - Providência:

6.3. Média do bloco ATENDIMENTO

Não Atendido 0 a 4,9	Atendimento Insuficiente 5 a 6,9	Atendido 7 a 8,9	Atendido com Excelência 9 a 10

7. ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS

7.1. Administração

- Organização;
- Integração das equipes; e
- Entrosamento com o atendimento

7.1.1. Critérios de avaliação (marcar a nota com um X):

6	5	4	3	2	1

7.1.2. Comentários à nota e informação de providências adotadas ou em fase de adoção:

I - Aspecto positivo:

II - Aspecto negativo:

III - Providência:

7.2. Finanças

- Tempestividade na prestação de contas;
- Correção dos dados e documentos;
- Tempestividade e forma de apresentação de faturas; e
- Entrosamento com o atendimento

7.2.1. Critérios de avaliação (marcar a nota com um X):

6	5	4	3	2	1

7.2.2. Comentários à nota e informação de providências adotadas ou em fase de adoção:

I - Aspecto positivo:

II - Aspecto negativo:

III - Providência:

7.3. Média do bloco ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS

Não Atendido 0 a 4,9	Atendimento Insuficiente 5 a 6,9	Atendido 7 a 8,9	Atendido com Excelência 9 a 10

CONCLUSÃO GERAL
Comentário geral sobre a avaliação realizada.

AVALIADORES
NOME
Cargo NOME
Cargo

18. Apêndice IV

APÊNDICE IV

INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO DE RESULTADO - IMR

1. DA DEFINIÇÃO

1.1. Este documento apresenta critérios de avaliação da qualidade dos serviços, mecanismos de cálculo, forma de acompanhamento e adequações de pagamento por eventual não atendimento das atividades estabelecidas.

2. DOS MECANISMOS DE CÁLCULO, FORMA DE ACOMPANHAMENTO E ADEQUAÇÕES DE PAGAMENTO

2.1. Os serviços e produtos da CONTRATADA serão avaliados por meio de vários aspectos a serem considerados na avaliação da atividade, previstos no Apêndice I do Termo de Referência.

2.2. A pontuação de qualidade dos serviços pode resultar em valores entre 0 (zero) e 100 (cem), correspondentes respectivamente às situações de serviço desprovido de qualidade e serviço com qualidade elevada.

2.3. Os produtos demandados e descritos na Ordem de Serviço (OS) somente serão aceitos caso executados em sua plenitude, devendo os itens neles constantes serem entregues em sua integralidade.

2.4. As tabelas abaixo apresentam os critérios e os mecanismos de cálculo da pontuação de qualidade e seguem a numeração dos serviços descritos no Apêndice I do Termo de Referência.

DESIGN

nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*	Nota dos aspectos
	Adaptação ou Replicação de Tela	Cumprimento do prazo	14	7	0	
		Adoção das fontes e insumos fornecidos pelo Ministério	14	7	0	
		Tempestividade no atendimento	14	7	0	
		Aderência à pauta	14	7	0	
		Qualidade do conteúdo produzido	15	8	0	
		Correção ortográfica	15	8	0	
		Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal	14	6	0	
Total de pontos do serviço avaliado			100	50	0	

*Justificativas:

nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*	Nota dos aspectos
-----------------	---------	----------------------------	-----------------------------	-----------------------	--------------	-------------------

	Elemento Gráfico para Propriedade Digital	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Qualidade técnica das atividades realizadas	20	10	0	
		Tempestividade no atendimento.	20	10	0	
		Qualidade na interação com o demandante.	20	10	0	
		Precisão na documentação das atividades.	20	10	0	
Total de pontos do serviço avaliado			100	50	0	
*Justificativas:						

APRESENTAÇÃO

n° da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*	Nota dos aspectos
	Roteirização e Diagramação de apresentação	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Indicadores e métricas de mensuração de desempenho (qualidade e eficiência)	20	10	0	
		Tempestividade no atendimento.	20	10	0	
		Acuidade demonstrada na análise do briefing	20	10	0	
		Assertividade das conclusões	20	10	0	
Total de pontos do serviço avaliado			100	50	0	
*Justificativas:						

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

n° da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*	Nota dos aspectos
		Cumprimento do prazo	20	10	0	

Diagnóstico e Matriz Estratégica	Análise da atuação da ativação nas Redes Sociais	20	10	0	
	Tempestividade no atendimento.	20	10	0	
	Qualidade na interação com o demandante.	20	10	0	
	Precisão na documentação das atividades.	20	10	0	
Total de pontos do serviço avaliado		100	50	0	

*Justificativas:

n° da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*	Nota dos aspectos
	Diagnóstico de Saúde Digital de Marca ou Tema	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Análise dos principais influenciadores (detratores, evangelistas, etc.) em fichas individualizadas;	20	10	0	
		Análise da saúde do tema (por polarização – positivo/negativo);	20	10	0	
		Análise da percepção do público (consumidores, cidadãos ou usuários) sobre o segmento de atuação em que a marca está inserida. O estudo deve permitir um detalhamento claro sobre o formato do mercado nas redes sociais, indicando a melhor maneira de trabalhá-lo.	20	10	0	
		Análise de rankings de assuntos mais e menos falados;	20	10	0	
Total de pontos do serviço avaliado			100	50	0	

*Justificativas:

PLANEJAMENTO TÁTICO

n° da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente
		Cumprimento do prazo	16	8

Arquitetura d e Propriedade Digital	Aproveitamento dos módulos criados, quando recomendável.	17	8
	Aproveitamento da estrutura e elementos globais desenvolvidos, quando recomendável.	17	8
	Espaço editorial obtido (mídia espontânea)	16	8
	Adaptação de elementos gráficos e estilos definidos.	17	9
	Produção de protótipos navegáveis no <i>wireframe</i> .	17	9
Total de pontos do serviço avaliado		100	50

*Justificativas:

n° da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	Nã o cumpriu*	Nota d os aspectos
	Projeto Editorial	Cumprimento do prazo	16	8	0	
		Indicação de produção de novos conteúdos, com definição de pautas	17	8		
		Relevância do veículo de comunicação e do profissional de mídia contatado, em termos do alcance de público e do seu potencial como formador de opinião.	17	8	0	
		Espaço editorial obtido (mídia espontânea)	16	8	0	
		Alinhamento da pauta às prioridades estratégicas do CONTRATANTE.	17	9	0	
		Detalhamento das diretrizes a serem seguidas para chamadas, textos e posts, imagens, infográficos, vídeos e outros conteúdos (formato, frequência de publicação)	17	9		
Total de pontos do serviço avaliado			100	50	0	

*Justificativas:

OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	Nã o cumpriu*	Nota d os aspectos
		Cumprimento do prazo	25	12	0	

Migração d e Conteúdo	Indicação dos conteúdos que podem ser migrados por meio de script e dos que devem ser migrados manualmente	25	12	0	
	Orientações para a execução de backup de conteúdo	25	13	0	
	Seleção, indicação e consolidação de conteúdos em planilha	25	13	0	
Total de pontos do serviço avaliado		100	50	0	

MÉTRICAS E AVALIAÇÕES

OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	N ã o cumpriu*	Nota dos aspectos
	Análise de tráfego de rede e usabilidade	Cumprimento do prazo	25	12	0	
		Atender ou responder às necessidades e/ou problemática apontada pela ASCOM/MDS	25	12	0	
		Qualidade da análise realizada.	25	13	0	
		Alinhamento da pauta às prioridades estratégicas	25	13	0	
Total de pontos do serviço avaliado						

CONTEÚDO

nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	N ã o cumpriu*	Nota dos aspectos
	Capacitação para Publicação de Conteúdo	Cumprimento do prazo	20	10	0	
		Qualidade, consistência e aplicabilidade do roteiro	20	10	0	
		Qualidade, consistência e aplicabilidade do roteiro	20	10	0	
		Pertinência das atividades práticas e simulações realizadas no treinamento com as situações reais vivenciadas pelo Ministério	20	10	0	
		Avaliação do participante	20	10	0	
Total de pontos do serviço avaliado			100	50	0	

*Justificativas:						
n° da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (ponts)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*	Nota dos aspectos
	Publicação de Conteúdo	Cumprimento do prazo	33	16	0	
		Tempestividade no atendimento	34	17	0	
		Qualidade do conteúdo publicado	33	17	0	
Total de pontos do serviço avaliado			100	50	0	
*Justificativas:						

PEÇAS DIGITAIS

n° da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (ponts)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*	Nota dos aspectos
	Criação de nome, identidade visual, conceito e marca	Cumprimento do prazo	33	16	0	
		Abrangência do monitoramento.	34	17	0	
		Qualidade técnica das atividades realizadas	33	17	0	
Total de pontos do serviço avaliado			100	50	0	

*Justificativas:						
------------------	--	--	--	--	--	--

n° da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (ponts)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*	Nota dos aspectos
	Criação de infográfico, ilustração, organograma e fluxograma	Cumprimento do prazo	33	16	0	
		Adequação ao briefing.	34	17	0	

		Clareza, didatismo, objetividade, criatividade e atratividade visual	33	17	0	
Total de pontos do serviço avaliado			100	50	0	

*Justificativas:

n° da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*	Nota dos aspectos
	Banner	Cumprimento do prazo	33	16	0	
		Adequação ao <i>briefing</i>	34	17	0	
		Clareza, objetividade, criatividade, atratividade, correção ortográfica	33	17	0	
Total de pontos do serviço avaliado			100	50	0	

*Justificativas:

TECNOLOGIA

n° da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*
	Criação e administração de listas de contatos e envio de Mensagens Instantâneas	Aplicação de sistema de adesão de usuários	20	10	0
		Busca de soluções tecnológicas para a criação da base de usuários	20	10	0
		Manutenção de lista de contatos	20	10	0
		Formatação de mensagens: curadoria do conteúdo de acordo com as características/interesses de cada lista de contrato.	20	10	0
		Assertividade das conclusões	20	10	0
Total de pontos do serviço avaliado			100	50	0

*Justificativas:

n° da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*	Nota dos aspectos
	Análise e aplicação de Pontos por Função Plone	Cumprimento do prazo	33	16	0	
		Adequação e consistência das análises	34	17	0	
		Aderência as diretrizes de comunicação digital do Governo Federal	33	17	0	
Total de pontos do serviço avaliado			100	50	0	

*Justificativas:

n° da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*	Nota dos aspectos
	SEO - Search Engine Optimization	mapa de posicionamento e popularidade	25	12	0	
		Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo Ministério	25	12	0	
		Criação de robô.txt para facilitar a análise dos buscadores identifiquem o conteúdo	25	13	0	
		Análise de conteúdo e do código das páginas, visando identificar oportunidades de melhoria.	25	13	0	
Total de pontos do serviço avaliado			100	50	0	

*Justificativas:

VÍDEO

n° da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*	Nota dos aspectos
	Transmissão ao Vivo para Ambiente Digital	Cumprimento do prazo	25	12	0	
		Indicação e provimento de soluções tecnológicas para transmissão ao vivo de áudio e vídeo	25	12	0	

	Suporte de tecnologia e atendimento para equipe local	25	13	0	
	Gravação do vídeo	25	13	0	
Total de pontos do serviço avaliado		100	50	0	

*Justificativas:

n° da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*	Nota dos aspectos
	Elaboração e edição de entrevista, clipe, reportagem de vídeo para portal, redes sociais e mídia digital.	Cumprimento do prazo	25	12	0	
		Qualidade técnica e editorial do material em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado	25	12	0	
		Tempestividade no atendimento ou na resposta às necessidades e/ou problemática apontada pelo Ministério	25	13	0	
		Observância das normas de correção ortográfica e a legislação.	25	13	0	
Total de pontos do serviço avaliado			100	50	0	

*Justificativas:

n° da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*	Nota dos aspectos
	Vídeo Depoimento	Cumprimento do prazo	25	12	0	
		Avaliação do vídeo em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado	25	12	0	
		Qualidade técnica do material	25	13	0	
		Qualidade editorial do material	25	13	0	
Total de pontos do serviço avaliado			100	50	0	

*Justificativas:

nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*	Nota dos aspectos
	Vídeo Animação	Cumprimento do prazo	25	12	0	
		Avaliação do vídeo em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado	25	12	0	
		Qualidade técnica do material	25	13	0	
		Qualidade editorial do material	25	13	0	
Total de pontos do serviço avaliado			100	50	0	

*Justificativas:

nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*	Nota dos aspectos
	Reedição de Vídeo	Cumprimento do prazo	25	12	0	
		Qualidade Técnica	25	12	0	
		Realização dos ajustes apontados	25	13	0	
		Observância das normas de correção ortográfica e a legislação.	25	13	0	
Total de pontos do serviço avaliado			100	50	0	

*Justificativas:

nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*	Nota dos aspectos
	Libras Para Vídeo	Cumprimento do prazo	25	12	0	
		Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo Ministério	25	12	0	
		Qualidade técnica	25	13	0	

	Atendimento ao descritivo do item	25	13	0	
Total de pontos do serviço avaliado		100	50	0	
*Justificativas:					

REDES SOCIAIS

nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*	Nota dos aspectos
	Conteúdo para Redes Sociais	Cumprimento do prazo	25	12	0	
		Adoção das fontes e insumos fornecidos pelo Ministério	25	12	0	
		Tempestividade no atendimento	25	13	0	
		Aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Federal	25	13	0	
Total de pontos do serviço avaliado			100	50	0	

*Justificativas:						
------------------	--	--	--	--	--	--

nº da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*	Nota dos aspectos
	Moderação em Redes Sociais	Acompanhamento permanente dos perfis (24 horas, 7 dias por semana)	25	12	0	
		Leitura e classificação (neutra, positiva e negativa) de todas as interações	25	12	0	
		Elaboração e postagem de respostas	25	13	0	
		Análise das ações realizadas e recomendações de melhorias	25	13	0	
Total de pontos do serviço avaliado			100	50	0	

*Justificativas:						
------------------	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--

n° da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*	Nota dos aspectos
	Monitoramento Online - Análise de Jornais, Revistas, Blogs, Redes Sociais e Portais de Notícias	Atendimento dos prazos estipulados pelos entregáveis	50	25	0	
		Qualidade técnica das atividades realizadas	50	25	0	
Total de pontos do serviço avaliado			100	50	0	
*Justificativas:						

ATENDIMENTO DE DEMANDAS

n° da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*	Nota dos aspectos
	Receber, coordenar, articular, encaminhar e acompanhar as demandas de comunicação das unidades do órgão	Cumprimento do prazo.	33	17	0	
		Capacidade de atendimento em relação ao volume de demandas	34	17	0	
		Qualidade na interação com o demandante	33	16	0	
Total de pontos do serviço avaliado			100	50	0	
*Justificativas:						

ELABORAÇÃO DE PLANOS DE COMUNICAÇÃO

n° da OS / Data	Serviço	Aspectos a serem avaliados	Cumpriu totalmente (pontos)	Cumpriu parcialmente*	Não cumpriu*	Nota dos aspectos

Elaboração de plano de comunicação de acordo com briefing da contratante	Cumprimento do prazo.	33	16	0	
	Cumprimento da estrutura mínima	33	17	0	
	Qualidade técnica das atividades realizadas	34	17	0	
Total de pontos do serviço avaliado		100	50	0	
*Justificativas:					

3. DAS FAIXAS DE AJUSTE DO PAGAMENTO

3.1. As pontuações de qualidade devem ser totalizadas para os serviços indicados em cada Ordem de Serviço, conforme métodos apresentados nas tabelas acima.

3.2. Pontuação de qualidade do serviço = soma de todos os aspectos considerados na avaliação da atividade.

3.3. A aplicação dos critérios de averiguação da qualidade resultará em uma pontuação final para cada aspecto a ser avaliado, correspondente à soma das pontuações obtidas em cada indicador, conforme indicado abaixo:

3.4. Os valores devidos por cada serviço devem ser ajustados pela pontuação de qualidade, conforme tabela e fórmula apresentadas abaixo:

Faixas de pontuação de qualidade do serviço	Pagamentos devidos
De 81 a 100	100% do valor correspondente ao serviço
De 61 a 80	90% do valor correspondente ao serviço
De 50 a 60	80% do valor correspondente ao serviço
Menos que 50	Produto inaceitável

3.5. Os pagamentos devidos na ordem de serviço correspondem ao somatório de pontos dos aspectos a serem avaliados de cada serviço.

3.6. Os produtos com pontuações de qualidade inferiores a 50 pontos são inaceitáveis e devem ser recusados, não gerando à CONTRATADA qualquer direito ao recebimento pela execução dos serviços.

3.7. A Aplicação de descontos decorrentes de fatores do IMR não substitui ou impede a aplicação de sanções previstas no Edital ou na legislação.

19. Apêndice V

APÊNDICE V

TERMO DE SIGILO E CONFIDENCIALIDADE

SUBCOMISSÃO TÉCNICA

Eu, (qualificação: nome, nacionalidade, CPF, identidade (número, data e órgão de expedição)), declaro ter ciência inequívoca da legislação sobre o tratamento da informação e me comprometo, sob pena de responsabilização penal, civil e administrativa, a:

- a) Guardar o sigilo necessário sobre as informações e materiais de acesso restrito relativos à Licitação Presencial nº XX/2026, sob pena de responsabilidade penal, civil e administrativa;
- b) Tratar as informações identificadas em qualquer tipo de sigilo ou os materiais de acesso restrito que me forem fornecidos e preservar o seu sigilo, de acordo com a legislação vigente;
- c) Preservar o conteúdo das informações identificadas em qualquer tipo de sigilo, ou dos materiais de acesso restrito, sem divulgá-lo a terceiros;
- d) Não praticar quaisquer atos que possam afetar o sigilo ou a integridade das informações identificadas em qualquer tipo de sigilo, ou dos materiais de acesso restrito;
- e) Não adentrar ou permanecer na sala onde serão realizados os trabalhos de análise e julgamento das propostas portando: (i) bolsas; (ii) mochilas; (iii) smartphones ou celulares; (iv) tablets; (v) notebooks; (vi) scanners; (vii) máquinas fotográficas ou qualquer outro equipamento eletrônico ou pertence pessoal que não seja necessário à realização dos trabalhos, devendo deixar os pertences pessoais em local externo à sala.
- f) Não copiar ou reproduzir, por qualquer meio ou modo: (i) informações identificadas em qualquer tipo de sigilo; (ii) informações relativas aos materiais de acesso restrito.
- g) Não deixar a sala privativa onde se realizarão os trabalhos portando qualquer documento, material ou rascunhos produzidos e /ou utilizados nas sessões de julgamento;
- h) Nunca permanecer ou deixar outro membro da Subcomissão Técnica sozinho na sala onde serão realizados os trabalhos de análise e julgamento das propostas, devendo sempre permanecer os três membros na citada sala;
- i) Descartar, por meio de fragmentação, quaisquer documentos, materiais ou rascunhos produzidos e/ou utilizados, quando não houver mais necessidade de reutilização ou de arquivamento dos mesmos no processo da licitação.
- j) Durante a realização dos trabalhos, manter os arquivos eletrônicos produzidos e/ou utilizados salvos apenas no disco rígido do computador disponível na sala onde serão realizados os trabalhos de análise e julgamento das propostas;
- k) Ao efetuar a impressão das fichas de avaliações individuais e das planilhas de consolidação das notas e pontuações com as respectivas justificativas, além de outros documentos que a Subcomissão Técnica achar necessários, checar a integridade e completude das informações impressas de acordo com o registrado nos arquivos eletrônicos, a fim de evitar a perda de parte ou da totalidade desses dados.
- l) Concluídos os trabalhos, acondicionar as fichas de avaliações individuais e as planilhas de consolidação das notas e pontuações com as respectivas justificativas, além de outros documentos porventura necessários à instrução do processo, em envelopes e lacrá-los, colhendo a assinatura de todos os membros da Subcomissão Técnica na parte externa do invólucro.
- m) Apagar/deletar, por completo, do disco rígido do computador (inclusive da lixeira), os arquivos eletrônicos produzidos e/ou utilizados, inclusive para rascunho, nas sessões de julgamento, quando não houver mais necessidade de reutilização ou de arquivamento dos mesmos no processo da licitação.
- n) Salvar em pendrive e acondicioná-las em envelope lacrado os arquivos eletrônicos porventura necessários à instrução do processo de licitação, colhendo a assinatura de todos os membros da Subcomissão Técnica na parte externa do invólucro.
- o) Ao final dos trabalhos da Subcomissão Técnica, solicitar a presença do Presidente da Comissão de Licitação à sala privativa para entrega e recepção do(s) envelope(s) lacrado(s) contendo os documentos impressos e, se for o caso, as mídias físicas ou removíveis.

Por estar ciente e de acordo com o presente Termo, o assino.

Membro da Subcomissão Técnica

(Qualificação e assinatura)

20. Apêndice VI

APÊNDICE VI

TERMO DE CONDUTA PARA COMUNICAÇÃO DIGITAL

Este Termo de Conduta para Comunicação Digital ("Termo") é celebrado entre o **Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome** ("Contratante") e a empresa **[NOME DA EMPRESA]** ("Contratada"), inscrita no CNPJ sob o nº [CNPJ], com sede em [ENDEREÇO], representada por seu responsável legal, conforme poderes outorgados.

OBJETO

O presente Termo tem como objetivo estabelecer diretrizes, princípios e regras para a atuação da Contratada na prestação de serviços de comunicação digital, assegurando alinhamento com as diretrizes institucionais do Contratante e garantindo o cumprimento das normas legais e éticas vigentes.

1. PRINCÍPIOS GERAIS

- 1.1. A comunicação digital realizada pela Contratada deverá estar em conformidade com os princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência, previstos no artigo 37 da Constituição Federal.
- 1.2. A atuação da Contratada deverá prezar pela transparência, veracidade, respeito e ética em todas as interações digitais.
- 1.3. É vedado o uso da comunicação digital para fins que não estejam diretamente relacionados aos interesses institucionais do Contratante.

2. BOAS PRÁTICAS NA COMUNICAÇÃO DIGITAL

2.1. A produção e publicação de conteúdos digitais devem observar os seguintes critérios:

- a) Precisão e fidedignidade das informações divulgadas;
- b) Clareza, objetividade e acessibilidade da linguagem;
- c) Atendimento às diretrizes de identidade visual institucional;
- d) Respeito à legislação vigente sobre direitos autorais, proteção de dados pessoais (Lei nº 13.709/2018 – LGPD) e propriedade intelectual.

2.2. A Contratada deve atuar com diligência na moderação de conteúdos em canais digitais oficiais do Contratante, excluindo ou reportando, conforme o caso:

- a) Comentários ou publicações ofensivas, discriminatórias ou ilegais;
- b) Fake news, desinformação ou conteúdos difamatórios;
- c) Propagação de discursos de ódio, violência ou preconceito de qualquer natureza;

d) Publicidade ou conteúdos comerciais não autorizados.

3. USO ADEQUADO DAS REDES SOCIAIS E PLATAFORMAS DIGITAIS

3.1. A Contratada deverá respeitar a identidade institucional do Contratante e evitar manifestações de cunho pessoal ou político-partidário em suas publicações e interações digitais.

3.2. O acesso a contas institucionais e sistemas digitais será restrito aos profissionais previamente autorizados, sendo vedado o compartilhamento indevido de credenciais de acesso.

3.3. Em caso de incidente de segurança da informação, a Contratada deverá comunicar imediatamente ao Contratante, adotando as medidas cabíveis para mitigação de riscos.

4. RESPONSABILIDADES DA CONTRATADA

4.1. A Contratada deverá cumprir integralmente as diretrizes estabelecidas neste Termo e demais normativos aplicáveis à comunicação digital institucional.

4.2. A empresa assume a responsabilidade pelos atos praticados por sua equipe no âmbito da prestação dos serviços contratados, incluindo publicações, interações e moderação de conteúdo.

4.3. O descumprimento das disposições deste Termo poderá resultar em advertência, suspensão ou, conforme a gravidade, rescisão contratual, sem prejuízo das sanções legais aplicáveis.

5. VIGÊNCIA E DISPOSIÇÕES GERAIS

5.1. Este Termo entra em vigor na data de sua assinatura e permanecerá válido durante todo o período de execução contratual.

5.2. Qualquer alteração nas regras estabelecidas deverá ser formalizada por meio de termo aditivo, com anuência das partes.

5.3. Os casos omissos serão resolvidos com base na legislação vigente e nos princípios da administração pública.

Contratante:

Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome
[Nome e Cargo do Representante]

Contratada:

[NOME DA EMPRESA]
[Nome e Cargo do Representante]

Data: ____/____/____

21. Apêndice VII

APÊNDICE VII

APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

1. FORMA DE APRESENTAÇÃO

1.1. A licitante deverá apresentar sua Proposta de Preços:

- em caderno único, em papel que a identifique, com suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- datada, assinada na última página e rubricada nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

À Comissão de Contratação,

Concorrência nº XX/2025 – MDS

Declaramos que, caso essa licitante venha a ser contratada pelo CONTRATANTE, como resultado da concorrência em epígrafe, adotaremos os seguintes preços na execução do contrato:

1. percentual de desconto de% (.....por cento), a ser concedido ao CONTRATANTE, incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de Produtos e Serviços Essenciais, constante do Apêndice I do Edital desta concorrência; e

Declaramos ainda que:

- a. os direitos patrimoniais sobre autoria dos conteúdos, bem como os direitos de uso dos dados coletados, incluídos os estudos, análises e planos elaborados por esta licitante, por meio de nossos empregados ou prepostos, em decorrência da execução do contrato, passam a ser integralmente do CONTRATANTE;

a1) consideram-se incluídos os valores equivalentes à remuneração desses direitos, mencionados na alínea 'a', na remuneração dos produtos e serviços; a2) o CONTRATANTE poderá, a seu juízo, utilizar os direitos referidos na alínea 'a' durante a vigência do contrato a ser celebrado, e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus;

- b. nos preços dos Produtos e Serviços Essenciais, decorrentes do percentual de desconto acima proposto, estão incluídos todos os nossos custos internos, diretos e indiretos, tais como: despesas com planejamento e apresentações; encargos sociais e trabalhistas de mão de obra; equipamentos (*hardware*), programas (*software*); tributos (impostos e taxas); seguros; e demais obrigações

financeiras, de qualquer natureza, envolvidas na execução do objeto do contrato e não será pleiteado nenhum ressarcimento relacionado a esses custos;

- c. os percentuais acima propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirão direito de pleitear nenhuma alteração posterior, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto, na vigência do contrato caso seja firmado;
- d. comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores especializados, transferindo ao

CONTRATANTE todas as vantagens obtidas;

d1) garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores especializados, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo do CONTRATANTE, nos termos do item XX do Termo de Referência do Edital desta concorrência;

- e. manteremos, por nós e por nossos prepostos, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer informações que nos sejam fornecidas.
- f. estamos cientes de que o CONTRATANTE procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei;
- g. esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital desta concorrência e tem validade de (.....) dias, contados de sua apresentação.

Por fim, informamos os seguintes dados:

Nome empresarial:
Endereço:

CEP:

CNPJ:

Inscrição Estadual ou Municipal:

Local de data

<nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais>

1.2.1. O percentual de desconto, a ser concedido ao MDS, incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de Produtos e Serviços Essenciais ficará a cargo da licitante por ocasião da elaboração da sua proposta de preço, devendo ser observada a remuneração mínima estabelecida no Edital.

1.2.1.1. Nos preços unitários dos Produtos e Serviços Essenciais estão incluídos todos os custos internos da licitante, diretos e indiretos, tais como: despesas com planejamento e apresentações; encargos sociais e trabalhistas de mão de obra; mobiliário; equipamentos (*hardware*); suprimentos em geral; acesso à internet por meio de banda larga (com e sem fio); microcomputadores; *softwares*; equipamentos de cobertura em foto e vídeo; ferramentas tecnológicas; tributos (impostos e taxas); seguros; e demais obrigações financeiras, de qualquer natureza, envolvidas na execução do objeto do contrato e não será pleiteado nenhum ressarcimento relacionado a esses custos.

1.3. Os percentuais de desconto devem ser apresentados em valores numéricos, com 2 (duas) casas decimais e por extenso.

1.4. O prazo de validade desta Proposta de Preços **é de 90 (noventa) dias**, contados de sua apresentação.

1.4.1. Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 1.4 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a **Comissão da Contratação** realizará com ela diligência, como forma de prorrogar o referido prazo.

1.5. Os preços dos Produtos e Serviços Essenciais, decorrentes da aplicação do percentual de desconto proposto, são de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear nenhuma alteração posterior, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto..

1.6. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital.

1.7. Os Invólucros com as Propostas de Preços das licitantes desclassificadas no julgamento das Propostas Técnicas ficarão sob a guarda da **Comissão da Contratação**.

1.8. A **Comissão da Contratação** verificará o correto preenchimento, pela licitante, das informações apresentadas na sua Proposta de Preços, conforme modelo do Apêndice V.

1.9. A Proposta de Preços que apresentar percentual de desconto que contiver qualquer condicionante para a entrega dos produtos e serviços ou que for considerada manifestamente inexecutável – ou, ainda, não tenha sua exequibilidade demonstrada quando exigido pelo MDS, será considerada inválida para cumprimento da previsão editalícia, observada a legislação aplicável.

1.10. Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, a **Comissão da Contratação** considerará o preço por extenso.

22. Responsáveis

Todas as assinaturas eletrônicas seguem o horário oficial de Brasília e fundamentam-se no §3º do Art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

DOROTY BARBOSA MELO AMARAL

Membro da comissão de contratação



Assinou eletronicamente em 13/04/2026 às 17:24:48.

MARIA NEBLINA ORRICO ROCHA

Membro da comissão de contratação



Assinou eletronicamente em 13/04/2026 às 17:39:14.

VIVIANE FERNANDES DE ALBUQUERQUE

Membro da comissão de contratação



Assinou eletronicamente em 13/04/2026 às 17:02:59.

ANDERSON DIAS FERREIRA DA SILVA

Membro da comissão de contratação

ALLISSON BESERRA BACELAR

Responsável pela contratação direta



Assinou eletronicamente em 13/04/2026 às 17:11:35.

SUBSECRETARIA DE ASSUNTOS ADMINISTRATIVOS

Estudo Técnico Preliminar 18/2026**1. Informações Básicas**

Número do processo: 71000.026032/2023-88

2. Descrição da necessidade

A Assessoria Especial de Comunicação Social tem a atribuição institucional de promover e realizar atividades de planejamento, coordenação, execução, orientação e monitoramento das políticas de comunicação e utilidade pública a partir da atuação do Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome em ações e programas do Governo Federal. Em suma, a ASCOM deste Ministério atua como gerenciadora de processos de publicidade e comunicação, e leva ao conhecimento da população brasileira, especialmente dos mais vulneráveis, informações sobre políticas públicas assistenciais e de inclusão socioeconômicas.

Todas as ações de comunicação desta ASCOM/MDS estão baseadas no princípio constitucional da publicidade (artigo 37, caput, da Constituição Federal), um dos pilares da Administração Pública, cuja finalidade é fazer com que o Poder Público atue com a maior transparência possível, de forma que a sociedade possa ter acesso às suas ações e decisões, interagindo através de opiniões e trocas de informações e realizando o controle necessário, ainda mais quando os administrados forem individualmente afetados pela prática dos atos.

Atualmente, é inegável que empresas e organizações em geral são cobradas e monitoradas em tempo real pela sociedade, sendo necessário agir, reagir, informar e responder rapidamente, o que muitas vezes demanda ações em uma medida de tempo que vão muito além dos padrões de comunicação tradicional, serviços de ouvidoria, matérias na imprensa ou campanhas publicitárias de utilidade pública, além de serem necessárias linguagens compatíveis com os canais modernos de comunicação, quais sejam, mídias sociais, sites na internet, listas de transmissão, etc.

Assim, imprescindível que as organizações públicas também estejam dispostas a adequar as maneiras com que interage com os cidadãos, superando a burocracia e tornando mais fácil o acesso e a comunicação direta com o cidadão. A partir desta visão de mundo, a comunicação digital está inserida como alternativa que permite uma melhor gestão dos novos canais de interação e atendimento dos públicos-alvo dos serviços e políticas públicas governamentais, tendo como foco a acessibilidade e a assertividade modernas, alinhadas às inovações tecnológicas no que se refere à comunicação eficiente.

Em decorrência da ampliação do acesso da população à internet, o cidadão cada vez mais consome conteúdo e serviços colocados à disposição pelos meios digitais, fazendo com que as estratégias de comunicação tradicionais passem a utilizar plataformas e tecnologias digitais para desenvolver, além de outras, as atribuições acima elencadas, tornando a estratégia de governo mais completa e efetiva.

Dentro deste contexto, a Assessoria Especial de Comunicação Social assumiu o desafio de estruturar a comunicação digital do MDS e avançar no desenvolvimento de formas inovadoras de comunicar e interagir com o cidadão. No entanto, não dispomos de mão de obra, ferramentas, equipamentos compatíveis ou soluções modernas que possam garantir um trabalho profissional e eficiente neste setor. Além disso a ASCOM/MDS conta com quadro de pessoal reduzido para desempenhar todas as atividades dentro do ambiente tecnológico da comunicação social. Neste contexto, a contratação de empresa especializada em comunicação digital possibilitará ao Ministério suprir a demanda de serviços atualmente existente, principalmente na divulgação das políticas públicas de assistência social, inclusão socioeconômica e cuidados da família privilegiando o conteúdo personalizado, a solução multicanal e a interação full time com a sociedade, características muito distintas da mídia tradicional.

Verifica-se que as plataformas e tecnologias têm sido cada vez mais utilizadas para prestar informações, mobilizar, engajar, educar e oferecer facilidades por meio dos serviços virtuais para os cidadãos. Há, ainda, a percepção empírica, construída nesses 3 anos de governo, de que os canais sociais do MDS são fortemente buscados pelos cidadãos para contato com o governo, o que constitui, portanto, um imenso potencial para interagir com eles no âmbito das políticas sociais e ações do governo. É necessário ressaltar que, segundo Módulo de Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC) da PNAD Contínua, divulgado pelo IBGE, 90% dos lares brasileiros já tem acesso à internet no Brasil, isso significa cerca de 74,9 milhões de domicílios do país em 2024, o que evidencia o uso regular dos meios digitais pela população brasileira. (Fonte: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/44031-internet-chega-a-74-9-milhoes-de-domicilios-do-pais-em-2024>).

A importância do canal para a comunicação pública se dá especialmente pelo seu grande número de usuários. Segundo o relatório Digital 2023 Brazil*, formulado pela We Are Social, no começo de 2023, o Brasil tinha cerca de 181.8 milhões de usuários ativos da internet. De

acordo com o documento, os usuários de 16 a 64 anos gastam, em média, 3h46min diariamente em mídias sociais, consumindo diversos tipos de conteúdo, seja para informação ou entretenimento. O levantamento também listou as plataformas de mídias sociais mais acessadas no Brasil.

Em uma sociedade altamente conectada à internet, o número de brasileiros que utilizam plataformas e tecnologias digitais tem crescido de maneira substancial, por isso, canais digitais — como sites, blogs, buscadores online, redes sociais, e-mail, aplicativos de mensagens e outros —, se tornaram essenciais nas estratégias de comunicação de governos, que vêm utilizando cada vez mais esses recursos. Na área governamental, as plataformas e tecnologias têm sido utilizadas para prestar informações, mobilizar, engajar, educar e oferecer facilidades por meio dos serviços on-line e soluções digitais disponibilizados aos cidadãos.

Com essa contratação, pretendemos incrementar a interação e o diálogo com o público-alvo do Governo Federal, qual seja o cidadão, trazendo mais efetividade e continuidade à comunicação e à publicidade dos atos governamentais, atendendo a obrigação constitucional de prestar contas e informar de maneira adequada a sociedade. Pelo exposto, justifica-se a contratação de serviços de comunicação digital através de empresa especializada que detenha experiência e domine técnicas modernas e eficazes de comunicação digital e relacionamento, com o intuito de ampliar a capacidade e eficiência das ações de comunicação da Assessoria Especial de Comunicação deste MDS, cujos resultados certamente trarão inúmeros benefícios para a Administração Pública.

A escolha de contratar duas empresas para a prestação dos serviços de comunicação digital, em conformidade com a faculdade prevista no artigo 5º da Instrução Normativa SECOM/PR nº 9/2025, é fundamentada nas necessidades estratégicas e operacionais do Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome (MDS). A seguir, apresentam-se os motivos que justificam esta decisão:

- a) Complexidade e Diversidade das Demandas do MDS: As ações de comunicação digital do MDS abrangem uma ampla gama de atividades, como gestão de redes sociais, produção de conteúdos multimídia, monitoramento de métricas e criação de campanhas de alcance nacional. Contratar duas empresas possibilita a especialização e a divisão das demandas por áreas específicas, garantindo maior eficiência e resultados mais qualificados.
- b) Mitigação de Riscos e Continuidade Operacional: A contratação de duas empresas reduz os riscos de interrupção dos serviços em caso de problemas operacionais com uma das contratadas, assegurando a continuidade das ações estratégicas de comunicação, que são essenciais para a divulgação das políticas públicas e a interação com os públicos do MDS.
- c) Alinhamento com os Objetivos Estratégicos: A divisão do objeto permite que cada empresa foque em segmentos específicos, otimizando os esforços e garantindo maior alinhamento com as metas institucionais do MDS. Isso facilita a execução simultânea de campanhas e a personalização de estratégias voltadas a diferentes públicos-alvo.
- d) Eficiência e Competitividade: A escolha de duas empresas promove maior competitividade na execução dos serviços, incentivando a busca por soluções mais inovadoras e eficientes. Essa estratégia também favorece a avaliação comparativa de resultados, contribuindo para a melhoria contínua das ações contratadas.

A contratação de duas empresas para os serviços de comunicação digital é uma medida estratégica que atende às necessidades do MDS de maneira eficiente e segura. Essa abordagem permite maior qualidade nas entregas, mitigação de riscos e alinhamento com os objetivos institucionais, garantindo a otimização dos recursos públicos e o fortalecimento das ações de comunicação do Ministério.

3. Área requisitante

Área Requisitante	Responsável
Assessoria Especial de Comunicação Social - ASCOM	Allisson Beserra Bacelar.

4. Descrição dos Requisitos da Contratação

O objeto da presente concorrência é a **contratação de 2 (duas)** empresas prestadoras de serviços de comunicação digital, referentes à:

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

A contratação dos serviços, elencados no subitem 6.14, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações de comunicação digital que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, promover a venda de produtos e serviços, ou informar e orientar o público em geral.

O planejamento previsto na alínea 'a' do subitem 6.14 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações de comunicação digital para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e deve prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de performance e de resultados.

Os serviços previstos no subitem 6.14 não abrangem atividades com natureza distinta da comunicação digital do Ministério do Desenvolvimento, Assistência Social e Combate à Fome, na disseminação de informações junto à sociedade.

Serão contratadas 2 (duas) empresas de comunicação digital, doravante denominada licitante ou contratada, conforme estabelece o artigo 5º, § 2º, inciso I, da IN/SECOM nº 09/2025, que, para fins de definição do quantitativo de empresa a contratar para prestação de serviços de comunicação digital, deverá ser adotado os seguintes parâmetros, tendo como referência o valor de grande vulto estabelecido na Lei nº 14.133/2021.

Art. 5º A Equipe de Planejamento da Contratação de serviços de comunicação, quando da elaboração dos Estudos Técnicos Preliminares - ETP, deverá ater-se ao objeto, conforme disposto no art. 14.

§ 1º Para fins de definição do quantitativo de agências de propaganda a contratar para a prestação de serviços de publicidade, deverá ser adotado os seguintes parâmetros, tendo como referência o valor de grande vulto estabelecido pela Lei nº 14.133, de 2021:

I - até 9,99% do valor de grande vulto: facultado 1 (uma) ou 2 (duas) agência(s) de propaganda;

II - de 10% até 49,99% do valor de grande vulto: 2 (duas) agências de propaganda;

III - de 50% até 79,99% do valor de grande vulto: 3 (três) agências de propaganda; e

IV - acima de 80% do valor de grande vulto: 4 (quatro) agências de propaganda;

§ 2º Para fins de definição do quantitativo de empresas a contratar para a prestação de serviços de comunicação digital, comunicação institucional e promoção, deverá ser adotado os seguintes parâmetros, tendo como referência o valor de grande vulto estabelecido pela Lei nº 14.133, de 2021:

I - até 19,99% do valor de grande vulto: facultado 1 (uma) ou 2 (duas) empresa(s);

II - de 20% até 49,99% do valor de grande vulto: 3 (três) empresas; e

III - acima de 50% do valor de grande vulto: 4 (quatro) empresas.

Para a execução dos serviços, a CONTRATANTE instituirá procedimento de seleção interna entre as contratadas.

Os serviços poderão ser executados, indistintamente, por quaisquer das EMPRESAS contratadas, observado o limite mínimo de 20% (vinte por cento) para cada empresa e metodologia de seleção interna de que trata o Anexo I SEI nº 17065662.

As demandas serão atendidas por meio da combinação dos produtos e serviços mais adequados para apoiar o MDS na superação de seus desafios e alcance dos seus objetivos de comunicação.

Para a prestação dos serviços de comunicação digital, a empresa contratada deverá ter capacidade operacional qualificada, composta por perfis profissionais adequados, infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de microcomputadores, softwares, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução dos produtos e serviços descritos no item 6.14 deste Estudo Técnico Preliminar.

As especificações dos Produtos e Serviços mencionadas no subitem anterior poderão ser aperfeiçoadas pelo CONTRATANTE sempre que identificada a necessidade de maior alinhamento das informações com a prática vivenciada com as contratadas no decorrer da execução contratual.

A execução de qualquer produto, serviço ou despesa que envolva o desembolso de recursos deverá ser prévia e expressamente autorizada pela CONTRANTE.

Para atender às necessidades de comunicação digital do MDS, é necessária a contratação de empresas com plena capacidade para executar os serviços de comunicação digital e plena capacidade de atendimento ao objeto da presente contratação, tendo como objetivo principal informar os cidadãos sobre as ações e políticas públicas do Poder Executivo Federal.

NATUREZA DO SERVIÇO E PRAZO DE VIGÊNCIA:

Os serviços objeto da presente contratação são classificados como serviços de comunicação digital, possuindo natureza intelectual, intangível e indivisível, o que os torna essenciais para suprir as demandas estratégicas do Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome (MDS).

Tais serviços compreendem atividades de planejamento estratégico, produção criativa, execução e monitoramento de ações digitais que visam a ampla divulgação das políticas públicas, promoção da interação efetiva com a sociedade e o fortalecimento constante da imagem institucional do Ministério.

Caracteriza-se, portanto, como uma contratação de serviço continuado, cuja execução ininterrupta é fundamental para a continuidade das operações comunicacionais do MDS. A eventual interrupção desse serviço resultaria em graves prejuízos às atividades institucionais, dada a importância estratégica da comunicação digital em todas as áreas de atuação do órgão.

A continuidade dos serviços de comunicação digital é imprescindível para assegurar que o MDS alcance adequadamente os públicos-alvo, garanta a transparência e promova o engajamento social, permitindo o pleno cumprimento das finalidades legais e institucionais estabelecidas.

O prazo previsto para a vigência do contrato é de 1 (um) ano, contados a partir da assinatura, nos termos do disposto nos artigos 106 e 107 da Lei nº 14.133/2021.

Art. 106. A Administração poderá celebrar contratos com prazo de até 5 (cinco) anos nas hipóteses de serviços e fornecimentos contínuos, observadas as seguintes diretrizes:

I - a autoridade competente do órgão ou entidade contratante deverá atestar a maior vantagem econômica vislumbrada em razão da contratação plurianual;

II - a Administração deverá atestar, no início da contratação e de cada exercício, a existência de créditos orçamentários vinculados à contratação e a vantagem em sua manutenção;

III - a Administração terá a opção de extinguir o contrato, sem ônus, quando não dispuser de créditos orçamentários para sua continuidade ou quando entender que o contrato não mais lhe oferece vantagem.

§ 1º A extinção mencionada no inciso III do caput deste artigo ocorrerá apenas na próxima data de aniversário do contrato e não poderá ocorrer em prazo inferior a 2 (dois) meses, contado da referida data.

§ 2º Aplica-se o disposto neste artigo ao aluguel de equipamentos e à utilização de programas de informática.

Art. 107. Os contratos de serviços e fornecimentos contínuos poderão ser prorrogados sucessivamente, respeitada a vigência máxima decenal, desde que haja previsão em edital e que a autoridade competente ateste que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado ou a extinção contratual sem ônus para qualquer das partes.

A escolha do prazo de vigência da contratação de **1 ano**, contado a partir da assinatura do contrato, está fundamentada na necessidade de assegurar a continuidade, a eficiência e a previsibilidade das ações planejadas. Além disso, conforme disposto na legislação vigente, a Administração poderá celebrar contratos com prazo de até 5 (cinco) anos, quando se tratar de serviços e fornecimentos contínuos, podendo ser prorrogados sucessivamente, desde que respeitada a vigência máxima de 10 (dez) anos para a prestação de serviços, conforme estabelecido para os serviços de produção de vídeo. Essa flexibilidade é fundamental para assegurar a continuidade e a adaptação dos serviços às demandas do Ministério, permitindo maior eficiência e a realização de ajustes necessários ao longo do período contratual.

A contratação de uma empresa especializada em comunicação digital para o MDS deve garantir a entrega de produtos que atendam aos padrões técnicos exigidos, alinhados às necessidades institucionais e ao compromisso com a transparência e eficiência na comunicação pública. Ao estabelecer requisitos mínimos de qualidade e práticas sustentáveis, busca-se assegurar que a Administração Pública selecione a proposta mais vantajosa, conforme preceituado na legislação vigente.

SUBCONTRATAÇÃO

Não é admitida a subcontratação do objeto contratual.

A vedação à subcontratação tem como objetivo garantir a qualidade e a integração dos serviços de comunicação digital, assegurando que a empresa contratada seja diretamente responsável pela execução do contrato, sem fragmentações ou diluição de responsabilidades. Essa medida preserva o alinhamento estratégico com os objetivos do MDS, evita riscos de comprometimento da confidencialidade e prioriza a capacidade técnica comprovada do licitante vencedor. Além disso, promove maior economicidade ao impedir custos adicionais associados a intermediários, reforçando a eficiência e o interesse público na gestão dos recursos.

REQUISITOS DE ACESSIBILIDADE E SUSTENTABILIDADE:

Os critérios para a promoção de acessibilidade constam na Lei nº 13.146/2015, cujo cumprimento orienta-se pela Norma Técnica ABNT NBR nº 9050 e não excluem qualquer outra determinação legal acerca do tema, quer seja complementar, suplementar, superveniente ou qualquer outra que se aplique ao caso concreto.

Dessa forma, deve ser acrescentado ao Termo de Referência e ao Contrato, no campo de obrigações da Contratada: "observar, durante toda a execução do objeto deste contrato, as diretrizes estabelecidas para a promoção dos recursos de acessibilidade previstos na Lei nº 13.146/2015 e nas demais normas vigentes".

Ademais, constatou-se que os critérios listados no art. 4º do Decreto nº 9.178/2017 não são compatíveis com o julgamento das propostas do objeto a ser contratado, tendo em vista que, *a priori*, não se vislumbram impactos ambientais na execução dos serviços, além de que a preferência pela mão de obra local restringe a participação de empresas no certame.

Os serviços deverão respeitar as normas e os princípios ambientais, minimizando os efeitos dos danos ao meio ambiente, utilizando tecnologias e materiais ecologicamente corretos.

A presente contratação deverá contemplar, ainda, conteúdo específico vinculado às práticas de sustentabilidade pelas agências de comunicação, no âmbito do Termo de Referência e do Contrato, este último na Cláusula Quinta - Obrigações da Contratada para *“adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição”*.

No âmbito do Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome (MDS), o **Plano de Logística Sustentável (PLS)** constitui instrumento estratégico de gestão, devendo ser observado pela Contratada durante a execução dos serviços. O plano busca integrar a sustentabilidade às atividades administrativas e operacionais do Ministério, com foco em:

1. Racionalização do consumo: medidas para reduzir desperdícios de energia, água, papel e outros insumos, promovendo eficiência no uso dos recursos públicos;
2. Inclusão de negócios de impacto: incentivo à contratação de fornecedores e serviços que gerem benefícios sociais e ambientais, fortalecendo a economia sustentável e inclusiva;
3. Conscientização e engajamento: campanhas internas e externas para sensibilizar servidores e parceiros sobre práticas sustentáveis, estimulando mudanças culturais e comportamentais;
4. Gestão de resíduos: implementação de ações voltadas para a coleta seletiva, reciclagem e destinação adequada de resíduos sólidos;
5. Inovação e melhoria contínua: adoção de tecnologias e processos que aumentem a eficiência administrativa e reduzam impactos ambientais.

5. Levantamento de Mercado

O levantamento de mercado ficou restrito a pesquisar a melhor solução de tecnologia em mídia digital para a interação entre o Poder Público e a sociedade. E, sendo a publicidade um elemento crucial para garantir a transparência em um governo, a comunicação digital desempenha um papel fundamental nessa garantia dos direitos do cidadão. Afinal, ele tem o direito de ser informado sobre medidas que impactam sua vida.

A contratação de serviços de comunicação digital através de empresa especializada que detenha experiência e domine técnicas modernas e eficazes de comunicação digital e relacionamento, tem por objetivo ampliar a capacidade e eficiência das ações de comunicação da Assessoria Especial de Comunicação deste MDS, de forma a gerar benefícios concretos para a Administração Pública.

As vantagens econômicas da contratação de um serviço de Comunicação Digital para o MDS são inúmeras. Com tal contratação, é possível fortalecer a presença do site e das redes sociais do governo como plataforma cidadã; é possível um maior alcance orgânico dos públicos de interesse com maior segmentação; reduzir custos de impressão de materiais; trazer maior agilidade e rapidez na comunicação com os públicos de interesse; possibilitar serem acessadas métricas mais exatas, o que possibilita melhor acompanhamento do Retorno Sobre Investimento.

Ao contrário das campanhas em mídias tradicionais, o conteúdo na gestão pública das redes sociais tem duas características importantes:

- a) Deve ser produzido periodicamente e de forma constante;
- b) Deve despertar interesse intrínseco no público, levando-o a acessar espontaneamente os canais onde o conteúdo é publicado.

Na prática, a produção de conteúdo para mídia digital se assemelha mais à edição de uma revista ou jornal do que a uma campanha de rádio ou televisão. Para produzir bom conteúdo, a equipe responsável deve ter habilidades que abrangem tanto o jornalismo quanto a publicidade.

A presente contratação envolve a execução de produtos e serviços constantes em larga escala no mercado de agências digitais e de empresas especializadas em soluções de tecnologia. Apesar desta realidade, frisa-se que as empresas a serem contratadas devem ser especializadas na execução do objeto, conforme especificação e requisitos estabelecidos para a contratação.

A Secretaria Especial de Comunicação Social, que à época integrava a Estrutura Organizacional do Ministério das Comunicações, conceituou os serviços de comunicação digital por meio da Portaria MCOM nº 3.948, de 26 de outubro de 2021, da seguinte forma:

comunicação digital: ação de comunicação que consiste na criação e na convergência de conteúdos e mídias, para a disseminação, interação, acesso e troca de informações na internet;

Na mesma Portaria, restou determinado que a licitação será processada de acordo com a modalidade concorrência, conforme o art. 28 da Lei nº 14.133/2021, adotando-se os tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço".

Ainda, para melhor definir a seleção da empresa a ser contratada, a equipe de planejamento examinou alguns contratos mantidos por órgãos e entidades com o mesmo objeto para contratação. Assim, verificou-se que, nos contratos do BNDES, Ministério do Desenvolvimento Regional, Governo do Distrito Federal e Governo do Maranhão, há elementos similares aos da presente contratação, os quais possibilitaram o aprimoramento da tabela de produtos e serviços objeto da contratação em estudo, todos licitados na modalidade concorrência, no tipo "melhor técnica" com a única exceção do MDR, que realizou na modalidade concorrência, do tipo técnica e preço.

Para a contratação de empresas de comunicação digital, a SECOM vem disponibilizando modelos de editais, com diversos serviços, que devem ser modulados com base nas necessidades do órgão e nas dinâmicas a serem estabelecidas com a contratada no decorrer da execução contratual. Listamos abaixo alguns dos editais lançados nos últimos anos pela Administração Pública, nos quais há previsão de execução de serviços de comunicação digital:

ÓRGÃO /ENTIDADE	CONCORRÊNCIA	OBJETO
Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social - BNDES	01/2022 (SEI nº13874722)	Contratação de 01 (um) fornecedor para prestação de serviços de comunicação digital para o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social – BNDES, BNDES Participações S.A. – BNDESPAR; Agência Especial de Financiamento Industrial – FINAME e Fundo Amazônia) prospecção, estudo, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital e da presença da marca do BNDES nas redes sociais, no âmbito do contrato; b) concepção, criação e execução técnica de ações e/ou peças de comunicação digital. A execução técnica abrange execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa; c) criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdos do BNDES, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias.
Ministério do Desenvolvimento Regional	02/2020 (SEI nº 13874762)	O objeto da presente concorrência é a contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação digital, referentes à: a) prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital, no âmbito do contrato; b) criação e execução técnica de ações e/ou materiais de comunicação digital e; c) criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdos do MDR, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias.
Governo do Distrito Federal	02/2019 (SEI nº 13874768)	Contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação digital para atender as necessidades da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal e dos Órgãos da Administração Direta do Governo do Distrito Federal, conforme prevê o artigo 22 do decreto nº 39.610, de 1º de janeiro de 2019, referentes à: a) prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital, no âmbito do contrato; b) criação, execução técnica e distribuição de ações e/ou peças de comunicação digital; e c) criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdos do Governo do Distrito Federal, suas secretarias e administrações regionais, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias.
Governo do Maranhão	00/2021 (SEI nº 13874772)	O objeto da presente concorrência é a contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação digital, referentes à: prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital, no âmbito do contrato; criação e execução técnica de ações e/ou materiais de comunicação digital e; criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdo do Estado do Maranhão, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias sob orientação da – SECOM, conforme especificações constantes do Projeto Básico, Anexos e Apêndices deste Edital

É sabido que o mercado da comunicação digital encontra-se em constante evolução e que novas ferramentas e tecnologias são desenvolvidas a todo momento. Portanto, a oferta de mercado é ampla, não sendo os requisitos definidos tecnicamente impeditivo ou restritivo à ampla competição entre as licitantes. Deste modo, entende-se que a quantidade de fornecedores no mercado não é restrita, dada a evolução nesta área.

No mercado encontramos diversas empresas que prestam serviços conforme as especificações apresentados no presente estudo. Vejamos algumas:

BRVIACOM COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA

MONUMENTA COMUNICAÇÃO E ESTRATÉGIA SOCIAL

IN.PACTO COMUNICAÇÃO CORPORATIVA E DIGITAL SS

IN PRESS OFICINA ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO LTDA.

L2W3 DIGITAL LTDA

FSB COMUNICAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO LTDA.

APPROACH COMUNICAÇÃO INTEGRADA LTDA.

BR MAIS COMUNICAÇÃO LTDA.

CAPUCCINO ESCRITÓRIO DE DESENHO LTDA.

PARTNERS COMUNICAÇÃO LTDA.

CLARA SERVIÇOS INTEGRADOS DE VÍDEO, CONTEÚDO E WEB

TALK COMUNICAÇÃO INERATIVA LTDA

R COMUNICAÇÃO E MARKETING LTDA

AGÊNCIA CLICK MIDIA INTERATIVA S.A.

DIGITAL CONSULTORIA E PUBLICIDADE LTDA

CDN COMUNICAÇÃO CORPORATIVA LTDA

EBM QUINTO COMUNICAÇÃO LTDA

COMPET MARKETING E COMUNICAÇÃO LTDA

WAVEZ PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO DIGITAL LTDA

As redes sociais são um canal eficiente e acessível para alcançar o objetivo de prestar contas e informar a população sobre as atividades e projetos realizados pelo governo. Com baixo custo e ampla adesão da população, elas desempenham um papel importante na construção da cidadania, permitindo orientar as pessoas sobre temas relevantes, como educação, saúde, preservação ambiental etc.

6. Descrição da solução como um todo

Considerando o Planejamento Estratégico do Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome (MDS) para o período de 2023-2026, é essencial destacar a importância da contratação de serviços de comunicação digital no cumprimento das metas institucionais estabelecidas.

Um dos pilares fundamentais desse planejamento é o fortalecimento da imagem institucional e o aumento da transparência e proximidade com a população, especialmente no que diz respeito à divulgação de políticas públicas que promovam o desenvolvimento social, a redução da pobreza e a garantia de direitos. A comunicação digital surge como uma ferramenta indispensável para ampliar o alcance dessas políticas, possibilitando uma interação direta e eficiente com o público-alvo.

No contexto atual, em que a informação circula em velocidade acelerada por meio de plataformas digitais, a presença consistente do MDS nesses meios permite uma disseminação eficaz de suas ações, programas e resultados, fortalecendo a confiança pública e assegurando que a população tenha acesso rápido e acessível a serviços essenciais. Além disso, o uso estratégico da comunicação digital está alinhado com o objetivo de modernização da gestão e da comunicação, conforme estabelecido nas diretrizes do planejamento.

Assim, a contratação de serviços especializados de comunicação digital não é apenas uma necessidade operacional, mas uma ação estratégica que reforça o compromisso do MDS em atender às suas metas de eficiência e transparência, contribuindo para uma gestão mais eficaz e próxima da sociedade.

A necessidade dessa contratação decorre da complexidade e abrangência das atividades relacionadas à comunicação digital desenvolvidas pela Assessoria Especial de Comunicação Social (ASCOM) do Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome (MDS). Historicamente, o MDS demanda um fluxo constante e significativo de informações institucionais destinadas à população em geral e especialmente a públicos vulneráveis, o que requer estratégias sofisticadas e integradas em múltiplas plataformas digitais.

A opção pela contratação simultânea de duas empresas decorre da necessidade de assegurar maior abrangência operacional, diversificação de metodologias e complementaridade técnica. Esse modelo possibilita a ampliação das competências técnicas disponíveis, aumentando a eficiência e a flexibilidade para atender demandas emergenciais e estratégicas, típicas do cenário comunicacional do MDS.

Considerando o disposto no art. 13 da Instrução Normativa SEGES/MGI nº 12/2023, em conjunto com o art. 9º da Instrução Normativa SEGES/ME nº 58/2022, a presente contratação adota o critério de julgamento pela melhor técnica, de modo a assegurar a seleção da proposta que demonstre maior qualidade e aderência às necessidades desta Pasta. Nesse sentido, ressalta-se que os critérios de pontuação e as respectivas ponderações foram definidos em observância aos princípios da isonomia, da impessoalidade, da competitividade e da busca pela proposta mais vantajosa para a Administração. A justificativa dos critérios e ponderações serão melhor descritas em Apêndice específico do Termo de Referência, parte integrante deste processo, garantindo a necessária fundamentação e transparência do julgamento das propostas.

Adicionalmente, em observância ao art. 17, § 2º, da Lei nº 14.133/2021, que autoriza a adoção excepcional de procedimento diverso quando presentes justificativas técnicas, optou-se pela realização do certame de forma presencial.

A motivação apresentada fundamenta-se nos seguintes aspectos:

- a necessidade de resguardar o **sigilo de informações sensíveis** constantes das propostas, cuja divulgação em ambiente eletrônico poderia comprometer a competitividade;
- a exigência de **avaliação qualitativa das apresentações técnicas**, que demanda contato direto com a Comissão Julgadora para apreciação criteriosa dos aspectos criativos e estratégicos;
- a garantia de **esclarecimentos isonômicos** entre todos os licitantes, assegurando condições equânimes de apresentação e defesa das propostas durante as sessões presenciais;
- a especificidade do objeto, de natureza criativa e comunicacional, cujas características não podem ser aferidas de forma plena apenas por meio virtual.

Assim, resta evidenciada a pertinência da adoção do critério de julgamento **Melhor Técnica**, bem como a necessidade da realização do certame de forma **presencial**, medida esta excepcional, porém devidamente fundamentada, em estrita conformidade com a legislação vigente, garantindo-se a observância dos princípios da isonomia, da competitividade, da transparência e da seleção da proposta mais vantajosa para a Administração.

O conceito de comunicação digital é amplo e de extrema importância: é ele quem conecta, promove produtos e serviços, fideliza clientes, alavanca vendas e permite também a expansão dos negócios.

Em um mundo onde a globalização cresce a cada dia, o mercado está cada vez mais competitivo, os serviços de telecomunicações aumentam suas ofertas e o consumidor está cada vez mais exigente. É preciso investir nesse tipo de comunicação para diferenciar a marca e se manter ativo.

Todo esse cenário cria a necessidade crescente de profissionais que tenham conhecimento em trabalhar a mensagem aproveitando todos os recursos de tecnologia a seu favor. Os profissionais de comunicação digital são responsáveis, desde a criação de ativos de marca online até a construção de um público engajado nas redes sociais.

O significado de comunicação digital nada mais é que a soma de métodos e ferramentas de comunicação que se aplicam à web, redes sociais e dispositivos móveis. Essa comunicação vem se popularizando e pode ser usada com diferentes públicos de uma organização.

A realidade do digital é inerente ao funcionamento das instituições públicas, pois independentemente do tamanho e campo de atuação, o uso de ferramentas de tecnologia se tornou indispensável.

A comunicação digital define a estratégia e as ações de comunicação dentro do ambiente digital. Ela é um dos pontos que devem ser trabalhados com muita atenção, pois interfere diretamente em como os cidadãos veem o Órgão Público.

A rapidez da inovação digital e as diferenças em sua absorção e implementação exigem das organizações e dos profissionais de comunicação novos posicionamentos e conhecimentos, muita flexibilidade e criatividade no planejamento e na gestão dos processos comunicacionais.

O objetivo principal dessa estrutura é oferecer unidade na presença digital dos órgãos do SICOM para que o cidadão navegue e encontre, com mais facilidade e com um mínimo de curva de aprendizado, as informações sobre as políticas públicas, equipamentos e serviços ofertados pelo Governo Federal. Sendo assim, portanto, uma ferramenta facilitadora para o cidadão exercer o direito à cidadania.

Para a prestação dos serviços de comunicação digital, a empresa contratada deverá ter capacidade operacional qualificada, composta por perfis profissionais adequados, infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de microcomputadores, softwares, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução dos produtos e serviços abaixo descritos:

- a) Planejamento;
- b) Concepção Criativa;
- c) Desdobramento da Produção Criativa;
- d) Produção de Vídeo e Animações;
- e) Conteúdo;
- f) Desenvolvimento;
- g) Business Intelligence e Business Analytics;
- h) Martech; e
- i) Mídia.

Os serviços deverão ser executados com base nos parâmetros mínimos a seguir estabelecidos:

- a) manutenção de acesso à ferramenta (24 horas por dia);
- b) contato para suporte técnico (24 horas por dia).

7. Estimativa das Quantidades a serem Contratadas

O cálculo dos quantitativos estimados para a contratação dos serviços de comunicação digital foi desenvolvido com base em um planejamento estratégico anual, que visa assegurar a continuidade, a atualização e a efetividade das ações do Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome (MDS), conforme diretrizes institucionais e melhores práticas do mercado.

Entretanto, é importante consignar que **não há, no âmbito da ASCOM/MDS, contratos anteriores de natureza similar a este objeto específico**, o que impossibilitou a utilização de registros históricos como base comparativa para a construção da memória de cálculo. Dessa forma, **as quantidades foram estimadas com fundamento nas demandas atualmente identificadas e projetadas**

internamente pela área de comunicação, considerando a experiência prática na execução das atividades institucionais, a frequência histórica de campanhas, eventos e ações de comunicação, bem como as necessidades estratégicas alinhadas ao planejamento estratégico do Ministério.

O levantamento histórico considerou campanhas e ações de grande relevância institucional, como o lançamento e execução do **Plano Brasil Sem Fome**, a atuação no âmbito do **G20 - Aliança Global Contra a Fome e a Pobreza**, as campanhas do **CadÚnico**, do **Programa Bolsa Família**, da **Política Nacional de Cuidados**, do **Programa Criança Feliz**, do **Pacto Nacional pelo Combate à Fome**, a comunicação de apoio à **Estratégia Nacional de Combate à Pobreza Infantil (ENAPI)**, e as ações vinculadas ao **Enfrentamento da Insegurança Alimentar**. Também foram consideradas campanhas de utilidade pública como a divulgação das **Conferências de Assistência Social**, campanhas de adesão ao **Auxílio Brasil** (até sua reformulação), eventos nacionais como o **Encontro Nacional de Gestores da Assistência Social**, e a participação do Ministério em atividades de divulgação internacional e multilíngue.

Assim, a métrica utilizada para definição dos quantitativos buscou refletir o fluxo real de trabalho da ASCOM, levando em conta a sazonalidade das ações governamentais, as exigências legais de publicidade institucional, a frequência das demandas por produção de conteúdo digital e audiovisual, e a necessidade de manutenção contínua da presença digital do Ministério, sempre com foco na economicidade, na razoabilidade e na proporcionalidade.

Em relação ao planejamento estratégico digital, considerou-se uma média de 4 (quatro) entregas anuais, correspondendo a revisões e novas estratégias trimestrais, fundamentais para garantir o alinhamento contínuo às metas institucionais. De forma similar, para cada grande projeto desenvolvido ao longo do ano, estimou-se a necessidade de elaboração de um plano tático específico, totalizando também quatro entregas anuais. No que se refere às ações de inbound marketing, previram-se duas campanhas semestrais, com o objetivo de otimizar a geração de leads e o engajamento digital.

Para a manutenção dos sites e portais institucionais, a estratégia estabeleceu 4 (quatro) planejamentos anuais, considerados ideais para assegurar a constante atualização dos conteúdos e a aderência às diretrizes do MDS. O planejamento voltado às redes sociais seguiu a mesma lógica trimestral, adequando-se às rápidas mudanças do ambiente digital e às necessidades de comunicação em tempo real. Em relação à gestão de crises, previu-se a elaboração de 3 (três) planos de contingência anuais, alinhados à média de situações de crise enfrentadas pela instituição.

Quanto às campanhas e ações digitais específicas, o planejamento também foi desenhado para contemplar entregas trimestrais, de modo a apoiar eventos e datas institucionais relevantes. Já o plano de escopo e a matriz estratégica foram dimensionados em 3 (três) etapas anuais, atendendo ao ciclo de planejamento dos grandes projetos desenvolvidos pela ASCOM.

As atividades de diagnóstico digital foram igualmente dimensionadas com foco na continuidade e no monitoramento de resultados. O diagnóstico de marca, por exemplo, foi previsto para ocorrer 2 (duas) vezes ao ano, enquanto a régua de relacionamento passou a contar com 3 (três) ajustes anuais, assegurando a adequação da comunicação aos diferentes públicos-alvo. Estudos e criações de brand persona e buyer persona foram programados para ciclos semestrais, garantindo a adaptação contínua da comunicação conforme as transformações de mercado.

Além disso, os diagnósticos de conteúdo, SEO, TI e acessibilidade foram distribuídos ao longo do ano, com 3 (três) ou 2 (duas) realizações anuais, a depender da natureza e da criticidade de cada área. A elaboração de planos específicos para desenvolvimento de projetos foi prevista para ocorrer 3 (três) vezes ao ano, enquanto a prática de benchmarking digital foi organizada em 2 (dois) ciclos semestrais, a fim de manter a ASCOM atualizada quanto às tendências e boas práticas de comunicação pública.

Na fase de concepção criativa, o planejamento previu 3 (três) entregas anuais de designs de canais digitais, guias gráficos de UX/UI e key visuals, visando lançamentos e atualizações estratégicas das plataformas de comunicação do Ministério. Para o desdobramento da produção criativa, estabeleceu-se 1 (uma) média anual de 50 (cinquenta) peças de mídia, 4 (quatro) a 5 (cinco) por mês, garantindo presença contínua em campanhas e ações institucionais. No tocante a banners e artes digitais, o cálculo foi detalhado por complexidade, com 30 (trinta) peças de baixa complexidade, 20 (vinte) de média e 12 (doze) de alta complexidade ao longo do ano, refletindo a distribuição sazonal das demandas de comunicação.

A produção de e-mails marketing foi estimada em 52 (cinquenta e duas) entregas anuais, considerando o envio semanal para engajamento do público-alvo. A produção de infográficos seguiu a mesma lógica de segmentação por complexidade, com 30 (trinta) de baixa, 20 (vinte) de média e 5 (cinco) de alta complexidade previstas no período de doze meses.

De modo semelhante, para as demais categorias, tais como Produção de Vídeo e Animações, Conteúdo, Desenvolvimento, Business Intelligence, Business Analytics, Martech e Mídia, aplicou-se a mesma metodologia de planejamento, utilizando médias de utilização histórica e projeções estratégicas de demanda. O objetivo foi assegurar que todas as frentes de atuação da comunicação digital fossem plenamente atendidas, garantindo a qualidade técnica, a continuidade das ações e a eficiência do uso dos recursos públicos.

Em resumo, o planejamento de quantitativos foi distribuído majoritariamente em bases trimestrais ou semestrais, assegurando a periodicidade necessária para a atualização estratégica e a resposta tempestiva às demandas institucionais. As peças criativas, conteúdos visuais e produções audiovisuais foram calculadas com base na frequência de campanhas e na sazonalidade das ações, considerando a complexidade de execução e o impacto projetado.

Dessa forma, para a adequada instrução do presente processo e em atenção às orientações jurídicas expedidas, a quantidade anual foi prevista para ser executada durante cada vigência contratual de 1 (um) ano. Conforme planilha de estimativa dos produtos e serviços.

ITEM	PRODUTO/SERVIÇO	QUANTIDADE ANUAL ESTIMADA
PLANEJAMENTO		
1.1.	Planejamento de Estratégia Digital	4
1.2.	Plano Tático de Projeto	4
1.3.	Plano de Inbound Marketing	2
1.4.	Planejamento de Conteúdo para Sites e Portais	4
1.5.	Planejamento para Redes Sociais	4
1.6.	Planejamento para Gestão de Crise	4
1.7.	Planejamento de Campanha/ Ação Digital	4
1.8.	Plano de Escopo e Matriz Estratégica	4
1.9.	Diagnóstico Digital de Marca	2
1.10.	Planejamento de Régua de Relacionamento	4
1.11.	Estudo e criação de Brand Persona	2
1.12.	Estudo e criação de Buyer Persona	2
1.13.	Diagnóstico de Conteúdo	4
1.14.	Diagnóstico de SEO	4
1.15.	Diagnóstico de T.I.	2
1.16.	Diagnóstico de Acessibilidade	2
1.17.	Plano de Projeto de Desenvolvimento	4
1.18.	Benchmarking	2
CONCEPÇÃO CRIATIVA		
2.1.	Canais Digitais (desktop e mobile)	4
2.2.	Guia Gráfico de UX/UI	4

2.3.	Key Visual	4
DESDOBRAMENTO DE PRODUÇÃO CRIATIVA		
3.1.	Peças de Mídia	50
3.2.	Banners ou Artes	
3.2.1	Baixa Complexidade	30
3.2.2	Média Complexidade	20
3.2.3	Alta Complexidade	12
3.3.	E-mail Marketing	52
3.4.	Infográfico	
3.4.1	Baixa Complexidade	30
3.4.2	Média Complexidade	20
3.4.3	Alta Complexidade	6
3.5	Apresentação	
3.5.1	Baixa Complexidade	12
3.5.2	Média Complexidade	10
3.5.3	Alta Complexidade	6
3.5.4	Apresentação Altíssima Complexidade	4
3.6.	Telas Secundárias e Interfaces	12
3.7.	Perfil Capa e Post para Redes Sociais	
3.7.1	Baixa Complexidade	30
3.7.2	Média Complexidade	20
3.7.3	Alta Complexidade	6
PRODUÇÃO DE VÍDEO E ANIMAÇÕES		

4.1.	Vídeo produção (depoimento, reportagem, entrevista)	
4.1.1	Baixa Complexidade	30
4.1.2	Média Complexidade	20
4.1.3	Alta Complexidade	6
4.2.	Vídeo Gravação de Eventos	
4.2.1	Baixa Complexidade	20
4.2.2	Média Complexidade	10
4.2.3	Alta Complexidade	6
4.3.	Vídeo Bumper (YouTube)	
4.3.1	Baixa Complexidade	20
4.3.2	Média Complexidade	10
4.3.3	Alta Complexidade	6
4.4	Vídeo animação (motion ou cartelado)	
4.4.1	Baixa Complexidade	20
4.4.2	Média Complexidade	10
4.4.3	Alta Complexidade	6
4.5.	Vídeo Campanha	
4.5.1	Baixa Complexidade	20
4.5.2	Média Complexidade	10
4.5.3	Alta Complexidade	6
4.6.	Tutoriais	
4.6.1	Baixa Complexidade	10
4.6.2	Média Complexidade	6

4.6.3	Alta Complexidade	6
4.7.	Gravação e Transmissão ao Vivo	
4.7.1	Baixa Complexidade	20
4.7.2	Média Complexidade	10
4.7.3	Alta Complexidade	6
4.8.	Podcasts	
4.8.1	Baixa Complexidade	30
4.8.2	Média Complexidade	20
4.8.3	Alta Complexidade	6
CONTEÚDO		
5.1	Redação de Texto em Língua Estrangeira	
5.1.1	Baixa Complexidade	20
5.1.2	Média Complexidade	10
5.1.3	Alta Complexidade	6
5.2	Edição de Texto em Língua Portuguesa	
5.2.1	Baixa Complexidade	50
5.2.2	Média Complexidade	30
5.2.3	Alta Complexidade	16
5.3.	Redação de Texto em Língua Portuguesa	
5.3.1	Baixa Complexidade	52
5.3.2	Média Complexidade	30
5.3.3	Alta Complexidade	20
5.4.	Adaptação de Conteúdo para Novos Canais	12

5.5.	Gestão de Conteúdo	12
5.6.	Redação de SMS	104
5.7.	Digital influencers/Marketing de Influência Sugestão Mídias	40
5.8.	Guia de Estilo Editorial	4
5.9.	Roteirização de Apresentação	12
5.10.	Moderação de Redes Sociais Conteúdo com Vertente de Atendimento	
5.10.1	Baixa Complexidade	30
5.10.2	Média Complexidade	20
5.10.2	Alta Complexidade	10
5.11.	Gestão de Rede de Influenciadores Digitais	12
5.12.	Conteúdo para SEO	
5.12.1	Baixa Complexidade	50
5.12.2	Média Complexidade	30
5.12.3	Alta Complexidade	10
5.13.	Inventário de Conteúdo	4
5.14.	Atualização/Adequação de Conteúdos Existentes	
5.14.1	Baixa Complexidade	100
5.14.2	Média Complexidade	50
5.14.3	Alta Complexidade	30
5.15.	Cadastro de Produtos para E-commerce	0
5.16.	Relatório de Monitoramento	12
5.17.	Tradução de texto em Língua Estrangeira	
5.17.1	Baixa Complexidade	30

5.17.2	Média Complexidade	20
5.17.3	Alta Complexidade	10
DESENVOLVIMENTO		
6.1.	Hotsite	
6.1.1	Baixa Complexidade	20
6.1.2	Média Complexidade	10
6.1.3	Alta Complexidade	6
6.2.	Landing Page	
6.2.1	Baixa Complexidade	20
6.2.2	Média Complexidade	10
6.2.3	Alta Complexidade	6
6.3.	Site	
6.3.1	Baixa Complexidade	20
6.3.2	Média Complexidade	10
6.3.3	Alta Complexidade	6
6.4.	Blog	15
6.5.	Portal	10
6.6.	Aplicativos Móveis (mobile)	10
6.7.	Chatbots	6
6.8.	E-commerce	0
BUSINESS INTELLIGENCE E BUSINESS ANALYTICS		
7.1.	Análise de Campanhas	6
7.2.	Análise Descritiva	6

7.3.	Desenvolvimento de Modelos Preditivos	6
7.4.	Estudos de públicos/Netnografia	6
7.5.	Análises Léxicas	6
MARTECH		
8.1.	Implantação de Plataforma de Marketing Automation	4
8.2.	Implantação de Data Management Platform (DMP)	4
8.3.	Implantação de Ferramenta de BI	6
8.4.	Implantação de Plataforma de Web Analytics	6
8.5.	Construção e Modelagem de Bancos de Dados	6
8.6.	Gestão de plataforma de marketing Automation	6
8.7.	Gestão de Banco de dados de clientes e Prospects	16
MÍDIA		
9.1.	Planejamento de Mídia Digital	10
9.2.	Gestão de Mídia Digital (recorrente mensal)	12
9.3.	Criação de Audiências Customizadas para DMP e DSP	10

Reembolso de Despesas de Deslocamento

No âmbito da presente contratação de serviços de comunicação digital, cumpre esclarecer que **não foi apresentado cálculo detalhado de quantitativos para despesas de deslocamento**, considerando que tais despesas foram estimadas de forma global, **limitadas a até 10% do valor total da contratação**.

Essa opção metodológica se justifica por diversas razões práticas e operacionais, alinhadas ao princípio da razoabilidade e à necessidade de garantir a adequada execução dos serviços, conforme a realidade dinâmica das demandas do Ministério.

Destaca-se que **as ações de comunicação digital, embora eminentemente realizadas em ambiente virtual**, podem demandar, de maneira pontual e eventual, o deslocamento de equipes para a cobertura de eventos institucionais, lançamentos de campanhas, gravações in loco e demais atividades vinculadas à comunicação oficial do órgão.

Importante salientar que **muitas dessas ações estão diretamente atreladas à agenda ministerial**, a qual, por sua própria natureza, é **dinâmica, sujeita a alterações de data, local e formato com prazos reduzidos para organização e resposta**. Dessa maneira, seria inviável, sob o aspecto técnico, apresentar um planejamento prévio exato da quantidade de deslocamentos ou de suas condições específicas (destinos, duração, número de integrantes, necessidade de hospedagem etc.) no momento da formalização da contratação.

Assim, a adoção de um critério de estimativa proporcional — fixando-se um percentual máximo de até 10% do valor global — visa **assegurar a flexibilidade necessária para a adequada execução do contrato**, sem onerar de maneira desarrazoada o erário público, uma vez que:

- O uso de deslocamentos será limitado à estrita necessidade;

- A execução efetiva dessas despesas estará sujeita à prévia autorização e comprovação da necessidade pelo setor competente;
- Eventuais custos serão mensurados e controlados mediante a apresentação de relatórios e documentos comprobatórios, em conformidade com as regras contratuais.

Ademais, esse critério de estimativa encontra respaldo em boas práticas de gestão pública, como aquelas indicadas nas Instruções Normativas da SEGES/ME sobre planejamento de contratações (a exemplo da IN nº 5/2017 e da IN nº 73/2020), que preveem a possibilidade de adoção de estimativas globais para despesas acessórias de difícil mensuração no planejamento inicial, especialmente em contratações de serviços contínuos ou de natureza dinâmica.

8. Estimativa do Valor da Contratação

Valor (R\$): 22.440.829,48

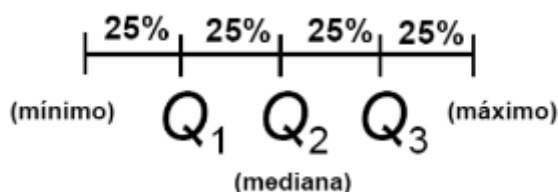
A fim de obter os preços referenciais para a futura licitação, esta Equipe de Planejamento da Contratação utilizou como referência o Guia de valores de produtos e serviços digitais disponibilizado pela ABRADI - Associação Brasileira dos Agentes Digitais, anexo (SEI nº 14488182). Para a apuração dos dados, foi escolhida a técnica dos quartis, comumente utilizado quando o objetivo de pesquisa é a divulgação de valores praticados. Assim, o objetivo foi dividir o conjunto de dados em grupos e determinar separatrizes em 4 partes iguais, em que:

O primeiro quartil, ou quartil inferior (Q_1), é o valor do conjunto que delimita os 25% menores valores: 25% dos valores são menores do Q_1 , e 75% são maiores do que Q_1 ;

O segundo quartil, ou quartil do meio, é a própria mediana (Q_2), que separa os 50% menores dos 50% maiores valores;

O terceiro quartil, ou quartil superior (Q_3), é o valor que delimita os 25% maiores valores: 75% dos valores são menores do que Q_3 , e 25% são maiores do que Q_3 .

Portanto, na interpretação dos resultados desta pesquisa temos, para cada um dos serviços investigados, as três medidas que dividem os dados ordenados em partes iguais e que representam 25% das observações.



Os preços inicialmente contratados serão fixos e irrevogáveis pelo prazo de 1 (um) ano, contado da data do orçamento estimado da contratação, nos termos da Instrução Normativa SEGES/ME nº 65, de 7 de julho de 2021 e da Lei nº 14.133/2021.

Reembolso de Despesas de Deslocamento

A produção de conteúdo digital demanda, muitas vezes, a cobertura in loco de eventos, ações governamentais, conferência e captação de imagens em diferentes localidades do território nacional. A descentralização das políticas públicas executadas pelo MDS, que abrangem programas e iniciativas de caráter social e assistencial em diversos estados e municípios, exige que as equipes de produção se desloquem para garantir uma cobertura ampla, realista e representativa das ações ministeriais.

Além disso, a produção de vídeos e materiais audiovisuais de alta qualidade requer deslocamentos para captação de imagens em diferentes cenários, entrevistas com beneficiários e especialistas, visitas a unidades de atendimento e registros de obras e entregas governamentais. A execução adequada dessas atividades é essencial para que o Ministério possa atender ao princípio constitucional da publicidade (art. 37, caput, da Constituição Federal), garantindo transparência, acesso à informação e participação social na formulação e no controle das políticas públicas.

Desta forma, é salutar a previsão de 10% (dez por cento) do valor estimado da contratação para reembolso de despesas de deslocamento, fundamentando-se na necessidade de cobrir custos inerentes à prestação dos serviços, tais como:

Passagens aéreas e terrestres, quando necessário para deslocamento de equipe técnica para captação de imagens e entrevistas;

Diárias e hospedagem, para a permanência dos profissionais nos locais de filmagem, quando não for possível o retorno no mesmo dia;

Locomoção local, incluindo transporte entre aeroportos, locais de hospedagem e pontos de filmagem;

Transporte de equipamentos técnicos, câmeras, iluminação, microfones, drones, entre outros.

A definição desse percentual baseia-se em estimativas de mercado e na complexidade das demandas audiovisuais, considerando deslocamentos para diferentes regiões do país, incluindo áreas remotas onde se desenvolvem programas do MDS. Além disso, a fixação de um limite percentual evita gastos excessivos e permite o devido planejamento orçamentário.

Portanto, a previsão de **10% do valor estimado da contratação** para o **reembolso das despesas de deslocamento** demonstra-se não apenas justificada, mas também essencial para a **execução eficaz e transparente da comunicação digital do MDS**. Essa medida possibilita que o Ministério cumpra sua função institucional de informar, valorize e fortaleça suas Secretarias, Assessorias e Departamentos, **estimulando a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas** por meio da ampla difusão de seus atos e realizações.

Observa-se que a presente estimativa possui caráter preliminar, elaborada pela área requisitante apenas para subsidiar este ETP. A pesquisa de preços oficial será realizada pelo setor competente, em momento oportuno, e em conformidade com os normativos aplicáveis.

9. Justificativa para o Parcelamento ou não da Solução

Os serviços detêm natureza indivisível, característica das contratações cujo objeto não é suscetível à divisão, dada a dinâmica estratégica da prestação do serviço no decorrer da execução contratual por motivos de característica vinculada à natureza intelectual e estratégica da prestação do serviço, ordem técnica, econômica ou razão determinante de negócio jurídico.

A regra para o parcelamento ser efetuado é a presunção de que, com a a divisão do objeto em parcelas menores, a competitividade aumentará e, conseqüentemente, as chances de alcançar propostas mais vantajosas. Porém, no caso concreto, considerando essa necessidade de contratação, entende-se que é prejudicial ao Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome, e, conseqüentemente, à própria Administração Pública, a aquisição de produtos e serviços por forma de contratação diferente de concorrência por melhor técnica ou com objetos parcelados em mais de um contrato.

O parcelamento de serviços resulta em esforços superpostos, ineficiência, incompatibilidade de estratégias e mensagens. A divisão do objeto e adjudicação a mais de uma empresa, no presente caso, acarretariam em riscos enormes de não atendimento às necessidades de comunicação do Órgão, que busca nessa contratação atender aos princípios da razoabilidade e da economicidade. O que pode interferir negativamente na gestão de recursos e no orçamento governamental.

A coexistência de muitas empresas atuando em um processo de construção de uma solução de comunicação traria dificuldades à execução, pois cada uma deteria as informações decorrentes do item sob sua execução e não haveria uma visão global da problemática do órgão e das possibilidades de atuação. Dessa forma a estratégia de comunicação do Ministério ficaria fragmentada e restrita a determinados itens.

Por outro lado, os interesses individuais de cada contratada poderiam passar a contaminar a proposição da melhor solução e subtrair a necessária agilidade e eficiência. É evidente que, quando há mais de uma empresa envolvida em partes de uma atividade interdependente, eleva-se o risco de comprometer a execução, gerando insucesso nas entregas. Desmembrar os serviços e trazer novos contratos para o Ministério, também aumentaria a complexidade da gestão, o que onera a Administração Pública.

Dessa forma, na contratação desses produtos e serviços a serem executados de forma integrada, não poderão ser parcelados e devem ser considerados os seguintes aspectos, sob a perspectiva do caráter estratégico da comunicação institucional:

- a) Produtos e serviços devem seguir uma mesma metodologia de trabalho;
- b) Ferramentas utilizadas para gestão devem ser padronizadas para deixar a mensuração de resultados mais eficiente;
- c) A multidisciplinariedade e capacidade técnica comprovada de uma equipe que atenda de forma integrada e nos três segmentos (regional, nacional e internacional)

10. Contratações Correlatas e/ou Interdependentes

Há interdependência com contratos de comunicação corporativa, publicidade e serviços de clipping, uma vez que o conteúdo digital será utilizado em múltiplas plataformas e campanhas integradas. Essa integração contribui para a racionalização de recursos e a obtenção de economia de escala.

11. Alinhamento entre a Contratação e o Planejamento

O objeto da contratação está previsto no Plano de Contratações Anual 2026, conforme Contratação PCA nº 103/2026 (SEI nº 18062369)

Verifica-se a existência de alinhamento entre a presente contratação de serviços de comunicação digital e as diretrizes estabelecidas no **Planejamento Estratégico do Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome (MDS)**, para o período de 2023 a 2026, instituído pela **Portaria MDS nº 907, de 7 de agosto de 2023**.

O Planejamento Estratégico do MDS orienta suas ações a partir de **objetivos e metas institucionais**, buscando aprimorar o alcance e a efetividade das políticas públicas de assistência social, segurança alimentar, inclusão produtiva, dentre outras áreas fundamentais para a promoção da cidadania e da redução da pobreza.

Dentro desse escopo, a contratação de serviços de comunicação digital contribui diretamente para o atingimento das seguintes metas estratégicas:

1. **Meta 4.3** Aprimorar a comunicação institucional do MDS com a sociedade, ampliando a transparência, a disseminação de informações sobre direitos sociais e políticas públicas, e fortalecendo a imagem institucional do Ministério, com ações previstas até 2026."
2. **Meta 4.2:** Aprimorar o processo de monitoramento e avaliação das ações de assistência social, inclusão produtiva e segurança alimentar e nutricional;
3. **Meta 2.1:** Ampliar o acesso à alimentação adequada e saudável para a população em situação de vulnerabilidade;

Nesse sentido, a ampliação e qualificação das estratégias digitais — incluindo a gestão de redes sociais, produção de conteúdos informativos para portais e sites, campanhas de utilidade pública e ações de comunicação integrada — são elementos imprescindíveis para que o MDS alcance uma presença mais efetiva e estratégica junto aos públicos prioritários, notadamente a população em situação de vulnerabilidade.

A comunicação digital, por sua natureza dinâmica e de grande capilaridade, revela-se o instrumento mais adequado para:

- Disseminar informações sobre benefícios sociais, programas e serviços do Governo Federal;
- Estimular a participação social e o controle cidadão;
- Reduzir a desinformação e aumentar a confiança nas políticas públicas;
- Promover o engajamento da sociedade civil em torno das ações e projetos desenvolvidos pelo MDS.

Portanto, a presente iniciativa de contratação de serviços de comunicação digital não apenas se mostra aderente aos princípios e diretrizes do Planejamento Estratégico vigente, como também constitui uma **ferramenta estratégica para o cumprimento dos objetivos institucionais traçados** para o período.

12. Benefícios a serem alcançados com a contratação

A futura contratação permitirá ao Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome - MDS cumprir sua missão institucional no tocante à disseminação de políticas e programas do Poder Executivo Federal, definir diretrizes de comunicação digital no sítio e portal do órgão, bem como atender a pautas prioritárias de governo na implementação de prestação de serviços públicos no meio digital.

As redes sociais são um canal eficiente e acessível para alcançar o objetivo de prestar contas e informar a população sobre as atividades e projetos realizados pelo governo. Com baixo custo e ampla adesão da população, elas desempenham um papel importante na construção da cidadania, permitindo orientar as pessoas sobre temas relevantes, como educação, saúde, preservação ambiental etc.

No ambiente digital, o relacionamento é essencial. Assim, espera-se que os canais do Governo funcionem como vias de mão dupla, permitindo a interação com o público. Com base nesse princípio, a pretendida contratação de comunicação digital trará uma comunicação eficaz entre o governo e a população.

13. Providências a serem Adotadas

O Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome, por meio da Assessoria Especial de Comunicação Social dispõe de ambiente adequado para abrigar os colaboradores que necessitem prestar serviços nas dependências do Órgão, bem como possui servidores com experiência e atuação na área de comunicação capazes de realizar a gestão e fiscalização da presente contratação.

A necessidade de designação da subcomissão técnica é uma providência que deve ser adotada pela administração para continuidade do processo.

14. Possíveis Impactos Ambientais

Possíveis impactos ambientais não se aplicam tendo em vista a natureza dos produtos e serviços a serem contratados. Todavia, na prestação dos serviços, a empresa deverá respeitar as normas e princípios ambientais, trabalhando sempre para minimizar ou mitigar efeitos de possíveis danos ao meio ambiente. Para tanto, a empresa deve se valer de tecnologias e materiais ecologicamente corretos e que prezam pela sustentabilidade durante a execução deste objeto, considerando ainda as estimativas de produtos e serviços elencados no Apêndice I – Especificação de Produtos e Serviços desta contratação, buscando alternativas sustentáveis para cumprir a fiel entrega das demandas ora solicitadas, atendendo aos comandos legais trazidos por aquela legislação atinente ao caso.

Além disso, as empresas vencedoras deverão observar, no que couber, os critérios e práticas de sustentabilidade ambiental contidos na Instrução Normativa nº 01/2010, da Secretaria de Logística e Tecnologia da Informação do então Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão, atual Ministério da Economia, e no Decreto nº 7.746/2012, bem como adotar boas práticas de otimização de recursos e redução de desperdícios, no que couber.

15. Declaração de Viabilidade

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

15.1. Justificativa da Viabilidade

Com base nas informações levantadas ao longo do presente Estudo Técnico Preliminar, declaramos que a contratação de empresa para prestação de serviço de comunicação corporativa é viável e necessário. Em cumprimento ao disposto no artigo 9º, IN 58/2022, emitida pela SECRETARIA ESPECIAL DE DESBUROCRATIZAÇÃO, GESTÃO E GOVERNO DIGITAL DO MINISTÉRIO DA ECONOMIA, o presente documento segue assinado pelos Integrantes da Equipe de Planejamento da Contratação, designada pela Portaria Nº 501, DE 27 DE agosto DE 2024 (SEI nº 15882266).

16. Responsáveis

Todas as assinaturas eletrônicas seguem o horário oficial de Brasília e fundamentam-se no §3º do Art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

MARIA NEBLINA ORRICO ROCHA

Coordenadora Geral



Assinou eletronicamente em 13/04/2026 às 17:34:40.

DOROTY BARBOSA MELO AMARAL

Coordenadora



Assinou eletronicamente em 13/04/2026 às 17:23:52.

VIVIANE FERNANDES DE ALBUQUERQUE

Servidora



Assinou eletronicamente em 13/04/2026 às 17:02:25.

ANDERSON DIAS FERREIRA DA SILVA

Membro da comissão de contratação

ALLISSON BESERRA BACELAR

Responsável pela contratação direta



Assinou eletronicamente em 13/04/2026 às 17:09:56.

Seleção interna :

O procedimento instituído pelo contratante para escolher a melhor proposta entre as apresentadas pelas contratadas, para realização de uma ação, durante a execução contratual.

Serviço de publicidade :

Os serviços definidos no art. 2º da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

Sistema de referências de custos :

Sistema que reúne informações encaminhadas pelos órgãos e entidades integrantes do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal - SICOM, referentes aos preços obtidos junto aos fornecedores de bens e serviços especializados, constantes das cotações apresentadas pelas agências responsáveis pela contratação.

Subcomissão técnica :

A comissão especialmente constituída para, em caráter temporário, analisar e julgar as propostas técnicas apresentadas pelos licitantes em um processo licitatório, nos termos da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

Veiculação :

A transmissão de mensagens por agente de veiculação e divulgação.

Este documento contempla as informações necessárias para subsidiar os licitantes na elaboração de suas propostas técnicas.

ANEXO I

SERVIÇOS DE: Contratação de agência especializada em estratégia digital, criação de conteúdo nativo e performance para o Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome.
1. Situação geral
<p>O Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome (MDS) atua na garantia de direitos fundamentais: renda, alimentação, proteção social, inclusão produtiva e cuidado.</p> <p>Hoje, o MDS vive um momento de consolidação de suas políticas. Se em 2023/24 o foco foi a reconstrução e o combate à fome, em 2026 o foco é a transformação de vida e a mobilidade social.</p> <p>O objetivo é apresentar o MDS como um ecossistema único de garantia de direitos e dignidade, onde a assistência social, a inclusão produtiva e a segurança alimentar convergem para mudar a história das famílias brasileiras.</p>
2. Desafios de comunicação
<p>Se ficar difícil de entender, não funciona. É preciso mostrar, de forma didática e nativa para cada ambiente digital, que o Governo do Brasil, por meio do MDS, cria caminhos para quem quer andar. Podemos falar das políticas públicas individualmente (Bolsa Família, CadÚnico, Acredita, SUAS), desde que a mensagem final seja sobre autonomia e melhoria de vida.</p> <p>A estratégia digital deve ser capaz de:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Garantir o maior consumo real da mensagem possível (não apenas impressões);2. Criar conteúdos nativos para cada plataforma;3. Integrar criação e mídia desde a origem;4. Transformar políticas públicas em narrativas de vida;5. Combater desinformação com linguagem de quem cria conteúdo.6. Não basta estar presente nas telas. É preciso ser entendido.
3. Objetivos de comunicação

1. Estratégicos

- Posicionar o MDS como motor da mobilidade social;
- Associar programas a resultados concretos na vida real;
- Gerar sentimento de pertencimento e orgulho nacional.

2. Técnicos

- Priorizar formatos com **retenção comprovada**;
- Elevar ThruPlays, views completas e tempo assistido;
- Criar criativos específicos para Stories, Reels, TikTok e Kwai.

3. Comportamentais

- Estimular busca por serviços e inscrição em oportunidades;
- Fortalecer confiança nas políticas públicas;
- Mobilizar rede de multiplicadores.

4. Públicos-alvo

Primário

- inscritos no CadÚnico
- jovens 18–34
- mulheres
- pessoas LGBT
- trabalhadores informais
- agricultores familiares.

Secundário

- classe média
- formadores de opinião

5. Praças

- atuação nacional
- prioridade: capitais, grandes centros e periferias urbanas
- Norte e Nordeste com recortes territoriais.

6. Período

O licitante deve atuar durante 60 dias corridos, de acordo com a sua Estratégia de Comunicação.

7. Verba referencial para investimento

Para fins de planejamento e proposta, considere um orçamento fictício de exemplo de **R\$ 1,5 milhão**.

A agência deverá apresentar uma proposta robusta e justificada para a distribuição estratégica deste valor. Detalhe a alocação por canais e ações, visando maximizar o impacto da comunicação e o alcance dos objetivos estabelecidos.

8. Pesquisas e outras informações

O guarda-chuva narrativo deve evidenciar que a melhoria de vida é resultado de política pública acontecendo. A comunicação deve mostrar a convergência entre **renda, trabalho, comida e cuidado para um projeto de país que funciona e cuida das pessoas**.

Um exemplo hipotético para entender essa cadeia:

Maria está no Cadastro Único entrou no Bolsa Família e passou a comprar mais no mercado do bairro, movimentando a economia local.

Seus filhos precisam estar matriculados e frequentando a escola para a manutenção do benefício e lá a alimentação é composta por produtos da agricultura familiar, adquirida pelo Governo do Brasil, garantindo renda para quem vive do campo (PAA) e comida de qualidade e saudável.

No CRAS (SUAS), Maria descobriu que há cursos profissionalizantes para quem está no Cadastro Único. Com a ampliação de vagas em creches (Plano Brasil que Cuida), ela pode deixar a filha pequena e consegue um emprego formal numa empresa parceira do MDS (Acredita no Primeiro Passo).

Maria quer aumentar a renda e melhorar a vida de toda a família, e a Regra de Proteção do Bolsa Família dá a ela a confiança de prosperar sem medo de perder o benefício nesse processo, recebendo metade do benefício enquanto aumenta sua renda.

Efeito desenvolvimento social: Não é apenas sobre quem recebe o benefício. É sobre como o país inteiro melhora quando ninguém fica para trás. Quando uma família sai da fome, o Brasil todo sente.

8.1 A "Porta de Saída" é real: Só em 2025, mais de 2 milhões de famílias deixaram o Bolsa Família porque a renda aumentou. Isso derruba o mito da "acomodação", e todos precisam saber disso.

8.2. Empregabilidade: O CadÚnico virou um banco de talentos. Dados indicam que **91% das vagas de emprego formal** criadas recentemente foram ocupadas por pessoas inscritas no Cadastro Único.

8.3 Saída do Mapa da Fome da FAO

O Brasil saiu novamente do Mapa da Fome da FAO/ONU. Para estar no "Mapa", um país precisa ter uma média móvel de subalimentação superior a **2,5%** nos últimos três anos. A prevalência de subalimentação no Brasil caiu para níveis que permitiram essa retirada técnica, consolidando a tendência de queda iniciada em 2023.

8.4 Redução da insegurança alimentar grave (3,2%)

Dados da *PNAD Contínua: Segurança Alimentar*, do IBGE atestam essa redução. Em 2022, esse índice estava em cerca de **9,4%**.

A redução para a casa dos **3,2%** representa uma das quedas mais bruscas da série histórica, indicando que a dificuldade de acesso a alimentos foi drasticamente reduzida em um curto período.

8.5 Menor índice de extrema pobreza em 30 anos

Segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), a extrema pobreza atingiu o patamar mais baixo desde o início da série histórica do Plano Real. Isso é atribuído à valorização do salário mínimo (acima da inflação) e à reformulação de programas de transferência de renda, como o Bolsa Família, que passou a considerar a composição familiar (benefícios adicionais).

8.6 Renda e desigualdade

O rendimento médio real habitual dos trabalhadores atingiu o **maior valor da série histórica** da PNAD Contínua (iniciada em 2012).

Em janeiro de 2026, os dados do IBGE confirmaram que a renda média chegou a cerca de **R\$ 3.613**, um crescimento real expressivo em relação aos anos anteriores.

Esse recorde foi impulsionado pelo mercado de trabalho aquecido (com a menor taxa de desemprego em décadas), reajustes do salário mínimo acima da inflação e a maior formalização do emprego.

8.7 Queda da desigualdade

O **Coefficiente de Gini** (que mede a desigualdade) caiu quase 18% nesse período de três décadas (pesquisa iniciada pelo IBGE em 1995). Mesmo no recorte curto, o Brasil atingiu o seu **menor nível histórico de desigualdade** em 2024.

9. Recursos próprios de comunicação

ESTRATÉGIA DE CANAIS E FORMATOS (PENSAR NATIVO)

Não queremos "o vídeo da TV cortado na vertical". Queremos peças pensadas para a lógica de consumo de cada tela.

A. TikTok & Kwai

O vídeo não pode parecer institucional. Tem que parecer feito por usuário.

- Pov (Point of View)

- Trends de transformação, Antes/Depois
- Novela/Dramaturgia (Kwai)

B. Meta

Estética, clareza e compartilhamento.

- Carrosséis "Salváveis"
- "Mitos x Verdades"

C. YouTube (Shorts e Bumpers)

Retenção e busca.

Vídeos de "como fazer", anúncios de 6 segundos (*bumpers*) focados em uma única mensagem de impacto (ex: "2 milhões de famílias melhoraram de vida. A sua pode ser a próxima", considerando um público específico).

CREATORS COMO ESTRATÉGIA (CO-CRIAÇÃO)

Não queremos apenas "garotos-propaganda" lendo texto pronto. Queremos perfis que validem a mensagem com sua própria audiência. A agência deve propor uma curadoria estratégica de acordo com temas, territórios e objetivos.

10. Esforços anteriores em comunicação

Nos últimos ciclos de comunicação institucional, o MDS tem adotado como diretriz estratégica a incorporação sistemática de conteúdo nativo para o ambiente digital em todas as campanhas publicitárias. Campanhas como Acredita no Primeiro Passo, Bolsa Família, ações voltadas à segurança alimentar e nutricional e combate à fome, além de iniciativas relacionadas à proteção social no âmbito do Sistema Único de Assistência Social (SUAS), já foram concebidas considerando desdobramentos específicos para redes sociais, plataformas de vídeo e formatos adaptados à linguagem digital, e não apenas como replicação de peças originalmente pensadas para TV ou mídia impressa.

Esse direcionamento incluiu a produção de conteúdos com linguagem própria para plataformas como Meta, TikTok, Kwai e YouTube, bem como a utilização de formatos verticais, vídeos curtos, peças interativas, animações, carrosséis, conteúdos educativos e adaptações criativas voltadas à performance. Em todas as campanhas recentes, houve provocação técnica para que o digital fosse tratado como eixo estruturante da estratégia, com segmentação de públicos, testes de formatos e integração entre mídia paga e conteúdo orgânico.

Destaca-se ainda a implementação de um projeto estruturado de comunicação digital em modelo **Always On (2025)**, com foco contínuo em rede display, banners, social ads e plataformas de vídeo, garantindo presença permanente e estratégica do Ministério nos ambientes digitais. Cada campanha integrada ao Always On foi planejada com entregas específicas para o digital, reforçando a necessidade de que futuras estratégias ampliem esse histórico, explorem novos formatos, aprofundem a mensuração de resultados e incorporem soluções inovadoras compatíveis com o comportamento do público nas plataformas.

ANEXO II

Apresentação e Julgamento da Proposta Técnica

QUESITOS E SUBQUESITOS	
Conteúdos a serem apresentados pelos licitantes	Atributos a serem considerados no julgamento
Subquesto 1: Estratégia	Pontuação mínima: 25% da pontuação total
<p>Apresentação em que a licitante descreverá: o racional de mídia com foco em hábitos e jornadas de consumo do público estratégico; a arquitetura de formatos por rede, considerando linguagens, objetivos e papéis específicos de cada canal; e o plano de creators, contemplando critérios de seleção, alinhamento com território de marca, estratégia de conteúdo, métricas de desempenho e integração com a narrativa geral da campanha.</p>	<p>A consistência e profundidade do racional estratégico apresentado, especialmente na leitura dos hábitos de consumo, da jornada do público e da definição de canais prioritários;</p> <p>a coerência da arquitetura de formatos por rede, considerando objetivos específicos, adequação de linguagem e integração entre meios;</p> <p>a aderência da estratégia às metas de eficácia estabelecidas, como ThruPlays, views completas, CTR qualificado, tempo assistido e conversões para serviços, com definição clara de indicadores e formas de mensuração.</p>
Subquesto 2: Criativo	Pontuação mínima: 25% da pontuação total
<p>Apresentação em que a licitante descreverá: o conceito guarda-chuva da campanha, com definição clara de território, mensagem central e direcionamento estratégico; o Key Visual (KV) digital, detalhando elementos visuais, desdobramentos e aplicação nos diferentes formatos e plataformas; e três linhas criativas complementares, com racional, tom de voz, abordagem narrativa e exemplos de execução.</p>	<p>A clareza e força do conceito guarda-chuva, com capacidade de sustentar desdobramentos consistentes e memoráveis;</p> <p>a qualidade estética e estratégica do KV digital, bem como a originalidade e pertinência das três linhas criativas propostas;</p> <p>a capacidade das ideias de gerar retenção, engajamento qualificado e estímulo à ação, contribuindo diretamente para o aumento de tempo assistido, CTR qualificado e conversões.</p>
Subquesto 3: Prototipagem	Pontuação mínima: 25% da pontuação total
<p>Apresentação em que a licitante descreverá a prototipagem das peças da campanha, contemplando, no mínimo: dois vídeos com adequação de linguagem e formato para Meta, TikTok, Kwai e YouTube (shorts e wide display); dois carrosséis estáticos ou animados para redes sociais; três bumpers para YouTube; e uma proposta de ação com creator, incluindo roteiro-base, dinâmica de participação e integração com o conceito criativo.</p>	<p>A adequação técnica e narrativa das peças aos formatos e especificidades de cada plataforma;</p> <p>a coerência entre conceito, execução e objetivos de performance, demonstrando aplicabilidade real e potencial de escala;</p> <p>o potencial comprovado das peças para maximizar ThruPlays, views completas, retenção de audiência e conversões para serviços, com atenção à otimização dos primeiros segundos, chamadas para ação e dinâmica visual.</p>
Subquesto 4: Inovação	Pontuação mínima: 25% da pontuação total
<p>Apresentação em que a licitante descreverá a proposta de inovação da campanha, contemplando a criação de formato fora da caixa, o uso estratégico de dados sociais como insumo criativo e argumentativo, e o desenvolvimento de mecânicas interativas que estimulem engajamento qualificado, participação ativa do público e amplificação orgânica.</p>	<p>A originalidade e relevância do formato proposto, especialmente na criação de soluções fora da caixa alinhadas ao contexto e ao público;</p> <p>o uso estratégico e criativo de dados sociais como elemento estruturante da narrativa e da prova social;</p> <p>a efetividade das mecânicas interativas na geração de participação ativa, amplificação orgânica e impacto mensurável nos indicadores de desempenho definidos para a campanha.</p>

MINUTA



MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO E ASSISTÊNCIA SOCIAL,
FAMÍLIA E COMBATE À FOME

SECRETARIA-EXECUTIVA

PROCESSO Nº 71000.026032/2023-88

* MINUTA DE DOCUMENTO

MINUTA^[1]

CONTRATO ADMINISTRATIVO Nº _____, QUE FAZEM ENTRE SI A UNIÃO, POR INTERMÉDIO DO MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO E ASSISTÊNCIA SOCIAL, FAMÍLIA E COMBATE À FOME, E A EMPRESA _____.

A UNIÃO, por intermédio do **MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO E ASSISTÊNCIA SOCIAL FAMÍLIA E COMBATE À FOME**, com sede no Bloco “A”, Esplanada dos Ministérios, Brasília-DF, inscrita no CNPJ sob o nº 05.756.246/0004-54, neste ato representado pelo (a) _____, o(a) senhor(a) _____, nomeado(a) pela Portaria nº _____, publicada no Diário Oficial da União de _____, portador(a) da matrícula funcional SIAPE nº _____, doravante denominado **CONTRATANTE**, e a empresa _____, inscrita no CNPJ/MF sob o nº _____, sediado (a) no (a) _____, doravante designada **CONTRATADA**, neste ato representada por _____, o(a) senhor(a) _____, conforme [atos constitutivos da empresa] **OU** [procuração apresentada nos autos], tendo em vista o que consta no Processo nº **71000.026032/2023-88** e em observância às disposições da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021 e demais legislação aplicável, resolvem celebrar o presente Termo de Contrato, decorrente da Concorrência nº ____/____, mediante as cláusulas e condições a seguir enunciadas.

1. CLÁUSULA PRIMEIRA – OBJETO

1.1. O objeto do presente instrumento é a contratação de serviços continuados de comunicação digital, sob demanda, nas condições estabelecidas no Termo de Referência.

1.2. Objeto da contratação:

Item	Descrição/Especificação	Catserv	Quantidade	Valor total
1	Serviços de comunicação digital conforme especificações do Apêndice I e Anexo I deste instrumento	836	1	

1.3. Vinculam esta contratação, independentemente de transcrição:

1.3.1. O Termo de Referência;

1.3.2. O Edital da Licitação;

1.3.3. A Proposta do contratado;

1.3.4. Anexo I deste Termo de Contrato e eventuais anexos dos documentos supracitados.

2. CLÁUSULA SEGUNDA – VIGÊNCIA E PRORROGAÇÃO

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

2.2. A prorrogação de que trata este item é condicionada ao ateste, pela autoridade competente, de que as condições e os preços permanecem vantajosos para a Administração, permitida a negociação com o contratado, atentando, ainda, para o cumprimento dos seguintes requisitos:

2.2.1. Estar formalmente demonstrado no processo que a forma de prestação dos serviços tem natureza continuada;

2.2.2. Seja juntado relatório que discorra sobre a execução do contrato, com informações de que os serviços tenham sido prestados regularmente;

2.2.3. Seja juntada justificativa e motivo, por escrito, de que a Administração mantém interesse na realização do serviço;

2.2.4. Haja manifestação expressa do contratado informando o interesse na prorrogação;

2.2.5. Seja comprovado que o contratado mantém as condições iniciais de habilitação.

2.2.6. Não haja registro no Cadastro Informativo de Créditos Não Quitados do setor público federal (Cadin).

2.3. O contratado não tem direito subjetivo à prorrogação contratual.

2.4. A prorrogação de contrato deverá ser promovida mediante celebração de termo aditivo.

2.5. Nas eventuais prorrogações contratuais, os custos não renováveis já pagos ou amortizados ao longo do primeiro período de vigência da contratação deverão ser reduzidos ou eliminados como condição para a renovação.

2.6. O contrato não poderá ser prorrogado quando o contratado tiver sido penalizado nas sanções de declaração de inidoneidade ou impedimento de licitar e contratar com poder público, observadas as abrangências de aplicação.

3. CLÁUSULA TERCEIRA – MODELOS DE EXECUÇÃO E GESTÃO CONTRATUAIS

3.1. O regime de execução contratual, os modelos de gestão e de execução, assim como os prazos e condições de conclusão, entrega, observação e recebimento do objeto constam no Termo de Referência, anexo a este Contrato.

4. CLÁUSULA QUARTA – SUBCONTRATAÇÃO

4.1. As regras sobre a subcontratação do objeto são aquelas estabelecidas no Termo de Referência, anexo a este Contrato.

5. CLÁUSULA QUINTA – PREÇO

5.1. O valor total da contratação é de **R\$ _____ (_____)**.

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

5.3. O valor acima é meramente estimativo, de forma que os pagamentos devidos ao CONTRATADO dependerão dos quantitativos efetivamente fornecidos.

6. CLÁUSULA SEXTA – PAGAMENTO

6.1. O prazo para pagamento ao contratado e demais condições a ele referentes encontram-se definidos no Termo de Referência, anexo a este Contrato.

7. CLÁUSULA SÉTIMA – REAJUSTE

7.1. As regras acerca do reajuste do valor contratual são aquelas definidas no Termo de Referência, anexo a este Contrato.

8. CLÁUSULA OITAVA – OBRIGAÇÕES DO CONTRATANTE

8.1. São obrigações do Contratante:

8.1.1. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pelo Contratado, de acordo com o contrato e seus anexos;

8.1.2. Receber o objeto no prazo e condições estabelecidas no Termo de Referência;

8.1.3. Notificar o Contratado, por escrito, da ocorrência de eventuais imperfeições, falhas ou irregularidades constatadas no curso da execução dos serviços, fixando prazo para a sua correção, certificando-se de que as soluções por ele propostas sejam as mais adequadas;

8.1.4. Acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e o cumprimento das obrigações pelo Contratado;

8.1.5. Comunicar a empresa para emissão de Nota Fiscal no que se refere à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento, quando houver controvérsia sobre a execução do objeto, quanto à dimensão, qualidade e quantidade, conforme o [art. 143 da Lei nº 14.133, de 2021](#);

8.1.6. Efetuar o pagamento ao Contratado do valor correspondente à execução do objeto, no prazo, forma e condições estabelecidos no presente Contrato e no Termo de Referência;

8.1.7. Aplicar ao Contratado as sanções previstas na lei e neste Contrato;

8.1.8. Não praticar atos de ingerência na administração do contratado, tais como:

8.1.8.1. indicar pessoas expressamente nominadas para executar direta ou indiretamente o objeto contratado;

8.1.8.2. fixar salário inferior ao definido em lei ou em ato normativo a ser pago pelo CONTRATADO;

8.1.8.3. estabelecer vínculo de subordinação com funcionário do CONTRATADO;

8.1.8.4. definir forma de pagamento mediante exclusivo reembolso dos salários pagos;

8.1.8.5. demandar a funcionário do CONTRATADO a execução de tarefas fora do escopo do objeto da contratação;

8.1.8.6. prever exigências que constituam intervenção indevida da Administração na gestão interna do CONTRATADO.

8.1.9. Cientificar o órgão de representação judicial da Advocacia-Geral da União para adoção das medidas cabíveis quando do descumprimento de obrigações pelo Contratado;

8.1.10. Explicitamente emitir decisão sobre todas as solicitações e reclamações relacionadas à execução do presente Contrato, ressalvados os requerimentos manifestamente impertinentes, meramente protelatórios ou de nenhum interesse para a boa execução do ajuste.

8.1.10.1. A Administração terá o prazo de um mês, a contar da data do protocolo do

requerimento para decidir, admitida a prorrogação motivada, por igual período.

8.1.11. Responder eventuais pedidos de reestabelecimento do equilíbrio econômico-financeiro feitos pelo contratado no prazo máximo de um mês.

8.1.12. Notificar os emitentes das garantias quanto ao início de processo administrativo para apuração de descumprimento de cláusulas contratuais.

8.1.13. Comunicar o CONTRATADO na hipótese de posterior alteração do projeto pelo CONTRATANTE, no caso do art. 93, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021.

8.2. A Administração não responderá por quaisquer compromissos assumidos pelo Contratado com terceiros, ainda que vinculados à execução do contrato, bem como por qualquer dano causado a terceiros em decorrência de ato do Contratado, de seus empregados, prepostos ou subordinados.

9. CLÁUSULA NONA – OBRIGAÇÕES DO CONTRATADO

9.1. O Contratado deve cumprir todas as obrigações constantes deste Contrato, em seus anexos, assumindo como exclusivamente seus os riscos e as despesas decorrentes da boa e perfeita execução do objeto, observando, ainda, as obrigações a seguir dispostas:

9.2. Atender às determinações regulares emitidas pelo fiscal ou gestor do contrato ou autoridade superior e prestar todo esclarecimento ou informação por eles solicitados;

9.3. Reparar, corrigir, remover, reconstruir ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, os bens e serviços nos quais se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados;

9.4. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, bem como por todo e qualquer dano causado à Administração ou terceiros, não reduzindo essa responsabilidade a fiscalização ou o acompanhamento da execução contratual pelo CONTRATANTE, que ficará autorizado a descontar dos pagamentos devidos ou da garantia, caso exigida, o valor correspondente aos danos sofridos;

9.5. Quando não for possível a verificação da regularidade no Sistema de Cadastro de Fornecedores – SICAF, o CONTRATADO deverá entregar ao setor responsável pela fiscalização do contrato, até o dia trinta do mês seguinte ao da prestação dos serviços, os seguintes documentos:

9.5.1. prova de regularidade relativa à Seguridade Social;

9.5.2. certidão conjunta relativa aos tributos federais e à Dívida Ativa da União;

9.5.3. certidões que comprovem a regularidade perante a Fazenda Municipal ou Distrital do domicílio ou sede do CONTRATADO;

9.5.4. Certidão de Regularidade do FGTS – CRF; e

9.5.5. Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT;

9.6. Responsabilizar-se pelo cumprimento das obrigações previstas em Acordo, Convenção, Dissídio Coletivo de Trabalho ou equivalentes das categorias abrangidas pelo contrato, por todas as obrigações trabalhistas, sociais, previdenciárias, tributárias, fiscais, comerciais e as demais previstas em legislação específica, cuja inadimplência não transfere a responsabilidade ao CONTRATANTE e não poderá onerar o objeto do contrato;

9.7. Comunicar ao Fiscal do contrato tempestivamente, observada a urgência da situação, qualquer ocorrência anormal ou acidente que se verifique no local da execução do objeto contratual, não ultrapassando o prazo de 24 (vinte e quatro) horas;

9.8. Paralisar, por determinação do CONTRATANTE, qualquer atividade que não esteja sendo executada de acordo com a boa técnica ou que ponha em risco a segurança de pessoas ou bens de terceiros;

9.9. Manter durante toda a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições exigidas para habilitação na licitação;

- 9.10. Cumprir, durante todo o período de execução do contrato, a reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência, para reabilitado da Previdência Social ou para aprendiz, bem como as reservas de cargos previstas na legislação;
- 9.11. Comprovar a reserva de cargos a que se refere a cláusula acima, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, com a indicação dos empregados que preencheram as referidas vagas;
- 9.12. Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento do contrato;
- 9.13. Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua proposta, inclusive quanto aos custos variáveis decorrentes de fatores futuros e incertos, devendo complementá-los, caso o previsto inicialmente em sua proposta não seja satisfatório para o atendimento do objeto da contratação, exceto quando ocorrer algum dos eventos arrolados no art. 124, II, d, da Lei nº 14.133, de 2021;
- 9.14. Cumprir, além dos postulados legais vigentes de âmbito federal, estadual ou municipal, as normas de segurança do CONTRATANTE;
- 9.15. Alocar os empregados necessários ao perfeito cumprimento das cláusulas deste contrato, com habilitação e conhecimento adequados;
- 9.16. Prestar os serviços dentro dos parâmetros e rotinas estabelecidos;
- 9.17. Fornecer todos os materiais, equipamentos, ferramentas e utensílios demandados, em quantidade, qualidade e tecnologia adequadas, com a observância às recomendações aceitas pela boa técnica, normas e legislação de regência;
- 9.18. Conduzir os trabalhos com estrita observância às normas da legislação pertinente, cumprindo as determinações dos Poderes Públicos, mantendo sempre limpo o local de execução do objeto e nas melhores condições de segurança, higiene e disciplina;
- 9.19. [Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição;](#)
- 9.20. Submeter previamente, por escrito, ao CONTRATANTE, para análise e aprovação, quaisquer mudanças nos métodos executivos que fujam às especificações do memorial descritivo ou instrumento congênere;
- 9.21. Cumprir as normas de proteção ao trabalho, inclusive aquelas relativas à segurança e à saúde no trabalho;
- 9.22. Não submeter os trabalhadores a condições degradantes de trabalho, jornadas exaustivas, servidão por dívida ou trabalhos forçados;
- 9.23. Não permitir a utilização de qualquer trabalho do menor de dezesseis anos de idade, exceto na condição de aprendiz para os maiores de quatorze anos de idade, observada a legislação pertinente;
- 9.24. Não submeter o menor de dezoito anos de idade à realização de trabalho noturno e em condições perigosas e insalubres e à realização de atividades constantes na Lista de Piores Formas de Trabalho Infantil, aprovada pelo Decreto nº 6.481, de 12 de junho de 2008;
- 9.25. Receber e dar o tratamento adequado a denúncias de discriminação, violência e assédio no ambiente de trabalho;
- 9.26. Manter preposto aceito pela Administração no local da obra ou do serviço para representá-lo na execução do contrato;
- 9.26.1. A indicação ou a manutenção do preposto da empresa poderá ser recusada pelo órgão ou entidade, desde que devidamente justificada, devendo a empresa designar outro para o exercício da atividade;
- 9.27. Não contratar, durante a vigência do contrato, cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau, de dirigente do CONTRATANTE ou de agente público que tenha desempenhado função na licitação ou que atue na fiscalização ou gestão do contrato, nos termos do artigo 48, parágrafo único, da Lei nº 14.133, de 2021;

- 9.28. Prestar todo esclarecimento ou informação solicitada pelo CONTRATANTE ou por seus prepostos, garantindo-lhes o acesso, a qualquer tempo, ao local dos trabalhos, bem como aos documentos relativos à execução do contrato;
- 9.29. Promover a guarda, manutenção e vigilância de materiais, ferramentas, e tudo o que for necessário à execução do objeto, durante a vigência do contrato;
- 9.30. Assegurar aos seus trabalhadores ambiente de trabalho e instalações em condições adequadas ao cumprimento das normas de saúde, segurança e bem-estar no trabalho;
- 9.31. Fornecer equipamentos de proteção individual (EPI) e equipamentos de proteção coletiva (EPC), quando for o caso;
- 9.32. Garantir o acesso do CONTRATANTE, a qualquer tempo, ao local dos trabalhos, bem como aos documentos relativos à execução do contrato;
- 9.33. Promover a organização técnica e administrativa dos serviços, de modo a conduzi-los eficaz e eficientemente, de acordo com os documentos e especificações que integram o Termo de Referência, no prazo determinado;
- 9.34. Instruir seus empregados quanto à necessidade de acatar as normas internas da Administração;
- 9.35. Instruir seus empregados a respeito das atividades a serem desempenhadas, alertando-os a não executar atividades não abrangidas pelo contrato, devendo o CONTRATADO relatar ao CONTRATANTE toda e qualquer ocorrência neste sentido, a fim de evitar desvio de função;
- 9.36. Realizar a transição contratual com transferência de conhecimento, tecnologia e técnicas empregadas, sem perda de informações, podendo exigir, inclusive, a capacitação dos técnicos do CONTRATANTE ou da nova empresa que continuará a execução dos serviços;
- 9.37. Ceder ao CONTRATANTE todos os direitos patrimoniais relativos ao objeto contratado, o qual poderá ser livremente utilizado e/ou alterado em outras ocasiões, sem necessidade de nova autorização do CONTRATADO.

10. CLÁUSULA DÉCIMA – OBRIGAÇÕES PERTINENTES À LGPD

- 10.1. As partes deverão cumprir a Lei nº 13.709, de 2018 (LGPD), quanto a todos os dados pessoais a que tenham acesso em razão do certame ou do contrato administrativo que eventualmente venha a ser firmado, a partir da apresentação da proposta no procedimento de contratação, independentemente de declaração ou de aceitação expressa.
- 10.2. Os dados obtidos somente poderão ser utilizados para as finalidades que justificaram seu acesso e de acordo com a boa-fé e com os princípios do art. 6º da LGPD.
- 10.3. É vedado o compartilhamento com terceiros dos dados obtidos fora das hipóteses permitidas em Lei.
- 10.4. A Administração deverá ser informada no prazo de 5 (cinco) dias úteis sobre todos os contratos de suboperação firmados ou que venham a ser celebrados pelo CONTRATADO.
- 10.5. Terminado o tratamento dos dados nos termos do art. 15 da LGPD, é dever do CONTRATADO eliminá-los, com exceção das hipóteses do art. 16 da LGPD, incluindo aquelas em que houver necessidade de guarda de documentação para fins de comprovação do cumprimento de obrigações legais ou contratuais e somente enquanto não prescritas essas obrigações.
- 10.6. É dever do CONTRATADO orientar e treinar seus empregados sobre os deveres, requisitos e responsabilidades decorrentes da LGPD.
- 10.7. O CONTRATADO deverá exigir de SUBOPERADORES e SUBCONTRATADOS o cumprimento dos deveres da presente cláusula, permanecendo integralmente responsável por garantir sua observância.
- 10.8. O CONTRATANTE poderá realizar diligência para aferir o cumprimento dessa cláusula, devendo o CONTRATADO atender prontamente eventuais pedidos de comprovação formulados.

10.9. O CONTRATADO deverá prestar, no prazo fixado pelo CONTRATANTE, prorrogável justificadamente, quaisquer informações acerca dos dados pessoais para cumprimento da LGPD, inclusive quanto a eventual descarte realizado.

10.10. Bancos de dados formados a partir de contratos administrativos, notadamente aqueles que se proponham a armazenar dados pessoais, devem ser mantidos em ambiente virtual controlado, com registro individual rastreável de tratamentos realizados (LGPD, art. 37), com cada acesso, data, horário e registro da finalidade, para efeito de responsabilização, em caso de eventuais omissões, desvios ou abusos.

10.10.1. Os referidos bancos de dados devem ser desenvolvidos em formato interoperável, a fim de garantir a reutilização desses dados pela Administração nas hipóteses previstas na LGPD.

10.11. O contrato está sujeito a ser alterado nos procedimentos pertinentes ao tratamento de dados pessoais, quando indicado pela autoridade competente, em especial a ANPD por meio de opiniões técnicas ou recomendações, editadas na forma da LGPD.

10.12. Os contratos e convênios de que trata o § 1º do art. 26 da LGPD deverão ser comunicados à autoridade nacional.

11. CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - GARANTIA DE EXECUÇÃO

11.1. Será exigida a prestação de garantia na presente contratação, conforme regras constantes do Termo de Referência.

12. CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA – INFRAÇÕES E SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

12.1. As regras acerca de infrações e sanções administrativas referentes à execução do contrato são aquelas definidas no Termo de Referência, anexo a este Contrato.

13. CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – EXTINÇÃO CONTRATUAL

13.1. O contrato será extinto quando vencido o prazo nele estipulado, independentemente de terem sido cumpridas ou não as obrigações de ambas as partes contraentes.

13.2. O contrato poderá ser extinto antes do prazo nele fixado, sem ônus para o CONTRATANTE, mediante justificativa formal de que não dispõe de créditos orçamentários para sua continuidade ou de que o contrato não mais lhe oferece vantagem.

13.2.1. Nesse caso, a extinção antecipada ocorrerá na próxima data de aniversário do contrato, garantido um prazo mínimo de dois meses para ciência formal do contratado, devendo ser observada a regra do art. 183 da Lei nº 14.133, de 2021 para a contagem deste prazo.

13.3. O contrato poderá ser extinto com fundamento na ausência de créditos orçamentários ou na perda de vantagem contratual antes da data de aniversário, desde que ocorra com ônus para o CONTRATANTE, conforme previsto no art. 138, §2º, da Lei nº 14.133, de 2021.

13.4. O contrato poderá ser extinto antes de cumpridas as obrigações nele estipuladas, ou antes do prazo nele fixado, por algum dos motivos previstos no artigo 137 da Lei nº 14.133/21, bem como amigavelmente, assegurados o contraditório e a ampla defesa.

13.5. Nesta hipótese, aplicam-se também os artigos 138 e 139 da mesma Lei.

13.6. A alteração social ou a modificação da finalidade ou da estrutura da empresa não ensejará a extinção se não restringir sua capacidade de concluir o contrato.

13.7. Se a operação implicar mudança da pessoa jurídica contratada, deverá ser formalizado termo aditivo para alteração subjetiva.

13.8. O termo de extinção, sempre que possível, será precedido:

13.8.1. Balanço dos eventos contratuais já cumpridos ou parcialmente cumpridos;

13.8.2. Relação dos pagamentos já efetuados e ainda devidos;

13.8.3. Indenizações e multas.

13.9. A extinção do contrato não configura óbice para o reconhecimento do desequilíbrio econômico-financeiro, hipótese em que será concedida indenização por meio de termo indenizatório.

13.10. O CONTRATANTE poderá ainda:

13.10.1. nos casos de obrigação de pagamento de multa pelo CONTRATADO, reter a garantia prestada a ser executada, conforme legislação que rege a matéria; e

13.10.2. nos casos em que houver necessidade de ressarcimento de prejuízos causados à Administração, nos termos do inciso IV do art. 139 da Lei n.º 14.133, de 2021, reter os eventuais créditos existentes em favor do contratado decorrentes do contrato.

13.11. O contrato poderá ser extinto caso se constate que o CONTRATADO mantém vínculo de natureza técnica, comercial, econômica, financeira, trabalhista ou civil com dirigente do órgão ou entidade contratante ou com agente público que tenha desempenhado função na licitação ou na contratação direta, ou atue na fiscalização ou na gestão do contrato, ou que deles seja cônjuge, companheiro ou parente em linha reta, colateral ou por afinidade, até o terceiro grau.

14. CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA – ALTERAÇÕES

14.1. Eventuais alterações contratuais reger-se-ão pela disciplina dos arts. 124 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021.

14.2. O contratado é obrigado a aceitar, nas mesmas condições contratuais, os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

14.3. As supressões resultantes de acordo celebrado entre as partes contratantes poderão exceder o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato.

14.4. As alterações contratuais deverão ser promovidas mediante celebração de termo aditivo, submetido à prévia aprovação da consultoria jurídica do contratante, salvo nos casos de justificada necessidade de antecipação de seus efeitos, hipótese em que a formalização do aditivo deverá ocorrer no prazo máximo de 1 (um) mês.

14.5. Registros que não caracterizam alteração do contrato podem ser realizados por simples apostila, dispensada a celebração de termo aditivo, na forma do art. 136 da Lei nº 14.133, de 2021.

15. CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA – DOTAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

15.1. As despesas decorrentes da presente contratação correrão à conta de recursos específicos consignados no Orçamento Geral da União deste exercício, na dotação abaixo discriminada:

- I - Gestão/Unidade:
- II - Fonte de Recursos:
- III - Programa de Trabalho:
- IV - Elemento de Despesa:
- V - Plano Interno:
- VI - Nota de Empenho:

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

16. CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA – CASOS OMISSOS

16.1. Os casos omissos serão decididos pelo CONTRATANTE, segundo as disposições contidas

na Lei nº 14.133, de 2021, e demais normas federais aplicáveis e, subsidiariamente, segundo as disposições contidas na Lei nº 8.078, de 1990 – Código de Defesa do Consumidor – e normas e princípios gerais dos contratos.

17. CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA – ASSINATURA ELETRÔNICA E/OU DIGITAL

17.1. O presente instrumento será firmado através de assinatura eletrônica e/ou digital, certificada pelo Sistema Eletrônico de Informações do Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social, Família e Combate à Fome, garantida a eficácia das Cláusulas.

17.2. Em conformidade com o disposto § 1º do art. 10 da MPV 2.200-02/01, a assinatura deste termo pelo representante oficial da contratada, pressupõem declarada a sua concordância, de forma inequívoca, bem como o reconhecimento de validade e aceite do presente documento.

17.3. A sua autenticidade poderá, a qualquer tempo, ser atestada seguindo os procedimentos impressos na nota de rodapé, não podendo, desta forma, as partes se oporem a sua utilização.

18. CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA – PUBLICAÇÃO

18.1. Incumbirá ao contratante divulgar o presente instrumento no Portal Nacional de Contratações Públicas (PNCP), na forma prevista no art. 94 da Lei 14.133, de 2021, bem como no respectivo sítio oficial na Internet, em atenção ao art. 91, *caput*, da Lei n.º 14.133, de 2021, e ao art. 8º, §2º, da Lei n. 12.527, de 2011, c/c art. 7º, §3º, inciso V, do Decreto n. 7.724, de 2012.

19. CLÁUSULA DÉCIMA NONA – FORO

19.1. Fica eleito o Foro da Justiça Federal em Brasília, Seção Judiciária do Distrito Federal para dirimir os litígios que decorrerem da execução deste Termo de Contrato que não puderem ser compostos pela conciliação, conforme art. 92, §1º, da Lei nº 14.133/21.

E, por estarem de acordo, depois de lido e achado conforme, foi o presente contrato assinado eletronicamente pelas partes, juntamente com as testemunhas abaixo indicadas.

REPRESENTANTE

Ministério do Desenvolvimento e Assistência Social
Família e Combate à Fome
CONTRATANTE

REPRESENTANTE

Denominação da Contratada
CONTRATADA

TESTEMUNHAS:

Nome:
SIAPE:

Nome:
SIAPE:

[\[1\]](#)
Câmara Nacional de Modelos de Licitações e Contratos da Consultoria-Geral da União
Modelo de Termo de Contrato - Licitação e Contratação Direta - Serviços sem regime de dedicação exclusiva de mão de obra - Lei nº 14.133, de 2021
Aprovado pela Secretaria de Gestão e Inovação
Identidade visual pela Secretaria de Gestão e Inovação
Atualização: DEZ/2025

ANEXO I - PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

Item	Produto/serviço	Quantidade anual estimada	Preço unitário (R\$)	Valor global (R\$)
Planejamento				

1.1.	Planejamento de Estratégia Digital	4	R\$	R\$
1.2.	Plano Tático de Projeto	4	R\$	R\$
1.3.	Plano de Inbound Marketing	2	R\$	R\$
1.4.	Planejamento de Conteúdo para Sites e Portais	4	R\$	R\$
1.5.	Planejamento para Redes Sociais	4	R\$	R\$
1.6.	Planejamento para Gestão de Crise	3	R\$	R\$
1.7.	Planejamento de Campanha/Ação Digital	4	R\$	R\$
1.8.	Plano de Escopo e Matriz Estratégica	3	R\$	R\$
1.9.	Diagnóstico Digital de Marca	2	R\$	R\$
1.10.	Planejamento de Régua de Relacionamento	3	R\$	R\$
1.11.	Estudo e criação de Brand Persona	2	R\$	R\$
1.12.	Estudo e criação de Buyer Persona	2	R\$	R\$
1.13.	Diagnóstico de Conteúdo	3	R\$	R\$
1.14.	Diagnóstico de SEO	3	R\$	R\$
1.15.	Diagnóstico de T.I.	2	R\$	R\$
1.16.	Diagnóstico de Acessibilidade	2	R\$	R\$
1.17.	Plano de Projeto de Desenvolvimento	3	R\$	R\$
1.18.	Benchmarking	2	R\$	R\$
Concepção criativa				
2.1.	Canais Digitais (desktop e mobile)	3	R\$	R\$
2.2.	Guia Gráfico de UX/UI	3	R\$	R\$
2.3.	Key Visual	3	R\$	R\$
Desdobramento de produção criativa				
3.1.	Peças de Mídia	50	R\$	R\$
3.2.	Banners ou Artes			
3.2.1	Baixa Complexidade	30	R\$	R\$
3.2.2	Média Complexidade	20	R\$	R\$
3.2.3	Alta Complexidade	12	R\$	R\$
3.3.	E-mail Marketing	52	R\$	R\$
3.4.	Infográfico			
3.4.1	Baixa Complexidade	30	R\$	R\$
3.4.2	Média Complexidade	20	R\$	R\$
3.4.3	Alta Complexidade	5	R\$	R\$
3.5	Apresentação			
3.5.1	Baixa Complexidade	12	R\$	R\$
3.5.2	Média Complexidade	10	R\$	R\$
3.5.3	Alta Complexidade	5	R\$	R\$
3.5.4	Altíssima Complexidade	3	R\$	R\$
3.6.	Telas Secundárias e Interfaces	12	R\$	R\$

3.7.	Perfil Capa e Post para Redes Sociais			
3.7.1	Baixa Complexidade	30	R\$	R\$
3.7.2	Média Complexidade	20	R\$	R\$
3.7.3	Alta Complexidade	5	R\$	R\$
Produção de vídeo e animações				
4.1.	Vídeo produção (depoimento, reportagem, entrevista)			
4.1.1	Baixa Complexidade	30	R\$	R\$
4.1.2	Média Complexidade	20	R\$	R\$
4.1.3	Alta Complexidade	5	R\$	R\$
4.2.	Vídeo Gravação de Eventos			
4.2.1	Baixa Complexidade	20	R\$	R\$
4.2.2	Média Complexidade	10	R\$	R\$
4.2.3	Alta Complexidade	5	R\$	R\$
4.3.	Vídeo Bumper (YouTube)			
4.3.1	Baixa Complexidade	20	R\$	R\$
4.3.2	Média Complexidade	10	R\$	R\$
4.3.3	Alta Complexidade	5	R\$	R\$
4.4	Vídeo animação (motion ou cartelado)			
4.4.1	Baixa Complexidade	20	R\$	R\$
4.4.2	Média Complexidade	10	R\$	R\$
4.4.3	Alta Complexidade	5	R\$	R\$
4.5.	Vídeo Campanha			
4.5.1	Baixa Complexidade	20	R\$	R\$
4.5.2	Média Complexidade	10	R\$	R\$
4.5.3	Alta Complexidade	5	R\$	R\$
4.6.	Tutoriais			
4.6.1	Baixa Complexidade	10	R\$	R\$
4.6.2	Média Complexidade	5	R\$	R\$
4.6.3	Alta Complexidade	5	R\$	R\$
4.7.	Gravação e Transmissão ao Vivo			
4.7.1	Baixa Complexidade	20	R\$	R\$
4.7.2	Média Complexidade	10	R\$	R\$
4.7.3	Alta Complexidade	5	R\$	R\$
4.8.	Podcasts			
4.8.1	Baixa Complexidade	30	R\$	R\$
4.8.2	Média Complexidade	20	R\$	R\$
4.8.3	Alta Complexidade	5	R\$	R\$
Conteúdo				
5.1	Redação de Texto em Língua Estrangeira			
5.1.1	Baixa Complexidade	20	R\$	R\$
5.1.2	Média Complexidade	10	R\$	R\$
5.1.3	Alta Complexidade	5	R\$	R\$
5.2	Edição de Texto em Língua Portuguesa			
5.2.1	Baixa Complexidade	50	R\$	R\$
5.2.2	Média Complexidade	30	R\$	R\$
5.2.3	Alta Complexidade	15	R\$	R\$
5.3.	Redação de Texto em Língua Portuguesa			
5.3.1	Baixa Complexidade	52	R\$	R\$
5.3.2	Média Complexidade	30	R\$	R\$

5.3.3	Alta Complexidade	20	R\$	R\$
5.4.	Adaptação de Conteúdo para Novos Canais	12	R\$	R\$
5.5.	Gestão de Conteúdo	12	R\$	R\$
5.6.	Redação de SMS	104	R\$	R\$
5.7.	Digital influencers/Marketing de Influência	40	R\$	R\$
5.8.	Guia de Estilo Editorial	3	R\$	R\$
5.9.	Roteirização de Apresentação	12	R\$	R\$
5.10.	Moderação de Redes Sociais Conteúdo com Vertente de Atendimento			
5.10.1	Baixa Complexidade	30	R\$	R\$
5.10.2	Média Complexidade	20	R\$	R\$
5.10.2	Alta Complexidade	10	R\$	R\$
5.11.	Gestão de Rede de Influenciadores Digitais	12	R\$	R\$
5.12.	Conteúdo para SEO			
5.12.1	Baixa Complexidade	50	R\$	R\$
5.12.2	Média Complexidade	30	R\$	R\$
5.12.3	Alta Complexidade	10	R\$	R\$
5.13.	Inventário de Conteúdo	4	R\$	R\$
5.14.	Atualização/Adequação de Conteúdos Existentes			
5.14.1	Baixa Complexidade	100	R\$	R\$
5.14.2	Média Complexidade	50	R\$	R\$
5.14.3	Alta Complexidade	30	R\$	R\$
5.15.	Cadastro de Produtos para E-commerce	0	R\$	-
5.16.	Relatório de Monitoramento	12	R\$	R\$
5.17.	Tradução de texto em Língua Estrangeira			
5.17.1	Baixa Complexidade	30	R\$	R\$
5.17.2	Média Complexidade	20	R\$	R\$
5.17.3	Alta Complexidade	10	R\$	R\$
Desenvolvimento				
6.1.	Hotsite			
6.1.1	Baixa Complexidade	20	R\$	R\$
6.1.2	Média Complexidade	10	R\$	R\$
6.1.3	Alta Complexidade	5	R\$	R\$
6.2.	Landing Page			
6.2.1	Baixa Complexidade	20	R\$	R\$
6.2.2	Média Complexidade	10	R\$	R\$
6.2.3	Alta Complexidade	5	R\$	R\$
6.3.	Site			
6.3.1	Baixa Complexidade	20	R\$	R\$
6.3.2	Média Complexidade	10	R\$	R\$
6.3.3	Alta Complexidade	5	R\$	R\$
6.4.	Blog	15	R\$	R\$
6.5.	Portal	10	R\$	R\$
6.6.	Aplicativos Móveis (mobile)	10	R\$	R\$
6.7.	Chatbots	5	R\$	R\$
6.8.	E-commerce	0	R\$	-
Business intelligence e business analytics				

7.1.	Análise de Campanhas	5	R\$	R\$
7.2.	Análise Descritiva	5	R\$	R\$
7.3.	Desenvolvimento de Modelos Preditivos	5	R\$	R\$
7.4.	Estudos de públicos/Netnografia	5	R\$	R\$
7.5.	Análises Léxicas	5	R\$	R\$
Martech				
8.1.	Implantação de Plataforma de Marketing	4	R\$	R\$
8.2.	Implantação de Data Management Platform	4	R\$	R\$
8.3.	Implantação de Ferramenta de BI	5	R\$	R\$
8.4.	Implantação de Plataforma de Web Analytics	5	R\$	R\$
8.5.	Construção e Modelagem de Bancos de Dados	5	R\$	R\$
8.6.	Gestão de plataforma de marketing Automation	5	R\$	R\$
8.7.	Gestão de Banco de dados de clientes e Prospects	5	R\$	R\$
Mídia				
9.1.	Planejamento de Mídia Digital	10	R\$	R\$
9.2.	Gestão de Mídia Digital (recorrente mensal)	12	R\$	R\$
9.3.	Criação de Audiências Customizadas para DMP e	10	R\$	R\$
Subtotal			R\$	
Despesas com deslocamento de profissionais a serviço (10%)			R\$	
Total			R\$	



Documento assinado eletronicamente por **Angélica Aguiar Costa, Chefe de Divisão**, em 26/02/2026, às 11:41, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020 da Presidência da República. .



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site <https://sei.mds.gov.br/sei-autenticacao>, informando o código verificador **18200554** e o código CRC **720B610D**.