



Conselho Federal de Química

Plenário

Presidência

Assessoria de Comunicação

TERMO DE REFERÊNCIA

Processo nº 2800.00.01498.2023

ANEXO I

TERMO DE REFERÊNCIA

1. DAS CONDIÇÕES GERAIS DA CONTRATAÇÃO

1.1. Contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação institucional, nos termos da tabela abaixo e conforme condições e exigências estabelecidas neste instrumento:

ITEM	ESPECIFICAÇÃO	CATSER
A)	Prospecção, planejamento, desenvolvimento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de Comunicação Institucional, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional e internacional, no que couber;	24988
B)	Manutenção e monitoramento das ações e soluções de Comunicação Institucional;	
C)	Criação e execução técnica de projetos, ações ou produtos de Comunicação Institucional.	
TOTAL R\$ 6.333.369,38		

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

1.1.2. O planejamento previsto na alínea 'A' do subitem 1.1 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações de comunicação institucional 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 resultados.

1.1.3. Os serviços previstos no subitem 1.1 não abrangem atividades com natureza distinta da comunicação institucional do Conselho Federal de Química (CFQ), no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas.

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

1.3. O serviço será executado de forma contínua, tendo em vista que a interrupção compromete o prosseguimento das atividades inerentes à comunicação corporativa/institucional.

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

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

Forma de seleção e critério de julgamento da proposta

2.1. O fornecedor será selecionado por meio da realização de procedimento de LICITAÇÃO, na modalidade CONCORRÊNCIA, com adoção do critério de julgamento TÉCNICA E PREÇO, sob a égide da Lei nº 14.133/2021 e da Instrução Normativa MP nº 05/2017.

2.2. A presente licitação se dará de forma presencial, dada à necessidade de garantir a segurança e o sigilo dos trabalhos da subcomissão técnica, especialmente no que tange à abertura dos invólucros contendo as propostas técnicas. A modalidade presencial permite um controle mais rigoroso sobre o manuseio e a confidencialidade desses documentos, mitigando riscos de vazamentos ou acessos não autorizados que poderiam comprometer a integridade do processo licitatório.

2.3. Apesar de a Instrução Normativa SEGES/MGI nº 2/2023 determinar que as licitações pelo critério de julgamento por técnica e preço sejam realizadas preferencialmente na forma eletrônica, o §2º do Art. 1º da referida normativa permite a adoção da modalidade presencial, desde que devidamente justificada, a saber:

"§ 2º Será admitida, excepcionalmente, mediante prévia justificativa da autoridade competente, a utilização da forma presencial nas licitações de que trata esta Instrução Normativa, desde que fique comprovada a inviabilidade técnica ou a vantagem para a Administração na realização da forma eletrônica, devendo observar o disposto nos §§ 2º e 5º do art. 17 da Lei nº 14.133, de 1º de abril de 2021".

2.4. A natureza dos serviços de comunicação institucional requer uma avaliação minuciosa e criteriosa das propostas, o que pode ser mais eficazmente conduzida em um ambiente presencial, onde a interação direta entre os membros da comissão avaliadora facilita a análise detalhada e a troca de impressões sobre os aspectos técnicos apresentados.

2.5. Destaca-se ainda que diversos órgãos públicos optaram pela realização de licitações presenciais para serviços correlatos aos de comunicação institucional nos anos de 2024 e 2025.

2.6. Dessa forma, a adoção da modalidade presencial em licitações de comunicação institucional tem sido uma prática recorrente em diversos órgãos públicos, especialmente quando há a necessidade de assegurar a confidencialidade e a integridade do processo avaliativo técnico do certame.

2.7. Além dos motivos citados, destaca-se também a limitação do Sistema de Compras utilizado pelo Conselho Federal de Química (Compras Gov), o qual não possibilita o recebimento dos invólucros apócrifos. Isso, por si só, prejudicaria o julgamento das propostas técnicas realizado pela Subcomissão Técnica.

2.8. Diante do exposto, a justificativa para a realização da licitação na modalidade presencial para a Concorrência nº 90000/2025, Processo 2800.00.01498.2023, no âmbito do CFQ, alinha-se às práticas adotadas por outros órgãos e encontra respaldo na legislação vigente, visando garantir a segurança, a transparência e a eficiência do processo licitatório.

2.9. Subsidiariamente devem ser 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 e na Instrução Normativa SECOM/PR nº 1/2023.

Regime de Execução

2.10. O regime de execução do contrato será de empreitada por preço unitário.

Exigências de habilitação

2.11. Para fins de habilitação, deverá o licitante comprovar os seguintes requisitos:

Habilitação Jurídica

- 2.12. **Empresário individual:** inscrição no Registro Público de Empresas Mercantis, a cargo da Junta Comercial da respectiva sede;
- 2.13. **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>;
- 2.14. **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;
- 2.15. **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.
- 2.16. **Sociedade simples:** inscrição do ato constitutivo no Registro Civil de Pessoas Jurídicas do local de sua sede, acompanhada de documento comprobatório de seus administradores;
- 2.17. **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.
- 2.18. **Sociedade cooperativa:** ata de fundação e estatuto social, com a ata da assembleia que o aprovou, devidamente arquivado na Junta Comercial ou inscrito no Registro Civil das Pessoas Jurídicas da respectiva sede, além do registro de que trata o art. 107 da Lei nº 5.764, de 16 de dezembro 1971.
- 2.19. Os documentos apresentados deverão estar acompanhados de todas as alterações ou da consolidação respectiva.

Habilitação fiscal, social e trabalhista

- 2.20. Prova de inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas ou no Cadastro de Pessoas Físicas, conforme o caso;
- 2.21. 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.
- 2.22. Prova de regularidade com o Fundo de Garantia do Tempo de Serviço (FGTS);
- 2.23. 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;
- 2.24. Prova de inscrição no cadastro de contribuintes Estadual ou Distrital relativo ao domicílio ou sede do fornecedor, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- 2.25. Prova de regularidade com a Fazenda Estadual ou Distrital do domicílio ou sede do fornecedor, relativa à atividade em cujo exercício contrata ou concorre;
- 2.26. Caso o fornecedor seja considerado isento dos tributos Estadual ou Distrital 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.
- 2.27. 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

- 2.28. Certidão negativa de insolvência civil expedida pelo distribuidor do domicílio ou sede do licitante, caso se trate de pessoa física, desde que admitida a sua participação na licitação (art. 5º, inciso II, alínea “c”, da Instrução Normativa Seges/ME nº 116, de 2021), ou de sociedade simples;
- 2.29. Certidão negativa de falência expedida pelo distribuidor da sede do fornecedor - Lei nº 14.133, de 2021, art. 69, *caput*, inciso II;
- 2.30. Balanço patrimonial, demonstração de resultado de exercício e demais demonstrações contábeis dos 2 (dois) últimos exercícios sociais, comprovando:
- 2.30.1. Índices de Liquidez Geral (LG), Liquidez Corrente (LC), e Solvência Geral (SG) superiores a 1 (um);
- 2.30.2. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura; e
- 2.30.3. 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.
- 2.30.4. 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.
- 2.31. Caso a empresa licitante 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 capital mínimo ou patrimônio líquido mínimo de 10% do [valor total estimado da contratação.
- 2.32. As empresas criadas no exercício financeiro da licitação deverão atender a todas as exigências da habilitação e poderão substituir os demonstrativos contábeis pelo balanço de abertura. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 65, §1º).
- 2.33. O atendimento dos índices econômicos previstos neste item deverá ser atestado mediante declaração assinada por profissional habilitado da área contábil, apresentada pelo fornecedor.

Qualificação Técnica

- 2.34. Declaração de que o licitante tomou conhecimento de todas as informações e das condições locais para o cumprimento das obrigações objeto da licitação.
- 2.35. A declaração acima poderá ser substituída por declaração formal assinada pelo responsável técnico do licitante acerca do conhecimento pleno das condições e peculiaridades da contratação.
- 2.35.1. A contratada deve possuir entre os objetivos sociais disposto no ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, a execução de atividades de comunicação social ou atividade compatível.
- 2.35.2. Cabe à contratada apresentar declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) a prestação de produtos e serviços elencados por esse órgão, nos últimos 36 (trinta e seis) meses.
- 2.35.3. Ademais, a contratada deverá comprovar experiência de no mínimo 2 (dois) anos, na execução de pelo menos 50% (cinquenta por cento) de produtos e serviços elencados por esse órgão.
- 2.35.4. Será admitida, para fins de comprovação de quantitativo mínimo, a apresentação e o somatório de diferentes atestados executados de forma concomitante.

2.35.5. Os atestados de capacidade técnica poderão ser apresentados em nome da matriz ou da filial da empresa licitante.

2.35.6. O licitante 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 da contratante e local em que foi executado o objeto contratado, dentre outros documentos.

2.36. Caso admitida a participação de cooperativas, será exigida a seguinte documentação complementar:

2.36.1. A relação dos cooperados que atendem aos requisitos técnicos exigidos para a contratação e que executarão o contrato, com as respectivas atas de inscrição e a comprovação de que estão domiciliados na localidade da sede da cooperativa, respeitado o disposto nos arts. 4º, inciso XI, 21, inciso I e 42, §§2º a 6º da Lei n. 5.764, de 1971;

2.36.2. A declaração de regularidade de situação do contribuinte individual – DRSCI, para cada um dos cooperados indicados;

2.36.3. A comprovação do capital social proporcional ao número de cooperados necessários à prestação do serviço;

2.36.4. O registro previsto na Lei nº 5.764, de 1971, art. 107;

2.36.5. A comprovação de integração das respectivas quotas-partes por parte dos cooperados que executarão o contrato;

2.36.6. Os seguintes documentos para a comprovação da regularidade jurídica da cooperativa: a) ata de fundação; b) estatuto social com a ata da assembleia que o aprovou; c) regimento dos fundos instituídos pelos cooperados, com a ata da assembleia; d) editais de convocação das três últimas assembleias gerais extraordinárias; e) três registros de presença dos cooperados que executarão o contrato em assembleias gerais ou nas reuniões seccionais; e f) ata da sessão que os cooperados autorizaram a cooperativa a contratar o objeto da licitação; e

2.36.7. A última auditoria contábil-financeira da cooperativa, conforme dispõe o art. 112 da Lei n. 5.764, de 1971, ou uma declaração, sob as penas da lei, de que tal auditoria não foi exigida pelo órgão fiscalizador.

3. FUNDAMENTAÇÃO E DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE DA CONTRATAÇÃO

3.1. A Fundamentação da Contratação e seus quantitativos encontra-se pormenorizada em Tópico específico do Estudo Técnico Preliminar, desenvolvido pela equipe de planejamento, cujo documento encontra-se disponível em 0103163.

3.2. A comunicação hoje em dia vai além do propósito de repassar informações e dar publicidade aos atos administrativos da entidade; tornou-se fundamental devido a seu poder transformador, agregador e estratégico. A contratação de uma agência especializada em Comunicação Institucional apoiará o Conselho Federal de Química (CFQ) no sentido de garantir a eficácia da comunicação com os profissionais da Química e demais partes interessadas, conforme previsto no Mapa Estratégico do Sistema CFQ/CRQs, além de aumentar sua visibilidade e criar uma identidade técnica e clara, visando fortalecer o Sistema CFQ/CRQs como um todo.

3.3. Caberá à Assessoria de Comunicação (ASCOM) do CFQ coordenar as ações de comunicação de interesse institucional do Sistema CFQ/CRQs, dar transparência à gestão e democratizar a informação, por meio de prestação de serviços de consultoria, planejamento de comunicação, assessoria de imprensa, relações públicas, entre outros. Além disso, essa assessoria deverá planejar, implantar e gerir as ações de comunicação de interesse institucional do Conselho, prestando serviços de apoio, cobertura de eventos e assessoria na área, desenvolvendo atividades, como:

a) atendimento adequado ao fluxo de demandas da imprensa - de abrangência nacional e regional;

b) orientação, provisão, seleção e edição de textos e fotos;

c) acompanhamento do noticiário de rádio, TV, jornais, revistas e internet para verificar as matérias publicadas relacionadas diretamente às ações do Sistema CFQ/CRQs, bem como as notícias relacionadas ao tema de competência do CFQ com o objetivo de identificar possíveis necessidades de ações de comunicação;

d) sugestão de pautas para textos, artigos e outros conteúdos de áudio e vídeo a serem distribuídos para a imprensa nacional, regional e internacional e colocados à disposição dos meios de comunicação por meio do site do CFQ;

e) agendamento e acompanhamento de entrevistas com representantes do Conselho, em Brasília ou em outros locais, de acordo com a demanda da imprensa;

f) organização, coordenação e cobertura de entrevistas coletivas e solenidades de posse ou de assinatura de acordos e convênios, bem como publicação de iniciativas individuais, conjuntas e intersetoriais;

g) sugestão de pautas sobre notícias de âmbito interno do Sistema CFQ/CRQs;

h) acionar cobertura fotográfica e audiovisual de eventos selecionados estrategicamente, organização do banco de imagens e distribuição de fotos quando solicitadas pela imprensa em geral;

i) divulgação das ações do Sistema CFQ/CRQs;

j) acompanhamento das atividades dos membros do Conselho;

k) emissão de pareceres e normas técnicas sobre assuntos de sua competência; e

l) demais atividades que envolvam atividades de assessoria de comunicação e de comunicação institucional.

3.4. Ocorre que, a comunicação institucional é realizada por uma equipe composta por 01 (um) Gestor, 03 (três) Analistas e 01 (um) estagiário, com apoio de agência. A função de analista é exercida pelos empregados públicos admitidos no Concurso CFQ n. 01/2021, com destaque às seguintes atribuições:

I - Macroprocesso Gestão de Publicidade: Planejar e supervisionar as pesquisas de opinião, selecionando o órgão de pesquisa e os temas a serem abordados, acompanhando o seu desenvolvimento, analisando e interpretando resultados e efetuando sua divulgação para os públicos de interesse do Sistema CFQ/CRQ; planejar e realizar campanhas internas e/ou externas sobre assuntos diversos, desenvolvendo temas, redigindo textos, elaborando materiais de divulgação e efetuando o acompanhamento dos resultados; desenvolvimento dos trabalhos de artes gráficas que sejam demandados pelo CFQ, acompanhando as produções e a aprovação do material apresentado pelos fornecedores; monitorar a produção de campanhas publicitárias (realizar briefings, aprovar propostas técnicas de criação e execução, bem como das precificações apresentadas).

II - Macroprocesso Assessoria de Imprensa e Relações Públicas: Preparar press releases e/ou comunicados corrigindo dados e informações sobre o Conselho e o Sistema CFQ/CRQ, quando necessário; preparar matérias para edição de veículos de comunicação interna e/ou externa, elaborando pautas, mantendo contato com outras unidades para a coleta de dados e edição de informações necessárias, realizando reuniões de briefing para orientação e determinação do enfoque a ser dados aos conteúdos que serão publicados.

III - Macroprocesso Gestão de Mídias Sociais: Selecionar materiais e recursos para a ilustração dos conteúdos a serem publicados nos canais de comunicação disponíveis; realizar o planejamento de pauta, conteúdo e campanhas em mídias sociais, alinhando as estratégias com as empresas contratadas; realizar o monitoramento e interação nas mídias sociais.

IV - Macroprocesso Marketing e Gestão de Eventos: Planejar, promover e realizar eventos internos e/ou externos de interesse do Conselho, preparando materiais e infraestrutura necessária; realizar a cobertura de eventos com a utilização de filmagens, fotografias ou quaisquer outros meios necessários, assim como promover a sonorização, projeção de mídia e edição subsequentes necessárias. Realizar eventos indicados pelo CFQ para outras entidades; elaborar documentos para apoio e patrocínio para a realização de eventos realizados pelo CFQ.

3.5. Logo, a estrutura de atividades previstas no Plano de Carreira, Cargos e Salários - PCCR já possui como pressuposto a terceirização de Comunicação Corporativa/Institucional. Ademais, a internalização integral da comunicação institucional não está suportada na estrutura de cargos e atividades da Instituição, bem como demandaria um investimento significativo em infraestrutura e tecnologia (que se desatualiza constantemente). Além de uma seleção por concurso público de atividades estritamente técnicas a exemplo de operador de áudio, editor de imagem, roteirista, fotógrafo, cinegrafista, designer, dentre outros.

3.6. Devido ao reduzido número de empregados públicos e à inexistência de equipamentos e de sistemas necessários à atividade na Assessoria de Comunicação do CFQ, torna-se inviável atender adequadamente as necessidades de comunicação do Sistema CFQ/CRQs sem a contratação de uma empresa especializada, que disponha de infraestrutura e equipe diversificada para a prestação de serviços de comunicação institucional. Cabe ressaltar que a contratação de empresa com experiência comprovada e amplo domínio das modernas e eficazes técnicas de comunicação e relacionamento é imprescindível para a manutenção e constante ampliação da capacidade e a eficácia das ações conduzidas pelo CFQ, além de possibilitar maior divulgação nas mídias nacionais e regionais. Portanto, a contratação de empresa especializada em prestação de serviços técnicos de assessoria de comunicação integrada tem por finalidade apoiar o CFQ no cumprimento dos preceitos constitucionais de transparência pública, fortalecendo os canais de diálogo de interesse público para o exercício da cidadania.

3.7. Com a contratação da prestação de serviços de Comunicação Institucional, é esperado:

- a) atingir a sociedade em geral, de forma estratégica, segmentada e orgânica, por meio das ações de Comunicação que visam divulgar a atuação do Sistema CFQ/CRQs na defesa da sociedade;
- b) produzir conteúdo de qualidade e especializado sobre diversos assuntos que envolvam a atuação dos profissionais da Química;
- c) divulgar os eventos em que haja participação do Sistema CFQ/CRQs, de seus representantes e parceiros;
- d) divulgar assuntos de interesse do Sistema CFQ/CRQs;
- e) aumentar o engajamento dos canais de comunicação do CFQ, levando ao público temáticas atuais, relevantes e técnicas;
- f) produzir conteúdo direcionado para cada meio, tendo em vista suas particularidades;
- g) pautar a imprensa por meio da produção de releases acerca das ações do Sistema;
- h) produzir fotografias, vídeos institucionais, podcasts e demais produtos com fim institucional ou educativo direcionado para a sociedade em geral;
- i) interagir com o público por meio das redes sociais do CFQ e realizar triagem das interações a serem direcionadas a setores do CFQ;
- j) fornecer suporte ao CFQ nas coberturas jornalísticas dos eventos que contam com a participação do Sistema CFQ/CRQs por meio do deslocamento de profissionais qualificados para realizarem as atividades de produção de conteúdo para as redes sociais do CFQ e de produção de matérias para o site; e
- k) promover a comunicação institucional com o foco em respostas/ações efetivas e úteis às demandas de interesse público.

3.8. O objeto da contratação está previsto no item 36 do Plano de Contratações Anual 2025, conforme Processo SEI nº 2800.00.00694.2024.

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

4.1. A descrição da solução como um todo, encontra-se pormenorizada em tópico específico do Estudo Técnico Preliminar, desenvolvido pela equipe de planejamento, cujo documento encontra-se disponível em 0103163.

5. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

Sustentabilidade

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

Subcontratação

5.2. Não será permitida a subcontratação de fornecedores especializados pela contratada para a execução dos Produtos e Serviços Essenciais, especificados no Apêndice I.

Garantia da contratação

5.2.1. Será exigida a garantia da contratação de que tratam os arts. 96 e seguintes da Lei nº 14.133, de 2021, no percentual e condições descritas nas cláusulas do contrato.

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

6. CARACTERÍSTICAS DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

6.1. As demandas serão atendidas por meio da combinação dos produtos e serviços mais adequados para apoiar o CFQ na superação de seus desafios e alcance dos seus objetivos de comunicação, abrangendo:

a) Produtos e Serviços Essenciais: contemplam a expertise básica da contratada na execução do objeto do contrato, sendo os itens previamente especificados e precificados pelo Contratante, com os respectivos quantitativos estimados de execução, no Apêndice I.

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

- a) Estratégia de Comunicação;
- b) Atendimento de Demandas e Assessoria de Imprensa;
- c) Treinamento;
- d) Levantamento de Informação e Análise;
- e) Produção de conteúdos;
- f) Prevenção e Gerenciamento de Crises; e
- g) Ação de Relações Públicas Digital.

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

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

- 6.4. As especificações dos Produtos e Serviços Essenciais mencionadas no subitem anterior poderão ser aperfeiçoadas pela Contratante, sempre que identificada a necessidade de maior alinhamento das informações com a prática vivenciada com a Contratada, no decorrer da execução contratual.
- 6.5. Quando identificada a necessidade de execução de item não previsto no catálogo de Produtos e Serviços Essenciais, constante do Apêndice I deste Termo, mas necessário à execução contratual, a Contratada deverá apresentar à Contratante justificativa acompanhada da estimativa de custos e das especificações técnicas, com a descrição das mesmas informações dispostas no subitem 6.3, para aprovação de sua execução, desde que o item guarde compatibilidade com o objeto deste contrato.
- 6.6. Após a aprovação da execução do Produto e Serviço Essencial não previsto no catálogo constante do Apêndice I deste Termo, o item poderá passar a integrar o catálogo e, se for o caso, gerar nova categoria.
- 6.7. 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.
- 6.8. A execução de qualquer produto, serviço ou despesa que envolva o desembolso de recursos deverá ser prévia e expressamente autorizada pela Contratante.
- 6.9. No interesse do Contratante poderá ocorrer deslocamentos de profissionais a serviço e, nessa hipótese, a contratada proverá os meios de transporte, hospedagem e alimentação dos técnicos designados, sendo reembolsada, mediante prestação de contas, conforme Resolução Normativa nº 276, de 23 de novembro de 2023 e Portaria nº 51, de 23 de abril de 2024.
- 6.9.1. Todo deslocamento vinculado às ações relacionadas à execução contratual deverá estar previsto na Ordem de Serviço e devidamente aprovado pelo gestor ou fiscal do contrato.
- 6.9.2. Para autorização das despesas, na Ordem de Serviço de Viagem, deverão constar as seguintes informações: a) nome do profissional; b) finalidade da viagem; c) datas de início e do término da viagem; d) preço estimado das passagens; e e) previsão de quantidade de diárias.
- 6.10. Todo deslocamento vinculado às ações relacionadas à execução contratual deverá estar previsto na Ordem de Serviço e devidamente aprovado pelo gestor do contrato.

7. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

Condições de execução

- 7.1. A execução do objeto seguirá a seguinte dinâmica:
- 7.1.1. O início da execução do objeto será contado da data da assinatura do contrato.
- 7.1.2. Assim que formalizado o início do contrato de serviços de comunicação institucional, o Contratado deverá receber um relatório técnico de finalização do contrato atual, em que serão avaliadas a qualidade, a quantidade e os resultados de todos os trabalhos realizados. Também serão recepcionadas todas as senhas do CFQ que tenham sido utilizadas pelo Contratado anterior, assim como todos os materiais, as campanhas e as peças produzidos pelo Contratado, em benefício do Contratante, durante a vigência do contrato.
- 7.2. A execução contratual dar-se-á por meio da prestação de serviços e fornecimento de produtos, demandados previamente pelo Contratante, via Ordem de Serviço (OS), observado o disposto nos Anexos V e V-A da Instrução Normativa MP nº 5/2017. O detalhamento do processo de execução contratual e de demandas por meio de Ordem de Serviço será efetuado com base em *checklist* de procedimento fiscalizatório editado pelo Contratante.
- 7.2.1. Após a finalização de cada mês, a Contratada deve apresentar relatório detalhado sobre a prestação dos serviços demandados por meio das Ordens de Serviço.
- 7.3. Para a execução, a Contratada deve obrigatoriamente possuir, além de estrutura administrativa habilitada, quantitativo suficiente de profissionais que deverão estar disponíveis para a execução dos produtos e serviços, objeto da contratação.
- 7.4. Excepcionalmente, os profissionais poderão ser alocados nas dependências do Contratante, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos pela Contratante. Sendo assim, a execução dos serviços se dará de forma híbrida, de modo que a equipe dedicada ao atendimento esteja ao menos uma vez por semana presencialmente no CFQ e, em casos excepcionais, como eventos, a Contratada deve dispor profissionais para prestar o serviço no local. Ademais, a Contratada deve disponibilizar pelo menos um profissional para estar diariamente de forma presencial no CFQ.
- 7.5. 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 a distância pela contratada.
- 7.6. 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.
- 7.7. O Contratante proverá infraestrutura básica para prestação dos produtos e serviços que serão executados em suas dependências, quanto ao espaço físico e mobiliário.
- 7.8. Para a melhor execução dos serviços, a Contratada deverá disponibilizar software para compartilhamento e aprovação dos conteúdos demandados e sua posterior aprovação.
- 7.9. Os preços apresentados para execução de quaisquer produtos ou serviços são de exclusiva responsabilidade da contratada, não lhe cabendo pleitear nenhuma alteração posterior, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.
- 7.10. A execução de qualquer produto, serviço ou despesa que envolva o desembolso de recursos deverá ser prévia e expressamente autorizada pelo Contratante.
- 7.11. O Fiscal Técnico preencherá as Ordens de Serviços, com a indicação do mês e ano de referência, bem como com a descrição da necessidade da demanda, cadastrará em planilha eletrônica de acompanhamento, submeterá para avaliação e assinatura do gestor do contrato e encaminhará à Contratada.
- 7.12. O Fiscal Técnico é o funcionário da área técnica, responsável por demandar os serviços via ordens de serviço, realizar tratativas diretamente com a Contratada e, por fim, emitir avaliação da qualidade dos serviços prestados, de acordo com os Instrumento de Medição de Resultado (IMR).
- 7.13. O Fiscal Técnico é o responsável pela área técnica e por verificar se os produtos/serviços foram entregues conforme as especificações autorizadas e de acordo com o IMR contido no Apêndice VII.
- 7.14. O Fiscal Técnico será responsável, ainda, por analisar e conferir a documentação encaminhada pela contratada, solicitar avaliação de custos, quando necessário, verificar a conformidade do IMR com a nota apresentada por serviço prestado e demandar os ajustes necessários à empresa, além de outras atribuições que lhe forem demandadas.
- 7.15. A Contratada, quando houver divergência nos valores e quantitativos apresentados com os produtos/ serviços entregues/ executados, deve emitir nova Nota Fiscal, com o valor exato dimensionado pela fiscalização com base no IMR, e tal procedimento deve ser autorizado pelo gestor do contrato.
- 7.16. Realizados os procedimentos previstos nos Itens 7.1 e 7.2, o Fiscal Técnico deve encaminhar a documentação para o Fiscal Administrativo, que deve analisar os documentos e, na sequência, devolver a documentação com o resultado da análise para o gestor do contrato.
- 7.17. Caso o Fiscal Técnico do Contrato identifique a necessidade de ajustes, a documentação será devolvida à Contratada para providências.

8. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO

- 8.1. 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.

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

8.3. As comunicações entre a 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.

8.4. A entidade poderá convocar representante da empresa para adoção de providências que devam ser cumpridas de imediato.

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

Preposto

8.6. A Contratada designará formalmente o preposto da empresa, antes do início da prestação dos serviços, indicando no instrumento os poderes e os deveres em relação à execução do objeto contratado.

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

Fiscalização

8.8. A execução do contrato deverá ser acompanhada e fiscalizada pelo(s) fiscal(is) do contrato, ou pelos respectivos substitutos (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, caput).

Fiscalização Técnica

8.9. 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. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, VI);

8.10. O fiscal técnico do contrato anotará no histórico de gerenciamento do contrato todas as ocorrências relacionadas à execução do contrato, com a descrição do que for necessário para a regularização das faltas ou dos defeitos observados. (Lei nº 14.133, de 2021, art. 117, §1º e Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, II);

8.11. Identificada qualquer inexecução ou irregularidade, o fiscal técnico do contrato emitirá notificações para a correção da execução do contrato, determinando prazo para a correção. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, III);

8.12. 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. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, IV);

8.13. 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. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, V);

8.14. 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 (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 22, VII).

Fiscalização Administrativa

8.15. 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 (Art. 23, I e II, do Decreto nº 11.246, de 2022).

8.16. 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; (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 23, IV).

Gestor do Contrato

8.17. O gestor do contrato coordenará 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. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, IV).

8.18. O gestor do contrato acompanhará 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 ultrapassem a sua competência. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, II).

8.19. O gestor do contrato acompanhará a manutenção das condições de habilitação da contratada, para fins de empenho de despesa e pagamento, e anotará os problemas que obstem o fluxo normal da liquidação e do pagamento da despesa no relatório de riscos eventuais. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, III).

8.20. O gestor do contrato emitirá documento comprobatório da avaliação realizada pelos fiscais técnico e administrativo 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. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, VIII).

8.21. O gestor do contrato tomará 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. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, X).

8.22. O gestor do contrato deverá 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. (Decreto nº 11.246, de 2022, art. 21, VI).

8.23. O gestor do contrato deverá enviar a documentação pertinente ao setor responsável para a formalização dos procedimentos de liquidação e pagamento, no valor dimensionado pela fiscalização e gestão nos termos do contrato.

9. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO E PAGAMENTO

9.1. A avaliação da execução do objeto utilizará o Instrumento de Medição de Resultado (IMR), conforme previsto no Apêndice VII.

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

9.1.1.1. não produzir os resultados acordados,

9.1.1.2. deixar de executar, ou não executar com a qualidade mínima exigida as atividades contratadas; ou

9.1.1.3. deixar de utilizar materiais e recursos humanos exigidos para a execução do serviço, ou utilizá-los com qualidade ou quantidade inferior à demandada.

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

Do recebimento

9.3. Os serviços serão recebidos provisoriamente no prazo de 15 (quinze) dias, pelos fiscais técnico e administrativo, mediante termos detalhados, quando verificado o cumprimento das exigências de caráter técnico e administrativo. ([Art. 140, I, a, da Lei nº 14.133, de 2021](#) e [Arts. 22, X e 23, VII do Decreto nº 11.246, de 2022](#)).

9.4. O prazo da disposição acima 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.

9.5. 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. ([Art. 22, X, Decreto nº 11.246, de 2022](#)).

9.6. Para efeito de recebimento provisório, ao final de cada período de faturamento, o fiscal técnico do contrato irá 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, que poderá resultar no redimensionamento de valores a serem pagos à contratada, registrando em relatório a ser encaminhado ao gestor do contrato.

9.6.1. 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;

9.6.2. 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.

9.6.3. 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. ([Art. 119 c/c art. 140 da Lei nº 14.133, de 2021](#)).

9.6.4. 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.

9.7. 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.

9.8. Os serviços serão recebidos definitivamente no prazo de até 15 (quinze) 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:

9.8.1. Emitir documento comprobatório da avaliação realizada pelo fiscal técnico, 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 ([art. 21, VIII, Decreto nº 11.246, de 2022](#)).

9.8.2. 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 à CONTRATADA, por escrito, as respectivas correções;

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

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

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

9.9. 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 no que pertine à parcela incontroversa da execução do objeto, para efeito de liquidação e pagamento.

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

9.11. 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

9.12. Recebida a Nota Fiscal ou documento de cobrança equivalente, correrá o prazo de 10 (dez) dias úteis para fins de liquidação, na forma desta seção, prorrogáveis por igual período.

9.13. 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:

9.13.1. o prazo de validade;

9.13.2. a data da emissão;

9.13.3. os dados do contrato e do órgão contratante;

9.13.4. o período respectivo de execução do contrato;

9.13.5. o valor a pagar; e

9.13.6. eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

9.14. 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;

9.15. 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](#).

9.16. A Administração deverá realizar consulta ao SICAF para: a) verificar a manutenção das condições de habilitação exigidas; b) identificar possível razão que impeça a participação em licitação, no âmbito do órgão ou entidade, tais como a proibição de contratar com a Administração e com o Poder Público, bem como ocorrências impeditivas indiretas.

9.17. 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.

9.18. 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.

9.19. 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.

9.20. 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

9.21. O pagamento será efetuado no prazo máximo de até 30 (trinta) dias corridos, contados da emissão da nota fiscal ou fatura, conforme seção anterior.

9.22. 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 Geral de Preços de Mercado (IGP-M)** de correção monetária.

Forma de pagamento

9.23. O pagamento será realizado através de ordem bancária, para crédito em banco, agência e conta corrente indicados pelo contratado.

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

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

9.26. 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.

9.27. 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.

10. ESTIMATIVA ANUAL DE EXECUÇÃO

10.1. As quantidades anuais dos Produtos e Serviços Essenciais, previstas no Apêndice II, 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 no subitem 14.1, quanto ao valor de investimento para a contratação.

11. REAJUSTE

11.1. Os preços inicialmente contratados são fixos e irrevogáveis no prazo de um ano contado da data do orçamento estimado, em 29/11/2024. Após o interregno de um ano, os preços iniciais serão reajustados, mediante a aplicação, pelo Contratante, do Índice Geral de Preços de Mercado (IGP-M), exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade.

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

11.3. 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).

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

11.5. 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.

11.6. 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.

11.7. O reajuste será realizado por apostilamento.

12. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DO CONTRATANTE

12.1. As obrigações da Contratada e do Contratante, vinculadas à execução do contrato a ser firmado em decorrência do presente certame, estão estabelecidas na Minuta de Contrato (anexa ao Edital).

13. FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

13.1. O Contratante fiscalizará a execução dos produtos e serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não corresponderem ao desejado ou especificado.

13.2. Serão nomeados o gestor e o fiscal, titular e substituto, para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato a ser firmado e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos produtos e serviços e terá poderes, entre outros, para notificar a contratada, objetivando sua imediata correção.

13.3. A fiscalização pelo Contratante em nada restringe a responsabilidade, única, integral e exclusiva da contratada pela perfeita execução dos produtos e serviços.

13.4. A não aceitação de algum serviço, no todo ou em parte, não implicará a dilação do prazo de entrega, salvo expressa concordância do Contratante.

13.5. A Contratada adotará as providências necessárias para que a execução de qualquer produto ou serviço considerada não aceitável, no todo ou em parte, seja refeita ou reparada nos prazos estipulados pela fiscalização, sem ônus para o Contratante.

13.6. A autorização, pelo Contratante, dos serviços executados pela contratada não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação dos serviços.

13.7. A ausência de comunicação por parte do Contratante, referente à irregularidade ou falhas, não exime a Contratada das responsabilidades determinadas no contrato a ser firmado.

13.8. A Contratada permitirá e oferecerá condições para a mais ampla e completa fiscalização, durante a vigência do contrato a ser firmado, fornecendo informações, propiciando o acesso à documentação pertinente e aos produtos e serviços em execução e atendendo às observações e exigências apresentadas pela fiscalização.

13.9. A Contratada se obriga a permitir que a auditoria interna do Contratante e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso aos documentos e materiais que digam respeito aos produtos e serviços prestados ao Contratante.

13.10. Ao Contratante é facultado o acompanhamento da execução dos produtos e serviços objeto do contrato a ser firmado, juntamente com representante credenciado pela Contratada.

13.11. 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.

13.12. A avaliação será considerada pelo Contratante para: apurar a necessidade de solicitar da contratada correções que visem maior qualidade dos serviços

prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela contratada, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

13.13. O instrumento de avaliação de desempenho ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

14. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO E ADEQUAÇÃO ORÇAMENTÁRIA

14.1. O valor da contratação decorrente do presente certame está estimado em **R\$ 6.333.396,38 (seis milhões, trezentos e trinta e três mil, trezentos e noventa e seis reais e trinta e oito centavos)**, para os primeiros 12 (doze) meses da execução dos serviços.

14.2. As despesas decorrentes da presente contratação correrão pelo Centro de Custo: 02.05.01.002 - Ativ. Governança - Assessoria de Comunicação, subárea 02020 - Atividade de Governança - Assessorias - Comunicação e eventos institucionais; e Conta Contábil 6.2.2.1.1.33.90.39.026 - Serviços de Comunicação Corporativa.

14.3. Se a Contratante optar pela prorrogação deste contrato, serão consignadas nos próximos exercícios, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

14.3.1. Na prorrogação, a Contratante poderá renegociar os preços praticados com a Contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução deste contrato.

14.3.2. A Contratante poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos preços praticados com a Contratada, em decorrência de eventual redução identificada nos preços do mercado, por meio de termo aditivo.

14.4. A Contratante se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

14.5. No interesse da Contratante, a Contratada fica obrigada 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 deste contrato, conforme disposto no art. 125 da Lei nº 14.133/2021.

15. APÊNDICES

15.14. Integram este Anexo os seguintes apêndices:

- a) Apêndice I: Produtos e Serviços Essenciais;
- b) Apêndice II: Orçamento estimado;
- c) Apêndice III: Apresentação e Julgamento das Propostas Técnicas;
- d) Apêndice IV: Apresentação e Julgamento das Propostas de Preços;
- e) Apêndice V: Roteiro para Elaboração do Briefing;
- f) Apêndice VI: Modelo de Proposta de Preços;
- g) Apêndice VII: Instrumento de Medição de Resultado - IMR;

Brasília, 03 de abril de 2025.

LAILA KUDSI
Integrante Técnico

DEBORAH KADJA DA SILVA ALENCAR
Integrante Administrativo

De acordo. Encaminha-se para apreciação da Gerência Executiva.

JORDANA DE CASTRO SALDANHA
Integrante Requisitante

De acordo. Encaminha-se para apreciação da Presidência.

WEVERTON BORGES
Gerente-Executivo do CFQ

De acordo. Encaminha-se à Coordenação de Compras, Licitações e Contratos para providências.

JOSÉ DE RIBAMAR OLIVEIRA FILHO
Presidente do CFQ

APÊNDICE I **PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS**

1. ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

1.1. Estratégia de Comunicação

1.1.1. Avaliação da Percepção de Imagem

Descritivo: Planejamento e execução de estudo ou levantamento para avaliação de percepção de imagem do CONTRATANTE pelos seus públicos de relacionamento, bem como para identificação de temas sensíveis e de tendências. A avaliação será realizada a partir de briefing com o CONTRATANTE e as entrevistas regionais devem, preferencialmente, representar todos os estados e o Distrito Federal. Devem ser realizadas atividades para: seleção de entrevistados, elaboração de roteiro de entrevistas, realização de entrevistas, consolidação de informações e análise de dados e resultados.

Entregas:

- Relatório do estudo ou levantamento, contendo análise do briefing, detalhamento da proposta, lista dos entrevistados, roteiro das entrevistas, respeitando as regras da LGPD.
- Entrevistas gravadas em áudio e transcritas.
- Relatório com a consolidação das informações levantadas e a análise dos dados e resultados, contemplando diagnósticos e recomendações, se for o caso.
- Apresentação ao CONTRATANTE sobre a percepção de sua imagem ou dos temas de sua atuação.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Acuidade demonstrada na análise do briefing.
- Adequação da proposta e dos entrevistados selecionados.
- Pertinência do roteiro de entrevistas.
- Consistência da análise dos resultados.
- Assertividade das conclusões.
- Exequibilidade das recomendações.
- Organização, clareza e objetividade das informações e dados apresentados.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de entrevistas.
- Prazo de entrega.

Complexidades:

Baixa – Regional

Até 100 entrevistas; Prazo de entrega do relatório: Até 20 dias úteis.

Baixa – Nacional

Até 30 entrevistas. Prazo de entrega do relatório: Até 10 dias úteis.

Média – Regional

Até 300 entrevistas. Prazo de entrega do relatório: Até 40 dias úteis.

Média – Nacional

Até 60 entrevistas. Prazo de entrega do relatório: Até 15 dias úteis.

Alta – Regional

Até 500 entrevistas. Prazo de entrega do relatório: Até 60 dias úteis.

Alta - Nacional

Até 90 entrevistas. Prazo de entrega do relatório: Até 20 dias úteis.

1.1.2. Mapa de Formadores de Opinião

Descritivo: Identificação, quantificação e qualificação de jornalistas e outros formadores de opinião (como as lideranças locais) que influenciam as percepções do cidadão por meio da divulgação de informações sobre o CFQ e suas temáticas.

Entregas: Planilha contendo relação dos formadores de opinião, com nome do formador de opinião, seu perfil, histórico profissional, síntese de seu posicionamento e os assuntos sensíveis aos quais está relacionado, canais e veículos de comunicação (on-line e off-line) que atua podendo ser de sua autoria ou de terceiros, com as respectivas estatísticas de audiência e recomendações de ação de relacionamento e de distribuição de informação personalizada, respeitando as regras de LGPD.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Consistência da indicação dos Formadores de opinião em relação ao CFQ e suas temáticas.
- Qualidade da apresentação das informações, quanto à organização, clareza e objetividade.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de Formadores de opinião mapeados.
- Prazo de entrega.

Complexidades:

Baixa – Regional

Até 150 Formadores de opinião.

Prazo de entrega da planilha de dados: Até 20 dias úteis.

Baixa – Nacional

Até 50 Formadores de opinião.

Prazo de entrega da planilha de dados: Até 10 dias úteis.

Média – Regional

De 151 a 300 Formadores de opinião.

Prazo de entrega da planilha de dados: Até 30 dias úteis.

Média – Nacional

De 51 a 100 Formadores de opinião.

Prazo de entrega da planilha de dados: Até 40 dias úteis.

Alta – Regional

De 301 a 500 Formadores de opinião.

Prazo de entrega da planilha de dados: Até 60 dias úteis.

Alta – Nacional

De 101 a 200 Formadores de opinião.

Prazo de entrega da planilha de dados: Até 20 dias úteis.

1.1.3. Matriz Estratégica e diagnóstico para Comunicação Institucional

Descritivo: Levantamento de informações e análise do ambiente e dos cenários internos e externos do CONTRATANTE e de suas temáticas que subsidiará o plano de ação de comunicação institucional do CONTRATANTE, contemplando:

- Identificação de públicos internos e externos relevantes para CONTRATANTE em relação às suas temáticas.
- Planejamento e realização de entrevistas exploratórias de imersão, presenciais, gravadas em áudio e transcritas, com os públicos identificados.
- Realização de benchmarking junto a órgãos/entidades que atuem de forma exemplar.
- Levantamento de informações sobre o CONTRATANTE e suas temáticas em outras fontes, tais como: livros, websites, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, auditorias de imagem, entre outras.
- Levantamento de insumos relevantes relacionados ao CONTRATANTE, tais como missão, visão de futuro, matriz swot (pontos fortes, pontos fracos, ameaças e oportunidade).
- Definição dos objetivos da comunicação institucional do CONTRATANTE em suas temáticas de atuação.
- Desenvolvimento de matriz estratégica dos objetivos da comunicação institucional do CONTRATANTE em suas temáticas de atuação.
- Indicação dos potenciais parceiros, recursos, gestores e ferramentas necessárias para o sucesso da atuação em comunicação institucional do CONTRATANTE.

Entregas:

- Relatório com o roteiro das entrevistas, lista dos entrevistados, entrevistas transcritas e demais informações identificadas em outras fontes, respeitando as regras da LGPD.
- Relatório analítico da matriz swot (pontos fortes e pontos fracos do CONTRATANTE e ameaças e oportunidades).
- Relatório com a estratégia proposta na matriz estratégica.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência e consistência do diagnóstico.
- Confiabilidade das fontes pesquisadas.
- Qualidade da apresentação das informações dos relatórios.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de entrevistas.
- Prazo de entrega.

Complexidades:

Baixa

Até 10 entrevistas.

Prazo de entrega do relatório: Até 15 dias úteis.

Média

Até 50 entrevistas.

Prazo de entrega do relatório: Até 25 dias úteis.

Alta

Até 100 entrevistas.

Prazo de entrega do relatório: Até 35 dias úteis.

1.1.4. Plano Estratégico de Comunicação Institucional

Descritivo: Plano estratégico de comunicação institucional do CONTRATANTE, baseado no diagnóstico e na matriz estratégica, abrangendo os seguintes pontos:

- Definição dos objetivos estratégicos do plano.
- Proposição e validação das mensagens-chave a serem transmitidas pelo CONTRATANTE junto a seus públicos.
- Proposição e validação de política de porta-vozes: identificação dos membros da instituição que poderão representá-la formalmente; dos temas a serem abordados pelos porta-vozes; da abrangência das informações a serem repassadas e das formas de aplicação das mensagens-chave.
- Recomendação de ações e eventos com vistas a atingir os objetivos do CONTRATANTE.
- Recomendação de treinamento de porta-vozes e indicação do escopo do treinamento.
- Cronograma de realização das ações propostas.

Entregas: Plano estratégico de comunicação institucional do CONTRATANTE, nas versões impressa e digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência e alinhamento do Plano às diretrizes do CFQ;
- Abrangência e sua aplicabilidade.

- Qualidade da apresentação das informações nos documentos.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega do plano: Até 20 dias úteis.

1.1.5. Mapa de Temas

Descritivo: Mapear na imprensa, em seus diversos canais, diálogo de temas e atividades de interesse do CONTRATANTE que possam gerar repercussão negativa, com destaque para a avaliação de oportunidades e riscos e recomendação de ações de comunicação. O mapa poderá incluir também a percepção das comunidades quanto aos temas de interesses. O mapa tem como objetivo identificar suas áreas de influência para minimizá-las.

Entregas:

- Relatório diário com os temas relevantes do dia e temas com potencial para continuar na pauta, com recomendações de atuação.
- Relatório semanal com uma visão geral dos principais temas e o que mais repercutiu, com recomendações de atuação.
- Relatório mensal contendo descrição, análise e recomendações a respeito dos temas de interesse mapeados.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Coerência na identificação dos temas de interesse mapeados ao tema do evento.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de temas mapeados;
- Quantidade de menções aos temas.

Complexidades:

Baixa

até 10 veículos em qualquer de seus canais, com até 5.000 menções/mês 1 tema com até 5 mil menções/mês.

Média

até 30 veículos em qualquer de seus canais, com de 5.001 a 20.000 menções/mês.

Alta

De 31 a 60 veículos em qualquer de seus canais, com de 20.001 a 40.000 menções/mês.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

1.2. Atendimento de Demandas e Assessoria de Imprensa

1.2.1. Gerenciamento de Demandas

Descritivo: Articulação e relacionamento com os principais porta-vozes da CONTRATANTE para divulgação de ações e programas junto aos diversos públicos de relacionamento, acompanhamento ao cliente em reuniões estratégicas e eventos institucionais diversos.

Entregas: Relatório mensal de atividades realizadas no período definido pelo CONTRATANTE determinado na Ordem de Serviço.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo;
- Indicadores e métricas de mensuração de desempenho (qualidade e eficiência);
- Tempestividade no atendimento;
- Qualidade da interação com o demandante;
- Precisão na documentação das atividades.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade e perfil (formação acadêmica, qualificação, experiência profissional e idiomas) dos profissionais necessários para o gerenciamento.

Complexidade:

Altíssima

Profissional de Comunicação Master: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 15 anos de atuação em órgãos públicos/agências/empresas ou veículos de comunicação de abrangência nacional; experiência como chefe ou coordenador de

assessoria de imprensa privada ou governamental, gerente de atendimento em órgão público, agências, e/ou redator chefe, e/ou editor. Conhecimento amplo das ferramentas de gestão e habilidades para elaboração de proposta de trabalho de Comunicação e de orçamentos, definição e implantação de planejamentos, projetos de comunicação, formulação de políticas e estratégias de Comunicação e de relacionamento com formadores de opinião, condução de mídia training e gestão de eventos. Responsável por gerenciar e liderar equipes para execução das ações do planejamento de Comunicação. Domínio do idioma inglês.

Prazo de entrega do relatório: Execução mensal.

1.2.2. Coordenação de Demandas

Descritivo: Articular, documentar e entender plenamente as necessidades do CONTRATANTE, com o objetivo de transformá-las em um produto ou serviço especificado com qualidade. Deve garantir a qualidade técnica e a manutenção dos produtos e serviços tais como Estratégia de Comunicação, Atendimento de Demandas e Assessoria de Imprensa, Treinamentos, Levantamento de Informação e Análise, Produção de Conteúdos, Prevenção e gerenciamento de crises.

Entregas: Relatório mensal com listagem das tarefas realizadas no período definido pelo CONTRATANTE determinado na Ordem de Serviço, bem como o detalhamento de cada movimentação que altere a situação de desenvolvimento do produto ou serviço.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo;
- Indicadores e métricas de mensuração de desempenho (qualidade e eficiência);
- Tempestividade no atendimento;
- Qualidade da interação com o demandante;
- Precisão na documentação das atividades.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade e perfil (formação acadêmica, qualificação, experiência profissional e idiomas) dos profissionais necessários para a coordenação.

Complexidade:

Alta

Profissional de Comunicação Sênior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 10 anos de atuação em assessorias de imprensa de órgãos públicos, agências, empresas ou em veículos de comunicação de abrangência nacional, ou ter atuado como gerente ou coordenador de atendimento em assessorias de imprensa pública ou agência. Experiência em administração e coordenação das atividades de Comunicação, redação e edição de textos, discursos e artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definir divulgações e programas de relacionamento com jornalistas. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes. Domínio do idioma inglês.

Prazo de entrega do relatório: Execução mensal.

1.2.3. Acompanhamento de Ordens de Serviço

Descritivo: Atividades que contemplam gerenciar, articular, documentar, acompanhar e entender plenamente as necessidades do CONTRATANTE, com o objetivo de apresentar uma solução de comunicação institucional. Deve garantir a qualidade técnica da entrega e da documentação comprobatória da execução dos produtos/serviços.

Entregas: Relatório com indicação das Ordens de Serviço concluídas, bem como seu histórico de execução, com a descrição de todo o andamento, desde o início até a sua finalização.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento dos prazos.
- Alcance dos indicadores e métricas de mensuração de desempenho (qualidade e eficiência).
- Tempestividade no atendimento.
- Qualidade na interação com o demandante.
- Precisão na documentação das atividades.
- Capacidade de atendimento em relação ao volume de demandas.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Volume de Ordens de Serviço.
- Nível de detalhamento.
- Prazos estabelecidos.
- Qualificação da equipe de atendimento.
- Tempo de acompanhamento da demanda.

Complexidades:

Baixa

Acompanhamento e especificação de 1 Ordem de Serviço simples e de curto prazo. Demanda que exige um nível básico de qualificação no atendimento. Prazo de entrega do relatório: Consome até 4h de acompanhamento mensal.

Média

Acompanhamento e especificação de 1 Ordem de Serviço que exige maior nível de detalhamento e é de médio prazo. Demanda exige um nível intermediário de qualificação no atendimento. Prazo de entrega do relatório: Consome até 8h de acompanhamento mensal.

Alta

Acompanhamento e especificação de 1 Ordem de Serviço complexa, de médio e longo prazo. Demanda exige um nível alto de qualificação no atendimento. Prazo de entrega do relatório: Consome até 16h de acompanhamento mensal.

1.2.4. Atendimento de Demandas para desenvolvimento de ações de comunicação institucional

Descritivo: Desenvolvimento contínuo de atividades que contemplem as seguintes atividades:

- Gerenciar, articular, documentar, acompanhar continuamente o cliente, incluindo reuniões estratégicas e eventos institucionais.
- Planejar ações de comunicação semanais.
- Planejar e executar ações, como participar de reuniões para elaboração de pautas, levantar informações, produzir e enviar releases à imprensa e fazer gestão junto à imprensa para publicação e/ou veiculação de matérias jornalísticas sobre projetos, ações ou eventos do CONTRATANTE.
- Atender, receber, tratar e responder às solicitações de veículos de comunicação nacionais, regionais e internacionais (atendimento presencial, telefônico, por e-mail ou por outros meios eletrônicos).
- Atualizar mailing a partir de contatos realizados.
- Realizar contatos proativos para articulação com veículos de comunicação - nacionais, regionais e internacionais -, com o objetivo de gerar pautas de interesse, divulgar ações e promover a imagem institucional do CONTRATANTE (contatos presenciais, telefônicos, por e-mail ou por outros meios eletrônicos).
- Produzir e implementar ações de comunicação dirigida para públicos estratégicos, como representantes da sociedade civil, jornalistas e parlamentares.
- Antecipar e prever assuntos e situações que podem ter exposição negativa na mídia e que, de alguma forma, possam afetar negativamente a imagem do CONTRATANTE.
- Preparar os porta-vozes para entrevistas em geral.
- Planejar, produzir e emplacar conteúdos, em diversos formatos multimídia, para divulgar diariamente em todos os canais institucionais do CONTRATANTE.
- Planejar, mobilizar e realizar bate-papos, ao vivo, pelos canais institucionais, conforme demandado pelo CONTRATANTE.
- Tratar e analisar dados para gerar inteligência na elaboração de estratégias de conteúdos e ações para alcançar resultados, KPI's e metas.
- Elaborar roteiros audiovisuais e briefing para peças gráficas de divulgação do CONTRATANTE, em canais institucionais.
- Elaborar planejamento semanal e mensal para a produção de conteúdo multimídia, o que proporcionará uma maior eficiência da distribuição do conteúdo divulgado nos canais institucionais.
- Produzir conteúdo multimídia para divulgação em canais institucionais.
- Desenvolver continuamente atividades de comunicação interna.

Entregas: Relatórios mensais contemplando a listagem das tarefas realizadas, com as seguintes características:

- Quantidade de solicitações atendidas, com identificação dos veículos de comunicação e dos jornalistas solicitantes, o teor de cada demanda e respectiva resposta.
- Quantidade de pautas geradas, os respectivos temas e conteúdos e os dados dos veículos de comunicação e dos jornalistas solicitantes.
- Conteúdos multimídia produzidos.
- Diagnósticos produzidos.

- Planejamentos de conteúdo produzidos.

- Atividades de comunicação interna produzidas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.

- Alinhamento da resposta ao posicionamento estratégico, ao discurso institucional e às mensagens-chave do CONTRATANTE.

- Amplitude das informações repassadas.

- Comparativo entre o relatório mensal apresentado com o resultado de auditoria de imagem, o mesmo período.

Características consideradas na classificação da complexidade: Perfil das equipes (formação acadêmica, qualificação, experiência profissional e idiomas) para o atendimento da demanda.

Complexidades:

Baixa

Profissional de Comunicação Júnior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 1 ano de experiência na área de Comunicação, com atuação em agências/ empresas. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing e divulgação. Habilidade na apuração de informações, elaboração de relatórios, monitoramento de clipping e realização de follow-up com jornalistas.

Média

Profissional de Comunicação Pleno: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 5 anos de experiência na área de Comunicação, com atuação em assessorias de órgãos públicos, agências/empresas ou em veículos de comunicação, e atuação como analista em órgãos públicos, agências, e/ou repórter, e/ou editor assistente. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de softwares usados para geração de mailing e divulgação e, ainda, bons conhecimentos de inglês.

Alta

Profissional de Comunicação Sênior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 8 anos de atuação em assessorias de imprensa de órgãos públicos, agências, empresas ou em veículos de comunicação de abrangência nacional, ou ter atuado como gerente ou coordenador de atendimento em assessorias de imprensa pública ou agência. Experiência em administração e coordenação das atividades de Comunicação, redação e edição de textos, discursos e artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definir divulgações e programas de relacionamento com jornalistas. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Gerenciamento de equipes. Domínio do idioma inglês.

Altíssima

Profissional de Comunicação Master: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 10 anos de atuação em órgãos públicos/agências/empresas ou veículos de comunicação de abrangência nacional; experiência como chefe ou coordenador de assessoria de imprensa privada ou governamental, gerente de atendimento em órgão público, agências, e/ou redator chefe, e/ou editor. Conhecimento amplo das ferramentas de gestão e habilidades para elaboração de proposta de trabalho de Comunicação e de orçamentos, definição e implantação de planejamentos, projetos de Comunicação, formulação de políticas e estratégias de Comunicação e de relacionamento com formadores de opinião, condução de mídia training e gestão de eventos. Responsável por gerenciar e liderar equipes para execução das ações do planejamento de Comunicação. Domínio do idioma inglês.

Prazo de entrega do relatório: Execução mensal.

1.2.5. Entrevista Coletiva

Descritivo: Organização e realização de entrevista coletiva para porta-vozes no âmbito do CFQ junto a um grupo de jornalistas de diferentes veículos de comunicação. Os eventuais custos para contratação de infraestrutura específica serão de responsabilidade da CONTRATANTE. As atividades incluem:

- Reunião de briefing com o CONTRATANTE.

- Planejamento, preparação e redação do conteúdo que será divulgado e dos documentos que serão entregues.

- Preparação e acompanhamento dos porta-vozes.

- Seleção de convidados e envio de convites.

- Estabelecimento da sistemática e execução de credenciamento dos participantes.

- Averiguação do local de realização do encontro.

- Supervisão e operação da coletiva (recepção dos convidados, organização da ordem de perguntas, triagem, mediação e registro).

- Levantamento e análise da repercussão da coletiva.

Entregas:

- Briefing, conteúdos divulgados e documentos entregues, documentação da coletiva.

- Mailing dos jornalistas convidados, relatórios de cobertura com o registro dos jornalistas participantes e dos resultados obtidos na mídia espontânea, a partir da realização da coletiva.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.

- Adequação do planejamento e da operação do evento; eficácia da preparação dos porta-vozes em relação às perguntas feitas pelos jornalistas.

- Repercussão da coletiva na imprensa e os resultados obtidos em mídia espontânea.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de jornalistas convidados, amplitude da coletiva (local, regional, nacional).

- Prazo para realização.

Complexidades:

Baixa

Até 10 jornalistas convidados para coletiva local, com antecedência de até 1 dia.

Média

Até 30 jornalistas convidados para coletiva regional, com antecedência de até 3 dias.

Alta

Até 50 jornalistas, para coletiva nacional, com antecedência de até 5 dias.

Prazo de entrega: Até 10 dias após a coletiva.

1.2.6. Entrevista Coletiva não presencial

Descritivo: Planejamento e preparação de live/apresentação/coletiva não presencial de porta-voz via utilização de sistema de telecomunicação e/ou plataformas como Microsoft Teams, Google Meet (ou similar), com jornalistas e/ou formadores de opinião. A CONTRATADA deverá fazer levantamento de formadores de opinião a serem convidados; definição de moderador; preparação técnica para realização; coletânea de perguntas; análise de dados coletados e repercussão da divulgação. Os eventuais custos para contratação de infraestrutura tecnológica específica serão de responsabilidade da CONTRATANTE.

Entregas: Relatório contendo lista de convidados, convite enviado, perfil dos convidados e veículos confirmados, guia de condução da live com o papel de cada ator (operador e moderador).

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação dos participantes indicados em relação ao tema do evento.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega do relatório: Até 5 dias úteis após a coletiva.

1.2.7. Planejamento de Presstrip / Tour

Descritivo: Identificação de oportunidade para trabalho direcionado a jornalistas-alvo, que façam a cobertura de imprensa de área de interesse do CFQ. O planejamento de uma presstrip/tour deve apontar os perfis dos jornalistas, considerando a relevância do convidado a partir de dados pessoais e do veículo a que está ligado. Também deve avaliar a permanência do convite para a viagem em função da temática e dos objetivos estabelecidos no planejamento estratégico do CONTRATANTE.

Entregas: Planejamento de viagem, com sugestão de tema, detalhamento das atividades sugeridas para cada dia de viagem e indicação da lista completa de convidados. O planejamento deve prever sugestões de hotéis, restaurantes e passeios. O material deve conter informações sobre a viagem, pré-requisitos e condições especiais, como vistos, vacinas, necessidade de credenciamento para dado evento ou atividade, entre outras variáveis. Também deve conter previsão orçamentária e recomendação de equipe técnica necessária para acompanhamento. Os eventuais custos para contratação de infraestrutura específica serão de responsabilidade do CONTRATANTE.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação do planejamento aos objetivos estratégicos do CONTRATANTE.
- A precisão do detalhamento do roteiro de viagem e adequação da seleção de jornalistas convidados.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de jornalistas convidados e duração da atividade.

Complexidades:

Baixa

Até 2 jornalistas, com duração de 2 dias

Média

De 3 a 4 jornalistas, com duração de 3 dias

Alta

Até 5 jornalistas, com duração de 6 dias.

Prazo de entrega: Até 20 dias úteis antes da viagem.

1.2.8. Acompanhamento de Presstrip / Tour

Descritivo: Designação de equipes para coordenar atividades e acompanhar viagens de até 5 jornalistas convidados, conforme planejamento previamente aprovado. Os custos para contratação de infraestrutura específica (passagens domésticas e internacionais; hospedagem; diárias de alimentação para o grupo; passeios e atividades; contratação de transporte e guia; seguro-viagem) serão de responsabilidade do CONTRATANTE.

Entregas: Relatório de cobertura com a descrição das atividades realizadas em cada dia da viagem, apresentação e análise das percepções dos convidados, identificadas por meio de questionário de entrevista ou pesquisa, contemplando fotos e/ou vídeos de registro das visitas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Comparação entre o relatório de atividades e o planejamento da viagem, para verificar se os resultados obtidos com a iniciativa foram os esperados.
- Análise do feedback dos convidados.
- Verificação e análise de espaços editoriais (mídia espontânea) relacionados à promoção da presstrip/tour.

Características consideradas na classificação da complexidade: Duração da viagem.

Complexidades:

Baixa

Viagem com duração de 2 dias.

Média

Viagem com duração de 3 dias.

Alta

Viagem com duração de 6 dias.

Prazo de entrega do relatório: Até 10 dias após a viagem.

1.3. Treinamento

1.3.1. Planejamento e Execução de Media Training

Descritivo: Treinamento de porta-vozes para relacionamento com a imprensa, mediante apresentação de perfil dos veículos de comunicação e de jornalistas de diferentes mídias, orientações e procedimentos para o contato adequado com jornalistas, havendo, se necessário, acompanhamento de fonoaudiólogo, atividades práticas, por meio da simulação de entrevistas, análise e avaliação conjunta da postura dos participantes em situações diversas, simulação de entrevistas com gravação de vídeos, análise de performance com identificação e definição de responsabilidades do grau de autonomia de cada um dos porta-vozes, em relação às temáticas relacionadas ao CFQ.

Entregas: Planejamento e estruturação do media training e relatórios de avaliação com informações relativas ao evento e ao desempenho de cada participante,

acompanhado de mídia digital com gravações realizadas no decorrer do treinamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Desempenho dos instrutores.
- Relevância das informações repassadas.
- Pertinência das atividades práticas e simulações realizadas no treinamento com as situações reais vivenciadas pelo CONTRATANTE.
- Avaliação dos participantes.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de participantes, tipo do treinamento com base nos meios de comunicação (Eletrônicos: TV, e Rádio, Impressos: Jornal e Revista e Digitais: Mídias on-line/sociais).
- Carga horária do treinamento.

Complexidades:

Baixa

Treinamento de 1 a 4 porta-vozes para os meios TV e Impressos. Carga horária de até 4 horas.

Média

Treinamento de 5 a 10 porta-vozes para os meios TV, Rádio e Impressos. Carga horária de até 5 horas.

Alta

Treinamento de 11 a 21 porta-vozes para os meios TV, Rádio, Impressos e Digitais, com acompanhamento de fonoaudiólogo. Carga horária de até 8 horas.

Altíssima

Treinamento de 22 a 42 porta-vozes para os meios TV, Rádio, Impressos e Digitais, com acompanhamento de fonoaudiólogo. Carga horária de até 8 horas.

Prazo de entrega: Até 10 dias após o treinamento.

1.3.2. Media Training em Situações de Crise

Descritivo: Treinamento de porta-voz para relacionamento com a imprensa em situação de crise. O treinamento deve propor situações em que o participante deve fazer declarações sobre temas da crise em questão. As orientações e procedimentos para o contato com jornalistas – ensinados durante o treinamento - serão colocados em prática em simulações de entrevistas devidamente documentadas (gravação de áudio e/ou vídeo). Durante a performance dos executivos, os instrutores farão sugestões de correção de postura e/ou ajuste de discurso, havendo, se necessário, acompanhamento de fonoaudiólogo.

Entregas: Planejamento e estruturação do media training e relatórios de avaliação com informações relativas ao evento e ao desempenho de cada participante, acompanhado de mídia digital com gravações realizadas no decorrer do treinamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Desempenho dos instrutores; consistência e alinhamento do programa e roteiro de treinamento com os dispositivos preventivos de crise (manuais, perguntas e respostas, fluxogramas); relevância das informações repassadas.
- Pertinência das atividades práticas e simulações realizadas no treinamento com as situações reais de crise.
- Avaliação dos participantes.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de participantes.
- Tipo do treinamento com base nos meios de comunicação (Eletrônicos: TV, e Rádio, Impressos: Jornal e Revista e Digitais: Mídias on-line/sociais).
- Carga horária do treinamento.
- Prazo de entrega.

Complexidades:

Baixa

Treinamento de 1 porta-voz. Meios de comunicação: TV e Impressos.

Carga horária mínima de até 4 horas.

Prazo de entrega: Até 5 dias após o treinamento.

Média

Treinamento de até 4 porta-vozes.

Meios de comunicação: TV, Rádio e Impressos.

Carga horária mínima de 4 horas e máxima de 6 horas.

Prazo de entrega: Até 10 dias após o treinamento.

Alta

Treinamento de até 4 porta-vozes.

Meios de comunicação: TV, Rádio, Impressos e Digitais, com acompanhamento de fonoaudiólogo.

Carga horária mínima de 5 horas e máxima de 8 horas.

Prazo de entrega: Até 15 dias após o treinamento.

1.3.3. Media Training a distância

Descritivo: Treinamento de porta-voz para relacionamento com a imprensa em situação de crise ou não, a distância. O treinamento deve propor situações em que o participante deve fazer declarações sobre temas em questão. As orientações e procedimentos para o contato com jornalistas – ensinados durante o treinamento - serão colocados em prática em simulações de entrevistas (gravação de áudio e/ou vídeo). Durante a performance dos treinandos, os instrutores farão sugestões de correção de postura e/ou ajuste de discurso, havendo, se necessário, acompanhamento de fonoaudiólogo. Na modalidade a distância, deverão ser utilizadas plataformas como Microsoft Teams, Google Meet (ou similar).

Entregas: Planejamento e estruturação do media training e relatórios de avaliação com informações relativas ao evento e ao desempenho de cada participante, acompanhado de mídia digital com gravações realizadas no decorrer do treinamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Desempenho dos instrutores;
- Consistência e alinhamento do programa e roteiro de treinamento com os dispositivos preventivos de crise (manuais, perguntas e respostas, fluxogramas);
- Relevância das informações repassadas.
- Pertinência das atividades práticas e simulações realizadas no treinamento com as situações reais de crise.
- Avaliação dos participantes.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de participantes.
- Tipo do treinamento com base nos meios de comunicação (Eletrônicos: TV, e Rádio, Impressos: Jornal e Revista e Digitais: Mídias on-line/sociais).
- Carga horária do treinamento.
- Prazo de entrega.

Complexidades:**Baixa**

Treinamento de até 10 porta-vozes.

Meios de comunicação: TV e Impressos.

Carga horária mínima de até 4 horas.

Prazo de entrega: Até 5 dias após o treinamento.

Média

Treinamento de 11 a 20 porta-vozes.

Meios de comunicação: TV, Rádio e Impressos.

Carga horária mínima de 4 horas e máxima de 6 horas.

Prazo de entrega: Até 10 dias após o treinamento.

Alta

Treinamento de 21 a 40 porta-vozes.

Meios de comunicação: TV, Rádio, Impressos e Digitais, com acompanhamento de fonoaudiólogo.

Carga horária mínima de 5 horas e máxima de 8 horas.

Prazo de entrega: Até 15 dias após o treinamento.

1.3.4. Treinamento para Apresentações

Descritivo: Capacitação de 01 porta-voz em tema específico para realização de apresentações diversas, incluindo audiências públicas, palestras, exposições sobre planos, ações e resultados de programas e projetos, campanhas, entre outras. As atividades incluem:

- Definição do direcionamento do discurso no contexto político, com indicação das mensagens pertinentes aos públicos-alvo das apresentações.
- Simulação da performance para treinamento de lideranças e defesa de posicionamento institucional em ambiente contraditório, como audiências públicas e comissões do Congresso Nacional.
- Laboratório de fonoaudiologia com profissional especialista, com o objetivo de aprimorar a dicção, a postura e o discurso.

Entregas:

- Relatório com o roteiro do treinamento.
- Avaliação do desempenho do participante.
- Recomendações.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Pertinência do roteiro, das especificidades e das atividades propostas para o treinamento.

Características consideradas na classificação da complexidade: Carga horária.

Complexidades:**Baixa**

Treinamento de até 3 horas.

Média

Treinamento acima de 3 e até 5 horas.

Alta

Treinamento acima de 5 e de até 8 horas.

Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após o treinamento.

1.3.5. Workshops / Seminários para Jornalistas

Descritivo: Idealização, organização e realização de evento para familiarização de jornalistas com temas de atuação do CONTRATANTE. O objetivo central é fazer com que os profissionais de imprensa tenham a oportunidade de aprofundar seus conhecimentos sobre determinado tema, influenciando positivamente na redação de matérias. Os temas poderão ser apresentados por técnicos ou especialistas do setor, ligados ao CONTRATANTE, ao mercado ou à academia. Os eventuais custos para contratação de infraestrutura específica serão de responsabilidade do CONTRATANTE.

Entregas: Planejamento da atividade, incluindo lista de participantes e convidados, indicação dos benefícios e ganhos para o CONTRATANTE, com a realização da atividade e relatório de avaliação do evento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.

- Adequação da proposta e formatação do evento aos objetivos estratégicos do CONTRATANTE.

- Relevância dos resultados alcançados.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Número de jornalistas convidados.

- Quantidade de atores externos mobilizados (palestrantes, especialistas, educadores, pensadores e/ou empresários do setor, fornecedores etc).

- Prazo de entrega do relatório.

Complexidades:

Baixa

Até 20 jornalistas convidados.

Evento com até 5 atores externos envolvidos.

Prazo de entrega: Relatório entregue em até 5 dias.

Média

Acima de 20 e até 30 jornalistas convidados.

Evento com até 7 atores externos envolvidos.

Prazo de entrega: Relatório entregue em até 7 dias.

Alta

Acima de 30 e até 50 jornalistas convidados.

Evento com até 10 atores externos envolvidos.

Prazo de entrega: Relatório entregue em até 10 dias.

1.4. Levantamento de Informação e Análise

1.4.1. Clipping Nacional – Jornais, Revistas e Portais de Notícias

Descritivo: Clipping diário de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse do CONTRATANTE e de suas temáticas, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até 10 jornais de relevância nacional, em até 10 revistas de circulação nacional e em até 60 jornais regionais.

Entregas: 01 boletim eletrônico diário com os conteúdos noticiosos identificados, enviado por correio eletrônico até às 7h30, para lista de e-mails definidos pelo CONTRATANTE.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.

- Abrangência do monitoramento.

- Aderência aos temas de interesse do CFQ.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

1.4.2. Clipping Nacional - TV

Descritivo: Clipping de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse do CFQ, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até 05 emissoras de TV aberta e 05 emissoras de TV fechada, conforme lista a ser definida pelo CONTRATANTE.

Entregas: 03 boletins eletrônicos diários com os conteúdos noticiosos identificados, enviados por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pelo CONTRATANTE. O primeiro boletim deverá ser enviado até às 9h30 (conteúdo monitorado a partir de 20h30 do dia anterior até às 8h30 do dia vigente). O segundo boletim até às 14h30 (conteúdo monitorado a partir de 8h30 até às 13h30). O terceiro boletim até às 21h30 (conteúdo monitorado a partir de 13h30 até às 20h30). Os horários de entrega dos boletins poderão sofrer alteração de acordo com a grade de programação das emissoras.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo, com tolerância de até 30 minutos.

- Abrangência do monitoramento.

- Aderência aos temas de interesse do CFQ.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

1.4.3. Clipping Nacional - Rádio

Descritivo: Clipping de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse do CFQ, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até 50 emissoras de rádio, conforme lista a ser definida pelo CONTRATANTE.

Entregas: 02 boletins eletrônicos diários com os conteúdos noticiosos identificados, enviados por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pelo CONTRATANTE. O primeiro boletim deverá ser enviado até às 8h30 (conteúdo monitorado a partir de 18h do dia anterior até às 7h30 do dia vigente). O segundo boletim até às 18h (conteúdo monitorado a partir de 7h30 até às 17h30).

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo, com tolerância de até 30 minutos.

- Abrangência do monitoramento.

- Aderência aos temas de interesse do CFQ.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

1.4.4. Análise de Imprensa em seus canais (Jornais, Revistas e Portais de Notícias)

Descritivo: Síntese analítica diária do conteúdo, a partir dos clippings e captações existentes (jornais, revistas, portais de notícias, entre outros), com alertas sobre temas que ofereçam oportunidades ou riscos de comunicação à imagem do CFQ e recomendações de medidas a serem adotadas.

Entregas:

- 02 relatórios eletrônicos diários, enviados por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pelo CONTRATANTE. O primeiro boletim deverá ser enviado até às 8h30. O segundo relatório até às 16h, inclusive nos finais de semana e feriados.

- Alertas – mensagem eletrônica (em formato previamente acordado) sobre fatos de impacto e de interesse do CONTRATANTE, noticiados nos intervalos entre o envio dos relatórios.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Atendimento dos prazos estipulados com tolerância de até 30 minutos.
- Qualidade das análises.
- Relevância e coerência dos alertas efetuados.
- Aderência aos temas do CFQ.

Características consideradas na classificação da complexidade: não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

1.4.5. Monitoramento de Conteúdo em Redes Sociais, Blogs e Portais de Notícias

Descritivo: Acompanhamento de forma permanente (24 horas, 7 dias por semana) a imagem do CFQ e de suas temáticas em redes sociais, blogs e portais de notícias. O monitoramento deve indicar a repercussão, a reputação, a evolução de sentimento, os principais influenciadores e demais informações estratégicas para a tomada de decisão. Situações que indiquem possíveis repercussões com alto volume de menções devem ser alertadas, especialmente aquelas que possam gerar crise. A análise deve identificar as razões do alto volume de menções, e não conter apenas números, ou seja, explicar as razões pela qual determinado tema está com enfoque positivo ou negativo, o que está gerando esse efeito e fornecer exemplos de posts e notícias que comprovem essa explicação.

Entregas:

- Relatório diário às 7h por e-mail a ser definido pelo Contratante. Deve trazer um resumo dos fatos do dia anterior (assuntos de maior relevância, positiva ou negativa), tendências de temas relevantes para o dia e temas com potencial para continuar na pauta (por exemplo, tema que esteja repercutindo nas redes sociais).
- Relatório diário entre 12h e 14h por e-mail a ser definido pelo Contratante. Deve trazer os temas de mais repercussão no dia. O cumprimento desse horário possibilita que o cliente tenha tempo de agir no próprio dia.
- Alertas por e-mail a ser definido pelo Contratante.
- Organizar uma régua de corte de crise (por volume de menções) e avaliar o que merece ou não ser alertado. Alertar também para temas positivos, ou seja, assuntos que venham repercutindo em alta escala, positivamente para o Conselho Federal de Química.
- Relatório semanal em arquivo de apresentação em dia e horário a ser definido pelo Contratante. Recorte com uma visão geral dos principais temas e o que mais repercutiu, positiva e negativamente, entre os itens monitorados. Deve ter conteúdo direto e objetivo, resumindo de forma clara as ocorrências da semana.
- Relatório de fim de semana por e-mail a ser definido pelo Contratante - Entre 12h e 14h do sábado, domingo e feriado - um consolidado com as principais informações do dia, seguindo os mesmos parâmetros do relatório diário, sendo um para cada dia.
- Relatório mensal em arquivo de apresentação (quinto dia útil após o encerramento do mês). Consolidado objetivo das informações e análise macro do ocorrido no mês.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo, com tolerância de até 30 minutos.
- Qualidade das análises.
- Consistência, relevância e tempestividade dos alertas apresentados.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de menções.

Complexidades:**Baixa**

Monitoramento de 1 a 100 mil menções/mês.

Média

Monitoramento de 101 mil a 500 mil menções/mês.

Alta

Monitoramento de 501 mil a 1 milhão de menções/mês.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

1.4.6. Auditoria de Imagem

Descritivo: Auditoria mensal de exposição do CFQ e de suas temáticas a partir de análise quantitativa e qualitativa da sua presença nos meios de comunicação levantados por meio de jornais, revistas e portais de notícias. A auditoria deverá apontar os principais temas publicados/veiculados na imprensa, por tipo de veículo e impacto para a imagem do CFQ.

Entregas: Relatório analítico (quantitativo e qualitativo), com apresentação presencial, da forma como os públicos estratégicos os meios/veículos de comunicação levantados constroem a imagem do CFQ e de suas temáticas, os atributos positivos e negativos e as principais percepções sobre sua atuação. O relatório deve ser entregue na forma impressa e em formato digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Consistência das análises quantitativas e qualitativas.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Mensal.

1.5. Produção de Conteúdos**1.5.1. Elaboração de Texto em Língua Portuguesa**

Descritivo: Elaboração e revisão de textos jornalísticos ou institucionais direcionados ao público interno ou externo, a partir de consultas a fontes oficiais (autoridades e/ou técnicos de órgãos públicos nas diversas esferas e poderes), representantes do setor privado, especialistas, bem como relatórios e outros documentos governamentais, livros, websites, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, pesquisas estatísticas e outros conteúdos e publicações impressos ou eletrônicos. Os textos produzidos poderão ser utilizados como press-releases, notas à imprensa, avisos de pauta, artigos de opinião, ambiente digital,

posicionamentos (position paper), briefing, livro branco, manuais, cartilhas, dossiês, textos institucionais para publicações e/ou apresentações, guia de perguntas e respostas, mensagens-chave, entre outros.

Entregas: Texto produzido e revisado com indicação das fontes consultadas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adoção das fontes e insumos fornecidos pelo Contratante.
- Tempestividade no atendimento e na resposta às necessidades e/ou problemática apresentada pelo Contratante.
- Qualidade dos textos quanto à ortografia e a legislação.
- Confiabilidade das fontes.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tipo de texto e conteúdo.
- Quantidade de fontes.
- Tipo de apuração.
- Quantidade de laudas.
- Prazo de entrega.

Complexidades:

Baixa

Texto original, com conteúdo factual.

Formulado a partir de informações obtidas com até 2 fontes.

Sem necessidade de consultas externas.

Até 1 lauda.

Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.

Média

Texto original, com conteúdo factual e analítico.

Formulado a partir de informações obtidas em consulta a 3 ou 4 fontes.

Podendo ocorrer pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos.

De 2 a 4 laudas.

Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.

Alta

Texto original, com conteúdo factual e analítico.

Formulado a partir de informações obtidas em consulta a 5 ou mais fontes.

Recomendações: comparação e checagem entre informações divergentes; entrevistas com especialistas em determinado assunto ou com conhecimento especializado em determinado tema, acima do conhecimento curricular do profissional padrão e, ainda, a possibilidade de consulta a materiais de referência escritos em outras línguas.

De 5 a 8 laudas.

Prazo de entrega: Até 7 dias úteis.

1.5.2. Edição de Texto em Língua Portuguesa

Descritivo: Edição de textos elaborados ou originários de fontes oficiais.

Entregas: Texto editado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo Contratante.
- Tempestividade no atendimento ou na resposta às necessidades e/ou problemática apontada pelo Contratante.
- Observância das normas de correção ortográfica e a legislação.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.

1.5.3. Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Fotografia

Descritivo: Cobertura jornalística e/ou institucional com produção de fotos de eventos, ações e projetos de interesse do Contratante.

Entregas: Arquivos digitais das fotos, em alta resolução, e relatório com descrição do material produzido e dos direitos de uso. Deverá ser observada a legislação vigente no que diz respeito a direitos autorais e de cessão de imagem.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Qualidade técnica do material em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado.

Características consideradas na classificação da complexidade: Tempo de produção e prazo de entrega.

Complexidades:

Baixa

Produção com duração de até 4 horas.

Prazo de entrega: Até 1 hora após a cobertura.

Média

Produção com duração acima de 4 horas e até 6 horas.

Prazo de entrega: Até 2 horas após a cobertura.

Alta

Produção com duração acima de 6 horas e até 8 horas.

Prazo de entrega: Até 4 horas após a cobertura.

1.5.4. Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Vídeo Release

Descritivo: Cobertura jornalística e/ou institucional com produção de vídeo de eventos, ações e projetos do Contratante elaborado a partir de briefing e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de pauta/roteiro criado e aprovado para a realização do vídeo. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral em arquivo texto. O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo. O vídeo deve ser legendado em Português.

Entregas: Arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para distribuição a veículos de imprensa e utilização em canais institucionais próprios, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Avaliação da reportagem em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado, qualidade técnica do material, qualidade editorial do material.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de dias de captação, equipe utilizada na produção e prazo de entrega.

Complexidades:

Baixa

1 dia de captação e produção.

Equipe composta de 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 assistente.

Pós-produção restrita à edição do material captado.

Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após a captação.

Média

Até 2 dias de captação e produção.

Equipe composta de 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 assistente.

Pós-produção com edição do material captado e sonorização.

Prazo de entrega: Até 10 dias úteis após encerrada a captação.

Alta

De 2 a 5 dias de captação e produção.

Equipe composta de 1 apresentador, 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 produtor, 1 assistente.

Pós-produção com edição do material captado, sonorização e computação gráfica.

Prazo de entrega: Até 15 dias úteis após encerrada a captação.

Altíssima

1 dia de captação - Captação em estúdio com previsão de teleprompter e cromaqui.

Equipe composta de 1 apresentador, 1 diretor, 1 roteirista, 1 diretor de fotografia, 1 operador de iluminação.

Pós-produção com edição do material captado, sonorização e computação gráfica.

Prazo de entrega: Até 10 dias úteis após encerrada a captação.

1.5.5. Cobertura Jornalística e/ou Institucional – Vídeo Personagem

Descritivo: Cobertura jornalística e/ou institucional com produção de vídeo com captação de um ou mais depoimentos sobre tema específico para distribuição para a imprensa. Elaborado a partir de briefing e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de um roteiro aprovado pelo Contratante. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral. O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo. O vídeo deve ser legendado em Português.

Entregas: Arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para distribuição a veículos de imprensa e utilização em canais institucionais próprios, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Avaliação do vídeo em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado.

- Qualidade técnica do material.

- Qualidade editorial do material.

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de dias de captação e produção, quantidade de depoimentos e prazo de entrega.

Complexidades:

Baixa

1 dia de captação e produção.

Gravação de até 2 depoimentos com duração individual de até 1 minuto. Equipe composta de 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 assistente. Pós-produção restrita à edição do material captado.

Prazo de entrega: Até 5 dias úteis após a captação.

Média

Até 2 dias de captação e produção.

Gravação de até 5 depoimentos com duração individual de até 1 minuto. Equipe composta de 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 assistente. Pós-produção com edição do material captado e sonorização.

Prazo de entrega: Até 10 dias úteis após a captação.

Alta

De 2 dias a 5 dias de captação e produção.

Gravação acima de 5 até 10 depoimentos com duração individual de até 1 minuto. Equipe composta de 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 produtor, 1 assistente. Pós-

produção com edição do material captado, sonorização e computação gráfica.

Prazo de entrega: Até 15 dias úteis após encerrada a captação.

1.5.6. Cobertura Jornalística e/ou Institucional – Vídeo Animação

Descritivo: Cobertura jornalística com produção de vídeo em linguagem institucional jornalística com utilização de técnica de animação e computação gráfica. Elaborado a partir de pauta jornalística previamente aprovada. Os profissionais envolvidos devem ceder o uso de direito autoral em arquivo texto. O vídeo deve ser transcrito e legendado em Português. O custo deve prever equipe necessária para a produção.

Entregas: Arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para distribuição a veículos de imprensa e utilização em canais institucionais próprios, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Avaliação do vídeo em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado.
- Qualidade técnica do material.
- Qualidade editorial do material.

Características consideradas na classificação da complexidade: duração e técnica de elaboração: 2D/3D.

Complexidades:

Baixa

2D e duração de até 1 minuto.

Prazo de entrega: Até 5 dias úteis.

Média

2D e duração de até 2 minutos.

Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.

Alta

3D e duração de até 1 minuto.

Prazo de entrega: Até 15 dias úteis

1.5.7. Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Vídeo Chamada

Descritivo: produção de mensagens simples, em formato de vídeo de curta duração, para utilização em ambientes digitais. O vídeo tem o objetivo de divulgar outras ações de comunicação da CONTRATANTE. O material pode conter imagens do banco de mídias, áudio, arte gráfica, animação e captação, de acordo com o briefing e complexidade escolhida. O custo deve prever a equipe e os equipamentos necessários para a produção do vídeo, incluindo edição e trilha.

Entregas:

- Arquivo de roteiro de edição finalizado.
- Arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para uso na internet.
- Cópia dos direitos de uso de imagem cedidos.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo
- Qualidade técnica do material em relação à pauta

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tempo de captação, quando houver
- Tempo de duração do vídeo
- Prazo de entrega

Complexidades:

Baixa

Até 30 segundos. Até 30 minutos de captação. Prazo de entrega: até 1 dia útil após a captação e/ou produção, inclusive para vídeos que envolvam animação simples.

Média

Até 1 minuto. Até 60 minutos de captação. Prazo de entrega: até 2 dias úteis após a captação e/ou produção, inclusive para vídeos que envolvam animação simples.

Alta

Material bruto maior que 1 hora de duração. Duração do vídeo editado até 5 minutos.

Prazo de entrega: Até 7 dias úteis.

1.5.8. Vídeo com captação de curta duração

Descritivo: vídeo com produção, edição e finalização em até 1 (um) minuto de duração, a partir de roteiro aprovado. Captação em estúdio ou ambientes interno/externo. Para a produção são necessários os seguintes profissionais: roteirista, diretor, cinegrafista, editor e produtor.

No trabalho está incluso:

- roteiro
- seleção de jornalista/apresentador
- ilustração de elementos em 2D
- computação gráfica para animação de ilustrações e/ou aplicação de letterings e/ou cartelas – tratamento de imagens
- trilha sonora

Entregas: arquivo de texto contendo roteiro, arquivo de vídeo em alta resolução para uso na internet, cópia dos documentos de cessão dos direitos autorais e uso de imagem.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade: cumprimento do prazo e qualidade técnica do material.

Características consideradas na classificação da complexidade: quantidade de dias de captação e produção.

Complexidades:

Baixa

Um dia de captação. Prazo de entrega: 5 (cinco) dias úteis após a captação por vídeo finalizado.

Média

Dois dias de captação. Prazo de entrega: 5 (cinco) dias úteis após a captação por vídeo finalizado.

Alta

Três dias de captação. Prazo de entrega: 5 (cinco) dias úteis após a captação por vídeo finalizado.

1.5.9. **Edição de Vídeos**

Descritivo: Edição de material audiovisual produzido já aprovado/validado ou disponibilizado pela contratante. Tratamento, montagem e/ou finalização de vídeo a partir de material recebido.

Entregas: Arquivo de texto contendo o roteiro aprovado pelo órgão, arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para uso em TV e internet, cópia dos direitos autorais e de uso de imagem cedidos.

Características consideradas na classificação da complexidade: Duração do material bruto fornecido e duração do produto entregue.

Complexidades:

Baixa

Descrição: Material bruto até 1 hora de duração. Duração do vídeo editado até 2 minutos.

Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.

Média

Descrição: Material bruto até 1 hora de duração. Duração do vídeo editado até 3 minutos.

Prazo de entrega: Até 5 dias úteis.

Alta

Descrição: Material bruto maior que 1 hora de duração. Duração do vídeo editado até 5 minutos.

Prazo de entrega: Até 7 dias úteis.

1.5.10. **Captação e Edição de áudio para Imprensa e Públicos Formadores de Opinião**

Descritivo: Captação e edição de áudio, com linguagem jornalística e/ou institucional, a partir de briefing e pauta previamente aprovados. O custo deve prever repórter, equipe técnica e ferramenta de distribuição.

Entregas: Arquivo de áudio editado para distribuição a veículos de imprensa e utilização em canais institucionais próprios. Os profissionais envolvidos devem ceder o uso de direito autoral em arquivo texto.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento de prazo
- Qualidade técnica e editorial do material em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado.

Características consideradas na classificação da complexidade: Minutos editados.

Complexidades:

Baixa

Arquivo de áudio editado de até 1 minuto.

Prazo de entrega: Até 1 dia útil.

Média

Arquivo de áudio editado acima de 1 e até 3 minutos.

Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.

Alta

Arquivo de áudio editado acima de 3 e até 5 minutos.

Prazo de entrega: Até 5 dias úteis

Altíssima

Arquivo de áudio editado acima de 5 minutos.

Prazo de entrega: Até 5 dias úteis

1.5.11. **Projeto Gráfico**

Descritivo: Definição das características visuais de uma peça de design, impressa ou eletrônica (Ex: livros, jornais, revistas, newsletters, entre outras), como formato, elementos gráficos (fotos, ilustrações, grafismos), títulos e fontes utilizadas. Deve organizar o conteúdo e dar destaque à leitura, atendendo às necessidades editoriais indicadas no briefing de trabalho.

Entregas: Projeto gráfico detalhado, impresso ou em meio digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aplicabilidade do projeto.
- Adequação aos desafios de comunicação e as necessidades apontadas no briefing.
- Qualidade estética.
- Pertinência ao tema.
- Aderência às diretrizes de comunicação do CFQ.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas.

- Prazo de entrega.

Complexidades:

Baixa

Até 10 páginas.

Prazo de entrega: Até 10 dias.

Média

De 11 até 50 páginas.

Prazo de entrega: Até 20 dias.

Alta

De 51 até 100 páginas.

Prazo de entrega: Até 30 dias.

1.5.12. Diagramação / Editoração de Publicações Impressas

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

Entregas: Peça ou publicação diagramada, em arquivo digital, para impressão. Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.

- Fidelidade da diagramação ao projeto gráfico.

- Adequação do conteúdo à proposta de trabalho descrita no briefing.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas.

- Prazo de entrega.

Complexidades:

Baixa

Até 50 páginas.

Prazo de entrega: Até 10 dias.

Média

De 51 até 100 páginas.

Prazo de entrega: Até 20 dias.

Alta

De 101 até 200 páginas.

Prazo de entrega: Até 30 dias.

1.5.13. Diagramação de Apresentações Eletrônicas

Descritivo: Formatação de arquivo de apresentação para projeção ou exibição eletrônica, conforme conteúdo e programação visual estabelecidos previamente. O foco do trabalho está na hierarquia das informações, garantindo equilíbrio entre os recursos visuais, de forma a dinamizar e otimizar a exposição do conteúdo.

Entregas: Apresentação em programa (software) previsto no briefing, em arquivo digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.

- Adequação visual do conteúdo à proposta de trabalho descrita no briefing.

- Qualidade estética e pertinência ao tema.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de lâminas de apresentação.

Complexidades:

Baixa

Até 20 lâminas.

Prazo de entrega: Até 3 dias.

Média

De 21 até 50 lâminas.

Prazo de entrega: Até 5 dias.

Alta

De 51 até 100 lâminas.

Prazo de entrega: Até 7 dias.

1.5.14. Infográficos Estáticos e/ou Impressos

Descritivo: Utilização de recursos gráficos para o detalhamento de informações jornalística e/ou institucional, ou seja, junção de textos breves com ilustrações explicativas para a melhor compreensão do conteúdo. Esse tipo de recurso contribui para a melhor compreensão de informações e conceitos complexos e são usados para apoiar exposições de mapas e manuais técnicos, educativos ou científicos. Pode combinar fotografia, ilustração e texto. Pode ser distribuído a veículos de comunicação ou utilizado em eventos ou canais institucionais.

Entregas: Infográfico aprovado, em meio digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade do desenho final, após a mescla de todas as variáveis (texto e recursos gráficos usados como ponto de partida, fotos, gráficos e ilustrações).
- Clareza e correta hierarquização dos dados expostos.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tamanho do infográfico, no que se refere aos recursos utilizados (foto ou ilustração).
- Prazo de entrega.

Complexidades:

Baixa

Infográfico com foto e/ou ilustração existente, mais texto.

Prazo de entrega: Até 2 dias.

Média

Infográfico com foto e/ou ilustração a serem produzidas, mais texto.

Prazo de entrega: Até 3 dias.

Alta

Infográfico com foto, ilustração e gráfico a serem produzidos e mesclados, mais texto.

Prazo de entrega: Até 5 dias.

1.5.15. Infográfico Dinâmico e/ou Interativo

Descritivo: Representação visual de informações jornalística e/ou institucional, com a utilização de recursos gráficos, tais como fotos, gráficos ou ilustrações e textos breves. Inclusão de recursos interativos (áudio e/ou vídeo embedados, animações em flash, em HTML5 ou 3D) para dar dinamismo à apresentação. Pode ser distribuído a veículos de comunicação ou utilizado em eventos ou canais institucionais.

Entregas: Infográfico aprovado, em meio digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade do desenho final, após a mescla de todas as variáveis (texto, recursos gráficos e interativos).
- Clareza e correta hierarquização dos dados expostos.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tamanho do infográfico, considerando a quantidade de informações (texto) e os recursos estáticos (foto ou ilustração) e dinâmicos (áudio e/ou vídeo embedados, animações em flash, em HTML5 ou 3D) utilizados.
- Prazo de entrega.

Complexidades:

Baixa

Infográfico com foto e/ou ilustração existente, breve texto, e animação de áudio e vídeo embedados.

Prazo de entrega: Até 5 dias.

Média

Infográfico com foto e/ou ilustração existente, breve texto e animação em flash.

Prazo de entrega: Até 10 dias.

Alta

Infográfico com foto e/ou ilustração existente, breve texto e animação em 3D ou HTML5.

Prazo de entrega: Até 15 dias.

1.5.16. Banco de Mídias

Descritivo: Criação, gerenciamento e armazenamento, por meio de sistema on-line, da produção de vídeos, fotografias e áudios institucionais, que incluem as seguintes atividades:

- Montagem de estrutura operacional visando disponibilizar todos os arquivos no Banco de Mídias;
- Disponibilização, durante o contrato, de acesso ao software com funcionalidades para a gestão dos arquivos do Banco de Mídias;
- Disponibilização de storage em rede com arranjo redundante, conteúdos espelhados e backups em nuvem e/ou HD externo, como forma de garantir a integridade dos conteúdos arquivados;
- Disponibilização de download e conteúdo do Banco de Mídias, em formato a ser definido;
- Disponibilização do Banco de Mídias, ao final do contrato, ao CONTRATANTE.

Entregas: Banco de Mídias propriamente dito e relatório mensal, em arquivo texto, contendo toda a movimentação (inclusões, exclusões, consultas, downloads).

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade: Não se aplica.

Características consideradas na classificação da complexidade: Volume armazenado.

Complexidades:

Baixa

Inserção e guarda de até 2 horas de vídeo bruto/mês; 10 minutos de peças em vídeo prontas/mês; 2 horas de áudio sem edição/mês; 10 minutos de peças em áudios prontas/mês; 180 imagens de foto/mês.

Média

Inserção e guarda de até 10 horas de vídeo bruto/mês; 30 minutos de peças em vídeo prontas/mês; 10 horas áudio sem edição/mês; 30 minutos de peças em áudios prontas/mês; 600 imagens de foto/mês.

Alta

Inserção e guarda de até 30 horas de vídeo bruto/mês; 1 hora de peças em vídeo prontas/mês; 30 horas áudio sem edição/mês; 1 hora de peças em áudios

prontos/mês; 1.200 imagens de foto/mês.

Prazo de entrega: Mensal

1.5.17. **Projeto Editorial**

Descritivo: Elaboração de documento com planejamento das diretrizes de um produto editorial (revista, jornal, entre outros). Definição das características do produto (seções, títulos, conteúdos, formatos, imagens), dos objetivos da publicação e temas a serem abordados, da linguagem a ser utilizada, da periodicidade, da distribuição e do cronograma de execução.

Entregas: Arquivo texto detalhado contendo as normas do Projeto Editorial, com suas características, tipo de conteúdo e plano geral de funcionamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência do projeto às diretrizes de comunicação do CFQ.
- Aplicabilidade.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo: até 20 dias úteis

1.6. **Prevenção e Gerenciamento de Crises**

1.6.1. **Formação de Comitês de Crises**

Descritivo: Formação, em conjunto com o Contratante, de time multidisciplinar de trabalho para analisar os riscos de imagem e definir estratégias de mitigação de riscos e crises. O trabalho inclui avaliação da estrutura organizacional do Contratante e de suas principais áreas de atuação, para identificar lideranças e setores diretamente envolvidos em uma situação de crise. A partir desta análise, serão indicadas as áreas a ter assento no comitê e o seu modus operandi, sob validação do Contratante. Também será identificado o local apropriado para formação de sala de crise.

Entregas: Relatório com a indicação de nomes e atribuições dos membros envolvidos no comitê de crises, por tema.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Pertinência e consistência da formatação proposta para os comitês.
- Adequação das linhas de ação de cada grupo ou tema de risco e das principais atividades e tarefas a serem executadas.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidades de comitês formados.
- Prazo de entrega.

Complexidades:

Baixa

Até 2 comitês de risco.

Prazo de entrega do relatório: Até 30 dias.

Média

Até 5 comitês de risco.

Prazo de entrega do relatório: Até 60 dias.

Alta

Até 10 comitês de risco.

Prazo de entrega do relatório: Até 90 dias.

1.6.2. **Fluxograma de Processo para Atuação em Crise**

Descritivo: Orientação passo a passo para situações hipotéticas de crise, com a identificação dos responsáveis pelas informações e dos porta-vozes mais adequados para cada risco identificado.

Entregas: Fluxograma por tipo de risco em arquivo impresso e eletrônico.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Organização do conteúdo.
- Clareza na apresentação dos fluxos das informações e do plano de atuação em situação de crise.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de fluxogramas.
- Prazo de entrega.

Complexidades:

Baixa

Até 5 fluxogramas.

Prazo de entrega: Até 30 dias.

Média

De 6 até 10 fluxogramas.

Prazo de entrega: Até 60 dias.

Alta

De 11 até 20 fluxogramas.

Prazo de entrega: Até 90 dias.

1.6.3. Mapeamento de Públicos Envolvidos na Crise

Descritivo: Identificação de públicos potencialmente atingidos pela crise, considerando até 3 públicos por risco. A indicação de cada público envolvido terá uma justificativa, demonstrando o seu grau de envolvimento e de relevância para o agravamento ou redução dos efeitos da crise.

Entregas: Relatório de mapeamento.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Objetividade na identificação dos riscos.
- Clareza na apresentação dos fluxos de informações.
- Pertinência das ações recomendadas para as situações de crise.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de riscos.
- Prazo de entrega.

Complexidades:

Baixa

Até 10 riscos.

Prazo de entrega: até 30 dias.

Média

De 11 até 20 riscos.

Prazo de entrega: até 60 dias.

Alta

De 21 até 50 riscos.

Prazo de entrega: até 90 dias.

1.6.4. Manual de Crise

Descritivo: Guia para consulta e formação de lideranças em políticas de prevenção e gestão de crises, no âmbito do CFQ, contemplando classificação de crises, processos e procedimentos. Reúne os conceitos teóricos sobre gestão de crise e ferramentas de comunicação a serem utilizadas durante a crise.

Entregas: Manual de crise.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Consistência, organização e clareza das informações e sua aderência às temáticas de atuação do CFQ.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas.
- Prazo de entrega.

Complexidades:

Baixa

Até 50 páginas. Prazo de entrega: Até 45 dias.

Média

De 51 até 100 páginas. Prazo de entrega: Até 60 dias.

Alta

De 101 até 200 páginas. Prazo de entrega: Até 90 dias.

1.6.5. Gerenciamento de Crise Regional

Descritivo: Conjunto de ações deflagradas para administrar uma crise, incluindo o atendimento à imprensa, a produção de conteúdos sobre o tema para abastecer a mídia e a sala de imprensa on-line, o acompanhamento de entrevistas e a organização de encontros com a imprensa, com o objetivo de esclarecer o posicionamento do CFQ sobre dada situação. A equipe envolvida no gerenciamento deve trabalhar em conjunto com o(s) comitê(s) de crise, a fim de aplacar as demandas internas e externas de comunicação.

Entregas: Relatório de atividades, contendo as medidas internas e externas deflagradas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação das iniciativas tomadas e repercussão na imprensa.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tempo de duração da crise.
- Prazo de entrega.

Complexidades:

Baixa

Crise de até 10 dias.

Prazo de entrega: Relatório entregue em até 10 dias após a crise.

Média

Crise de 11 até 20 dias.

Prazo de entrega: Relatório entregue em até 15 dias após a crise.

Alta

Crise de 21 até 30 dias.

Prazo de entrega: Relatório entregue em até 20 dias após a crise.

1.6.6. Gerenciamento de Crise Nacional

Descritivo: Conjunto de ações deflagradas para administrar uma crise, incluindo o atendimento à imprensa, a produção de conteúdo sobre o tema para abastecer a mídia e a sala de imprensa on-line, o acompanhamento de entrevistas e organização de encontros com a imprensa com o objetivo de esclarecer o posicionamento do CFQ sobre dada situação. A equipe envolvida no gerenciamento deve trabalhar em conjunto com o(s) comitê(s) de crise, a fim de aplacar as demandas internas e externas de comunicação.

Entregas: Relatório de atividades, contendo as medidas internas e externas deflagradas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação das iniciativas tomadas e repercussão na imprensa.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tempo de duração da crise.
- Prazo de entrega.

Complexidades:

Baixa

Crise de até 10 dias.

Prazo de entrega: Relatório entregue em até 10 dias após a crise.

Média

Crise de 11 até 20 dias.

Prazo de entrega: Relatório entregue em até 15 dias após a crise.

Alta

Crise de 21 até 30 dias.

Prazo de entrega: Relatório entregue em até 20 dias após a crise.

1.7. Ação de Relações Públicas Digital

1.7.1. Planejamento de Ações Institucionais para Relacionamento com Públicos Influenciadores em Ambientes Digitais

Descritivo: Planejamento para definição de linha editorial e posicionamento estratégico, com calendário das ações a serem implementadas em cada ambiente digital.

Entregas:

- Documento contendo avaliação de perfil do público-alvo nos ambientes digitais.
- Conjunto de normas com a descrição do objetivo, tipo de conteúdo, público-alvo, linguagem e periodicidade a ser utilizada em cada ambiente e calendário de ações, com frequência de entregas e apresentação de produtos de comunicação digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital do Conselho Federal de Química.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Abrangência do planejamento.
- Prazo de entrega.

Complexidades:

Baixa

Planejamento para períodos inferiores a 3 meses.

Prazo de entrega: 5 dias úteis.

Média

Planejamento para períodos entre 3 e 6 meses.

Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.

Alta

Planejamento para períodos superiores a 6 meses.

Prazo de entrega: Até 30 dias úteis.

1.7.2. Conteúdo Multimídia para Relacionamento em Ambientes Digitais

Descritivo: Produção e publicação de textos, posts para ambientes digitais tais como redes sociais, blogs, sítios, intranet, entre outros, a partir de pauta previamente aprovada. Envolve a criação do texto, edição de imagens, tagueamento.

Entregas: Relatório mensal com listagem e visão consolidada das tarefas realizadas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Utilização das fontes e insumos fornecidos pelo Contratante;
- Tempestividade no atendimento e nas respostas às necessidades e/ou problemática apontada pelo Contratante;
- Observância das normas ortográficas e da legislação;
- Aderência às diretrizes de comunicação digital do Conselho Federal de Química;
- Utilização de fontes confiáveis.

Características consideradas na classificação da complexidade:

Volume de produção de conteúdo.

Complexidades:

Baixa

Produção de 1 a 20 conteúdos diferentes e inéditos.

Média

Produção de 21 a 60 conteúdos diferentes e inéditos.

Alta

Produção de 61 a 100 conteúdos diferentes e inéditos.

Prazo de entrega do relatório: mensal.

1.7.3. **Ações de Relacionamento com Públicos Influenciadores em Ambientes Digitais**

Descritivo: Gerenciar perfis nas redes sociais, incluindo conteúdo e analisando os itens que necessitem de algum tipo de ação específica, tais como: resposta, monitoramento, exclusão, etc. A moderação deve ser feita de forma permanente (24 horas, 7 dias por semana), com postagens, leitura e classificação (neutro, positiva e negativa) de todas as interações, além da articulação com outros interlocutores para construção de respostas. As intervenções são pontuais e de rápida execução, sem a necessidade de projetos ou documentos mais elaborados.

Entregas: Relatório mensal com listagem das tarefas realizadas e visão consolidada das tarefas realizadas.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Tempestividade na interação e moderação.
- Qualidade das interações.
- Índice de falhas ou erros.
- Dimensionamento de desempenho, considerado o volume de atuação mês a mês.

Características consideradas na classificação da complexidade:

Quantidade de interações.

Complexidades:

Baixa

Moderação de até 100 mil comentários por mês.

Média

Moderação de 101 mil comentários até 500 mil comentários por mês.

Alta

Moderação de 501 mil comentários até 1 milhão de comentários por mês.

Prazo de entrega: mensal.

APÊNDICE II
ORÇAMENTO ESTIMADO

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

nº	Produto / Serviço	Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)	Valor Anual (R\$)
1	Estratégia de Comunicação			
	Avaliação da Percepção de Imagem			
1.1	Complexidade	Baixa Regional	23.987,50	-
		Baixa Nacional	28.000,00	-
		Média Regional	38.950,00	-
		Média Nacional	41.262,00	-
		Alta Regional	49.875,00	-
		Alta Nacional	50.830,00	50.830,00
	Mapa de Formadores de Opinião			
1.2	Complexidade	Baixa Regional	30.590,00	-
		Baixa Nacional	22.488,12	22.488,12
		Média Regional	39.876,25	-
		Média Nacional	33.910,00	-
		Alta Regional	60.633,75	-
		Alta Nacional	44.394,96	-
	Matriz Estratégica e diagnóstico para Comunicação Institucional			
1.3	Complexidade	Baixa	24.526,03	-
		Média	42.809,38	-
		Alta	54.224,96	54.224,96

1.4	Plano Estratégico de Comunicação Institucional		1	45.333,33	45.333,33
		Mapa de Temas			
1.5		Complexidade	Baixa	1	30.000,00
			Média		36.000,00
			Alta		42.000,00
nº		Produto / Serviço	Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)	Valor Anual (R\$)
2		Atendimento de Demandas e Assessoria de Imprensa			
		Gerenciamento de Demandas			
2.1		Complexidade	Altíssima	1	43.056,00
2.2		Coordenação de Demandas			
		Complexidade	Alta	1	33.725,00
					33.725,00
2.3		Acompanhamento de Ordens de Serviço			
		Complexidade	Baixa		1.187,50
			Média	12	4.275,00
			Alta		7.600,00
2.4		Atendimento de Demandas para Desenvolvimento de ações de Comunicação Institucional			
		Complexidade	Baixa		13.691,88
			Média	24	20.654,19
			Alta	12	20.839,65
			Altíssima		41.262,00
2.5		Entrevista Coletiva			
		Complexidade	Baixa	1	7.120,00
			Média		10.359,65
			Alta		14.080,00
2.6	Entrevista Coletiva Não Presencial		1	7.538,42	7.538,42
2.7		Planejamento de Presstrip / Tour			
		Complexidade	Baixa	1	10.000,00
			Média		12.000,00
			Alta		15.000,00
2.8		Acompanhamento de Presstrip / Tour			
		Complexidade	Baixa	1	9.725,94
			Média		18.084,93
			Alta		21.066,66
nº		Produto / Serviço	Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)	Valor Anual (R\$)
3		Treinamento			
		Planejamento e Execução de Media Training			
3.1		Complexidade	Baixa		27.654,00
			Média		39.876,00
			Alta	1	49.400,00
			Altíssima	1	53.452,00
3.2		Media Training em Situações de Crise			
		Complexidade	Baixa		29.450,00
			Média		37.332,13
			Alta	1	47.500,00
3.3		Media Training a distância			
		Complexidade	Baixa		21.000,00
			Média		29.000,00
			Alta	1	42.543,00
3.4		Treinamento para Apresentações			
		Complexidade	Baixa	1	7.837,50
			Média		11.400,00
			Alta		16.640,00
3.5		Workshops / Seminários para Jornalistas			
		Complexidade	Baixa	1	24.568,36
			Média		33.250,00
			Alta		40.739,60
nº		Produto / Serviço	Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)	Valor Anual (R\$)
4		Levantamento de Informação e Análise			

4.1	Clipping Nacional – Jornais, Revistas e Portais de Notícias		365	427,70	156.110,50
4.2	Clipping Nacional - TV			796,65	-
4.3	Clipping Nacional - Rádio			437,10	-
4.4	Análise de Imprensa em seus canais (Jornais, Revistas e Portais de Notícias)			21.245,42	-
4.5	Monitoramento de Conteúdo em Redes Sociais, Blogs e Portais de Notícias				
	Complexidade	Baixa	365	1.733,75	632.818,75
		Média		2.500,00	-
		Alta		3.000,00	-
4.6	Auditoria de Imagem			32.533,34	-
n°	Produto / Serviço		Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)	Valor Anual (R\$)
5	Produção de Conteúdos				
5.1	Elaboração de Texto em Língua Portuguesa				
	Complexidade	Baixa	50	511,85	25.592,50
		Média	150	1.051,54	157.731,00
		Alta		1.538,13	-
5.2	Edição de Texto em Língua Portuguesa			570,00	-
5.3	Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Fotografia				
	Complexidade	Baixa	30	778,94	23.368,20
		Média	20	1.387,24	27.744,80
		Alta	20	1.781,25	35.625,00
5.4	Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Vídeo Release				
	Complexidade	Baixa	10	12.335,46	123.354,60
		Média	2	18.640,20	37.280,40
		Alta	6	24.250,00	145.500,00
		Altíssima	10	36.545,00	365.450,00
5.5	Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Vídeo Personagem				
	Complexidade	Baixa	16	7.325,00	117.200,00
		Média		12.000,00	-
		Alta		21.500,00	-
5.6	Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Vídeo Animação				
	Complexidade	Baixa	2	6.400,00	12.800,00
		Média	2	10.750,00	21.500,00
		Alta	2	17.500,00	35.000,00
5.7	Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Vídeo Chamada				
	Complexidade	Baixa	10	4.500,00	45.000,00
		Média	10	6.350,00	63.500,00
		Alta	15	11.500,00	172.500,00
5.8	Vídeo com Captação de Curta Duração				
	Complexidade	Baixa	80	8.800,00	704.000,00
		Média		12.200,00	-
		Alta		16.600,00	-
5.9	Edição de Vídeos				
	Complexidade	Baixa	3	4.768,00	14.304,00
		Média		2.906,66	-
		Alta		3.893,34	-
5.10	Captação e Edição de Áudio para Imprensa e Públicos Formadores de Opinião				
	Complexidade	Baixa		650,75	-
		Média	10	997,50	9.975,00
		Alta	20	1.250,00	25.000,00
		Altíssima	10	8.309,84	83.098,40
5.11	Projeto Gráfico				
	Complexidade	Baixa	15	7.837,50	117.562,50
		Média	5	11.637,50	58.187,50
		Alta		17.337,50	-
5.12	Diagramação / Editoração de Publicações Impressas				
	Complexidade	Baixa	80	737,22	58.977,60
		Média		4.560,00	-
		Alta	2	7.618,82	15.237,64
	Diagramação de Apresentações Eletrônicas				

5.13	Complexidade	Baixa	200	361,67	72.334,00
		Média	10	2.612,50	26.125,00
		Alta		4.750,00	-
5.14	Infográficos Estáticos e/ou Impressos				
	Complexidade	Baixa		223,25	-
		Média		413,25	-
		Alta		675,00	-
5.15	Infográfico Dinâmico e/ou Interativos				
	Complexidade	Baixa	70	427,50	29.925,00
		Média	20	807,50	16.150,00
		Alta		1.103,00	-
5.16	Banco de Mídias				
	Complexidade	Baixa	12	4.500,00	54.000,00
		Média		6.600,00	-
		Alta		9.700,00	-
5.17	Projeto Editorial				
				6.870,00	-
n°	Produto / Serviço		Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)	Valor Anual (R\$)
6	Prevenção e Gerenciamento de Crises				
6.1	Formação de Comitês de Crises				
	Complexidade	Baixa		22.286,97	-
		Média		28.500,00	-
		Alta		38.000,00	-
6.2	Fluxograma de Processo para Atuação em Crise				
	Complexidade	Baixa		8.787,50	-
		Média		13.062,50	-
		Alta		17.337,50	-
6.3	Mapeamento de Públicos Envolvidos na Crise				
	Complexidade	Baixa		25.787,23	-
		Média		33.250,00	-
		Alta		45.125,00	-
6.4	Manual de Crise				
	Complexidade	Baixa		30.875,00	-
		Média		38.000,00	-
		Alta		49.875,00	-
6.5	Gerenciamento de Crise Regional				
	Complexidade	Baixa		29.450,00	-
		Média		42.750,00	-
		Alta		52.250,00	-
6.6	Gerenciamento de Crise Nacional				
	Complexidade	Baixa		42.750,00	-
		Média		57.000,00	-
		Alta		73.625,00	-
n°	Produto / Serviço		Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)	Valor Anual (R\$)
7	Ação de Relações Públicas Digital				
7.1	Planejamento de Ações Institucionais para Relacionamento com Públicos Influenciadores em Ambientes Digitais				
	Complexidade	Baixa		8.787,50	-
		Média	2	14.962,50	29.925,00
		Alta		26.125,00	-
7.2	Conteúdo Multimídia para Relacionamento em Ambientes Digitais				
	Complexidade	Baixa		9.500,00	-
		Média		14.250,00	-
		Alta	66	20.500,00	1.353.000,00
7.3	Ações de Relacionamento com Públicos Influenciadores em Ambientes Digitais				
	Complexidade	Baixa	12	10.925,00	131.100,00
		Média		16.387,50	-
		Alta		23.575,00	-
Valor Total				6.333.396,38	

APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

1.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Institucional	Raciocínio Básico
	Estratégia de Comunicação Institucional
	Solução de Comunicação Institucional
	Plano de Implementação
2. Capacidade de Atendimento	
3. Relatos de Soluções de Comunicação Institucional	

INVÓLUCROS
INVÓLUCRO 1 - Plano de Comunicação Institucional <u>NÃO</u> identificado
INVÓLUCRO 2 - Plano de Comunicação Institucional IDENTIFICADO
INVÓLUCRO 3 - Capacidade de Atendimento e Relatos de Soluções de Comunicação Institucional
INVÓLUCRO 4 - Proposta de Preço (Apêndice IV)
INVÓLUCRO 5 - Documentos de Habilitação

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.

1.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Institucional - Via Não Identificada (INVÓLUCRO I): para apresentação do Plano, 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;
- d) espaçamento 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 12 pontos, observados os subitens 1.2.1, 1.2.2 e 1.2.3;
- 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 da licitante.

1.2.1 As especificações do subitem 1.2 não se aplicam aos exemplos de ações e/ou materiais de comunicação institucional que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 e à indicação prevista no subitem 1.3.3.9.

1.2.2 Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Institucional poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho de 08 a 12 pontos;
- c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:
 - c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite máximo previsto no subitem 1.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;
 - c2) impressas na orientação paisagem.

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

- I - ser editados em cores;
- II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses recursos;
- III - ter qualquer tipo de formatação de margem;
- IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

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 materiais integrantes do subquesto Solução de Comunicação Institucional deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 1.2.

1.2.4.1 Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do **Invólucro nº 1**, cabendo à licitante atentar para que o disposto no subitem 1.3.3 do Apêndice III do Termo de Referência.

1.2.5 O Plano de Comunicação Institucional – 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.

1.2.5.1 Com a finalidade de evitar a identificação, o CFQ fornecerá aos licitantes o invólucro necessário para acondicionar o conteúdo do Invólucro nº 1.

1.2.5.2 Com a finalidade de evitar a identificação, o CFQ fornecerá aos licitantes o *pen drive* necessários para armazenar os arquivos e as mídias referentes à alínea 'b' do item 1.3.3 (Subquesto 3 – Solução de Comunicação Institucional).

1.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Institucional e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3 estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas.

1.2.7 Os textos, gráficos, quadros, tabelas e planilhas integrantes do Plano de Implementação estão limitados, no conjunto, a 10 (dez) páginas, cabendo às licitantes observar o disposto nos subitens 1.3.4 e 2.2.1.4 do Apêndice III do Termo de Referência.

1.2.8 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Institucional 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 Institucional – Via Não Identificada com base no *Briefing* (anexo ao edital), observadas as seguintes disposições:

1.3.1 Subquesto 1 – Raciocínio Básico – apresentação em que a licitante descreverá:

- a) análise das características e especificidades do Contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;
- b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação institucional identificadas;
- c) compreensão da relação do CFQ com seus diferentes públicos;
- d) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

1.3.2 Subquesto 2 – Estratégia de Comunicação Institucional – apresentação e defesa da estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*, compreendendo:

- a) explicitação e defesa das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes do CFQ no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse, vinculadas à temática do *Briefing*.
- b) proposição e defesa dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; como fazer, quais recursos próprios de comunicação utilizar; que outros recursos ou instrumentos de comunicação institucional utilizar; diretrizes editoriais e de conteúdo a serem adotadas; quais públicos; que ações, instrumentos ou materiais utilizar; e quais efeitos e resultados esperados.

1.3.2.1 A licitante não poderá contemplar na Estratégia de Comunicação Institucional atividades de promoção e a realização de eventos, sem vínculo com a natureza de uma ação de comunicação institucional, de relacionamento com a imprensa e de relações públicas.

1.3.3 Subquesto 3 – Solução de Comunicação Institucional – apresentação das ações e/ou materiais de comunicação institucional de acordo com a estratégia proposta, contemplando:

- a) relação de todas as ações e/ou materiais de comunicação institucional que a licitante julga necessários para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*, com o detalhamento de cada uma;
- b) exemplos das ações e/ou materiais de comunicação institucional que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para ilustrar sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.

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 instrumento de comunicação institucional, a explicitação de sua finalidade, seu público-alvo e suas funções táticas no âmbito da estratégia proposta.

1.3.3.2 Se a proposta da licitante previr número de ações e/ou materiais de comunicação institucional 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 materiais apresentados como exemplos e outro para o restante.

1.3.3.3 Os exemplos de ações e/ou materiais de comunicação institucional de que trata a alínea 'b' do subitem 1.3.3 estão limitados a 5 (cinco), independentemente do seu tipo ou de sua característica e poderão ser apresentados sob a forma de:

- a) textos, roteiros, *storyboards*, leiautes impressos e/ou montados ('boneca');
- b) *storyboards* animados ou *animatics*;
- c) 'monstros' ou leiautes eletrônicos.

1.3.3.4 Os *storyboards* e os leiautes impressos e/ou montados ('boneca') devem preservar a capacidade de leitura dos textos e das mensagens, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passe-partout*, observado o disposto no subitem 1.2.4.

1.3.3.5 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.

1.3.3.6 Nos 'monstros' ou nos leiautes eletrônicos poderão ser inseridos todos os elementos de referência da ação e/ou materiais de comunicação institucional, como imagens em movimento, trilha sonora, e locução.

1.3.3.7 O 'monstro', o leiaute eletrônico, o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em *pen drive*, executáveis em sistema operacional *Windows*.

1.3.3.7.1 Nessa mídia de apresentação (*pen drive*) não poderá constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.

1.3.3.8 Os exemplos não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para materiais finalizados, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para apresentação.

1.3.3.9 Para facilitar seu cotejo com a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3, cada exemplo deverá trazer indicação do tipo de ação e/ou material de comunicação institucional.

1.3.3.10 Para fins de cômputo das ações e/ou materiais de comunicação institucional que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 5 (cinco), devem ser observadas as seguintes regras:

- a) as variações de abordagem dos textos produzidos serão consideradas como novos exemplos;
- b) cada mapa de influenciadores relacionado aos diferentes aspectos do *Briefing* será considerado 01 (um) novo exemplo;
- c) um *media training* estruturado em módulos distintos para diferentes públicos será considerado 01 (um) exemplo;
- d) um vídeo *release* (ou um *podcast*) e a página na internet onde ficará hospedado serão considerados 02 (dois) exemplos;
- e) um manual distribuído em um treinamento serão considerados 02 (dois) exemplos.

1.3.4 Subquesto 4 – Plano de Implementação – a licitante deverá apresentar e defender um plano para desenvolvimento das ações e/ou materiais de comunicação institucional constantes de sua proposta, contemplando:

- a) cronograma de produção, implementação, manutenção e conclusão das ações e/ou materiais de comunicação institucional, com os respectivos públicos e períodos;
- b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou materiais de comunicação institucional, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica.

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* (anexo ao edital do certame);
- b) nos valores cheios dos preços unitários previstos na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais do Apêndice I;

1.3.4.1.1 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 materiais de comunicação institucional 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 Institucional – Via Identificada deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Institucional - Via Não Identificada, sem os exemplos de ações e/ou materiais da Solução de Comunicação Institucional, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

- I - ter a identificação da licitante;
- II - ser datado;
- III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da 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 da 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 Institucional – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste.

1.5.2 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, por meios dos quais a licitante deverá apresentar:

a) relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, para os quais desenvolveu soluções de comunicação institucional, com a especificação do início de atendimento e do objeto do contrato ou do serviço prestado a cada um deles.

b) quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência) dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação.

c) infraestrutura, instalações e recursos materiais da licitante que estarão à disposição do Contratante.

d) sistemática operacional de atendimento, meios e processos a serem adotados no relacionamento com o Contratante , considerada a prestação de serviços tanto nas dependências da contratada como nas dependências do Contratante.

1.6 Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Institucional: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as ações e/ou materiais de comunicação institucional 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 da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.6.1 Os documentos inseridos no **Involúcro nº 3**, referentes aos Relatos de Soluções de Comunicação Institucional, não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação Institucional – Via Não Identificada e que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do **Involúcro nº 2**.

1.6.2 A licitante deverá apresentar 2 (dois) relatos, cada um com o máximo de 5 (cinco) páginas, em que serão descritas soluções de comunicação institucional propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada relato:

I – deverá ser elaborado pela licitante, em papel que a identifique;

II – deverá contemplar nome, cargo ou função e assinatura de funcionário da licitante responsável por sua elaboração;

III - não pode referir-se a ações de comunicação institucional 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.

1.6.2.2 Os Relatos de Soluções de Comunicação Institucional, de que trata o subitem 1.6.2 devem ter sido implementados a partir de 01 de janeiro de 2022.

1.6.3 É permitida a inclusão de até 3 (três) ações e/ou materiais de comunicação institucional, 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 fornecidos em *pen drive* (a cargo da licitante), executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.6 ou ser apresentadas soltas;

II – na versão impressa: poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.6, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura dos textos e das mensagens e indicadas suas dimensões originais;

III - para cada ação e/ou material de comunicação institucional, deverá ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.

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 Institucional

2.2.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico

a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do Contratante e do contexto de sua atuação;

b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação institucional identificadas;

c) a adequação demonstrada na análise da relação do Contratante com seus diferentes públicos;

d) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pelo Contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

2.2.1.2 Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Institucional

- a) a adequação das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes do CFQ às suas atividades, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) o alcance e as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação institucional do Contratante no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse;
- c) a consistência técnica da apresentação e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Institucional pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre o Contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*;
- d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Institucional proposta e os efeitos e resultados esperados;
- e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Institucional, considerada a verba referencial estabelecida no *Briefing*.

2.2.1.3 Subquesto 3 – Solução de Comunicação Institucional

- a) o alinhamento das ações e/ou materiais de comunicação institucional com a estratégia proposta;
- b) a pertinência das ações e/ou materiais propostos com a natureza do Contratante e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*;
- c) a adequação das ações e/ou materiais propostos ao perfil dos respectivos públicos e sua compatibilidade com os recursos próprios de comunicação do CONTRATANTE;
- d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que as ações e/ou materiais comportam;
- e) a funcionalidade das ações e/ou materiais propostos;
- f) a exequibilidade das ações e/ou materiais propostos, com base no investimento disponível.

2.2.1.4 Subquesto 4 – Plano de Implementação

- a) a adequação do cronograma de produção, implementação, manutenção e conclusão das ações e/ou materiais de comunicação institucional, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no *Briefing*;
- b) o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no *Briefing*, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta.

2.2.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

- a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação institucional e o período de atendimento a cada um;
- b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação institucional e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do Contratante;
- c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao Contratante na execução do contrato;
- d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o Contratante e a licitante.

2.2.3 Quesito 4 – Relatos de Soluções de Comunicação Institucional

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação institucional em cada relato;
- b) a demonstração de que a solução de comunicação institucional 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 das ações e/ou materiais de comunicação institucional desenvolvidos pela licitante para seu cliente;
- e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.

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 subquesto deverá ser avaliado o grau de atendimento das Propostas Técnicas ao disposto neste Apêndice.

2.3.2 Aos quesitos ou subquestos serão atribuídos, pela Subcomissão Técnica, no máximo, os seguintes pontos, em conformidade com o que dispõe a IN SECOM nº 1/2023 em seu anexo IV:

QUESITOS	PONTUAÇÃO MÁXIMA
----------	------------------

1. Plano de Comunicação Institucional		70
SUBQUESITOS	I. Raciocínio Básico	10
	II. Estratégia de Comunicação Institucional	20
	III. Solução de Comunicação Institucional	25
	IV. Plano de Implementação	15
2. Capacidade de Atendimento		20
SUBQUESITOS	- Relação dos principais clientes (soma máxima da pontuação de neste subitem igual a 10)	Presença de clientes integrantes da Administração Pública 6
		Apenas clientes (iniciativa privada) com atuação nacional 3
		Apenas clientes (iniciativa privada) com atuação regional – 1
	- Quantificação e qualificação dos profissionais (soma máxima da pontuação de neste subitem igual a 6)	Até 5 profissionais com pós-graduação – 2; ou acima de 5 profissionais com pós-graduação – 4
		Presença de profissionais com experiência superior a 20 anos – 2
	- Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante (pontuação máxima 2)	Atende – 2
		Atende parcialmente – 1
		Não atende – 0
	- Sistemática operacional de atendimento (pontuação máxima 2)	Atende – 2
		Atende parcialmente – 1
		Não atende – 0
3. Relatos de Soluções de Comunicação Institucional		10
PONTUAÇÃO TOTAL		100

2.3.2.1 Se a licitante não observar a quantidade estabelecida no subitem 1.6.2 deste Apêndice para apresentação dos Relatos de Soluções de Comunicação Institucional, sua pontuação máxima, nesse quesito, será proporcional à quantidade de relatos por ela apresentada, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação à sua pontuação máxima prevista no subitem 2.3.2.

2.3.3 A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 02 (duas) casas decimais.

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 no Edital.

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 desta licitação.

2.4 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 Institucional – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 2;
- b) não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;
- c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

2.4.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência, podendo ser relevados aspectos puramente formais que não comprometam a lisura e o caráter competitivo da concorrência.

2.5 A Pontuação Técnica de cada Licitante (PTL) corresponderá à soma dos pontos dos 03 (três) quesitos: Plano de Comunicação Institucional; Capacidade de Atendimento; e Relatos de Soluções de Comunicação Institucional.

2.5.1 A Pontuação Técnica da Licitante (PTL) será considerada na identificação do seu Índice Técnico (IT), no julgamento final das Propostas Técnicas e de Preços.

APÊNDICE IV

APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS

1.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta de Preços:

- a) em caderno único, em papel que a identifique, ter suas páginas numeradas sequencialmente e ser redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras;
- b) datada e assinada por quem detenha poderes de representação, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.2 A Proposta de Preços deverá ser elaborada conforme o modelo do Apêndice VI, e será constituída de:

- a) percentual de desconto;
- b) conjunto de declarações;
- c) informações sobre a licitante;
- d) planilha de custos unitários e totais após a aplicação do desconto.

1.2.1 O percentual de desconto, a ser concedido ao Contratante, incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, constante do Apêndice I, não poderá ser inferior a 10% (dez por cento).

1.2.1.1 Nos preços unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, elencados no Apêndice I, 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; equipamentos (*hardware*), programas (*software*); impostos; taxas; seguros; e demais obrigações financeiras, de qualquer natureza, envolvidas na execução do objeto do contrato.

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 da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 90 (noventa) dias corridos, contados de sua apresentação.

1.4.1 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 1.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Especial de Licitação realizará com ela diligência, como forma de prorrogar o referido prazo.

1.4.1.1 A licitante que não aceitar prorrogar o prazo de validade expirado na abertura dos invólucros com as Propostas de Preços ou antes do encerramento do certame será desclassificada.

1.5 Os preços dos Produtos e Serviços Essenciais, decorrentes 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.

2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

2.1 As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital.

2.2 Os Invólucros com as Propostas de Preços das licitantes desclassificadas ficarão sob a guarda da Comissão Especial de Licitação.

2.3 A Comissão Especial de Contratação verificará o correto preenchimento pela licitante, das informações apresentadas na sua Proposta de Preços, conforme modelo do Apêndice VI.

2.4 Será desclassificada a Proposta de Preços que apresentar percentual de desconto baseado em outra Proposta, que contiver qualquer condicionante para a entrega dos produtos e serviços, que não contiver alguma das informações solicitadas neste Apêndice, ou que for considerada inexecutável pelo CFQ, observada a legislação aplicável.

2.5 Se houver divergência entre o percentual expresso em algarismos e o expresso por extenso, será considerado o preço por extenso.

APÊNDICE V

ROTEIRO PARA ELABORAÇÃO DO BRIEFING

1. SITUAÇÃO GERAL

- Perfil, missão, valores, cultura, funções e áreas de atuação do Contratante e demais informações institucionais relevantes.
- Mudanças institucionais e operacionais relevantes pelas quais passou, está passando ou deverá passar.
- Imagem, reputação ou conceito que o Contratante tem no mercado, junto à sociedade e a seus públicos de interesse.
- Principais características, imagem e reputação de produtos, serviços, programas ou ações sociais.
- Mercado, atual e potencial, segmentos sociais ou de público com os quais se relaciona.
- Regiões em que o Contratante, produto, serviço, programa ou ação social tem maior presença ou potencial de penetração.
- Formas de distribuição do produto, serviço, programa ou ação social, os canais mais utilizados, distribuição geográfica, restrições operacionais, tecnológicas, éticas ou políticas para uso de outros canais.
- Principais concorrentes diretos e indiretos.
- Pontos fortes e fracos (institucionais e/ou mercadológicos) em relação aos principais concorrentes, que sejam relevantes para as ações de comunicação institucional do Contratante.
- Diferenciais mercadológicos, vantagens competitivas dos concorrentes.
- Demais informações relevantes a respeito do objeto temático da ação de comunicação institucional.

2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

- Descrição de um desafio concreto e importante para o Contratante, que as ações de comunicação institucional devam contribuir para sua superação. As ameaças e oportunidades que se configuram em face do cenário e interferem no alcance dos seus objetivos institucionais ou negociais.

3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO – GERAL E ESPECÍFICOS

- Os objetivos de comunicação devem estar diretamente vinculados à ação de comunicação institucional que contribuirá, direta ou indiretamente, para a superação do desafio de comunicação, como por exemplo: posicionar, reposicionar, valorizar, destacar, lançar, informar, divulgar, disseminar, reafirmar, esclarecer, desmistificar, orientar, estimular, motivar, sensibilizar etc.

4. PÚBLICOS-ALVO

- Públicos externos e internos a serem atingidos pela ação de comunicação institucional – prioritários e secundários.
- Perfil sociodemográfico: idade, sexo, escolaridade, classe social, ocupação, nível de renda, localização.
- Perfil psicológico: atitudes e comportamentos em relação ao produto, serviço, programa ou ação social.
- Razões de uso do produto, serviço, programa ou ação social: por que utiliza, que benefícios espera e que fatores influenciam sua decisão de compra/uso/adesão.

5. PRAÇAS

- Locais, regiões ou cidades prioritárias para atingimento dos públicos-alvo.

6. PERÍODO

- Sazonalidade do produto, serviço, programa ou ação social. Informar que a licitante deve indicar o período das ações, de acordo com a sua Estratégia de Comunicação Institucional.

7. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO

- Valor do investimento a ser considerado pelas licitantes para desenvolvimento de sua proposta. Deve ser condizente com os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing e, ainda, possibilitar que as licitantes demonstrem a sua qualificação técnica.

8. PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES

- Estudos, pesquisas, relatórios e documentos relevantes que contribuam para o conhecimento do Contratante e entendimento do desafio de comunicação.
- Fontes complementares de informação, tais como portal na internet, manuais etc.

9. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO

- Recursos de comunicação de propriedade do Contratante que podem ser utilizados nas ações de comunicação institucional, tais como: sítios e portais na Internet, canais de relacionamento/atendimento a formadores de opinião etc.

10. ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL

- Esforços realizados em anos recentes por intermédio de ações de comunicação institucional, relativos ao tema do Briefing.
- Políticas e diretrizes editoriais que o Contratante utilizou e/ou ainda utiliza no relacionamento com a imprensa e com os formadores de opinião.
- Resultados desses esforços de comunicação institucional para a imagem do Contratante ou de seus produtos, serviços, programas ou ações sociais.

11. TERMO DE CONFIDENCIALIDADE

11.1 Com a finalidade de cumprir o disposto no art. 27 da Instrução Normativa da Secom/PR nº 01/2023, o Briefing tem caráter temporariamente sigiloso, diverso dos demais documentos do processo licitatório, sendo a sua versão final aprovada pela autoridade competente e inserida no processo de licitação um dia antes da publicação do edital. Dessa forma, os responsáveis pela elaboração do Briefing, indicados em ato específico pelo dirigente da entidade, ou pessoa por ele formalmente designada, assinarão termo de confidencialidade antes de iniciar os trabalhos. O

descumprimento dessa prerrogativa, por meio da divulgação antecipada e sem autorização do Briefing, ensejará a adoção das medidas administrativas e penais cabíveis contra os responsáveis.

11.2 Modelo de Termo de Confidencialidade a ser assinado pelos responsáveis pela elaboração do *briefing*.

TERMO DE COMPROMISSO DE CONFIDENCIALIDADE

O Conselho Federal de Química (CFQ), por meio de seu presidente, José de Ribamar Oliveira Filho, nomeado pelo Acórdão nº 693, de 24 de abril de 2024, doravante denominado COMPROMITENTE e o(a) Sr(a). _____, cargo (analista/chefe), matrícula nº _____, doravante denominado(a) COMPROMISSÁRIA(O), firmam o presente TERMO DE COMPROMISSO DE CONFIDENCIALIDADE.

As partes ajustam o presente TERMO em razão da necessidade de elaboração do 'briefing' para a contratação de empresa prestadora de serviço de Comunicação Institucional por meio de licitação na modalidade Concorrência nº 90000/2025, regida pela Lei nº 12.232/2010, pela Lei nº 14.133/2021 e pela Instrução Normativa da Secom/PR nº 01/2023.

A(O) Compromissária(o) se compromete a manter o sigilo e a confidencialidade com relação a qualquer informação relacionada ao presente certame, em especial àquelas vinculadas ao briefing de comunicação, até a sua divulgação e/ou publicação na imprensa oficial, sob pena de responsabilização administrativa e criminal, conforme estabelecido no § 3º do art. 27 da Instrução Normativa da Secom/PR nº 01/2023.

A(O) Compromissária(o) também se compromete a, nos termos da Lei nº 12.813/2013:

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

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 no Procedimento de Licitação em comento;

III – NÃO exercer, direta ou indiretamente, atividade que em razão da sua natureza seja incompatível com as atribuições da Comissão de Elaboração do Briefing;

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

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 Elaboração do Briefing;

VI – NÃO receber presente de quem tenha interesse em minha decisão como membro desta Comissão de Elaboração do Briefing, 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.

Brasília, XX de _____ de 2025.

Assinatura Compromitente

Nome

Cargo

Assinatura Compromissária

Nome

Cargo

APÊNDICE VI

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À
Comissão Especial de Licitação

Concorrência nº 90000/ 2025 – CFQ

1. Declaramos que, caso esta licitante venha a ser contratada pelo CFQ, como resultado da concorrência em epígrafe, adotaremos os seguintes preços na execução do contrato:

a) percentual de desconto de% (.....**por cento**), a ser concedido ao Contratante, incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, constante do **Apêndice II do Termo de Referência desta concorrência**.

2. 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 CFQ;

a1) consideram-se incluídos os valores equivalentes à remuneração desses direitos, mencionados na alínea 'a', na remuneração dos produtos e serviços;

a2) o CFQ 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*); impostos; 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 assistirá o direito de pleitear nenhuma alteração posterior, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto, na vigência do contrato caso seja firmado;

d) manteremos, por nós e por nossos prepostos, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer informações que nos sejam fornecidas e que estamos cientes de que a infração a este dispositivo implicará a rescisão imediata do contrato que vier a ser firmado e nos sujeitará às penas da Lei nº 9.279/1996 e às indenizações das perdas e danos previstas na legislação ordinária;

e) estamos cientes de que o CFQ procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei;

f) esta Proposta de Preços está em conformidade com o Edital desta concorrência e tem validade de (.....) dias, contados de sua apresentação.

nº	Produto / Serviço	Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)	Valor Anual (R\$)
1	Estratégia de Comunicação			
	Avaliação da Percepção de Imagem			
1.1	Complexidade			
	Baixa Regional			-
	Baixa Nacional			-
	Média Regional			-
	Média Nacional			-
	Alta Regional			-
	Alta Nacional	1		-
1.2	Mapa de Formadores de Opinião			
	Complexidade			
	Baixa Regional			-
	Baixa Nacional	1		-
	Média Regional			-
	Média Nacional			-
	Alta Regional			-
	Alta Nacional			-
1.3	Matriz Estratégica e diagnóstico para Comunicação Institucional			
	Complexidade			
	Baixa			-
	Média			-
	Alta	1		-
1.4	Plano Estratégico de Comunicação Institucional	1		-
1.5	Mapa de Temas			
	Complexidade			
	Baixa	1		-
	Média			-
	Alta			-
nº	Produto / Serviço	Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)	Valor Anual (R\$)
2	Atendimento de Demandas e Assessoria de Imprensa			
2.1	Gerenciamento de Demandas			
	Complexidade			
	Altíssima	1		-
2.2	Coordenação de Demandas			
	Complexidade			
	Alta	1		-
2.3	Acompanhamento de Ordens de Serviço			
	Complexidade			
	Baixa			-
	Média	12		-
	Alta			-
	Atendimento de Demandas para Desenvolvimento de ações de Comunicação Institucional			

2.4	Complexidade	Baixa			-
		Média	24		-
		Alta	12		-
		Altíssima			-
2.5	Entrevista Coletiva				
	Complexidade	Baixa	1		-
		Média			-
		Alta			-
2.6	Entrevista Coletiva Não Presencial		1		-
2.7	Planejamento de <i>Presstrip</i> / <i>Tour</i>				
	Complexidade	Baixa	1		-
		Média			-
		Alta			-
2.8	Acompanhamento de <i>Presstrip</i> / <i>Tour</i>				
	Complexidade	Baixa	1		-
		Média			-
		Alta			-
nº	Produto / Serviço		Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)	Valor Anual (R\$)
3	Treinamento				
3.1	Planejamento e Execução de Media Training				
	Complexidade	Baixa			-
		Média			-
		Alta	1		-
		Altíssima	1		-
3.2	Media Training em Situações de Crise				
	Complexidade	Baixa			-
		Média			-
		Alta	1		-
3.3	Media Training a distância				
	Complexidade	Baixa			-
		Média			-
		Alta	1		-
3.4	Treinamento para Apresentações				
	Complexidade	Baixa	1		-
		Média			-
		Alta			-
3.5	Workshops / Seminários para Jornalistas				
	Complexidade	Baixa	1		-
		Média			-
		Alta			-
nº	Produto / Serviço		Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)	Valor Anual (R\$)
4	Levantamento de Informação e Análise				
4.1	Clipping Nacional – Jornais, Revistas e Portais de Notícias		365		-
4.2	Clipping Nacional - TV				-
4.3	Clipping Nacional - Rádio				-
4.4	Análise de Imprensa em seus canais (Jornais, Revistas e Portais de Notícias)				-
4.5	Monitoramento de Conteúdo em Redes Sociais, <i>Blogs</i> e Portais de Notícias				
	Complexidade	Baixa	365		-
		Média			-
		Alta			-
4.6	Auditoria de Imagem				-
nº	Produto / Serviço		Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)	Valor Anual (R\$)
5	Produção de Conteúdos				
	Elaboração de Texto em Língua Portuguesa				
		Baixa	50		-

5.1	Complexidade	Média	150		-
		Alta			-
5.2	Edição de Texto em Língua Portuguesa				-
5.3	Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Fotografia				
	Complexidade	Baixa	30		-
		Média	20		-
Alta		20		-	
5.4	Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Vídeo Release				
	Complexidade	Baixa	10		-
		Média	2		-
		Alta	6		-
Altíssima		10		-	
5.5	Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Vídeo Personagem				
	Complexidade	Baixa	16		-
		Média			-
Alta				-	
5.6	Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Vídeo Animação				
	Complexidade	Baixa	2		-
		Média	2		-
Alta		2		-	
5.7	Cobertura Jornalística e/ou Institucional - Vídeo Chamada				
	Complexidade	Baixa	10		-
		Média	10		-
Alta		15		-	
5.8	Vídeo com Captação de Curta Duração				
	Complexidade	Baixa	80		-
		Média			-
Alta				-	
5.9	Edição de Vídeos				
	Complexidade	Baixa	3		-
		Média			-
Alta				-	
5.10	Captação e Edição de Áudio para Imprensa e Públicos Formadores de Opinião				
	Complexidade	Baixa			-
		Média	10		-
		Alta	20		-
Altíssima		10		-	
5.11	Projeto Gráfico				
	Complexidade	Baixa	15		-
		Média	5		-
Alta				-	
5.12	Diagramação / Editoração de Publicações Impressas				
	Complexidade	Baixa	80		-
		Média			-
Alta		2		-	
5.13	Diagramação de Apresentações Eletrônicas				
	Complexidade	Baixa	200		-
		Média	10		-
Alta				-	
5.14	Infográficos Estáticos e/ou Impressos				
	Complexidade	Baixa			-
		Média			-
Alta				-	
5.15	Infográfico Dinâmico e/ou Interativos				
	Complexidade	Baixa	70		-
		Média	20		-
Alta				-	
5.16	Banco de Mídias				
	Complexidade	Baixa	12		-
		Média			-
Alta				-	
5.17	Projeto Editorial				-
nº	Produto / Serviço		Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)	Valor Anual (R\$)
6	Prevenção e Gerenciamento de Crises				
	Formação de Comitês de Crises				

6.1	Complexidade	Baixa			-
		Média			-
		Alta			-
6.2	Fluxograma de Processo para Atuação em Crise				
	Complexidade	Baixa			-
		Média			-
		Alta			-
6.3	Mapeamento de Públicos Envolvidos na Crise				
	Complexidade	Baixa			-
		Média			-
		Alta			-
6.4	Manual de Crise				
	Complexidade	Baixa			-
		Média			-
		Alta			-
6.5	Gerenciamento de Crise Regional				
	Complexidade	Baixa			-
		Média			-
		Alta			-
6.6	Gerenciamento de Crise Nacional				
	Complexidade	Baixa			-
		Média			-
		Alta			-
nº	Produto / Serviço		Quantidade Anual Estimada	Preço Unitário (R\$)	Valor Anual (R\$)
7	Ação de Relações Públicas Digital				
7.1	Planejamento de Ações Institucionais para Relacionamento com Públicos Influenciadores em Ambientes Digitais				
	Complexidade	Baixa			-
		Média	2		-
		Alta			-
7.2	Conteúdo Multimídia para Relacionamento em Ambientes Digitais				
	Complexidade	Baixa			-
		Média			-
		Alta	66		-
7.3	Ações de Relacionamento com Públicos Influenciadores em Ambientes Digitais				
	Complexidade	Baixa	12		-
		Média			-
		Alta			-

Valor Total -

3. Por fim, informamos os seguintes dados:

Nome empresarial:
Endereço:
CEP:
CNPJ:
Inscrição Estadual ou Municipal:

local e data

<nome completo da licitante, nome, cargo e assinatura dos representantes legais>

APÊNDICE VII

INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO DE RESULTADO (IMR)

Toda a execução contratual será acompanhada e fiscalizada pela gestão do contrato, de modo a verificar se os requisitos para o pleno desenvolvimento contratual e para a prestação dos produtos e serviços estão sendo cumpridos de maneira satisfatória pela CONTRATADA e com a qualidade exigida.

A aferição da qualidade dos produtos e serviços prestados se dará por meio de aplicação deste Instrumento de Medição de Resultado – IMR, que vinculará as partes no tocante à execução e suas fases. Àqueles produtos e serviços cuja execução não atinja o grau de qualidade esperado, conforme requisitos dispostos no Apêndice I (Catálogo de Produtos e Serviços Essenciais) e neste Instrumento, o valor devido será redimensionado e o pagamento efetuado será diretamente proporcional ao produto/serviço efetivamente prestado. Logo, a Contratada emitirá as Notas Fiscais exatamente no valor indicado pela Contratante, após a aplicação do IMR.

Os produtos e serviços, objetos da contratação, foram agrupados por similaridade e para cada um desses grupos foram estabelecidos critérios específicos e índices de medição de qualidade, que poderão ser cumulativos entre si, conforme discriminados abaixo:

BLOCO 1 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

BLOCO 2 - ATENDIMENTO DE DEMANDAS E ASSESSORIA DE IMPRENSA

BLOCO 3 - TREINAMENTO

BLOCO 4 - LEVANTAMENTO DE INFORMAÇÃO E ANÁLISE

BLOCO 5 - PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

BLOCO 6 - PREVENÇÃO E GERENCIAMENTO DE CRISES

BLOCO 7 - AÇÃO DE RELAÇÕES PÚBLICAS DIGITAL

ASPECTOS COMUNS A TODOS OS PRODUTOS E SERVIÇOS	
Item	Descrição
Finalidade	Garantir a adequada prestação dos produtos e serviços, dentro dos prazos previstos, conforme descrições constantes no Catálogo de Produtos e Serviços, no Termo de Referência e acordos entre as partes.
Meta a cumprir	100% dos produtos e serviços demandados entregues, conforme solicitação da CONTRATANTE.
Instrumento de medição	Produtos e Serviços elencados na Ordem de Serviço – OS e Sistema de Execução Contratual – SEC de propriedade da CONTRATANTE.
Forma de acompanhamento	A fiscalização do contrato acompanhará o cumprimento das atividades da execução dos produtos e serviços, conforme aprovado por meio de Ordem de Serviço (OS), observando as exigências de execução, os entregáveis e demais obrigações constantes do termo de referência.
Mecanismos de cálculo	Cada produto e serviço constante na Ordem de Serviço será verificado e valorado individualmente, aplicando-se para cada ocorrência os indicadores de qualidade e a e as respectivas faixas de pagamento, de modo a aferir os valores do redimensionamento.
Faixas de ajuste no pagamento	Os ajustes incidirão diretamente sobre os valores dos produtos e serviços demandados referente a cada OS, a ser considerado ela CONTRATANTE na emissão das respectivas Notas Fiscais.
Observações	As ocorrências podem ser cumulativas. As ocorrências não serão identificadas se elas forem causadas por motivos fortuitos ou de força maior.
Periodicidade	A cada prestação de contas de acordo com a Ordem de Serviço autorizada.

ASPECTOS COMUNS AO GRUPO DE PRODUTOS E SERVIÇOS - BLOCO 1 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO		
1.1 Avaliação da Percepção da Imagem; 1.2 Mapa de Formadores de Opinião; 1.3 Matriz Estratégica e diagnóstico para Comunicação Institucional; 1.4 Plano Estratégico de Comunicação Institucional; 1.5 Mapa de Temas		
Item	Descrição	Correspondência da Glosa
Ocorrências	A - Não cumprimento do prazo de entrega	0,2% do valor devido
	B - Inconsistência e/ou baixa qualidade do atendimento, planejamento realizado e ou produtos e serviço;	0,2% do valor devido
	C - Ausência ou falha nos itens solicitados para integrarem o produto final;	0,2% do valor devido
	D - Pouca ou nenhuma aplicabilidade nas soluções propostas;	0,4% do valor devido
	E - Entregáveis divergentes, incompatíveis com o demandado ou com qualidade abaixo do exigido;	0,4% do valor devido
	F - Indisponibilidade de atendimento ou demora nos retornos às solicitações da CONTRATANTE;	0,8% do valor devido
	G - Não atendimento ao briefing demandado pela contratada.	0,8% do valor devido

ASPECTOS COMUNS AO GRUPO DE PRODUTOS E SERVIÇOS - BLOCO 2 - ATENDIMENTO DE DEMANDAS E ASSESSORIA DE IMPRENSA		
2.1 Gerenciamento de Demandas; 2.2 Coordenação de Demandas; 2.3 Acompanhamento de Ordens de Serviço; 2.4 Atendimento de Demandas para Desenvolvimento de Ações de Comunicação Institucional; 2.5 Entrevista Coletiva; 2.6 Entrevista Coletiva Não Presencial; 2.7 Planejamento de Presstrip/Tour; 2.8 Acompanhamento de Presstrip/Tour		
Item	Descrição	Correspondência da Glosa
	A - Não cumprimento do prazo de entrega;	0,2% do valor devido

Ocorrências	B - Inconsistência e/ou baixa qualidade do atendimento, planejamento realizado e ou produtos e serviço;	0,2% do valor devido
	C - Ausência ou falha nos itens solicitados para integrarem o produto final;	0,2% do valor devido
	D - Pouca ou nenhuma aplicabilidade nas soluções propostas;	0,4% do valor devido
	E - Entregáveis divergentes, incompatíveis com o demandado ou com qualidade abaixo do exigido;	0,4% do valor devido
	F - Indisponibilidade de atendimento ou demora nos retornos às solicitações da CONTRATANTE;	0,8% do valor devido
	G - Não atendimento ao briefing demandado pela contratada.	0,8% do valor devido

ASPECTOS COMUNS AO GRUPO DE PRODUTOS E SERVIÇOS - BLOCO 3 - TREINAMENTO		
3.1 Planejamento e Execução de Media Training; 3.2 Media Training em Situações de Crise; 3.3 Media Training a distância; 3.4 Treinamento para Apresentações; 3.5 Workshops / Seminários para Jornalistas		
Item	Descrição	Correspondência da Glosa
Ocorrências	A - Não cumprimento do prazo de entrega;	0,2% do valor devido
	B - Inconsistência e/ou baixa qualidade do atendimento, planejamento realizado e ou produtos e serviço;	0,2% do valor devido
	C - Ausência ou falha nos itens solicitados para integrarem o produto final;	0,2% do valor devido
	D - Pouca ou nenhuma aplicabilidade nas soluções propostas;	0,4% do valor devido
	E - Entregáveis divergentes, incompatíveis com o demandado ou com qualidade abaixo do exigido;	0,4% do valor devido
	F - Indisponibilidade de atendimento ou demora nos retornos às solicitações da CONTRATANTE;	0,8% do valor devido
	G - Não atendimento ao briefing demandado pela contratada.	0,8% do valor devido

ASPECTOS COMUNS AO GRUPO DE PRODUTOS E SERVIÇOS - BLOCO 4 - LEVANTAMENTO DE INFORMAÇÃO E ANÁLISE		
4.1 Clipping Nacional – Jornais, Revistas e Portais de Notícias; 4.2 Clipping Nacional- TV; 4.3 Clipping Nacional - Rádio; 4.4 Análise de Imprensa em seus canais (Jornais, Revistas e Portais de Notícias); 4.5 Monitoramento de Conteúdo em Redes Sociais, Blogs e Portais de Notícias; 4.6 Auditoria de Imagem		
Item	Descrição	Correspondência da Glosa
Ocorrências	A - Não cumprimento do prazo de entrega;	0,2% do valor devido
	B - Inconsistência e/ou baixa qualidade do atendimento, planejamento realizado e ou produtos e serviço;	0,2% do valor devido
	C - Ausência ou falha nos itens solicitados para integrarem o produto final;	0,2% do valor devido
	D - Pouca ou nenhuma aplicabilidade nas soluções propostas;	0,4% do valor devido
	E - Entregáveis divergentes, incompatíveis com o demandado ou com qualidade abaixo do exigido;	0,4% do valor devido
	F - Indisponibilidade de atendimento ou demora nos retornos às solicitações da CONTRATANTE;	0,8% do valor devido
	G - Não atendimento ao briefing demandado pela contratada.	0,8% do valor devido



Documento assinado eletronicamente por **Laila Kudsí, Analista**, em 03/04/2025, às 16:07, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no [Decreto nº 10.543, de 15 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Jordana de Castro Saldanha, Chefe da Assessoria de Comunicação**, em 03/04/2025, às 16:43, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no [Decreto nº 10.543, de 15 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Deborah Kadja da Silva Alencar, Analista**, em 04/04/2025, às 08:02, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no [Decreto nº 10.543, de 15 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Weverton Borges do Nascimento de Sousa, Gerente**, em 05/04/2025, às 16:49, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no [Decreto nº 10.543, de 15 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **José de Ribamar Oliveira Filho**, **Presidente**, em 05/04/2025, às 19:11, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no [Decreto nº 10.543, de 15 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.cfq.org.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0157896** e o código CRC **BC4019BD**.

Referência: Processo nº 2800.00.01498.2023

SEI nº 0157896

SCS Quadra 09, Edifício Parque Cidade Corporate, Torre B, 9º andar
Brasília/DF, CEP 70.308-200
Telefone: (61) 2099-3300 - www.cfq.org.br