



GABINETE DO DIRETOR GERAL
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

TERMO DE REFERÊNCIA

1. DO OBJETO

1.1. Contratação de serviços auxiliares, acessórios e instrumentais às atividades de assessoria de imprensa, planejamento de comunicação e relações públicas, envolvendo os serviços de clipping, auditoria de imagem, fotografia, atendimento à imprensa, produção de conteúdo escrito e audiovisual, ações de relacionamento em ambientes digitais, planejamento e realização de entrevistas coletivas, para suprir as necessidades da Agência Nacional de Transportes Terrestres, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste instrumento:

GRUPO	ITEM	DESCRIÇÃO / ESPECIFICAÇÃO	UNIDADE DE MEDIDA	QUANTIDADE	VALOR MÁXIMO ACEITÁVEL
Item não agrupado	1	Clipping comentado	Serviço mensal	12	R\$ 45.363,90
Item não agrupado	2	Auditoria de imagem	Unidade	2	R\$ 54.298,95
Item não agrupado	3	Mailing	Serviço mensal	12	R\$ 5.760,00
Item não agrupado	4	Produção fotográfica	Serviço mensal	12	R\$ 44.600,04
Grupo 1	5	Diagnóstico situacional	Unidade	1	R\$ 34.897,77
Grupo 1	6	Plano Estratégico de Comunicação	Plano	2	R\$ 107.040,45
Grupo 1	7	Projeto específico de Comunicação Social	Projeto	4	R\$ 46.088,89
Grupo 2	8	Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação	Atendimento	1200	R\$ 742.998,00
Grupo 2	9	Reportagem em vídeo (vídeo release)	Vídeo	80	R\$ 289.504,00
Grupo 2	10	Áudio-release	Áudio	80	R\$ 47.181,60
Grupo 2	11	Elaboração de texto em língua portuguesa	Lauda	400	R\$ 203.789,00
Grupo 2	12	Entrevista Coletiva – Organização e realização	Unidade	10	R\$ 91.513,15
Grupo 3	13	Conteúdo Multimídia para relacionamento em ambientes digitais	Post	1000	R\$ 172.056,67
Grupo 3	14	Monitoramento de redes sociais	Serviço mensal	12	R\$ 46.399,68

1.2. O objeto da licitação tem a natureza de serviço comum de natureza continuada.

1.3. Os quantitativos e respectivos códigos dos itens são os discriminados na tabela acima.

1.4. A presente contratação adotará como regime de execução a empreitada por preço unitário.

1.5. O prazo de vigência do contrato é de 12 (meses), podendo ser prorrogado por interesse das partes até o limite de 60 (sessenta) meses, com base no artigo 57, II, da Lei 8.666, de 1993.

2. JUSTIFICATIVA E OBJETIVO DA CONTRATAÇÃO

2.1. As atribuições da Assessoria de Comunicação Social (Ascom) da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT) encontram-se definidas na Resolução ANTT nº 5.810, de 3 de maio de 2018, envolvendo, em linhas gerais, todas as atividades, em nível estratégico, tático e operacional, relativas à definição e implementação das políticas e programas de comunicação social da ANTT.

Art. 25. A Assessoria de Comunicação Social tem como atividades centrais:

- I - elaborar e executar o Plano de Comunicação da Agência; e
- II - promover a divulgação interna e externa das atividades da Agência.

2.2 Atualmente, com equipe própria, a Ascom tem obtido bons resultados no desenvolvimento de suas atribuições e nas políticas de comunicação, especialmente em termos de imagem institucional tanto para o público externo quanto para o interno. No entanto, diante de sua multiplicidade de competências, da atuação totalmente descentralizada e com abrangência nacional da ANTT e da equipe reduzida da Assessoria de Comunicação, um dos grandes desafios da Agência é ter a capilaridade, representatividade e cobertura em todo país, para fazer com que a sociedade perceba seu papel de regulador e fiscalizador dos diferentes modos de transportes terrestres, informar sobre suas ações e se aproximar do seu grupo de interesse: os usuários dos serviços de transportes terrestres, concessionárias, investidores, servidores, imprensa e organismos governamentais e não governamentais.

2.3 Assim, diante desses limitadores, torna-se fundamental a contratação de uma Agência de Comunicação que possa realizar uma comunicação integrada, capaz de dar suporte aos serviços executórios relativos à área de comunicação social, a fim de possibilitar o apoio no cumprimento dos preceitos constitucionais de transparência pública e, em especial, da Lei de Acesso à Informação, fortalecendo os mecanismos de diálogo de interesse público para o exercício da cidadania.

2.4 Nessa linha, é pertinente observarmos a previsão do Artigo 10, §7º do Decreto-Lei nº 200, de 25 de fevereiro de 1967, que indica como prática que preza pela eficiência do serviço público a realização indireta de tarefas de cunho meramente executivo:

§ 7º Para melhor desincumbir-se das tarefas de planejamento, coordenação, supervisão e controle e com o objetivo de impedir o crescimento desmesurado da máquina administrativa, a Administração procurará desobrigar-se da realização material de tarefas executivas, recorrendo, sempre que possível, à execução indireta, mediante contrato, desde que exista, na área, iniciativa privada suficientemente desenvolvida e capacitada a desempenhar os encargos de execução.

2.5 Dessa forma, verificamos a possibilidade e a necessidade de contratação de serviços executórios relativos à área de comunicação social da ANTT, esperando o incremento da capacidade de condução sistêmica da comunicação institucional da Agência Nacional de Transportes Terrestres, hoje marcada pela limitação de recursos humanos e materiais exigidos para o bom desempenho de suas funções técnicas, aumentando o valor agregado pelas ações de comunicação institucional.

2.6 No mais, a justificativa e objetivo da contratação encontram-se pormenorizados em Tópico específico dos Estudos Preliminares, Anexo deste Termo de Referência.

3. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO:

3.1. A descrição da solução como um todo, conforme minudenciado nos Estudos Preliminares, abrange a prestação de serviços auxiliares, acessórios e instrumentais às atividades de assessoria de imprensa, planejamento de comunicação e relações públicas, envolvendo a prestação individualizada dos serviços de clipping, auditoria de imagem, fotografia e mailing, bem como a prestação por lote de serviços o atendimento à imprensa, produção de conteúdo escrito e audiovisual, ações de relacionamento em ambientes digitais, planejamento e realização de entrevistas coletivas.

3.2 A contratação dos diversos serviços visam auxiliar e subsidiar a tomada de decisão e a implementação das ações, programas e atividades da Assessoria de Comunicação Social da Agência Nacional de Transportes Terrestres, cujos direcionamentos e política de comunicação são de definição da contratante.

4. DA CLASSIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS E FORMA DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

4.1. Trata-se de serviço comum de caráter continuado sem fornecimento de mão de obra em regime de dedicação exclusiva, a ser contratado mediante licitação, na modalidade pregão, em sua forma eletrônica.

4.2. Os serviços a serem contratados enquadram-se nos pressupostos do Decreto nº9.507, de 21 de setembro de 2018, não se constituindo em quaisquer das atividades, previstas no art. 3º do aludido decreto, cuja execução indireta é vedada.

4.3. A prestação dos serviços não gera vínculo empregatício entre os empregados da Contratada e a Administração Contratante, vedando-se qualquer relação entre estes que caracterize pessoalidade e subordinação direta.

5. REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

5.1. Conforme Estudos Preliminares, os requisitos da contratação abrangem o seguinte:

5.1.1 A contratada deverá responsabilizar-se pela execução da prestação de serviços auxiliares, acessórios e instrumentais às atividades de assessoria de imprensa, planejamento de comunicação e relações públicas, envolvendo os serviços de clipping, auditoria de imagem, fotografia, atendimento à imprensa, produção de conteúdo escrito e audiovisual, ações de relacionamento em ambientes digitais, planejamento e realização de entrevistas coletivas, conforme demanda da ANTT.

5.1.2 Nos termos do artigo 57, II, da Lei nº 8.666/93, trata-se de serviço de natureza contínua, por demanda, em função de sua essencialidade, visando atender à necessidade pública de forma permanente e contínua, por mais de um exercício financeiro, assegurando o funcionamento das atividades finalísticas do órgão, de modo que sua interrupção pode comprometer o cumprimento da missão institucional.

5.1.3 Os serviços objeto desta contratação serão realizados na forma de execução indireta, sob regime de empreitada por preço unitário, conforme art. 6º, inc. VIII, da Lei nº 8.666/1993. Tal regime de execução se dá pela impossibilidade de prever com exatidão os aspectos quantitativos do objeto a ser executado. Sendo assim, os quantitativos estabelecidos nos documentos que irão compor o instrumento convocatório são meramente estimativos, devendo ser executados à medida da necessidade e conveniência da ANTT, respeitado o valor contratual fixado.

5.1.4 Os serviços contratados deverão observar, no que couber, as regras e diretrizes da Instrução Normativa SLTI/MP nº1/2010, que dispõe sobre os critérios de sustentabilidade ambiental na contratação de serviços pela Administração Pública Federal.

5.2. Declaração do licitante de que tem pleno conhecimento das condições necessárias para a prestação do serviço.

5.3 A contratada deverá disponibilizar os profissionais necessários e que possuam conhecimento técnico e operacional dos serviços a serem executados, com grau de escolaridade e a experiência compatível com as atividades a serem exercidas, e em conformidade com as normas e determinações em vigor.

5.4 Sempre que necessário, os profissionais que executarão os serviços deverão ser alocados nas dependências da ANTT, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos, uma vez que alguns serviços da contratação exigem maior proximidade entre as equipes em um atendimento contínuo inviabilizando a prestação à distância pela contratada.

5.5 As obrigações da Contratada e Contratante estão previstas neste Termo de Referência.

6. MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO

6.1. Os serviços a serem contratados seguirão as especificações definidas neste Termo de Referência, ressaltando-se que os quantitativos descritos são estimados à luz da necessidade identificada e suas utilizações ocorrerão por meio de Ordens de Serviços, ou documento similar, a serem expedidas pelo Contratante.

6.2. A A execução dos serviços terá “DISPONIBILIDADE” imediata a partir da assinatura do contrato, sendo a prestação dos serviços sujeita a emissão da ordem de serviço ou documento similar, pelo fiscal, “PARA QUE SEJA INICIADA”, excetuado nos casos de serviços mensais que independem da emissão de ordem de serviço.

6.3 Os serviços que deverão ser prestados sob demanda, deverão observar o período e itens especificados em Ordem de Serviço própria, a ser emitida pela ANTT, a depender da necessidade da administração, desde que a demanda esteja de acordo com o objeto do contrato.

6.3.1 A ordem de serviço poderá apresentar quantitativo estimativo mensal, estando o pagamento da nota fiscal/fatura sujeito à análise da entrega e necessidade efetiva dos itens.

6.4 A solicitação dos serviços sob demanda seguirão o seguinte rito:

6.4.1 O fiscal do contrato emitirá até o quinto dia útil do mês de prestação do serviço Ordem de Serviço, conforme modelo constante no anexo deste TR, contendo especificações, quantidades estimadas, subsídios para produção, tais como briefing, quando necessários, e prazo para a prestação do serviço.

6.4.2 Quando verificada a necessidade no decorrer do mês de prestação do serviço e após o período indicado no item 6.4.1, o fiscal poderá emitir, a qualquer tempo, Ordem de Serviço para solicitação de serviço em quantidade definida, informando ainda as especificações subsídios para produção, tais como briefing, quando necessários, e prazo para a prestação do serviço.

6.4.3 Os prazo para a prestação do serviço são aqueles indicados nesse Termo de Referência.

6.4.4 O não cumprimento dos prazos pela contratada importará em aplicação de sanções administrativas.

6.4.4.1 Os prazos acima citados só se iniciam e terminam em dias de expediente normal na ANTT.

6.5 A prestação dos serviços cuja unidade seja serviço mensal, bem como do serviço de auditoria de imagem e opinião, independem de ordem de serviço e deverão ser prestados continuamente durante a vigência do contrato, na forma e prazos descritos neste Termo de Referência.

7. MODELO DE GESTÃO DO CONTRATO E CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO:

7.1 Nos termos do item 2.6 do anexo V da IN SEGES/MPDG nº05, de 2017, seguem abaixo algumas definições para fins de gestão do contrato e critérios de medição e pagamento.

7.2 Definição dos atores que participarão da gestão do contrato: o contrato será gerido pela Assessoria de Comunicação Social, Gabinete do Diretor Geral e Gerência de Licitações e Contratos.

7.3 Mecanismos de comunicação a serem estabelecidos entre o órgão ou entidade e a prestadora de serviços: serão telefone, e-mail ou ainda ofício que poderá ser enviado via Sistema Eletrônico de Informação (SEI).

7.3.1 Ressalta-se que deverá haver disponibilidade de comunicação fora do horário comercial, nos casos de produtos cuja entrega e elaboração se estendam para além desse horário.

7.4 Definição da forma de aferição/medição do serviço para efeito de pagamento com base no resultado, conforme as seguintes diretrizes, no que couber:

7.4.1 A unidade de medida utilizada para os itens são aqueles descritos na coluna unidade na tabela do item 1.1 deste Termo de Referência.

7.4.2 Os critérios de adequação do serviço à qualidade esperada são:

7.4.2.1 A aderência das características e especificações dos serviços, produtos e materiais ao indicado no item 8 INFORMAÇÕES IMPORTANTES PARA O DIMENSIONAMENTO DA PROPOSTA;

7.4.2.2 Atendimento dos quantitativos solicitados na Ordem de Serviço e efetivamente prestados de acordo com a unidade de medida de cada item;

7.4.2.3 Observância dos prazos indicados no item 6 MODELO DE EXECUÇÃO DO OBJETO e item 8 INFORMAÇÕES IMPORTANTES PARA O DIMENSIONAMENTO DA PROPOSTA e demais prazos inscritos neste TR para a prestação dos serviços.

7.4.2.4 Indicadores do Instrumento de Medição de Resultados - IMR, constante no Anexo I-B.

7.4.3 Os indicadores de desempenho para aferição da qualidade estão descritos no Instrumento de Medição de Resultados - IMR, constante no Anexo I-B. Ressalta-se que o IMR escolhido configura-se como similar ao modelo indicado na IN SEGES nº 05/2017.

7.5 Definição dos demais mecanismos de controle que serão utilizados para fiscalizar a prestação dos serviços, adequados à natureza dos serviços, quando couber: fiscalização rotineira, verificação de relatórios e dos indicadores do Instrumento de Medição do Resultado - IMR.

7.6 Definição do método de avaliação da conformidade dos produtos e dos serviços entregues com relação às especificações técnicas e com a proposta da contratada, com vistas ao recebimento provisório: fiscalização dos serviços prestados *in loco* e conferência de relatórios, aplicando o IMR.

7.7 Definição do método de avaliação da conformidade dos produtos e dos serviços entregues com relação aos termos contratuais e com a proposta da contratada, com vistas ao recebimento definitivo: fiscalização dos serviços prestados *in loco* e conferência de relatórios, aplicando o IMR.

7.8 Definição do procedimento de verificação do cumprimento da obrigação da contratada de manter todas as condições nas quais o contrato foi assinado durante todo o seu período de execução: fiscalização e verificação de relatório para fins de pagamentos.

7.9 Definição de uma lista de verificação para os aceites provisório e definitivo, a serem usadas durante a fiscalização do contrato, se for o caso: os aceites provisórios e definitivos serão realizados com base na verificação do atendimento dos itens solicitados na Ordem de Serviço.

7.10 Definição das sanções, glosas e condições para rescisão contratual, devidamente justificadas e os respectivos procedimentos para aplicação, utilizando como referencial os modelos de minutas padronizados de atos convocatórios e contratos da Advocacia-Geral da União: previsto no item 18 SANÇÕES ADMINISTRATIVAS deste documento.

7.11 Definição das garantias de execução contratual, quando necessário: previsto no item 17 GARANTIA CONTRATUAL deste documento.

8. INFORMAÇÕES RELEVANTES PARA O DIMENSIONAMENTO DA PROPOSTA

8.1 A presente licitação tem por objetivo a contratação de diversos serviços auxiliares, acessórios e instrumentais às atividades de assessoria de imprensa, planejamento de comunicação e relações públicas, envolvendo a prestação individualizada dos serviços de clipping, auditoria de imagem, fotografia e mailing, bem como a prestação por lote de serviços o atendimento à imprensa, produção de conteúdo escrito e audiovisual, ações de relacionamento em ambientes digitais, planejamento e realização de entrevistas coletivas.

8.2 SERVIÇOS A SEREM CONTRATADOS:

8.2.1 ITEM 1 - CLIPPING COMENTADO

8.2.1.1 Unidade: Serviço Mensal

8.2.1.2 Quantidade anual: 12

8.2.1.3 Quantidade mensal: 1

8.2.1.4 Especificações:

8.2.1.4.1 Acompanhamento, seleção e análise diária da exposição da Agência Nacional de Transportes Terrestres, de suas autoridades, órgãos singulares e coletivos, temas e políticas públicas sob sua coordenação, além de temas de seu interesse veiculados nas mídias impressa off-line e online, eletrônica, televisiva e radiofônica.

8.2.1.4.2 O acompanhamento e a análise diária (clipping) compõem um produto único que contempla a seleção de produtos noticiosos e uma análise encaminhada por meio eletrônico, periódica e ininterruptamente, inclusive sábados, domingos e feriados, na forma descrita no item 8.2.1.4.3 e 8.2.1.4.5.

8.2.1.4.3 Os veículos previstos para monitoramento e a periodicidade dos boletins deverão ser encaminhados conforme tabela abaixo, para cumprimento dos serviços aqui descritos:

Tipos de veículos	Jornais Nacionais	Jornais regionais	Revistas	TVs	Rádios	Mídia Online e Agências de Tempo Real
Periodicidade	01 (um) boletim diário até às 7h30 e alertas quando necessário	01 (um) boletim diário até às 9h e alertas quando necessário	01 (um) boletim semanal até às 7h30 de sábado e alertas quando necessário	02 (dois) boletins diários às 10h e 21h e alertas quando necessário	Três boletins diários às 10h, 14h30 e 20h e alertas quando necessário	Quatro boletins diários, às 10h, 13h, 16h e 19h e alertas quando necessário
Veículos	O Globo Folha de S. Paulo O Estado de São Paulo Valor Econômico	Zero Hora (RS) Correio Braziliense (DF) O Dia (RJ) Agora SP (SP) Diário do Grande ABC (SP) Gazeta de Alagoas (AL) A Crítica (AM) A Tarde (BA) O Povo (CE) Diário Catarinense (SC) A Tribuna (ES) O Estado do Maranhão (MA) O Estado de Minas (MG) Gazeta do Povo (PR) O Liberal (PA) Jornal do Comercio (PE) Tribuna do Norte (RN) O Popular (GO) Folha do Estado (MT)	Veja Isto É Época Isto É Dinheiro Época Negócios Exame Carta Capital Piauí	Rede Globo Rede Bandeirantes Rede Record RedeTV GloboNews RecordNews BandNews TV Brasil TV Câmara TV Senado T V Cultura TV Justiça	CBN Joven Pan BandNews Eldorado Gaúcha Itatiaia Rádio Nacional	Agência Estado Agência Bloomberg Agência Reuters UOL G1 GloboOnline GGN IG Terra Portal Estadão Folha Online Clic RBS Agência Brasil R7 Veja Online Poder 360

8.2.1.4.4 A qualquer tempo a relação de veículos poderá ser revisada pela contratante, que poderá substituir ou incluir veículos para efeito de análise editorial e monitoramento.

8.2.1.4.5 Quando houver notícia altamente relevante, a contratada deverá encaminhar um alerta via e-mail ou outro aplicativo a ser indicado pela contratante de forma que a informação chegue o mais rápido possível aos gestores. Os alertas poderão ser de temas positivos ou negativos que possam

gerar repercussão altamente relevante, conforme características e palavras-chave apontadas pela contratante a ser apresentadas à contratada.

8.2.1.4.6 As especificações abaixo estão relacionadas à análise editorial diária realizada a partir do monitoramento dos veículos listados na tabela do item 8.2.1.4.3 e deverá ser encaminhada à contratante diariamente às 7h30, juntamente com os primeiros boletins do dia.

8.2.1.4.6.1 Análise editorial diária deverá ser encaminhada por e-mail a um mailing indicado pela contratante, diariamente, inclusive aos sábados, domingos e feriados, acompanhado da íntegra das matérias publicadas conforme listadas na tabela do item 8.2.1.4.3, que cite ou destaquem a ANTT, seus gestores e assuntos relacionados à sua competência, organizadas por veículo por meio de um modelo de clipping a ser aprovado pela contratada.

8.2.1.4.6.2 A metodologia consiste em análise editorial a partir da avaliação das matérias relacionadas nos boletins que avaliará o valor e o impacto da informação de acordo com os seguintes critérios:

- (a) Consolidação das informações acerca de como a ANTT está sendo percebida no noticiário;
- (b) Avaliação do conteúdo das informações veiculadas na mídia e dimensionamento das repercussões sobre a imagem institucional;
- (c) Fornecimento de subsídios de análise sobre o comportamento editorial da mídia impressa;

8.2.1.4.6.3 O escopo da análise deverá abranger todas as mídias relacionadas na tabela item 8.2.1.4.3, a saber Jornais Nacionais, Regionais, Revistas, TVs, Rádios, Mídia Online e Agências de Tempo Real.

8.2.1.5 **Perfil Profissional:** Profissional com formação no curso de graduação de nível superior em Comunicação Social - Jornalismo, com, no mínimo, 3 anos de experiência na área de Comunicação, com atuação em agências/ empresas. Habilidade na apuração de informações, elaboração de relatórios, monitoramento de clipping e realização de follow-up com jornalistas

8.2.1.5.1 Sempre que necessário, o profissional que executará os serviços deverá ser alocados nas dependências da ANTT, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.

8.2.2 ITEM 2 - AUDITORIA DE IMAGEM E DE OPINIÃO

8.2.2.1 Unidade: Unidade

8.2.2.2 Quantidade anual: 2

8.2.2.3 Quantidade semestral: 1

8.2.2.4 Especificações:

8.2.2.4.1 Produção de relatório semestral analítico com a mensuração e análise quantitativa e qualitativa do desempenho da ANTT, para a formação de sua imagem interna e imagem pública, com seus públicos de relacionamento (tais como público interno, autoridades governamentais, demais membros da administração pública, usuários de serviços, formadores de opinião, cidadãos, entidades da sociedade civil dentre outros públicos específicos a serem identificados pela contratada), por meio de entrevistas e outras formas de pesquisa com esses públicos, com a identificação de temas sensíveis e tendências, bem como com a mídia, apontando padrão de cobertura por veículo, tema e jornalista, identificando padrões, oportunidades e crises.

8.2.2.4.2 A auditoria de opinião junto aos públicos de relacionamento será realizada por meio de entrevistas, devendo-se cumprir as etapas de seleção de entrevistados, elaboração de roteiro de entrevistas, realização de entrevistas, consolidação de informações e análise de dados e resultados.

8.2.2.4.2.1 A pesquisa deverá ter representatividade nacional e por tipo de público, com um mínimo de 50 entrevistados.

8.2.2.4.2.2 A auditoria deverá ser feita semestralmente por meio de pesquisa de opinião com abordagem quantitativa e qualitativa, definindo-se o escopo a partir de temas previamente indicados pela contratante.

8.2.2.4.2.3 A pesquisa de opinião quantitativa se constitui de aplicação de questionário a uma quantidade mínima de 50 (cinquenta) entrevistados.

8.2.2.4.2.4 A pesquisa de opinião qualitativa se constitui de realização de entrevistas em profundidade com a quantidade mínima de 10 (dez) entrevistados, entre jornalistas e outros relevantes e destacados formadores de opinião.

8.2.2.4.2.5 O produto final da avaliação e percepção de imagem constitui de um diagnóstico quantitativo e/ou qualitativo, conforme o perfil indicado pela ANTT para a respectiva pesquisa, segmentado e conclusivo sobre a ANTT, suas autoridades e suas ações relativamente ao tema de pesquisa indicado.

8.2.2.4.3 A auditoria de imagem junto à mídia, consiste em mensuração e análise quantitativa e qualitativa do desempenho da contratante na mídia, apontando padrão de cobertura por veículo, tema e jornalista.

8.2.2.4.3.1 Os veículos que devem ser monitorados para a auditoria são os mesmos descritos na tabela do item 8.2.1.4.3, obedecendo aos seguintes parâmetros:

8.2.2.4.3.2 A auditoria de imagem avaliará o valor e o impacto da informação, considerando os seguintes itens:

- (a) Indicar de que forma a instituição está sendo percebida e tratada enquanto personagem do noticiário;
- (b) Avaliar o conteúdo das informações veiculadas na mídia e dimensionar repercussões sobre a imagem institucional;
- (c) Posicionar a contratante sobre as tendências da cobertura editorial-jornalística da mídia;
- (d) Sugerir ações proativas e orientações de comunicação, sobretudo em relação aos fatos de maior repercussão do ponto de vista institucional;
- (e) Fornecer subsídios de análise sobre o comportamento editorial da mídia.

8.2.2.4.3.3 Para avaliar o conteúdo a ser incluído no relatório de auditoria serão considerados os seguintes aspectos:

- (a) Valoração do tipo de inserção: coluna, entrevista, editorial, citação, etc. (ou sonora ou locução em off, em relação a programas jornalísticos na TV e no rádio);
- (b) Valoração do formato: localização e espaço da matéria na página do jornal/revista/online;
- (c) Valoração do destaque: existência de chamada de capa, de caderno, ou portal (ou equivalente em relação a programas jornalísticos na TV e no rádio);
- (d) Valoração visual: presença de foto, ilustração, gráficos, tabelas, etc. (ou equivalente em relação a programas jornalísticos na TV);
- (e) Valoração do impacto: levar em conta a repercussão da matéria junto a segmentos da opinião pública;
- (f) Valoração da frequência: verificar a presença do mesmo assunto nas várias mídias, de modo a identificar repetição e grau de exposição do assunto na mídia;
- (g) Valoração da autoria: abordagem do assunto por especialista, comentarista, colunista, etc.;
- (h) Valoração da relevância editorial: importância relativa do meio (jornal, revista, emissora de TV e de rádio e web) que veiculou a inserção.

8.2.2.4.3.4 Os relatórios de auditoria de imagem trarão como conteúdo as seguintes informações:

- (a) Indicador quantitativo da exposição da contratante;
- (b) Indicador qualitativo e percentual de matérias positivas e negativas veiculadas nas mídias;
- (c) Coeficiente ponderado de visibilidade nas matérias veiculadas nas mídias;
- (d) Desempenho quantitativo e qualitativo das fontes e áreas internas da contratante, classificando-se as inserções a partir da participação de cada tema dentro do total de notícias;
- (e) Mapeamento da autoria das matérias e perfil do veículo;
- (f) Subsídios sobre tendências de comportamento e cenários da mídia (mudanças estruturais, troca de comando, alteração na linha editorial, etc.);
- (g) Indicação das oportunidades de atuação, identificando pontos fracos e fortes, de modo a oferecer sugestões de ações que reforcem ou complementem a orientação estratégica do processo de comunicação junto à opinião pública;
- (h) Visão geral dos resultados alcançados em relação ao planejamento estratégico de comunicação;
- (i) Visão da imagem da contratante, no âmbito da “mídia espontânea”, situando-a no contexto da conjuntura política e econômica.

8.2.2.4.4 O produto final deverá ser entregue até às 18:00h do 10º (décimo) dia do primeiro mês subsequente ao do semestre civil correspondente à auditoria.

8.2.2.4.5 Após a entrega, será feita apresentação do produto em reunião com a contratada e representantes da contratante, na sede da contratante, em horário e local a ser definido por esta.

8.2.2.4.5.1 Despesas relativas aos custos de viagens e hospedagem para efeito de comparecimento à reunião mencionada neste item são de responsabilidade exclusiva da contratada e não serão objeto de qualquer tipo de ressarcimento.

8.2.2.4.6 Caberá à contratada prover os meios para a produção e entrega dos produtos descritos.

8.2.3 ITEM 3 - MAILING

8.2.3.1 Unidade: Serviço Mensal

8.2.3.2 Quantidade anual: 12

8.2.3.3 Quantidade mensal: 1

8.2.3.4 Especificações:

8.2.3.4.1 Serviço de mailing de imprensa, de forma contínua, incluindo o acesso a contatos de jornalistas em jornais, emissoras de TV e de rádio, revistas brasileiras e sites de notícias de todo o país e sistema de envio de releases, notas e imagens (fotos e vídeos).

8.2.3.4.1.1 O serviço de mailing de imprensa refere-se à ferramenta para relacionamento com a imprensa, que envolve pesquisa qualitativa e contínua dos veículos de comunicação atuantes no mercado.

8.2.3.4.2 O serviço constituir-se-á de acesso à página da empresa Contratada para:

8.2.3.4.2.1 Consulta de veículos de comunicação de todo o país, por meio de pesquisa simples e avançada de nomes de jornais, revistas, TVs, sites jornalísticos e rádios e de jornalistas (repórteres, editores, subeditores, chefes de reportagem, entre outros), com seleção por nomes, editorias, regiões, estados e municípios brasileiros, das quais constem cargos, telefones e endereços físicos, de internet e de correio eletrônicos;

8.2.3.4.2.2 Envio de notícias (avisos de pauta, releases de programas, ações, serviços e produtos) e de imagens (fotos e vídeos) da contratante por meio de sistema de distribuição e gerenciamento de e-mails, com monitoramento do resultado através de relatórios com estatísticas de entrega de mensagens.

8.2.3.4.3 Do serviço oferecido pela empresa contratada deverão constar, ainda:

8.2.3.4.3.1 Sistema de seleção de mailings;

8.2.3.4.3.2 Atualização de mailings produzidos anteriormente pela contratante;

8.2.3.4.3.3 Arquivo digital dos releases;

8.2.3.4.3.4 Cópias e exclusões de todos os mailings;

8.2.3.4.3.5 Emissão das listagens em Word, Excel, arquivo texto, entre outros;

8.2.3.4.3.6 Inclusão de releases no site da contratada, como reforço de divulgação;

8.2.3.4.3.7 Geração de saídas para e-mail, etiquetas, relatórios e fax, garantia de cadastro atualizado com margem de pelo menos 95% de acerto;

8.2.3.4.3.8 Suporte por telefone e online disponível em horário comercial;

8.2.3.4.3.9 Controle e monitoramento da abertura da mensagem pelo jornalista;

8.2.3.4.3.10 Agendamento de releases, para envio no horário e dia desejados;

8.2.3.4.3.11 Sala de imprensa no site da Contratada; e

8.2.3.4.3.12 Geração de arquivo em PDF das notícias.

8.2.3.4.4 A Contratante deverá ter acesso à página da Contratada, com login e senha, para pesquisar os veículos e produzir as listagens, com nomes, cargos, endereços eletrônicos, telefones e endereços físicos, etc. de jornalistas dos veículos de seu interesse.

8.2.3.4.5 A Contratada deverá possuir banco de dados com, no mínimo, 20 mil jornalistas do Brasil inteiro cadastrados.

8.2.3.4.5.1 A data da última atualização do banco de dados deverá ser visível ou de fácil acesso à contratante.

8.2.3.4.6 As listagens com os contatos selecionados deverão ser salvos no formato Word, Excel, arquivo texto, entre outros.

8.2.3.4.7 O sistema de distribuição de releases deverá permitir o envio de fotos e vídeos em alta resolução.

8.2.3.4.8 O sistema deverá permitir a geração de arquivos em PDF das notícias, a emissão de alertas de confirmação do envio, o agendamento de releases, para envio no dia e horário desejados, e o controle da abertura dos e-mails pelos jornalistas.

8.2.3.4.9 A contratada deverá permitir acesso simultâneo de todos os profissionais atuantes na Assessoria de Comunicação Social da contratada ao site da contratada, por meio de login e senha, para que possam usar o sistema de consulta e envio de e-mails ao mesmo tempo.

8.2.3.4.9.1 A empresa contratada fornecerá 1 (um) login e 1 (uma) senha a esta Assessoria, possibilitando que vários usuários acessem o serviço, o qual deverá ser ininterrupto, disponível 24h por dia, incluindo sábados, domingos e feriados.

8.2.3.4.10 A Contratante deverá ter direito a fazer até 10 mil envios de e-mails por mês.

8.2.3.4.11 Após a assinatura do contrato, a Contratada terá o prazo de até 3 (três) dias úteis para fornecer à Contratante o login e a senha de acesso ao site da Contratada.

8.2.3.5 Perfil Profissional: Profissional com formação no curso de graduação de nível superior em Comunicação Social - Jornalismo, com, no mínimo, 3 anos 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.

8.2.3.5.1 Sempre que necessário, o profissional que executará os serviços deverá ser alocados nas dependências da ANTT, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.

8.2.4 ITEM 4 - PRODUÇÃO FOTOGRÁFICA

8.2.4.1 Unidade: serviço mensal

8.2.4.2 Quantidade anual: 12

8.2.4.3 Quantidade mensal: 1

8.2.4.4 Especificações:

8.2.4.4.1 Produção de fotos para utilização em mídias off-line e online, com demandas a partir de pauta e/ou briefing conforme o produto a ser desenvolvido.

8.2.4.4.2 O serviço envolve a produção mensal mínima de 300 fotos, as quais deverão estar de acordo com a pauta e representar a informação, mensagem, evento ou momento relativo ao briefing indicado, em locais no Distrito Federal.

8.2.4.4.3 As fotos deverão ser entregues tratadas e em resolução indicada no briefing, observando-se a máxima qualidade e mínima compressão.

8.2.4.4.4 Os arquivos contendo o material produzido deverão ser disponibilizados imediatamente após a realização de cada evento, mediante download em dispositivo indicado pela contratante.

8.2.4.4.5 O material também deverá ser entregue gravado em CD ou DVD ou outra mídia a ser aprovada pelo fiscal, condicionado em box transparente, que deverá conter etiqueta identificando seu conteúdo e a data em que foi produzido.

8.2.4.4.6 Os custos dos profissionais, equipamentos e logística envolvidos ficarão por conta da contratada, que deverá disponibilizar toda a equipe necessária para a cobertura dos eventos que poderão ocorrer no horário de expediente da contratante, entre 7h e 22h.

8.2.4.4.7 Os direitos de uso dos produtos deverão ser cedidos à ANTT.

8.2.4.5 Perfil Profissional: Profissional com graduação na área de Fotografia, com experiência mínima de 3 anos em produção de fotos e imagens na área corporativa.

8.2.4.5.1 Sempre que necessário, o profissional que executará os serviços deverá ser alocados nas dependências da ANTT, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.

8.2.5 ITEM 5 - DIAGNÓSTICO DE COMUNICAÇÃO

8.2.5.1 Unidade: Unidade

8.2.5.2 Quantidade anual: 1

8.2.5.3 Quantidade mensal: sob demanda

8.2.5.4 Especificações:

8.2.5.4.1 Levantamento de informações e análise do ambiente e dos cenários internos e externos ao órgão e de suas temáticas que subsidiarão o plano de comunicação. Envolvem as seguintes atividades:

8.2.5.4.1.1 Identificação de públicos internos e externos relevantes para o órgão em relação às suas temáticas.

8.2.5.4.1.2 Planejamento e realização de entrevistas exploratórias presenciais, gravadas em áudio e transcritas, com os públicos identificados.

8.2.5.4.1.3 Realização de benchmarking junto a órgãos/entidades públicas que atuem demonstrem boas práticas.

8.2.5.4.1.4 Levantamento de informações sobre a contratada e suas temáticas em outras fontes, tais como: livros, websites, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, auditorias de imagem, entre outras.

8.2.5.4.1.5 Levantamento de insumos relevantes relacionados à contratante, tais como missão, visão de futuro etc.

8.2.5.4.1.6 Realização de matriz SWOT, análise PESTEL e matriz GUT.

8.2.5.4.1.7 Sugestão dos objetivos da comunicação social do contratante em suas temáticas de atuação, em alinhamento com o planejamento estratégico da contratante.

8.2.5.4.1.8 Desenvolvimento de matriz estratégica dos objetivos da comunicação social do contratante em suas temáticas de atuação.

8.2.5.4.1.9 Indicação dos potenciais parceiros, recursos, gestores e ferramentas necessárias para o sucesso da atuação em comunicação social.

8.2.5.4.2 O diagnóstico deverá ser entregue em formato impresso e digital em até 30 dias a contar da solicitação (emissão da ordem de serviço).

8.2.5.4.2.1 O documento a ser entregue deverá conter todos os elementos indicados nos subitens do item 6.2.6.4.1 bem como a metodologia, fontes consultadas e ações realizadas para a obtenção das informações.

8.2.5.4.2.2 Após a entrega, será feita apresentação do produto em reunião com a contratada e representantes da contratante, na sede da contratante, em horário e local a ser definido por esta.

8.2.5.4.2.2.1 Despesas relativas aos custos de viagens e hospedagem para efeito de comparecimento a reunião mencionada neste item, bem como outras despesas relativas a viagens necessária para a realização do diagnóstico, são de responsabilidade exclusiva da contratada e não serão objeto de qualquer tipo de ressarcimento.

8.2.5.4.3 O prazo para entrega do diagnóstico poderá ser superior a 30 dias, até o máximo de 60 dias, caso a contratada apresente cronograma das atividades que justifique a entrega em prazo superior ao determinado no item 8.2.6.4.2.

8.2.5.4.3.1 O cronograma de que trata este item deverá ser entregue no prazo máximo de 5 dias à contar da emissão da ordem de serviço.

8.2.5.4.3.2 A dilação de prazo de que trata este item somente terá efeito caso o cronograma seja expressamente aprovado pela contratante, no prazo de até 2 dias a contar do recebimento do cronograma.

8.2.6 ITEM 6 - PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO

8.2.6.1 Unidade: Unidade

8.2.6.2 Quantidade anual: 2

8.2.6.3 Quantidade mensal: sob demanda

8.2.6.4 Especificações:

8.2.6.4.1 Instrumentalização do planejamento estratégico de comunicação definido pelo órgão, baseado no diagnóstico e na matriz estratégica resultantes do item 6 ou outra fonte definida pela contratante. Envolvem as seguintes atividades:

8.2.6.4.1.1 Definição da missão, da visão e dos valores da comunicação.

8.2.6.4.1.2 Estabelecimento de filosofias e políticas de comunicação (políticas de porta-vozes, política editorial, política de atuação e mídias sociais, políticas de relações públicas etc.).

8.2.6.4.1.3 Definição dos objetivos estratégicos, metas e indicadores.

8.2.6.4.1.4 Definição de estratégias gerais.

8.2.6.4.1.5 Definição e descrição detalhada de ações, projetos e programas de ações para alcance das estratégias, incluindo a descrição das ações, as atividades relacionadas para executar a ação, recursos necessários, período e frequência da execução, resultados esperados, públicos específicos, modelos de mensagens, *templates* de instrumentos de comunicação e demais informações relacionadas.

8.2.6.4.1.6 Cronograma geral do plano.

8.2.6.4.1.7 Mecanismos de controle das ações previstas.

8.2.6.4.1.8 Instrumentos de avaliação dos resultados.

8.2.6.4.2 O plano deverá ser entregue em formato impresso e digital em até 30 dias a contar da solicitação (emissão da ordem de serviço).

8.2.6.4.2.1 O documento a ser entregue deverá conter todos os elementos indicados nos subitens do item 8.2.7.4.1 bem como a metodologia, fontes consultadas e ações realizadas para a obtenção das informações.

8.2.6.4.2.2 Após a entrega, será feita apresentação do produto em reunião com a contratada e representantes da contratante, na sede da contratante, em horário e local a ser definido por esta.

8.2.6.4.2.2.1 A contratante poderá solicitar, durante o período mencionado no item 8.2.7.4.2, análise prévia do plano, com o fim de verificar e debater o alinhamento do plano com as orientações da contratada.

8.2.6.4.2.2.2 Despesas relativas aos custos de viagens e hospedagem para efeito de comparecimento a reunião mencionada neste item, bem como outras despesas relativas a viagens necessária para a realização do plano, são de responsabilidade exclusiva da contratada e não serão objeto de qualquer tipo de ressarcimento.

8.2.7 ITEM 7 - PROJETO ESPECÍFICO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

8.2.7.1 Unidade: Unidade

8.2.7.2 Quantidade anual: 4

8.2.7.3 Quantidade mensal: sob demanda

8.2.7.4 Especificações:

8.2.7.4.1 Elaboração de projetos específicos para o alcance de ações previstas no plano estratégico de comunicação ou para outras ações ou programas de comunicação a serem definidos pela contratante.

8.2.7.4.2 O projeto deverá conter no mínimo:

8.2.7.4.2.1 Os objetivos gerais e específicos da ação;

8.2.7.4.2.2 As justificativas (razões, necessidades e vantagens);

8.2.7.4.2.3 A identificação e caracterização dos públicos a serem atingidos;

8.2.7.4.2.4 Estratégias gerais do projeto;

8.2.7.4.2.5 Programas de ação (descrição de todas as atividades a serem desenvolvidas);

8.2.7.4.2.6 Determinação de recursos necessários (humanos, logísticos, materiais);

8.2.7.4.2.7 Cronograma de execução;

8.2.7.4.2.8 Instrumentos de controle;

8.2.7.4.2.9 Avaliação de resultados (parâmetros e indicadores);

8.2.7.4.2.10 Recomendações e resultados esperados

8.2.7.4.3 O projeto terá natureza tático-operacional e deverá estar alinhado com as estratégias e com o planejamento de comunicação da contratada.

8.2.7.4.4 O projeto deverá ser entregue em formato impresso e digital em até 5 dias a contar da solicitação (emissão da ordem de serviço).

8.2.7.4.4.1 O documento a ser entregue deverá conter todos os elementos indicados nos subitens do item 8.2.8.4.2 bem como a metodologia, fontes consultadas e ações realizadas para a obtenção das informações.

8.2.8 ITEM 8 - ATENDIMENTO DE DEMANDAS DE VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO

8.2.8.1 Unidade: Atendimento

8.2.8.2 Quantidade anual: 1200

8.2.8.3 Quantidade mensal: sob demanda

8.2.8.4 Especificações:

8.2.8.4.1 Produção e envio de *press-releases*, notas, artigos, respostas, e outros conteúdos, elaborados por meio de consulta a fontes, visando atender demandas de veículos de comunicação recebidas pela contratada diretamente, sob supervisão da contratante, por meio de contato telefônico, e-mail, presencialmente ou outros meios hábeis para recebimento de demandas ou repassadas à contratada pela contratante.

8.2.8.4.2 O serviço será prestado continuamente, de acordo com o recebimento das demandas, sendo que ao fim de cada mês, a Contratada deverá apresentar um relatório descritivo dos atendimentos realizados.

8.2.8.4.3 O atendimento envolve a etapa do processo de comunicação conhecido como copidescagem e fechamento dos textos de atendimento e matérias para uso nos canais próprios, bem como edição-geral e direção editorial dos textos de atendimento à imprensa e matérias para uso nos canais próprios, de acordo com as linhas editoriais definidas pela contratante.

8.2.8.4.4 O atendimento as demandas da imprensa deverão observar o cumprimento do prazo e o alinhamento da resposta ao posicionamento estratégico, ao discurso institucional e às mensagens-chave da ANTT.

8.2.8.4.5 A contratada deverá alocar profissionais habilitados para atuarem na área de jornalismo, relações públicas, redação e revisão de textos no desempenho dessas atividades.

8.2.8.4.5.1 Em estimativa dos trabalhos e demandas levantadas, a contratada verificou que a alocação de 3 (três) profissionais com capacitação e experiência nas atividades indicadas correspondem a estrutura mínima necessária para a desempenho das atividades com nível adequado de qualidade e observância de prazos de atendimento.

8.2.8.4.6 O atendimento deverá ser realizado no prazo máximo de 3h quando a produção de resposta não depender de consultas a unidades ou fontes externas à ASCOM.

8.2.8.4.7 Quando a resposta depender de consultas ou aprovação externa, a realização da consulta ou a solicitação de aprovação deverá ser realizada no prazo máximo de 1h a contar do recebimento da demanda.

8.2.8.4.8 O prazo de atendimento ou consulta poderá ser dilatado mediante aprovação do fiscal ou servidor por ele indicada, devendo tal circunstância constar do relatório de prestação de contas.

8.2.8.5 Perfil Profissional: 3 (três) profissionais com formação no curso de graduação de nível superior em Comunicação Social - Jornalismo, com, no mínimo, 5 anos 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.

8.2.8.5.1 Sempre que necessário, os profissionais que executarão os serviços deverão ser alocados nas dependências da ANTT, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.

8.2.9 ITEM 9 - REPORTAGEM EM VÍDEO (VÍDEO RELEASE)

8.2.9.1 Unidade: Vídeo

8.2.9.2 Quantidade anual: 80

8.2.9.3 Quantidade mensal: sob demanda

8.2.9.4 Especificações:

8.2.9.4.1 Vídeo reportagem elaborada a partir de briefing e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de roteiro criado pela contratante para a realização do vídeo. Os personagens e profissionais envolvidos na elaboração do produto devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral em arquivo texto.

8.2.9.4.1.1 O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo.

8.2.9.4.2 Duração de 3'30" (três minutos e trinta segundos), elaborado a partir de um *briefing* e pauta previamente aprovados.

8.2.9.4.3 Deverá ser prevista a utilização de 2 a 5 locações, mais de um personagem e utilização de imagens de cobertura.

8.2.9.4.4 Os envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral em arquivo texto.

8.2.9.4.5 Será necessário legendar os vídeos em português.

8.2.9.4.6 O custo deve prever roteirização (os depoimentos e as narrativas serão indicadas pela contratada), produção, diretor, repórter, equipe técnica, equipamentos, pós-produção (arte, edição, sonorização, legendagem), locução e trilha comprada ou composta.

8.2.9.4.7 Deverá ser entregue arquivos de vídeo em alta resolução (HD) para uso em TV e internet, acompanhado de documentação comprovando a cessão de direitos autorais e uso de imagem em arquivo digitalizado.

8.2.9.4.8 Os arquivos devem ser entregues a contratante em material bruto (para permitir edição posterior) e arquivo fechado.

8.2.9.4.9 O vídeo deverá ser entregue no prazo de até 6h a contar da aprovação da pauta.

8.2.9.5 Perfil Profissional: Profissional com graduação ou formação técnica na área de Produção Audiovisual ou Comunicação Social, com experiência comprovada de no mínimo 3 anos com elaboração de vídeos publicitários e institucionais, produção de roteiros, storytelling e ferramentas de animação 2D.

8.2.9.5.1 Sempre que necessário, o profissional que executar os serviços deverá ser alocados nas dependências da ANTT, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.

8.2.10 ITEM 10 - ÁUDIO-RELEASE

8.2.10.1 Unidade: Unidade

8.2.10.2 Quantidade anual: 80

8.2.10.3 Quantidade mensal: sob demanda

8.2.10.4 Especificações:

8.2.10.4.1 Captação e edição de áudio, a partir de *briefing* e pauta previamente aprovados, com duração de 2' (dois minutos).

8.2.10.4.2 O áudio poderá ser disponibilizado na internet ou enviado para emissoras de rádio.

8.2.10.4.3 O custo deve prever repórter, equipe técnica e ferramenta de distribuição.

8.2.10.4.4 O áudio deverá ser entregue no prazo de até 3h a contar da aprovação da pauta.

8.2.10.5 Perfil Profissional: Profissional com graduação ou formação técnica na área de Produção Audiovisual ou Comunicação Social, com experiência comprovada de no mínimo 3 anos com elaboração de vídeos publicitários e institucionais, produção de roteiros, storytelling e ferramentas de animação 2D.

8.2.10.5.1 Sempre que necessário, o profissional que executará os serviços deverá ser alocados nas dependências da ANTT, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.

8.2.11 ITEM 11 - ELABORAÇÃO DE TEXTO EM LÍNGUA PORTUGUESA

8.2.11.1 Unidade: Lauda

8.2.11.2 Quantidade anual: 400

8.2.11.3 Quantidade mensal: sob demanda

8.2.11.4 Especificações:

8.2.11.4.1 Elaboração e revisão de textos jornalísticos ou institucionais direcionados ao público interno ou externo.

8.2.11.4.2 O texto será elaborado a partir de consultas a fontes oficiais (autoridades e/ou técnicos de órgãos públicos nas diversas esferas e poderes), representantes do setor privado, especialistas, relatórios e outros documentos governamentais, livros, websites, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, pesquisas estatísticas e outros conteúdos e publicações impressos ou eletrônicos.

8.2.11.4.3 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.

8.2.11.4.4 O texto de até 3 laudas deverá ser entregue no prazo de 24h, acrescendo-se 1h a cada lauda até o limite de 72h para entrega do produto.

8.2.11.4.5 Entende-se como lauda, a medida de texto de 25 linhas com 70 toques cada ou 1750 caracteres com espaços (lauda jornalística).

8.2.11.5 Perfil Profissional: Profissional com formação no curso de graduação de nível superior em Comunicação Social - Jornalismo, com, no mínimo, 3 anos 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 produção textual em língua portuguesa.

8.2.11.5.1 Sempre que necessário, o profissional que executará os serviços deverá ser alocados nas dependências da ANTT, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.

8.2.12 ITEM 12 - ENTREVISTA COLETIVA – ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO

8.2.12.1 Unidade: Unidade

8.2.12.2 Quantidade anual: 10

8.2.12.3 Quantidade quadrimestral: sob demanda

8.2.12.4 Especificações:

8.2.12.4.1 Organização e realização de entrevista coletiva para porta-vozes no âmbito da ANTT junto a um grupo de jornalistas de diferentes veículos de comunicação, em locais no Distrito Federal.

8.2.12.4.2 As atividades incluem:

8.2.12.4.2.1 Reunião de briefing com o Órgão;

8.2.12.4.2.2 Planejamento, preparação e redação do conteúdo que será divulgado e dos documentos que serão entregues;

8.2.12.4.2.3 Preparação e acompanhamento do(s) porta-voz(es).

8.2.12.4.2.4 Seleção de convidados e envio de convites.

8.2.12.4.2.5 Estabelecimento da sistemática e execução de credenciamento dos participantes.

8.2.12.4.2.6 Averiguação do local de realização do encontro.

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

8.2.12.4.2.8 Levantamento e análise da repercussão da coletiva.

8.2.12.4.3 As etapas de organização deverão ocorrer em até 6h a contar da emissão da ordem de serviço.

8.2.12.4.4 O levantamento e análise da repercussão deverá ocorrer em até 2 dias após a realização da coletiva.

8.2.13 ITEM 13 - CONTEÚDO MULTIMÍDIA PARA RELACIONAMENTO EM AMBIENTES DIGITAIS

8.2.13.1 Unidade: Unidade

8.2.13.2 Quantidade anual: 1000

8.2.13.3 Quantidade mensal: sob demanda

8.2.13.4 Especificações:

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

8.2.13.4.2 Sob demanda, a contratada deverá produzir conteúdo (posts) para as redes sociais oficiais da contratante a partir de *briefing* previamente definido e aprovado pela contratada.

8.2.13.4.3 A produção de conteúdo pode envolver criação de texto, layout, ilustração, infográficos, gráficos e tabelas, animação, vídeo, aquisição e tratamento de fotos e edição de imagem (foto e vídeo), as fotos e imagens poderão ser solicitadas da contratada ou fornecidos pela contratante.

8.2.13.4.4 Os conteúdos poderão ser requeridos pela contratante nos formatos discriminados abaixo e poderão ser utilizados sem qualquer custo ou ônus, em quaisquer dos seus canais proprietários, que podem ser, além dos perfis oficiais em redes sociais (Facebook, Twitter, Youtube), o seu portal na internet e a sua intranet.

8.2.13.4.4.1 Cards e imagens – Sob demanda, com previsão estimativa de demanda mensal mínima de 8 (oito) cards e imagens, a contratada deverá produzir cards e imagens em formatos adequados às redes sociais e demais canais indicado pela contratante, estipulados por *briefing*.

8.2.13.4.4.1.1 Os cards serão compostos de textos e/ou imagens (fotos ou vetorizadas), também de acordo com o briefing, e entregues à contratante em arquivo aberto e arquivo fechado.

8.2.13.4.4.1.2 Também poderão ser solicitados, dentro do número mensal estipulado neste item, cards animados, em formato gif.

8.2.13.4.4.2 Infográficos – Sob demanda, com previsão estimativa de demanda mensal mínima de 2 (dois) infográficos por mês, em formatos adequados às redes sociais e demais canais indicado pela contratante, estipulados por briefing.

8.2.13.4.4.2.1 Os infográficos serão compostos de textos e ilustrações que resumam/expliquem em um organograma, um fluxo procedimental, resultados de um programa ou ação etc, devendo ser entregues a contratante em arquivo aberto e fechado.

8.2.13.4.4.3 Vídeos – Sob demanda, com previsão estimativa de demanda mensal mínima de 8 (oito) vídeos por mês, assim divididos e entendidos:

(a) 4 (quatro) vídeos depoimento estimados por mês, com duração de até 1'30" (um minuto e trinta segundos), sendo entendido como tal o vídeo para captação de um ou mais depoimentos sobre tema específico em locação a ser indicada— que, em geral, será o edifício-sede da contratada. Elaborado a partir de um *briefing* e pauta previamente aprovados ou da cobertura de eventos na ANTT a que a contratada será convidada. A edição do material bruto é feita a partir de um roteiro. Os envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral em arquivo texto. Será necessário legendar os vídeos em português. O custo deve prever repórter, equipe técnica, equipamentos, pós-produção (arte, edição, sonorização, legendagem), locutor standard e trilha. Deverá ser entregue arquivos de vídeo em alta resolução (HD) para uso em TV e internet, acompanhado de documentação comprovando a cessão de direitos autorais e uso de imagem em arquivo digitalizado. Todo o material finalizado, bem como todo o material bruto adaptado devem ser entregues a contratante (para permitir edição posterior).

(b) 2 (dois) vídeos animação estimados por mês, com duração de até 2' (dois minutos), em técnicas 2D ou *stop motion*, conforme demanda, elaborados a partir de *briefing* e roteiro previamente aprovados. Os envolvidos devem ceder o uso de direito autoral em arquivo texto. Será necessário legendar os vídeos em português. O custo deve prever direção de edição, editor, diretor de arte, animação/computação gráfica, sonorização. Os arquivos devem ser entregues a contratante em material bruto (para permitir edição posterior) e arquivo fechado.

(c) 2 (dois) vídeos reportagem estimados por mês, com duração de até 2'30" (dois minutos e trinta segundos), elaborado a partir de um *briefing* e pauta previamente aprovados. Entende-se como tal o vídeo cuja elaboração requeira de 2 a 5 locações, mais de um personagem e utilização de imagens de cobertura. Os envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral em arquivo texto. Será necessário legendar os vídeos em português. O custo deve prever roteirização (os depoimentos e as narrativas serão indicadas pela contratada), produção, diretor, repórter, equipe técnica, equipamentos, pós-produção (arte, edição, sonorização, legendagem), locução e trilha comprada ou composta. Deverá ser entregue arquivos de vídeo em alta resolução (HD) para uso em TV e internet, acompanhado de documentação comprovando a cessão de direitos autorais e uso de imagem em arquivo digitalizado. Os arquivos devem ser entregues a contratante em material bruto (para permitir edição posterior) e arquivo fechado.

8.2.13.4.4.4 Podcasts – Sob demanda, com previsão estimativa de demanda mensal mínima de gravação e edição de 4 (quatro) áudios por mês para podcast, com até 2' (dois minutos) de duração, elaborados a partir de *briefing* e roteiro previamente aprovados.

8.2.13.4.4.5 Identidade visual de perfis – Sob demanda, com previsão estimativa de demanda mensal mínima de criação de 1 (um) projeto de identidade visual para os perfis oficiais da contratante nas redes sociais, elaborado a partir de *briefing* previamente aprovado. O projeto deverá propor cover page, divisão e/ou catalogação de conteúdo por editoriais ou temas, disponibilizar templates básicos para criação de posts pela equipe de comunicação da contratante, paleta de cores, manual de identidade visual, etc., e deve desdobrar-se para uso em todas as redes sociais nas quais a contratante mantenha perfis oficiais à época da criação bem como para o portal na internet e intranet.

8.2.13.4.5 As propostas deverão ser apresentadas contemplando todos os custos e tributos envolvidos, incluindo despesas com transporte, aéreo e terrestre, alimentação, hospedagem e o credenciamento dos profissionais da contratada que executarão os serviços, verba de produção, materiais e equipamentos necessários para os serviços. Os entrevistados serão indicados pela contratante, podendo ser servidores da contratante, público usuário e beneficiário de programas da contratante, autoridades governamentais e demais *stakeholders*.

8.2.13.4.6 Cards, imagens, infográficos e podcasts e identidade visual deverão ser entregues em até 4h da solicitação.

8.2.13.4.7 Os vídeos deverão ser entregues em até 6h a contar da aprovação do roteiro ou da realização do evento, exceto quando envolver deslocamentos ou gravações fora das unidades da contratada, situação em que o prazo para entrega será superior a ser definido pelo fiscal ou servidor por ele indicado.

8.2.13.5 **Perfil Profissional:** Profissional com formação no curso de publicidade e propaganda, marketing ou jornalismo com experiência de no mínimo 3 anos de experiência comprovada no gerenciamento e monitoramento de mídias sociais.

8.2.13.5.1 Sempre que necessário, o profissional que executará os serviços deverá ser alocados nas dependências da ANTT, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.

8.2.14 ITEM 14 - MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS

8.2.14.1 **Unidade:** Serviço mensal

8.2.14.2 **Quantidade anual:** 12

8.2.14.3 **Quantidade mensal:** 1

8.2.14.4 **Especificações:**

8.2.14.4.1 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, devendo seguir a linha editorial, a política e o planejamento de comunicação.

8.2.14.4.2 A ferramenta eletrônica deverá estar disponível na língua portuguesa e possuir as seguintes funcionalidades de análise, monitoramento, interação, agendamento de posts e gerenciamento nas mídias sociais.

8.2.14.4.3 Monitoramento em tempo real das menções sobre a contratante nas mídias sociais próprias ou não, blogs e sites na internet.

8.2.14.4.4 Deve compreender pelo menos 40.000 menções mensais sobre a contratante e abranger pelo menos as seguintes mídias sociais, além de blogs e jornais online: Facebook, Twitter, Youtube, Instagram.

8.2.14.4.5 Análise de sentimento: classificação automática das menções monitoradas em (positivo, negativo ou neutro), com possibilidade de modificação manual.

8.2.14.4.5.1 Emissão de alertas e acompanhamento em tempo real de ondas negativas ou positivas.

8.2.14.4.6 Agendamento de publicações por meio da ferramenta com a possibilidade de anexar documentos, inserir links e editar posteriormente todas as informações cadastradas.

8.2.14.4.7 O agendamento deve disponibilizar todas as ferramentas de edição disponíveis nas redes originais (como marcação de pessoas e páginas nos posts, negrito e etc.) ou qualquer ferramenta que vier a ser disponibilizada na rede original.

8.2.14.4.8 Agendamento de publicações em massa: a ferramenta deve agendar publicações no Facebook e Twitter por meio da inclusão de um único arquivo com diversos textos, links e imagens para agendamento prévio.

8.2.14.4.9 Possibilidade de inclusão, edição e gerenciamento de publicações numa interface de calendário.

8.2.14.4.10 Ferramenta de encurtamento de links própria, contabilização dos acessos realizados por meio dos links, geração de relatórios diretamente pelo software.

8.2.14.4.11 Interação com os cidadãos: as menções identificadas no monitoramento deverão ser passíveis de resposta por meio da própria ferramenta.

8.2.14.4.12 O software deve oferecer possibilidade de que usuários do sistema encaminhem mensagens a serem respondidas por usuários externos, as respostas devem ser passíveis de aprovação pelos usuários administradores.

8.2.14.4.13 Painel de controle que apresente:

(a) todas as respostas realizadas;

(b) possibilidade de salvar respostas em edição;

(c) contabilização de tempo de resposta para cada atendente;

(d) possibilidade de gerar relatórios e gráficos relacionados ao atendimento;

(e) possibilidade de edição e aprovação das mensagens pelo administrador da ferramenta antes do envio.

8.2.14.4.14 Análises comparativas das informações coletadas com apuração de dados estatísticos e geração de relatórios e gráficos variados contemplando todas as informações monitoradas, respondidas e agendadas sem limites de quantidade de relatórios ou gráficos criados.

8.2.14.4.14.1 Os relatórios devem ter as variáveis customizáveis, com a respectiva geração dos gráficos correspondentes.

8.2.14.4.14.2 Gerar relatórios diários com múltiplos indicadores, que possam apontar pontos de estresse com facilidade.

8.2.14.4.15 Deve ser possível customizar um Painel de controle (dashboard) e gerar sua impressão apresentada como relatório gerencial.

8.2.14.4.16 Exportação das informações geradas em relatórios com formatos diversos, como pdf e csv.

8.2.14.4.17 Configuração inicial da ferramenta com as palavras-chave e demais parâmetros iniciais (setup inicial).

8.2.14.4.18 Treinamento avançado online aos usuários da ferramenta que abranja todas as suas funcionalidades.

8.2.14.4.19 Suporte por e-mail, telefone e/ou webconferência para sanar dúvidas ou eventuais problemas na utilização da ferramenta.

8.2.14.5 **Perfil Profissional:** Profissional com formação no curso de publicidade e propaganda, marketing ou jornalismo com experiência de no mínimo 3 anos de experiência comprovada no gerenciamento e monitoramento de mídias sociais.

8.2.14.5.1 Sempre que necessário, o profissional que executará os serviços deverá ser alocados nas dependências da ANTT, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.

9. OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE

9.1. Exigir o cumprimento de todas as obrigações assumidas pela Contratada, de acordo com as cláusulas contratuais e os termos de sua proposta;

9.2. Exercer o acompanhamento e a fiscalização dos serviços, por servidor especialmente designado, anotando em registro próprio as falhas detectadas, indicando dia, mês e ano, bem como o nome dos empregados eventualmente envolvidos, e encaminhando os apontamentos à autoridade competente para as providências cabíveis;

9.3. Notificar a Contratada por escrito da ocorrência de eventuais imperfeições, falhas ou irregularidades constatadas no curso da execução dos serviços, fixando prazo para a sua correção, certificando-se que as soluções por ela propostas sejam as mais adequadas;

9.4. Pagar à Contratada o valor resultante da prestação do serviço, no prazo e condições estabelecidas neste Termo de Referência;

9.5. Efetuar as retenções tributárias devidas sobre o valor da Nota Fiscal/Fatura da contratada, no que couber, em conformidade com o item 6 do Anexo XI da IN SEGES/MP n. 5/2017.

9.6. Não praticar atos de ingerência na administração da Contratada, tais como:

9.6.1. exercer o poder de mando sobre os empregados da Contratada, devendo reportar-se somente aos prepostos ou responsáveis por ela indicados, exceto quando o objeto da contratação prever o atendimento direto, tais como nos serviços de recepção e apoio ao usuário;

9.6.2. direcionar a contratação de pessoas para trabalhar nas empresas Contratadas;

9.6.3. considerar os trabalhadores da Contratada como colaboradores eventuais do próprio órgão ou entidade responsável pela contratação, especialmente para efeito de concessão de diárias e passagens.

9.6.4. promover ou aceitar o desvio de funções dos trabalhadores da Contratada, mediante a utilização destes em atividades distintas daquelas previstas no objeto da contratação e em relação à função específica para a qual o trabalhador foi contratado.

9.7. Fornecer por escrito as informações necessárias para o desenvolvimento dos serviços objeto do contrato;

9.8. Realizar avaliações periódicas da qualidade dos serviços, após seu recebimento;

9.9. Cientificar o órgão de representação judicial da Advocacia-Geral da União para adoção das medidas cabíveis quando do descumprimento das obrigações pela Contratada;

9.10. Arquivar, entre outros documentos, projetos, "as built", especificações técnicas, orçamentos, termos de recebimento, contratos e aditamentos, relatórios de inspeções técnicas após o recebimento do serviço e notificações expedidas;

9.11. Fiscalizar o cumprimento dos requisitos legais, quando a contratada houver se beneficiado da preferência estabelecida pelo art. 3º, § 5º, da Lei nº 8.666, de 1993.

10. OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

10.1. Executar os serviços conforme especificações deste Termo de Referência e de sua proposta, com a alocação dos empregados necessários ao perfeito cumprimento das cláusulas contratuais, além de fornecer e utilizar os materiais e equipamentos, ferramentas e utensílios necessários, na qualidade e quantidade mínimas especificadas neste Termo de Referência e em sua proposta;

10.2. Reparar, corrigir, remover ou substituir, às suas expensas, no total ou em parte, no prazo fixado pelo fiscal do contrato, os serviços efetuados em que se verificarem vícios, defeitos ou incorreções resultantes da execução ou dos materiais empregados;

10.3. Responsabilizar-se pelos vícios e danos decorrentes da execução do objeto, bem como por todo e qualquer dano causado à União ou à entidade federal, devendo ressarcir imediatamente a Administração em sua integralidade, ficando a Contratante autorizada a descontar da garantia, caso exigida no edital, ou dos pagamentos devidos à Contratada, o valor correspondente aos danos sofridos;

10.4. Utilizar empregados habilitados e com conhecimentos básicos dos serviços a serem executados, em conformidade com as normas e determinações em vigor;

10.5. Vedar a utilização, na execução dos serviços, de empregado que seja familiar de agente público ocupante de cargo em comissão ou função de confiança no órgão Contratante, nos termos do artigo 7º do Decreto nº 7.203, de 2010;

10.6. Quando não for possível a verificação da regularidade no Sistema de Cadastro de Fornecedores – SICAF, a empresa contratada deverá entregar ao setor responsável pela fiscalização do contrato, até o dia trinta do mês seguinte ao da prestação dos serviços, os seguintes documentos: 1) prova de regularidade relativa à Seguridade Social; 2) certidão conjunta relativa aos tributos federais e à Dívida Ativa da União; 3) certidões que comprovem a regularidade perante a Fazenda Municipal ou Distrital do domicílio ou sede do contratado; 4) Certidão de Regularidade do FGTS – CRF; e 5) Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas – CNDT, conforme alínea "c" do item 10.2 do Anexo VIII-B da IN SEGES/MP n. 5/2017.

10.7. Responsabilizar-se pelo cumprimento das obrigações previstas em Acordo, Convenção, Dissídio Coletivo de Trabalho ou equivalentes das categorias abrangidas pelo contrato, por todas as obrigações trabalhistas, sociais, previdenciárias, tributárias e as demais previstas em legislação específica, cuja inadimplência não transfere a responsabilidade à Contratante;

10.8. Comunicar ao Fiscal do contrato, no prazo de 24 (vinte e quatro) horas, qualquer ocorrência anormal ou acidente que se verifique no local dos serviços.

10.9. Prestar todo esclarecimento ou informação solicitada pela Contratante ou por seus prepostos, garantindo-lhes o acesso, a qualquer tempo, ao local dos trabalhos, bem como aos documentos relativos à execução do serviço.

10.10. Paralisar, por determinação da Contratante, qualquer atividade que não esteja sendo executada de acordo com a boa técnica ou que ponha em risco a segurança de pessoas ou bens de terceiros.

10.11. Promover a guarda, manutenção e vigilância de materiais, ferramentas, e tudo o que for necessário à execução dos serviços, durante a vigência do contrato.

10.12. Promover a organização técnica e administrativa dos serviços, de modo a conduzi-los eficaz e eficientemente, de acordo com os documentos e especificações que integram este Termo de Referência, no prazo determinado.

10.13. Conduzir os trabalhos com estrita observância às normas da legislação pertinente, cumprindo as determinações dos Poderes Públicos, mantendo sempre limpo o local dos serviços e nas melhores condições de segurança, higiene e disciplina.

10.14. Submeter previamente, por escrito, à Contratante, para análise e aprovação, quaisquer mudanças nos métodos executivos que fujam às especificações do memorial descritivo.

10.15. Não permitir a utilização de qualquer trabalho do menor de dezoito anos, exceto na condição de aprendiz para os maiores de quatorze anos; nem permitir a utilização do trabalho do menor de dezoito anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre;

10.16. Manter durante toda a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas na licitação;

10.17. Cumprir, durante todo o período de execução do contrato, a reserva de cargos prevista em lei para pessoa com deficiência ou para reabilitado da Previdência Social, bem como as regras de acessibilidade previstas na legislação, quando a contratada houver se beneficiado da preferência estabelecida pela Lei nº 13.146, de 2015.

10.18. Guardar sigilo sobre todas as informações obtidas em decorrência do cumprimento do contrato;

10.19. Arcar com o ônus decorrente de eventual equívoco no dimensionamento dos quantitativos de sua proposta, inclusive quanto aos custos variáveis decorrentes de fatores futuros e incertos, tais como os valores providos com o quantitativo de vale transporte, devendo complementá-los, caso o previsto inicialmente em sua proposta não seja satisfatório para o atendimento do objeto da licitação, exceto quando ocorrer algum dos eventos arrolados nos incisos do § 1º do art. 57 da Lei nº 8.666, de 1993.

10.20. Cumprir, além dos postulados legais vigentes de âmbito federal, estadual ou municipal, as normas de segurança da Contratante;

10.21. Prestar os serviços dentro dos parâmetros e rotinas estabelecidos, fornecendo todos os materiais, equipamentos e utensílios em quantidade, qualidade e tecnologia adequadas, com a observância às recomendações aceitas pela boa técnica, normas e legislação;

10.22. Assegurar à CONTRATANTE, em conformidade com o previsto no subitem 6.1, “a” e “b”, do Anexo VII – F da Instrução Normativa SEGES/MP nº 5, de 25/05/2017:

10.22.1. O direito de propriedade intelectual dos produtos desenvolvidos, inclusive sobre as eventuais adequações e atualizações que vierem a ser realizadas, logo após o recebimento de cada parcela, de forma permanente, permitindo à Contratante distribuir, alterar e utilizar os mesmos sem limitações;

10.22.2. Os direitos autorais da solução, do projeto, de suas especificações técnicas, da documentação produzida e congêneres, e de todos os demais produtos gerados na execução do contrato, inclusive aqueles produzidos por terceiros subcontratados, ficando proibida a sua utilização sem que exista autorização expressa da Contratante, sob pena de multa, sem prejuízo das sanções civis e penais cabíveis.

11. DA SUBCONTRATAÇÃO

11.1. Não será admitida a subcontratação do objeto licitatório.

12. ALTERAÇÃO SUBJETIVA

12.1. É admissível a fusão, cisão ou incorporação da contratada com/em outra pessoa jurídica, desde que sejam observados pela nova pessoa jurídica todos os requisitos de habilitação exigidos na licitação original; sejam mantidas as demais cláusulas e condições do contrato; não haja prejuízo à execução

do objeto pactuado e haja a anuência expressa da Administração à continuidade do contrato.

13. CONTROLE E FISCALIZAÇÃO DA EXECUÇÃO

13.1. O acompanhamento e a fiscalização da execução do contrato consistem na verificação da conformidade da prestação dos serviços, dos materiais, técnicas e equipamentos empregados, de forma a assegurar o perfeito cumprimento do ajuste, que serão exercidos por um ou mais representantes da Contratante, especialmente designados, na forma dos arts. 67 e 73 da Lei nº 8.666, de 1993.

13.2. O representante da Contratante deverá ter a qualificação necessária para o acompanhamento e controle da execução dos serviços e do contrato.

13.3. A verificação da adequação da prestação do serviço deverá ser realizada com base nos critérios previstos neste Termo de Referência.

13.4. A fiscalização do contrato, ao verificar que houve subdimensionamento da produtividade pactuada, sem perda da qualidade na execução do serviço, deverá comunicar à autoridade responsável para que esta promova a adequação contratual à produtividade efetivamente realizada, respeitando-se os limites de alteração dos valores contratuais previstos no § 1º do art. 65 da Lei nº 8.666, de 1993.

13.5. A conformidade do material/técnica/equipamento a ser utilizado na execução dos serviços deverá ser verificada juntamente com o documento da Contratada que contenha a relação detalhada dos mesmos, de acordo com o estabelecido neste Termo de Referência, informando as respectivas quantidades e especificações técnicas, tais como: marca, qualidade e forma de uso.

13.6. O representante da Contratante deverá promover o registro das ocorrências verificadas, adotando as providências necessárias ao fiel cumprimento das cláusulas contratuais, conforme o disposto nos §§ 1º e 2º do art. 67 da Lei nº 8.666, de 1993.

13.7. O descumprimento total ou parcial das obrigações e responsabilidades assumidas pela Contratada, sobretudo quanto às obrigações e encargos sociais e trabalhistas, ensejará a aplicação de sanções administrativas, previstas neste Termo de Referência e na legislação vigente, podendo culminar em rescisão contratual, conforme disposto nos artigos 77 e 87 da Lei nº 8.666, de 1993.

13.8. As atividades de gestão e fiscalização da execução contratual devem ser realizadas de forma preventiva, rotineira e sistemática, podendo ser exercidas por servidores, equipe de fiscalização ou único servidor, desde que, no exercício dessas atribuições, fique assegurada a distinção dessas atividades e, em razão do volume de trabalho, não comprometa o desempenho de todas as ações relacionadas à Gestão do Contrato.

13.9. A fiscalização técnica dos contratos avaliará constantemente a execução do objeto e utilizará o *Instrumento de Medição de Resultado (IMR)*, conforme modelo previsto no Anexo I-B, ou outro instrumento substituto para aferição da qualidade da prestação dos serviços, devendo haver o redimensionamento no pagamento com base nos indicadores estabelecidos, sempre que a CONTRATADA:

a) não produzir os resultados, deixar de executar, ou não executar com a qualidade mínima exigida as atividades contratadas; ou

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

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

13.10. Durante a execução do objeto, o fiscal técnico deverá monitorar constantemente o nível de qualidade dos serviços para evitar a sua degeneração, devendo intervir para requerer à CONTRATADA a correção das faltas, falhas e irregularidades constatadas.

13.11. O fiscal técnico deverá apresentar ao preposto da CONTRATADA a avaliação da execução do objeto ou, se for o caso, a avaliação de desempenho e qualidade da prestação dos serviços realizada.

13.12. Em hipótese alguma, será admitido que a própria CONTRATADA materialize a avaliação de desempenho e qualidade da prestação dos serviços realizada.

13.13. A CONTRATADA poderá apresentar justificativa para a prestação do serviço com menor nível de conformidade, que poderá ser aceita pelo fiscal técnico, desde que comprovada a excepcionalidade da ocorrência, resultante exclusivamente de fatores imprevisíveis e alheios ao controle do prestador.

13.14. Na hipótese de comportamento contínuo de desconformidade da prestação do serviço em relação à qualidade exigida, bem como quando esta ultrapassar os níveis mínimos toleráveis previstos nos indicadores, além dos fatores redutores, devem ser aplicadas as sanções à CONTRATADA de acordo com as regras previstas no ato convocatório.

13.15. O fiscal técnico poderá realizar avaliação diária, semanal ou mensal, desde que o período escolhido seja suficiente para avaliar ou, se for o caso, aferir o desempenho e qualidade da prestação dos serviços.

13.16. A conformidade do material a ser utilizado na execução dos serviços deverá ser verificada juntamente com o documento da CONTRATADA que contenha sua relação detalhada, de acordo com o estabelecido neste Termo de Referência e na proposta, informando as respectivas quantidades e especificações técnicas, tais como: marca, qualidade e forma de uso.

13.17. As disposições previstas nesta cláusula não excluem o disposto no Anexo VIII da Instrução Normativa SLTI/MP nº 05, de 2017, aplicável no que for pertinente à contratação.

13.18. A fiscalização de que trata esta cláusula não exclui nem reduz a responsabilidade da CONTRATADA, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, ainda que resultante de imperfeições técnicas, vícios redibitórios, ou emprego de material inadequado ou de qualidade inferior e, na ocorrência desta, não implica corresponsabilidade da CONTRATANTE ou de seus agentes, gestores e fiscais, de conformidade com o art. 70 da Lei nº 8.666, de 1993.

14. DO RECEBIMENTO E ACEITAÇÃO DO OBJETO

14.1. A emissão da Nota Fiscal/Fatura deve ser precedida do recebimento definitivo dos serviços, nos termos abaixo.

14.2. No prazo de até 5 dias corridos do adimplemento da parcela, a CONTRATADA deverá entregar toda a documentação comprobatória do cumprimento da obrigação contratual;

14.3. O recebimento provisório será realizado pelo fiscal técnico e setorial ou pela equipe de fiscalização após a entrega da documentação acima, da seguinte forma:

14.3.1. A contratante realizará inspeção minuciosa de todos os serviços executados, por meio de profissionais técnicos competentes, acompanhados dos profissionais encarregados pelo serviço, com a finalidade de verificar a adequação dos serviços e constatar e relacionar os arremates, retoques e revisões finais que se fizerem necessários.

14.3.1.1. 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.

14.3.1.2. A Contratada fica obrigada 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.

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

14.3.2. No prazo de até 10 dias corridos a partir do recebimento dos documentos da CONTRATADA, cada fiscal ou a equipe de fiscalização deverá elaborar Relatório Circunstanciado em consonância com suas atribuições, e encaminhá-lo ao gestor do contrato.

14.3.2.1. quando a fiscalização for exercida por um único servidor, o relatório circunstanciado 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.

14.3.2.2. Será considerado como ocorrido o recebimento provisório com a entrega do relatório circunstanciado ou, em havendo mais de um a ser feito, com a entrega do último.

14.3.2.2.1. Na hipótese de a verificação a que se refere o parágrafo anterior não ser procedida tempestivamente, reputar-se-á como realizada, consumando-se o recebimento provisório no dia do esgotamento do prazo.

14.4. No prazo de até 10 (dez) dias corridos a partir do recebimento provisório dos serviços, o Gestor do Contrato deverá providenciar o recebimento definitivo, ato que concretiza o ateste da execução dos serviços, obedecendo as seguintes diretrizes:

14.4.1. 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;

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

14.4.3. Comunicar a empresa para que emita a Nota Fiscal ou Fatura, com o valor exato dimensionado pela fiscalização, com base no Instrumento de Medição de Resultado (IMR), ou instrumento substituto.

14.5. O recebimento provisório ou definitivo do objeto não exclui a responsabilidade da Contratada pelos prejuízos resultantes da incorreta execução do contrato, ou, em qualquer época, das garantias concedidas e das responsabilidades assumidas em contrato e por força das disposições legais em vigor.

14.6. Os serviços poderão ser rejeitados, no todo ou em parte, quando em desacordo com as especificações constantes neste Termo de Referência e na proposta, devendo ser corrigidos/refeitos/substituídos no prazo fixado pelo fiscal do contrato, às custas da Contratada, sem prejuízo da aplicação de penalidades.

15. DO PAGAMENTO

15.1. O pagamento será efetuado pela Contratante no prazo de até 30 (trinta) dias, contados do recebimento da Nota Fiscal/Fatura.

15.1.1. Os pagamentos decorrentes de despesas cujos valores não ultrapassem o limite de que trata o inciso II do art. 24 da Lei 8.666, de 1993, deverão ser efetuados no prazo de até 5 (cinco) dias úteis, contados da data da apresentação da Nota Fiscal/Fatura, nos termos do art. 5º, § 3º, da Lei nº 8.666, de 1993.

15.2. A emissão da Nota Fiscal/Fatura será precedida do recebimento definitivo do serviço, conforme este Termo de Referência

15.3. 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. 29 da Lei nº 8.666, de 1993.

15.3.1. Constatando-se, junto ao SICAF, a situação de irregularidade do fornecedor contratado, deverão ser tomadas as providências previstas no do art. 31 da Instrução Normativa nº 3, de 26 de abril de 2018.

15.4. O setor competente para proceder o pagamento deve verificar se a Nota Fiscal ou Fatura apresentada expressa os elementos necessários e essenciais do documento, tais como:

15.4.1. o prazo de validade;

15.4.2. a data da emissão;

15.4.3. os dados do contrato e do órgão contratante;

15.4.4. o período de prestação dos serviços;

15.4.5. o valor a pagar; e

15.4.6. eventual destaque do valor de retenções tributárias cabíveis.

15.5. Havendo erro na apresentação da Nota Fiscal/Fatura, ou circunstância que impeça a liquidação da despesa, o pagamento ficará sobrestado até que a Contratada providencie as medidas saneadoras. Nesta hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a comprovação da regularização da situação, não acarretando qualquer ônus para a Contratante;

15.6. Nos termos do item 1, do Anexo VIII-A da Instrução Normativa SEGES/MP nº 05, de 2017, será efetuada a retenção ou glosa no pagamento, proporcional à irregularidade verificada, sem prejuízo das sanções cabíveis, caso se constate que a Contratada:

15.6.1. não produziu os resultados acordados;

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

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

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

15.8. Antes de cada pagamento à contratada, será realizada consulta ao SICAF para verificar a manutenção das condições de habilitação exigidas no edital.

15.9. Constatando-se, junto ao SICAF, a situação de irregularidade da contratada, 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 da contratante.

15.10. Previamente à emissão de nota de empenho e a cada pagamento, a Administração deverá realizar consulta ao SICAF para identificar possível suspensão temporária de participação em licitação, no âmbito do órgão ou entidade, proibição de contratar com o Poder Público, bem como ocorrências impeditivas indiretas, observado o disposto no art. 29, da Instrução Normativa nº 3, de 26 de abril de 2018.

15.11. Não havendo regularização ou sendo a defesa considerada improcedente, a contratante deverá comunicar aos órgãos responsáveis pela fiscalização da regularidade fiscal quanto à inadimplência da contratada, 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.

15.12. Persistindo a irregularidade, a contratante deverá adotar as medidas necessárias à rescisão contratual nos autos do processo administrativo correspondente, assegurada à contratada a ampla defesa.

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

15.13.1. Será rescindido o contrato em execução com a contratada inadimplente no SICAF, salvo por motivo de economicidade, segurança nacional ou outro de interesse público de alta relevância, devidamente justificado, em qualquer caso, pela máxima autoridade da contratante.

15.14. Quando do pagamento, será efetuada a retenção tributária prevista na legislação aplicável, em especial a prevista no artigo 31 da Lei 8.212, de 1993, nos termos do item 6 do Anexo XI da IN SEGES/MP n. 5/2017, quando couber.

15.15. É vedado o pagamento, a qualquer título, por serviços prestados, à empresa privada que tenha em seu quadro societário servidor público da ativa do órgão contratante, com fundamento na Lei de Diretrizes Orçamentárias vigente.

15.16. Nos casos de eventuais atrasos de pagamento, desde que a Contratada não tenha concorrido, de alguma forma, para tanto, fica convencionado que a taxa de compensação financeira devida pela Contratante, entre a data do vencimento e o efetivo adimplemento da parcela é calculada mediante a aplicação da seguinte fórmula:

$EM = I \times N \times VP$, sendo:

EM = Encargos moratórios;

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

VP = Valor da parcela a ser paga.

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

$I - (TX)$	$I = \frac{(6/100)}{365}$	$I = 0,00016438IPCA$
		TX = Percentual da taxa anual = 6%

15.17. Quando houver glosa parcial dos serviços, a contratante deverá comunicar a empresa para que emita a nota fiscal ou fatura com o valor exato dimensionado.

16. REAJUSTE

16.1. Os preços são fixos e irrevogáveis no prazo de um ano contado da data limite para a apresentação das propostas.

16.1.1. Os preços contratados poderão sofrer reajuste após o interregno de um ano, aplicando-se o índice IPCA exclusivamente para as obrigações iniciadas e concluídas após a ocorrência da anualidade.

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

16.3. No caso de atraso ou não divulgação do índice de reajustamento, o CONTRATANTE pagará à CONTRATADA a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja divulgado o índice definitivo.

16.4. Nas aferições finais, o índice utilizado para reajuste será, obrigatoriamente, o definitivo.

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

16.6. 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.

16.7. O reajuste será realizado por apostilamento.

17. GARANTIA DA EXECUÇÃO

17.1. Os critérios para estabelecimento da garantia contratual serão estabelecidos no Edital de licitação.

18. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS

18.1. Comete infração administrativa nos termos da Lei nº 10.520, de 2002, a CONTRATADA que:

18.1.1. inexecutar total ou parcialmente qualquer das obrigações assumidas em decorrência da contratação;

18.1.2. ensejar o retardamento da execução do objeto;

18.1.3. falhar ou fraudar na execução do contrato;

18.1.4. comportar-se de modo inidôneo; ou

18.1.5. cometer fraude fiscal.

18.2. Pela inexecução total ou parcial do objeto deste contrato, a Administração pode aplicar à CONTRATADA as seguintes sanções:

18.2.1. **Advertência por escrito**, quando do não cumprimento de quaisquer das obrigações contratuais consideradas faltas leves, assim entendidas aquelas que não acarretam prejuízos significativos para o serviço contratado;

18.2.2. Multa de:

18.2.2.1. 0,1% (um décimo por cento) até 0,2% (dois décimos por cento) por dia sobre o valor adjudicado em caso de atraso na execução dos serviços, limitada a incidência a 15 (quinze) dias. Após o décimo quinto dia e a critério da Administração, no caso de execução com atraso, poderá ocorrer a não-aceitação do objeto, de forma a configurar, nessa hipótese, inexecução total da obrigação assumida, sem prejuízo da rescisão unilateral da avença;

18.2.2.2. 0,1% (um décimo por cento) até 10% (dez por cento) sobre o valor adjudicado, em caso de atraso na execução do objeto, por período superior ao previsto no subitem acima, ou de inexecução parcial da obrigação assumida;

18.2.2.3. 0,1% (um décimo por cento) até 15% (quinze por cento) sobre o valor adjudicado, em caso de inexecução total da obrigação assumida;

18.2.2.4. 0,2% a 3,2% por dia sobre o valor mensal do contrato, conforme detalhamento constante das **tabelas 1 e 2**, abaixo; e

18.2.2.5. 0,07% (sete centésimos por cento) do valor do contrato por dia de atraso na apresentação da garantia (seja para reforço ou por ocasião de prorrogação), observado o máximo de 2% (dois por cento). O atraso superior a 25 (vinte e cinco) dias autorizará a Administração CONTRATANTE a promover a rescisão do contrato;

18.2.2.6. as penalidades de multa decorrentes de fatos diversos serão consideradas independentes entre si.

18.2.3. Suspensão de licitar e impedimento de contratar com o órgão, entidade ou unidade administrativa pela qual a Administração Pública opera e atua concretamente, pelo prazo de até dois anos;

18.2.4. Sanção de impedimento de licitar e contratar com órgãos e entidades da União, com o consequente descredenciamento no SICAF pelo prazo de até cinco anos.

18.2.4.1. A Sanção de impedimento de licitar e contratar prevista neste subitem também é aplicável em quaisquer das hipóteses previstas como infração administrativa no subitem 18.1 deste Termo de Referência.

18.2.5. Declaração de inidoneidade para licitar ou contratar com a Administração Pública, enquanto perdurarem os motivos determinantes da punição ou até que seja promovida a reabilitação perante a própria autoridade que aplicou a penalidade, que será concedida sempre que a Contratada ressarcir a Contratante pelos prejuízos causados;

18.3. As sanções previstas nos subitens 18.2.1, 18.2.3, 18.2.4 e 18.2.5 poderão ser aplicadas à CONTRATADA juntamente com as de multa, descontando-a dos pagamentos a serem efetuados.

18.4. Para efeito de aplicação de multas, às infrações são atribuídos graus, de acordo com as tabelas 1 e 2:

TABELA 1

GRAU	CORRESPONDÊNCIA
1	0,2% ao dia sobre o valor mensal do contrato
2	0,4% ao dia sobre o valor mensal do contrato
3	0,8% ao dia sobre o valor mensal do contrato
4	1,6% ao dia sobre o valor mensal do contrato
5	3,2% ao dia sobre o valor mensal do contrato

TABELA 2

INFRAÇÃO		
ITEM	DESCRIÇÃO	GRAU
1	Permitir situação que crie a possibilidade de causar dano físico, lesão corporal ou consequências letais, por ocorrência;	05
2	Suspender ou interromper, salvo motivo de força maior ou caso fortuito, os serviços contratuais por dia e por unidade de atendimento;	04
3	Manter funcionário sem qualificação para executar os serviços contratados, por empregado e por dia;	03
4	Recusar-se a executar serviço determinado pela fiscalização, por serviço e por dia;	02
5	Retirar funcionários ou encarregados do serviço durante o expediente, sem a anuência prévia do CONTRATANTE, por empregado e por dia;	03
Para os itens a seguir, deixar de:		
6	Registrar e controlar, diariamente, a assiduidade e a pontualidade de seu pessoal, por funcionário e por dia;	01
7	Cumprir determinação formal ou instrução complementar do órgão fiscalizador, por ocorrência;	02
8	Substituir empregado que se conduza de modo inconveniente ou não atenda às necessidades do serviço, por funcionário e por dia;	01
9	Cumprir quaisquer dos itens do Edital e seus Anexos não previstos nesta tabela de multas, após reincidência formalmente notificada pelo órgão fiscalizador, por item e por ocorrência;	03
10	Indicar e manter durante a execução do contrato os prepostos previstos no edital/contrato;	01
11	Providenciar treinamento para seus funcionários conforme previsto na relação de obrigações da CONTRATADA	01

- 18.5. Também ficam sujeitas às penalidades do art. 87, III e IV da Lei nº 8.666, de 1993, as empresas ou profissionais que:
- 18.5.1. tenham sofrido condenação definitiva por praticar, por meio dolosos, fraude fiscal no recolhimento de quaisquer tributos;
- 18.5.2. tenham praticado atos ilícitos visando a frustrar os objetivos da licitação;
- 18.5.3. demonstrem não possuir idoneidade para contratar com a Administração em virtude de atos ilícitos praticados.
- 18.6. A aplicação de qualquer das penalidades previstas realizar-se-á em processo administrativo que assegurará o contraditório e a ampla defesa à CONTRATADA, observando-se o procedimento previsto na Lei nº 8.666, de 1993, e subsidiariamente a Lei nº 9.784, de 1999.
- 18.7. As multas devidas e/ou prejuízos causados à Contratante serão deduzidos dos valores a serem pagos, ou recolhidos em favor da União, ou deduzidos da garantia, ou ainda, quando for o caso, serão inscritos na Dívida Ativa da União e cobrados judicialmente.
- 18.7.1. Caso a Contratante determine, a multa deverá ser recolhida no prazo máximo de 60 (sessenta) dias, a contar da data do recebimento da comunicação enviada pela autoridade competente.
- 18.7.2. Caso o valor da multa não seja suficiente para cobrir os prejuízos causados pela conduta do licitante, a União ou Entidade poderá cobrar o valor remanescente judicialmente, conforme artigo 419 do Código Civil.
- 18.8. A autoridade competente, na aplicação das sanções, levará em consideração a gravidade da conduta do infrator, o caráter educativo da pena, bem como o dano causado à Administração, observado o princípio da proporcionalidade.
- 18.9. Se, durante o processo de aplicação de penalidade, se houver indícios de prática de infração administrativa tipificada pela Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013, como ato lesivo à administração pública nacional ou estrangeira, cópias do processo administrativo necessárias à apuração da responsabilidade da empresa deverão ser remetidas à autoridade competente, com despacho fundamentado, para ciência e decisão sobre a eventual instauração de investigação preliminar ou Processo Administrativo de Responsabilização - PAR.
- 18.10. A apuração e o julgamento das demais infrações administrativas não consideradas como ato lesivo à Administração Pública nacional ou estrangeira nos termos da Lei nº 12.846, de 1º de agosto de 2013, seguirão seu rito normal na unidade administrativa.
- 18.11. O processamento do PAR não interfere no seguimento regular dos processos administrativos específicos para apuração da ocorrência de danos e prejuízos à Administração Pública Federal resultantes de ato lesivo cometido por pessoa jurídica, com ou sem a participação de agente público.
- 18.12. As penalidades serão obrigatoriamente registradas no SICAF.

19. CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR.

- 19.1. As exigências de habilitação jurídica e de regularidade fiscal e trabalhista são as usuais para a generalidade dos objetos, conforme disciplinado no edital.
- 19.2. Os critérios de qualificação econômica a serem atendidos pelo fornecedor estão previstos no edital.
- 19.3. Os critérios de qualificação técnica a serem atendidos pelo fornecedor serão:
- 19.3.1 Para fins de comprovação da capacidade técnica, a licitante deverá comprovar aptidão para o desempenho de atividades pertinentes e compatíveis com o objeto deste Termo de Referência, por meio da apresentação de Atestado(s) de Capacidade Técnica, fornecido por pessoa jurídica de direito público ou privado, comprovando que a empresa licitante desempenhou ou desempenha serviços compatíveis com o objeto deste pregão:
- 19.3.2 Considerar-se-á como pertinente e compatível, em características e quantidades, com o(s) objeto(s) da presente licitação, a comprovação da prestação de serviços, por meio de atestados, nos seguintes termos:

Grupo	Item	Descrição	Unidade	Quantidade anual	Quantidade a ser comprovada por meio de atestado
Item não agrupado	1	Clipping comentado	Serviço mensal	12	Fornecimento, por período de 1 mês, de clipping diário, com o monitoramento de ao menos 1 jornal nacional, 1 revista, 1 canal de TV, 1 emissora de rádio e 1 mídia online.
Item não agrupado	2	Auditoria de imagem	Unidade	2	Fornecimento de 1 relatório, de periodicidade mensal ou superior, de auditoria de imagem junto à mídia com análise de ao menos 3 veículos de comunicação, provenientes de ao menos 2 meios de comunicação.
Item não agrupado	3	Mailing	Serviço mensal	12	Fornecimento, por período de 1 mês, de serviço de mailing, com banco de dados de no mínimo 10 mil jornalistas e sistema de envio de notícias.
Item não agrupado	4	Produção fotográfica	Serviço mensal	12	Fornecimento, por período de 1 mês, de serviço de produção fotográfica, com o fornecimento de até 30 fotos.
Grupo 1	5	Diagnóstico situacional	Unidade	1	Fornecimento de 1 serviço de diagnóstico situacional ou produção de 1 plano ou 1 projeto de comunicação.
	6	Plano Estratégico de Comunicação	Plano	2	
	7	Projeto específico de Comunicação Social	Projeto	4	
Grupo 2	8	Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação	Atendimento	1200	Fornecimento de serviços de produção de 20 releases (em texto, vídeo ou áudio) mensais ou 240 anuais e realização de 6 entrevistas coletivas em um ano ou período inferior.
	9	Reportagem em vídeo (vídeo release)	Vídeo	80	

	10	Áudio-release	Áudio	80	
	11	Elaboração de texto em língua portuguesa	Lauda	400	
	12	Entrevista Coletiva – Organização e realização	Unidade	10	
Grupo 3	13	Conteúdo Multimídia para relacionamento em ambientes digitais	Post	1000	Fornecimento de serviço de monitoramento de redes sociais por 1 mês e produção de 15 posts (em texto, áudio, vídeo ou arte gráfica) mensais ou 180 anuais.
	14	Monitoramento de redes sociais	Serviço mensal	12	

19.3.3 Serão aceitos atestados fornecidos em nome da empresa matriz ou da(s) eventual(is) empresa(s) filial(is);

19.3.4 Somente serão aceitos atestados expedidos após a conclusão do contrato ou se decorrido, pelo menos, um ano do início de sua execução, exceto se firmado para ser executado em prazo inferior.

19.3.5 O licitante deve disponibilizar todas as informações necessárias à comprovação da legitimidade dos atestados solicitados, apresentando, dentre outros documentos, cópia do contrato que deu suporte à contratação, endereço atual da contratante e local em que foram prestados os serviços.

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

19.3.7 É vedada a contratação de pessoa jurídica na qual haja administrador ou sócio com poder de direção, familiar de detentor de cargo em comissão ou função de confiança que atue na área responsável pela demanda ou contratação, ou de autoridade hierarquicamente superior no âmbito deste órgão, nos termos do art. 10 da Portaria nº 409/MPDG, de 21 de dezembro de 2016.

19.3.8 A empresa deverá apresentar atestado comprovando que executou serviços compatíveis com o objeto licitado por período não inferior a 2 (dois) anos.

19.3.9 Para a comprovação da experiência mínima de 2 (dois) anos, será aceito o somatório de atestados de períodos diferentes, não havendo obrigatoriedade de os três anos serem ininterruptos, conforme item 10.7.1 do Anexo VII-A da IN SEGES/MP n. 5/2017.

19.3.10 Poderá ser admitida, para fins de comprovação de quantitativo mínimo do serviço, a apresentação de diferentes atestados de serviços executados de forma concomitante, pois essa situação se equivale, para fins de comprovação de capacidade técnico-operacional, a uma única contratação, nos termos do item 10.9 do Anexo VII-A da IN SEGES/MP n. 5/2017.

19.4. O critério de aceitabilidade de preços serão:

19.4.1. Valor global: R\$ 1.931.459,10 (hum milhão, novecentos e trinta e um mil, quatrocentos e cinquenta e nove reais e dez centavos).

19.4.2. Valores unitários: conforme planilha de composição de preços anexa a este Termo de Referência.

19.5. O critério de julgamento da proposta é o menor preço global.

19.6. As regras de desempate entre propostas são as discriminadas no edital.

20. ESTIMATIVA DE PREÇOS E PREÇOS REFERENCIAIS.

20.1. O custo estimado da contratação é o previsto no valor global máximo.

20.2. Para definição do valor total da contratação, a IN SEGES/ME nº 73/2020 recomenda a utilização dos seguintes parâmetros:

I - Pannel de Preços, disponível no endereço eletrônico gov.br/paineldeprescos, desde que as cotações refiram-se a aquisições ou contratações firmadas no período de até 1 (um) ano anterior à data de divulgação do instrumento convocatório;

II - aquisições e contratações similares de outros entes públicos, firmadas no período de até 1 (um) ano anterior à data de divulgação do instrumento convocatório;

III - dados de pesquisa publicada em mídia especializada, de sítios eletrônicos especializados ou de domínio amplo, desde que atualizados no momento da pesquisa e compreendidos no intervalo de até 6 (seis) meses de antecedência da data de divulgação do instrumento convocatório, contendo a data e hora de acesso; ou IV - pesquisa direta com fornecedores, mediante solicitação formal de cotação, desde que os orçamentos considerados estejam compreendidos no intervalo de até 6 (seis) meses de antecedência da data de divulgação do instrumento convocatório.

20.3 Desta forma, a fim de subsidiar a pesquisa de preços da presente licitação foram considerados os valores das contratações de 10 (dez) pesquisas de preços, obtidas por meio do sistema "Painel de Preços" do Governo Federal, disponível no endereço eletrônico gov.br/paineldeprescos, detalhados minuciosamente no Estudo Técnico Preliminar.

20.4 Para a formação do valor total estimado para a aquisição, constantes no Mapa Comparativo de Preços, foi considerada a média de preços por item, respeitando o que dispõe o § 2º, do art. 2º, da Instrução Normativa nº07 de 29 de agosto de 2014, que assim prevê: “No âmbito de cada parâmetro, o resultado da pesquisa de preços será a média ou o menor dos preços obtidos”.

20.5 A Equipe de Contratações considerou que os valores refletem o valor de mercado e, para melhor adequação dos preços finais, foram desconsiderados os preços inexequíveis ou excessivamente elevados (art. 6º, caput, §§ 2º e 3º, da IN nº 73/2020).

20.6 Sendo assim, a estimativa dos serviços é de R\$ 1.931.459,10 (hum milhão, novecentos e trinta e um mil, quatrocentos e cinquenta e nove reais e dez centavos), conforme especificado abaixo:

GRUPO	ITEM	DESCRIÇÃO	UNIDADE DE MEDIDA	DE	QUANTIDADE	VALOR TOTAL DE REFERÊNCIA

Não agrupado	1	Clipping comentado	Serviço mensal	12	R\$ 45.363,90
Não agrupado	2	Auditoria de imagem	Unidade	2	R\$ 54.298,95
Não agrupado	3	Mailing	Serviço mensal	12	R\$ 5.760,00
Não agrupado	4	Produção fotográfica	Serviço mensal	12	R\$ 44.600,04
Grupo 1	5	Diagnóstico situacional	Unidade	1	R\$ 34.897,77
	6	Plano Estratégico de Comunicação	Plano	2	R\$ 107.040,45
	7	Projeto específico de Comunicação Social	Projeto	4	R\$ 46.088,89
Grupo 2	8	Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação	Atendimento	1200	R\$ 742.998,00
	9	Reportagem em vídeo (vídeo <i>release</i>)	Vídeo	80	R\$ 289.504,00
	10	Áudio- <i>release</i>	Áudio	80	R\$ 47.181,60
	11	Elaboração de texto em língua portuguesa	Lauda	400	R\$ 203.789,00
	12	Entrevista Coletiva – Organização e realização	Unidade	10	R\$ 91.513,15
Grupo 3	13	Conteúdo Multimídia para relacionamento em ambientes digitais	Post	1000	R\$ 172.056,67
	14	Monitoramento de redes sociais	Serviço mensal	12	R\$ 46.399,68
TOTAL DO VALOR DE REFERÊNCIA					R\$ 1.931.459,10

21. DOS RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS.

23.1. A dotação orçamentária da contratação será indicada no Edital.

ASSINATURAS DOS MEMBROS DA EQUIPE DE PLANEJAMENTO	
Nome: Luis Alberto de Aquino Agra	Matrícula/SIAPE: 1567271
<p style="text-align: center;">_____ Luis Alberto de Aquino Agra Brasília, 09 de dezembro de 2021</p>	
Nome: Letícia Araújo Silva Venson	Matrícula/SIAPE: 1772973
<p style="text-align: center;">_____ Letícia Araújo Silva Venson Brasília, 09 de dezembro de 2021</p>	

Aprovação do Termo de Referência pela autoridade competente	
Nome: Anderson Lessa Lucas	Matrícula/SIAPE: 1510837
<p>Considerando as justificativas apresentadas pelo setor demandante no documento por meio do qual solicita a abertura de processo licitatório em questão e no Termo de Referência, e tendo em vista que este contempla os elementos técnicos capazes de propiciar a avaliação do custo pela Administração com a contratação e os elementos técnicos necessários e suficientes, com nível de precisão adequado para caracterizar o objeto a ser contratado e orientar a execução e fiscalização contratual, assim como os demais elementos obrigatórios pertinentes exigidos no art. 3º, inciso XI, do Decreto nº 10.024/2019, APROVO o referido documento.</p>	
<p style="text-align: center;">_____ Anderson Lessa Lucas (Chefe de Gabinete) Brasília, 09 de dezembro de 2021</p>	

ESTUDO PRELIMINAR DA CONTRATAÇÃO

Estudo Técnico Preliminar 42/2021

1. INFORMAÇÕES BÁSICAS

Número do processo: 50500.076103/2021-11

2. DESCRIÇÃO DA NECESSIDADE

2.1 Trata-se o presente de Estudos Preliminares visando subsidiar a especializada na prestação de serviços auxiliares, acessórios e instrumentais às atividades de assessoria de imprensa, planejamento de comunicação e relações públicas, envolvendo os serviços de clipping, auditoria de imagem, fotografia, atendimento à imprensa, produção de conteúdo escrito e audiovisual, ações de relacionamento em ambientes digitais, planejamento e realização de entrevistas coletivas, para suprir as necessidades da Agência Nacional de Transportes Terrestres.

2.2 As atribuições da Assessoria de Comunicação Social (Ascom) da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT) encontram-se definidas na Resolução ANTT nº 5.810, de 3 de maio de 2018, envolvendo, em linhas gerais, todas as atividades, em nível estratégico, tático e operacional, relativas à definição e implementação das políticas e programas de comunicação social da ANTT.

Art. 25. A Assessoria de Comunicação Social tem como atividades centrais:

- I - elaborar e executar o Plano de Comunicação da Agência; e
- II - promover a divulgação interna e externa das atividades da Agência.

2.3 Atualmente, com equipe própria, a Ascom tem obtido bons resultados no desenvolvimento de suas atribuições e nas políticas de comunicação, especialmente em termos de imagem institucional tanto para o público externo quanto para o interno. No entanto, diante de sua multiplicidade de competências, da atuação totalmente descentralizada e com abrangência nacional da ANTT e da equipe reduzida da Assessoria de Comunicação, um dos grandes desafios da Agência é ter a capilaridade, representatividade e cobertura em todo país, para fazer com que a sociedade perceba seu papel de regulador e fiscalizador dos diferentes modos de transportes terrestres, informar sobre suas ações a atuações e se aproximar do seu grupo de interesse: os usuários dos serviços de transportes terrestres, concessionárias, investidores, servidores, imprensa e organismos governamentais e não governamentais.

2.4 Assim, diante desse limitadores, torna-se fundamental a contratação de uma Agência de Comunicação que possa realizar uma comunicação integrada, capaz de dar suporte aos serviços executórios relativos à área de comunicação social, a fim de possibilitar o apoio no cumprimento dos preceitos constitucionais de transparência pública e, em especial, da Lei de Acesso à Informação, fortalecendo os mecanismos de diálogo de interesse público para o exercício da cidadania.

2.5 Nessa linha, é pertinente observamos a previsão do Artigo 10, §7º do Decreto-Lei nº 200, de 25 de fevereiro de 1967, que indica como prática que preza pela eficiência do serviço público a realização indireta de tarefas de cunho meramente executivo:

§ 7º Para melhor desincumbir-se das tarefas de planejamento, coordenação, supervisão e controle e com o objetivo de impedir o crescimento desmesurado da máquina administrativa, a Administração procurará desobrigar-se da realização material de tarefas executivas, recorrendo, sempre que possível, à execução indireta, mediante contrato, desde que exista, na área, iniciativa privada suficientemente desenvolvida e capacitada a desempenhar os encargos de execução.

2.6 Dessa forma, verificamos a possibilidade e a necessidade de contratação de serviços executórios relativos à área de comunicação social da ANTT, esperando o incremento da capacidade de condução sistêmica da comunicação institucional da Agência Nacional de Transportes Terrestres, hoje marcada pela limitação de recursos humanos e materiais exigidos para o bom desempenho de suas funções técnicas, aumentando o valor agregado pelas ações de comunicação institucional.

3. ÁREA REQUISITANTE

Área Requisitante Responsável

Assessoria de Comunicação Social - Ascom Luís Alberto de Aquino Agra

4. DESCRIÇÃO DOS REQUISITOS DA CONTRATAÇÃO

4.1 A contratada deverá responsabilizar-se pela execução da prestação de serviços auxiliares, acessórios e instrumentais às atividades de assessoria de imprensa, planejamento de comunicação e relações públicas, envolvendo os serviços de clipping, auditoria de imagem, fotografia, atendimento à imprensa, produção de conteúdo escrito e audiovisual, ações de relacionamento em ambientes digitais, planejamento e realização de entrevistas coletivas, conforme demanda da ANTT.

4.2 Os serviços a serem contratados enquadram-se nos pressupostos do Decreto nº 9.507, de 21 de setembro de 2018, não se constituindo em quaisquer das atividades, previstas no art. 3º do aludido decreto, cuja execução indireta é vedada.

4.3 O serviço objeto desta contratação é caracterizado como comum, conforme Lei nº 10.520/2002 e Decreto 5.450/05, pois os padrões de desempenho e

qualidade podem ser objetivamente definidos por meio de especificações usais de mercado.

4.4 Nos termos do artigo 57, II, da Lei nº 8.666/93, trata-se de serviço de natureza contínua, por demanda, em função de sua essencialidade, visando atender à necessidade pública de forma permanente e contínua, por mais de um exercício financeiro, assegurando o funcionamento das atividades finalísticas do órgão, de modo que sua interrupção pode comprometer o cumprimento da missão institucional.

4.5 Os serviços objeto desta contratação serão realizados na forma de execução indireta, sob regime de empreitada por preço unitário, ou seja, quando se contrata a execução de serviço por preço certo de unidades determinadas, conforme art. 6º, inc. VIII, da Lei nº 8.666/1993. Tal regime de execução se dá pela impossibilidade de prever com exatidão os aspectos quantitativos do objeto a ser executado. Sendo assim, os quantitativos estabelecidos nos documentos que irão compor o instrumento convocatório são meramente estimativos, devendo ser executados à medida da necessidade e conveniência da ANTT, respeitado o valor contratual fixado.

4.6 A prestação dos serviços não gera vínculo empregatício entre os empregados da Contratada e a Administração, vedando-se qualquer relação entre estes que caracterize pessoalidade e subordinação direta.

4.7 Em observância ao disposto no art. 30, inciso II da Lei nº 8.666/93, vale dizer, a exigência de apresentação de, no mínimo, 02 (dois) atestados de capacidade técnica, emitidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado, comprovando ter a empresa concorrente executado objeto compatível em características, quantidades e prazos com o objeto do Termo de Referência.

4.8 Caberá a declaração do licitante de que tem pleno conhecimento das condições necessárias para a prestação do serviço.

4.9 A contratada também deverá disponibilizar os profissionais necessários e que possuam conhecimento técnico e operacional dos serviços a serem executados, com grau de escolaridade e a experiência compatível com as atividades a serem exercidas, e em conformidade com as normas e determinações em vigor.

4.10 O prazo de vigência do contrato é de 12 (meses), podendo ser prorrogado por interesse das partes até o limite de 60 (sessenta) meses, com base no artigo 57, II, da Lei 8.666, de 1993.

5. LEVANTAMENTO DE MERCADO

5.1 Para a contratação em tela foram analisados processos similares feitos por outros órgãos e entidades, por meio de pesquisa no âmbito de pregões e contratações públicas através do site <https://www.comprasgovernamentais.gov.br/>, com objetivo de identificar a existência de novas metodologias, tecnologias ou inovações que melhor atendam às necessidades da Administração.

5.2 Em pesquisa ao Pannel de Preços do Governo Federal, foram identificados 29 órgão dentro do universo de interesse do presente estudo, sendo que 19 optaram por pregão e 10 por concorrência, e com um valor médio por contrato de R\$ 2.353.057,29 na modalidade pregão e R\$ 13.738.215,43 na modalidade concorrência.

5.3 Observou-se a utilização das modalidades concorrência, visando garantir a escolha pela melhor técnica ou pela melhor técnica e preço, e pregão eletrônico, que tem como tipo o menor preço. A escolha do tipo e da modalidade de licitação reflete a necessidade e forma de execução do objeto em cada órgão. Entretanto, uma avaliação mais superficial e quantitativa pode levar a conclusão de que a modalidade pregão, sendo a mais usual e de menor valor seria a mais vantajosa para o serviço público.

MODALIDADE DE CONCORRÊNCIA

ÓRGÃO	OBJETO	FORMA DE MENSURAÇÃO	VALOR HOMOLOGADO
SECOM/PR	Serviços e Produtos	Plano de Comunicação Publicitário, Produtos e Serviços sem mão de obra exclusiva.	44.763.594,34
INCRA	Contratação de empresa prestadora de serviços de planejamento, desenvolvimento e execução de soluções de comunicação digital.	Plano de Comunicação Publicitário e Posto de Trabalho.	4.508.305,33
INMETRO	Contratação de empresa especializada – agência de comunicação - para prestar serviços complementares de planejamento estratégico e assessoria de comunicação.	Plano de Comunicação Publicitário	3.171.540,00
MPOG	Contratação de empresa especializada agência de comunicação para prestar serviços complementares de consultoria, planejamento estratégico e assessoria de comunicação, conforme especificações constantes do Edital e seus Anexos.	Posto de Trabalho e Produto	7.274.903,47
SECRETARIA DE AVIAÇÃO CIVIL	Contratação de serviços técnicos de apoio e assessoria de comunicação.	Posto (hora de trabalho) + Serviços eventuais.	6.155.982,38
MDS	Prestação de serviços de assessoramento em comunicação, assessoria de imprensa e relações públicas, para auxiliar na execução das políticas, estratégias e ações de	Posto de Trabalho	12.949.940,55

	comunicação institucional do Ministério.		
MINISTÉRIO DO TURISMO	Contratação de empresa especializada de comunicação integrada para prestação de serviços de consultoria, planejamento estratégico, assessoria de imprensa, relações públicas, produção de conteúdo e comunicação digital, observando-se as condições estabelecidas no Edital e seus Anexos.	Produto	8.085.000,00
MINC	Contratação de empresa especializada na prestação de serviços técnicos de consultoria, assessoria de imprensa e relações públicas.	Posto de Trabalho	12.461.699,00
MINISTÉRIO DO ESPORTE	Contratação de empresa de comunicação corporativa para prestação de serviços, dentre outros, de consultoria em comunicação, planejamento estratégico, assessoria de imprensa, relações públicas e produção de conteúdo multimídia, a serem realizados em território nacional e internacional, conforme projeto básico.	Produto	17.377.348,42
MINISTÉRIO DA SAÚDE	Contratação de empresa prestadora de serviços de consultoria, planejamento estratégico e prestação de serviços de assessoria de imprensa e relações públicas.	Produto	9.159.497,67
		MÉDIA	13.590.781,12

MODALIDADE PREGÃO

ÓRGÃO	OBJETO	FORMA DE MENSURAÇÃO	VALOR HOMOLOGADO
M.T.E.	Contratação de serviços técnicos especializados e de suporte às atividades de assessoramento em Comunicação, assessoria de imprensa e relações públicas, para auxiliar na execução das políticas, estratégias e ações de comunicação institucional do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE).	Posto de trabalho + Serviços eventuais (20 postos)	6.397.824,68
TRF 1ª REGIÃO	Contratação de empresa especializada para prestação de serviços na área de comunicação social, compreendendo as atividades de edição, redação, produção, gravação, programação visual e diagramação nas áreas de rádio, televisão, produção de audiovisual, impressos (revista, boletins informativos, folhetos, cartazes e outras peças), portal do TRF/ internet-internet, redes sociais/mídias digitais e assessoria de imprensa, de forma continuada.	Posto de trabalho (13 postos)	1.335.329,40
STF	Contratação de empresa para prestação de serviços de apoio técnico na área de comunicação social.	Postos de Trabalho (35 postos)	3.834.751,64
JUSTIÇA FEDERAL / PARANÁ	Prestação de serviços na área de Assessoria de Comunicação Social - cessão de mão de obra de profissional na área de Jornalismo.	Postos de Trabalho (81postos)	114.990,96
TSE	Prestação de serviços especializados na área de Comunicação Social, compreendendo serviços de redação jornalística e de reportagem fotográfica – núcleo permanente, e serviços de apoio para a realização de atividades de comunicação durante o período eleitoral – núcleo cobertura jornalística das eleições.	Postos de Trabalho (14 postos)	2.049.503,27
STM	Contratação de empresa para a prestação de serviços especializados na área de comunicação social.	Postos de Trabalho (2 postos)	288.029,38
MMA	Contratação de empresa Especializada na prestação de serviços de comunicação social, de forma contínua, com fins a atender às demandas de análise, planejamento, execução de atividades de comunicação, cobertura e assessoria de eventos para as categorias de Jornalista Máster, Jornalista Sênior, Especialista em Redação de Textos Institucionais e Repórter Fotográfico da Assessoria de Comunicação Social do Ministério do Meio Ambiente, não abrangidas nos cargos de provimento efetivo de pessoal.	Postos de Trabalho (8 postos)	3.901.760,80
CNJ	Contratação de empresa especializada para prestação de serviços na área de Assessoria de Comunicação Social nas categorias de editor, repórter, redator publicitário, repórter-fotográfico, diagramador, programador visual e revisor de textos.	Posto de Trabalho (21 postos)	5.177.641,24
MCT - Observatório Nacional	Contratação de serviços na área da comunicação social para atender demanda do Observatório Nacional, sem disponibilização de mão de obra.	Plano de Comunicação Publicitário	23.999,00
CNJ	Prestação de serviços de assessoria de comunicação social, consultoria e produção de conteúdo.	Posto de Trabalho	3.489.727,50
IPEA/MPOG	Prestação de serviços de Apoio Administrativo.	Posto de Trabalho	2.999.999,85

CMV - MINISTÉRIO DA FAZENDA	Prestação de serviço técnico especializado em assessoria de imprensa, assessoria de comunicação, consultoria, análise editorial, análise de riscos de imagem, planejamento estratégico de comunicação e todos os serviços inerentes à comunicação da Autarquia, com atuação em território nacional.	Posto de Trabalho	1.064.791,91
TRF 1ª REGIÃO	Prestação continuada de serviços especializados na área de comunicação social, compreendendo as atividades de edição, redação, produção, gravação, arquivo, programação visual e diagramação, nas áreas de audiovisual (rádio, televisão, vídeos), impressos, mídias digitais/redes sociais e assessoria de imprensa, de modo a prover a Assessoria de Comunicação Social do Tribunal Regional Federal da Primeira Região de mão de obra qualificada para auxiliar na execução de suas atividades.	Posto de Trabalho	2.398.469,00
MINISTÉRIO DA FAZENDA / DF	Prestação de serviços de assessoria de comunicação, com atuação em todo território nacional e, eventualmente, no exterior, destinados ao Gabinete do Ministro da Fazenda.	Produto	4.475.260,00
TRF 1ª REGIÃO	Prestação de serviços de apoio técnico e especializado na área de comunicação social, de forma continuada.	Posto de Trabalho e Produto	2.224.791,84
CONSELHO DA JUSTIÇA FEDERAL DO DF	Contratação de serviços continuados de jornalismo e de produção para televisão.	Posto de Trabalho	1.506.732,84
PRÉ-SAL PETRÓLEO	Prestação de serviços continuados de agência de comunicação, para apoio da área de comunicação da Pré- Sal Petróleo S.A. ("PPSA"), na implementação de um plano de comunicação integrada voltado a diferentes públicos de interesse, desenvolvendo relacionamento com a imprensa, formadores de opinião, influenciadores, assessorias e departamentos de comunicação de parceiros, governos, academia, instituições e funcionários da empresa para a PPSA.	Posto (hora de trabalho) + Produtos Específicos	368.000,00
TCU	Contratação de serviços de apoio técnico na área de comunicação social e relacionamento com a imprensa para o Tribunal de Contas da União, sob a coordenação e supervisão da Secretaria de Comunicação do TCU, em regime de empreitada por preço unitário.	Posto de Trabalho	1.620.358,90
CONSELHO NACIONAL DE JUSTIÇA	Contratação de empresa para prestação de serviços de assessoria de comunicação social, consultoria e produção de conteúdo, conforme as especificações e condições estabelecidas nos anexos I, II e III do Edital.	Postos de Trabalho (22 postos)	3.489.727,50
		MÉDIA	2.461.141,56

5.4 Sendo assim, a ANTT tem entendimento convergente com recentes posicionamentos do Tribunal de Contas da União no sentido de caracterizar os serviços de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas como serviço comum, passíveis portanto de serem contratados por via de pregão, entendendo ser o formato com melhor adequação para realização da contratação pretendida.

5.5 Em relação a forma de mensuração, foram identificadas as seguintes formas de contratação dos serviços que compõem o objeto da presente licitação: posto de trabalho, itens isolados e soluções integradas.

5.6 Diversos serviços são contratados de forma isolada, tais como mailing, clipping, produção de vídeo etc. Esta forma será parcialmente adotada na presente contratação visando possibilitar a ampla participação de empresas especializadas em apenas alguns dos serviços os quais podem ser contratados de forma independente sem prejuízo para o conjunto de atividades a serem fornecidas.

5.7 Outra forma usual de contratação é por meio do fornecimento de mão-de-obra sob a unidade posto. No que tange a este modelo, a ANTT dispõe de carreira própria envolvendo atividades de comunicação social, entretanto é de grande importância a terceirização das atividades auxiliares, acessórias e instrumentais às atribuições dessa carreira e da Assessoria de Comunicação Social. Assim, também será adotado parcialmente o modelo de contratação de posto de serviço.

5.8 Por um lado, a solução de prestação de serviços por demanda se coaduna com as necessidades da Assessoria de Comunicação Social, a medida que determinados produtos serão requeridos de acordo com as demandas apresentadas pelos públicos da ANTT e com o fim de se adequar ao planejamento do setor. Por outro lado, alguns serviços com periodicidade definida poderão ser contratados de forma mensal, tais como o serviço de clipping e de análise editorial.

5.9 Cumpre informar que não foi necessário a utilização de audiência pública em virtude do resultado das pesquisas no site de compras do governo, que foram suficientes para comprovar a viabilidade da metodologia e a disponibilidade de empresas para execução do objeto.

6. DESCRIÇÃO DA SOLUÇÃO COMO UM TODO

6.1 A presente licitação tem por objetivo a contratação de diversos serviços auxiliares, acessórios e instrumentais às atividades de assessoria de imprensa, planejamento de comunicação e relações públicas, envolvendo a prestação individualizada dos serviços de clipping, auditoria de imagem, fotografia e mailing, bem como a prestação por lote de serviços o atendimento à imprensa, produção de conteúdo escrito e audiovisual, ações de relacionamento em ambientes digitais, planejamento e realização de entrevistas coletivas.

6.2 SERVIÇOS A SEREM CONTRATADOS:

6.2.1 ITEM 1 - CLIPPING COMENTADO

6.2.1.1 Unidade: Serviço Mensal

6.2.1.2 Quantidade anual: 12

6.2.1.3 Quantidade mensal: 1

6.2.1.4 Especificações:

6.2.1.4.1 Acompanhamento, seleção e análise diária da exposição da Agência Nacional de Transportes Terrestres, de suas autoridades, órgãos singulares e coletivos, temas e políticas públicas sob sua coordenação, além de temas de seu interesse veiculados nas mídias impressa off-line e online, eletrônica, televisiva e radiofônica.

6.2.1.4.2 O acompanhamento e a análise diária (clipping) compõem um produto único que contempla a seleção de produtos noticiosos e uma análise encaminhada por meio eletrônico, periódica e ininterruptamente, inclusive sábados, domingos e feriados, na forma descrita no item 6.2.1.4.3 e 6.2.1.4.5.

6.2.1.4.3 Os veículos previstos para monitoramento e a periodicidade dos boletins deverão ser encaminhados conforme tabela abaixo, para cumprimento dos serviços aqui descritos:

Tipos de veículos	Jornais Nacionais	Jornais regionais	Revistas	TVs	Rádios	Mídia Online e Agências de Tempo Real
Periodicidade	01 (um) boletim diário até às 7h30 e alertas quando necessário	01 (um) boletim diário até às 9h e alertas quando necessário	01 (um) boletim semanal até às 7h30 de sábado e alertas quando necessário	02 (dois) boletins diários às 10h e 21h e alertas quando necessário	Três boletins diários às 10h, 14h30 e 20h e alertas quando necessário	Quatro boletins diários, às 10h, 13h, 16h e 19h e alertas quando necessário
Veículos	O Globo Folha de S. Paulo O Estado de São Paulo Valor Econômico	Zero Hora (RS) Correio Braziliense (DF) O Dia (RJ) Agora SP (SP) Diário do Grande ABC (SP) Gazeta de Alagoas (AL) A Crítica (AM) A Tarde (BA) O Povo (CE) Diário Catarinense (SC) A Tribuna (ES) O Estado do Maranhão (MA) O Estado de Minas (MG) Gazeta do Povo (PR) O Liberal (PA) Jornal do Comercio (PE) Tribuna do Norte (RN) O Popular (GO) Folha do Estado (MT)	Veja Isto É Época Isto É Dinheiro Época Negócios Exame Carta Capital Piauí	Rede Globo Rede Bandeirantes Rede Record RedeTV GloboNews RecordNews BandNews TV Brasil TV Câmara TV Senado T V Cultura TV Justiça	CBN Joven Pan BandNews Eldorado Gaúcha Itatiaia Rádio Nacional	Agência Estado Agência Bloomberg Agência Reuters UOL G1 GloboOnline GGN IG Terra Portal Estadão Folha Online Clic RBS Agência Brasil R7 Veja Online Poder 360

6.2.1.4.4 A qualquer tempo a relação de veículos poderá ser revisada pela contratante, que poderá substituir ou incluir veículos para efeito de análise editorial e monitoramento.

6.2.1.4.5 Quando houver notícia altamente relevante, a contratada deverá encaminhar um alerta via e-mail ou outro aplicativo a ser indicado pela contratante de forma que a informação chegue o mais rápido possível aos gestores. Os alertas poderão ser de temas positivos ou negativos que possam gerar repercussão altamente relevante, conforme características e palavras-chave apontadas pela contratante a ser apresentadas à contratada.

6.2.1.4.6 As especificações abaixo estão relacionadas à análise editorial diária realizada a partir do monitoramento dos veículos listados na tabela do item 6.2.1.4.3 e deverá ser encaminhada à contratante diariamente às 7h30, juntamente com os primeiros boletins do dia.

6.2.1.4.6.1 Análise editorial diária deverá ser encaminhada por e-mail a um mailing indicado pela contratante, diariamente, inclusive aos sábados, domingos e feriados, acompanhado da íntegra das matérias publicadas conforme listadas na tabela do item 6.2.1.4.3, que cite ou destaquem a ANTT, seus gestores e assuntos relacionados à sua competência, organizadas por veículo por meio de um modelo de clipping a ser aprovado pela contratada.

6.2.1.4.6.2 A metodologia consiste em análise editorial a partir da avaliação das matérias relacionadas nos boletins que avaliará o valor e o impacto da informação de acordo com os seguintes critérios:

- (a) Consolidação das informações acerca de como a ANTT está sendo percebida no noticiário;
- (b) Avaliação do conteúdo das informações veiculadas na mídia e dimensionamento das repercussões sobre a imagem institucional;
- (c) Fornecimento de subsídios de análise sobre o comportamento editorial da mídia impressa;

6.2.1.4.6.3 O escopo da análise deverá abranger todas as mídias relacionadas na tabela item 6.2.1.4.3, a saber Jornais Nacionais, Regionais, Revistas, TVs, Rádios, Mídia Online e Agências de Tempo Real.

6.2.1.5 Perfil Profissional: Profissional com formação no curso de graduação de nível superior em Comunicação Social - Jornalismo, com, no mínimo, 3 anos de experiência na área de Comunicação, com atuação em agências/ empresas. Habilidade na apuração de informações, elaboração de relatórios, monitoramento de clipping e realização de follow-up com jornalistas

6.2.1.5.1 Sempre que necessário, o profissional que executará os serviços deverá ser alocados nas dependências da ANTT, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.

6.2.2 ITEM 2 - AUDITORIA DE IMAGEM E DE OPINIÃO

6.2.2.1 Unidade: Unidade

6.2.2.2 Quantidade anual: 2

6.2.2.3 Quantidade semestral: 1

6.2.2.4 Especificações:

6.2.2.4.1 Produção de relatório semestral analítico com a mensuração e análise quantitativa e qualitativa do desempenho da ANTT, para a formação de sua imagem interna e imagem pública, com seus públicos de relacionamento (tais como público interno, autoridades governamentais, demais membros da administração pública, usuários de serviços, formadores de opinião, cidadãos, entidades da sociedade civil dentre outros públicos específicos a serem identificados pela contratada), por meio de entrevistas e outras formas de pesquisa com esses públicos, com a identificação de temas sensíveis e tendências, bem como com a mídia, apontando padrão de cobertura por veículo, tema e jornalista, identificando padrões, oportunidades e crises.

6.2.2.4.2 A auditoria de opinião junto aos públicos de relacionamento será realizada por meio de entrevistas, devendo-se cumprir as etapas de seleção de entrevistados, elaboração de roteiro de entrevistas, realização de entrevistas, consolidação de informações e análise de dados e resultados.

6.2.2.4.2.1 A pesquisa deverá ter representatividade nacional e por tipo de público, com um mínimo de 50 entrevistados.

6.2.2.4.2.2 A auditoria deverá ser feita semestralmente por meio de pesquisa de opinião com abordagem quantitativa e qualitativa, definindo-se o escopo a partir de temas previamente indicados pela contratante.

6.2.2.4.2.3 A pesquisa de opinião quantitativa se constitui de aplicação de questionário a uma quantidade mínima de 50 (cinquenta) entrevistados.

6.2.2.4.2.4 A pesquisa de opinião qualitativa se constitui de realização de entrevistas em profundidade com a quantidade mínima de 10 (dez) entrevistados, entre jornalistas e outros relevantes e destacados formadores de opinião.

6.2.2.4.2.5 O produto final da avaliação e percepção de imagem constitui de um diagnóstico quantitativo e/ou qualitativo, conforme o perfil indicado pela ANTT para a respectiva pesquisa, segmentado e conclusivo sobre a ANTT, suas autoridades e suas ações relativamente ao tema de pesquisa indicado.

6.2.2.4.3 A auditoria de imagem junto à mídia, consiste em mensuração e análise quantitativa e qualitativa do desempenho da contratante na mídia, apontando padrão de cobertura por veículo, tema e jornalista.

6.2.2.4.3.1 Os veículos que devem ser monitorados para a auditoria são os mesmos descritos na tabela do item 8.2.1.4.3, obedecendo aos seguintes parâmetros:

6.2.2.4.3.2 A auditoria de imagem avaliará o valor e o impacto da informação, considerando os seguintes itens:

- (a) Indicar de que forma a instituição está sendo percebida e tratada enquanto personagem do noticiário;
- (b) Avaliar o conteúdo das informações veiculadas na mídia e dimensionar repercussões sobre a imagem institucional;
- (c) Posicionar a contratante sobre as tendências da cobertura editorial-jornalística da mídia;
- (d) Sugerir ações proativas e orientações de comunicação, sobretudo em relação aos fatos de maior repercussão do ponto de vista institucional;
- (e) Fornecer subsídios de análise sobre o comportamento editorial da mídia.

6.2.2.4.3.3 Para avaliar o conteúdo a ser incluído no relatório de auditoria serão considerados os seguintes aspectos:

- (a) Valoração do tipo de inserção: coluna, entrevista, editorial, citação, etc. (ou sonora ou locução em off, em relação a programas jornalísticos na TV e no rádio);
- (b) Valoração do formato: localização e espaço da matéria na página do jornal/revista/online;
- (c) Valoração do destaque: existência de chamada de capa, de caderno, ou portal (ou equivalente em relação a programas jornalísticos na TV e no rádio);
- (d) Valoração visual: presença de foto, ilustração, gráficos, tabelas, etc. (ou equivalente em relação a programas jornalísticos na TV);
- (e) Valoração do impacto: levar em conta a repercussão da matéria junto a segmentos da opinião pública;
- (f) Valoração da frequência: verificar a presença do mesmo assunto nas várias mídias, de modo a identificar repetição e grau de exposição do assunto na mídia;
- (g) Valoração da autoria: abordagem do assunto por especialista, comentarista, colunista, etc.;
- (h) Valoração da relevância editorial: importância relativa do meio (jornal, revista, emissora de TV e de rádio e web) que veiculou a inserção.

6.2.2.4.3.4 Os relatórios de auditoria de imagem trarão como conteúdo as seguintes informações:

- (a) Indicador quantitativo da exposição da contratante;
- (b) Indicador qualitativo e percentual de matérias positivas e negativas veiculadas nas mídias;
- (c) Coeficiente ponderado de visibilidade nas matérias veiculadas nas mídias;

(d) Desempenho quantitativo e qualitativo das fontes e áreas internas da contratante, classificando-se as inserções a partir da participação de cada tema dentro do total de notícias;

(e) Mapeamento da autoria das matérias e perfil do veículo;

(f) Subsídios sobre tendências de comportamento e cenários da mídia (mudanças estruturais, troca de comando, alteração na linha editorial, etc.);

(g) Indicação das oportunidades de atuação, identificando pontos fracos e fortes, de modo a oferecer sugestões de ações que reforcem ou complementem a orientação estratégica do processo de comunicação junto à opinião pública;

(h) Visão geral dos resultados alcançados em relação ao planejamento estratégico de comunicação;

(i) Visão da imagem da contratante, no âmbito da “mídia espontânea”, situando-a no contexto da conjuntura política e econômica.

6.2.2.4.4 O produto final deverá ser entregue até às 18:00h do 10º (décimo) dia do primeiro mês subsequente ao do semestre civil correspondente à auditoria.

6.2.2.4.5 Após a entrega, será feita apresentação do produto em reunião com a contratada e representantes da contratante, na sede da contratante, em horário e local a ser definido por esta.

6.2.2.4.5.1 Despesas relativas aos custos de viagens e hospedagem para efeito de comparecimento à reunião mencionada neste item são de responsabilidade exclusiva da contratada e não serão objeto de qualquer tipo de ressarcimento.

6.2.2.4.6 Caberá à contratada prover os meios para a produção e entrega dos produtos descritos.

6.2.3 ITEM 3 - MAILING

6.2.3.1 Unidade: Serviço Mensal

6.2.3.2 Quantidade anual: 12

6.2.3.3 Quantidade mensal: 1

6.2.3.4 Especificações:

6.2.3.4.1 Serviço de mailing de imprensa, de forma contínua, incluindo o acesso a contatos de jornalistas em jornais, emissoras de TV e de rádio, revistas brasileiras e sites de notícias de todo o país e sistema de envio de releases, notas e imagens (fotos e vídeos).

6.2.3.4.1.1 O serviço de mailing de imprensa refere-se à ferramenta para relacionamento com a imprensa, que envolve pesquisa qualitativa e contínua dos veículos de comunicação atuantes no mercado.

6.2.3.4.2 O serviço constituir-se-á de acesso à página da empresa Contratada para:

6.2.3.4.2.1 Consulta de veículos de comunicação de todo o país, por meio de pesquisa simples e avançada de nomes de jornais, revistas, TVs, sites jornalísticos e rádios e de jornalistas (repórteres, editores, subeditores, chefes de reportagem, entre outros), com seleção por nomes, editorias, regiões, estados e municípios brasileiros, das quais constem cargos, telefones e endereços físicos, de internet e de correio eletrônicos;

6.2.3.4.2.2 Envio de notícias (avisos de pauta, releases de programas, ações, serviços e produtos) e de imagens (fotos e vídeos) da contratante por meio de sistema de distribuição e gerenciamento de e-mails, com monitoramento do resultado através de relatórios com estatísticas de entrega de mensagens.

6.2.3.4.3 Do serviço oferecido pela empresa contratada deverão constar, ainda:

6.2.3.4.3.1 Sistema de seleção de mailings;

6.2.3.4.3.2 Atualização de mailings produzidos anteriormente pela contratante;

6.2.3.4.3.3 Arquivo digital dos releases;

6.2.3.4.3.4 Cópias e exclusões de todos os mailings;

6.2.3.4.3.5 Emissão das listagens em Word, Excel, arquivo texto, entre outros;

6.2.3.4.3.6 Inclusão de releases no site da contratada, como reforço de divulgação;

6.2.3.4.3.7 Geração de saídas para e-mail, etiquetas, relatórios e fax, garantia de cadastro atualizado com margem de pelo menos 95% de acerto;

6.2.3.4.3.8 Suporte por telefone e online disponível em horário comercial;

6.2.3.4.3.9 Controle e monitoramento da abertura da mensagem pelo jornalista;

6.2.3.4.3.10 Agendamento de releases, para envio no horário e dia desejados;

6.2.3.4.3.11 Sala de imprensa no site da Contratada; e

6.2.3.4.3.12 Geração de arquivo em PDF das notícias.

6.2.3.4.4 A Contratante deverá ter acesso à página da Contratada, com login e senha, para pesquisar os veículos e produzir as listagens, com nomes, cargos, endereços eletrônicos, telefones e endereços físicos, etc. de jornalistas dos veículos de seu interesse.

6.2.3.4.5 A Contratada deverá possuir banco de dados com, no mínimo, 20 mil jornalistas do Brasil inteiro cadastrados.

6.2.3.4.5.1 A data da última atualização do banco de dados deverá ser visível ou de fácil acesso à contratante.

6.2.3.4.6 As listagens com os contatos selecionados deverão ser salvos no formato Word, Excel, arquivo texto, entre outros.

6.2.3.4.7 O sistema de distribuição de releases deverá permitir o envio de fotos e vídeos em alta resolução.

6.2.3.4.8 O sistema deverá permitir a geração de arquivos em PDF das notícias, a emissão de alertas de confirmação do envio, o agendamento de releases, para envio no dia e horário desejados, e o controle da abertura dos e-mails pelos jornalistas.

6.2.3.4.9 A contratada deverá permitir acesso simultâneo de todos os profissionais atuantes na Assessoria de Comunicação Social da contratada ao site da contratada, por meio de login e senha, para que possam usar o sistema de consulta e envio de e-mails ao mesmo tempo.

6.2.3.4.9.1 A empresa contratada fornecerá 1 (um) login e 1 (uma) senha a esta Assessoria, possibilitando que vários usuários acessem o serviço, o qual deverá ser ininterrupto, disponível 24h por dia, incluindo sábados, domingos e feriados.

6.2.3.4.10 A Contratante deverá ter direito a fazer até 10 mil envios de e-mails por mês.

6.2.3.4.11 Após a assinatura do contrato, a Contratada terá o prazo de até 3 (três) dias úteis para fornecer à Contratante o login e a senha de acesso ao site da Contratada.

6.2.3.5 Perfil Profissional: Profissional com formação no curso de graduação de nível superior em Comunicação Social - Jornalismo, com, no mínimo, 3 anos 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.

6.2.3.5.1 Sempre que necessário, o profissional que executará os serviços deverá ser alocados nas dependências da ANTT, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.

6.2.4 ITEM 4 - PRODUÇÃO FOTOGRÁFICA

6.2.4.1 Unidade: serviço mensal

6.2.4.2 Quantidade anual: 12

6.2.4.3 Quantidade mensal: 1

6.2.4.4 Especificações:

6.2.4.4.1 Produção de fotos para utilização em mídias off-line e online, com demandas a partir de pauta e/ou briefing conforme o produto a ser desenvolvido.

6.2.4.4.2 O serviço envolve a produção mensal mínima de 300 fotos, as quais deverão estar de acordo com a pauta e representar a informação, mensagem, evento ou momento relativo ao briefing indicado, em locais no Distrito Federal.

6.2.4.4.3 As fotos deverão ser entregues tratadas e em resolução indicada no briefing, observando-se a máxima qualidade e mínima compressão.

6.2.4.4.4 Os arquivos contendo o material produzido deverão ser disponibilizados imediatamente após a realização de cada evento, mediante download em dispositivo indicado pela contratante.

6.2.4.4.5 O material também deverá ser entregue gravado em CD ou DVD ou outra mídia a ser aprovada pelo fiscal, condicionado em box transparente, que deverá conter etiqueta identificando seu conteúdo e a data em que foi produzido.

6.2.4.4.6 Os custos dos profissionais, equipamentos e logística envolvidos ficarão por conta da contratada, que deverá disponibilizar toda a equipe necessária para a cobertura dos eventos que poderão ocorrer no horário de expediente da contratante, entre 7h e 22h.

6.2.4.4.7 Os direitos de uso dos produtos deverão ser cedidos à ANTT.

6.2.4.5 Perfil Profissional: Profissional com graduação na área de Fotografia, com experiência mínima de 3 anos em produção de fotos e imagens na área corporativa.

6.2.4.5.1 Sempre que necessário, o profissional que executará os serviços deverá ser alocados nas dependências da ANTT, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.

6.2.5 ITEM 5 - DIAGNÓSTICO DE COMUNICAÇÃO

6.2.5.1 Unidade: Unidade

6.2.5.2 Quantidade anual: 1

6.2.5.3 Quantidade mensal: sob demanda

6.2.5.4 Especificações:

6.2.5.4.1 Levantamento de informações e análise do ambiente e dos cenários internos e externos ao órgão e de suas temáticas que subsidiarão o plano de comunicação. Envolvem as seguintes atividades:

6.2.5.4.1.1 Identificação de públicos internos e externos relevantes para o órgão em relação às suas temáticas.

6.2.5.4.1.2 Planejamento e realização de entrevistas exploratórias presenciais, gravadas em áudio e transcritas, com os públicos identificados.

6.2.5.4.1.3 Realização de benchmarking junto a órgãos/entidades públicas que atuem demonstrem boas práticas.

6.2.5.4.1.4 Levantamento de informações sobre a contratada e suas temáticas em outras fontes, tais como: livros, websites, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, auditorias de imagem, entre outras.

6.2.5.4.1.5 Levantamento de insumos relevantes relacionados à contratante, tais como missão, visão de futuro etc.

6.2.5.4.1.6 Realização de matriz SWOT, análise PESTEL e matriz GUT.

6.2.5.4.1.7 Sugestão dos objetivos da comunicação social do contratante em suas temáticas de atuação, em alinhamento com o planejamento estratégico da contratante.

6.2.5.4.1.8 Desenvolvimento de matriz estratégica dos objetivos da comunicação social do contratante em suas temáticas de atuação.

6.2.5.4.1.9 Indicação dos potenciais parceiros, recursos, gestores e ferramentas necessárias para o sucesso da atuação em comunicação social.

6.2.5.4.2 O diagnóstico deverá ser entregue em formato impresso e digital em até 30 dias a contar da solicitação (emissão da ordem de serviço).

6.2.5.4.2.1 O documento a ser entregue deverá conter todos os elementos indicados nos subitens do item 6.2.6.4.1 bem como a metodologia, fontes consultadas e ações realizadas para a obtenção das informações.

6.2.5.4.2.2 Após a entrega, será feita apresentação do produto em reunião com a contratada e representantes da contratante, na sede da contratante, em horário e local a ser definido por esta.

6.2.5.4.2.2.1 Despesas relativas aos custos de viagens e hospedagem para efeito de comparecimento a reunião mencionada neste item, bem como outras despesas relativas a viagens necessária para a realização do diagnóstico, são de responsabilidade exclusiva da contratada e não serão objeto de qualquer tipo de ressarcimento.

6.2.5.4.3 O prazo para entrega do diagnóstico poderá ser superior a 30 dias, até o máximo de 60 dias, caso a contratada apresente cronograma das atividades que justifique a entrega em prazo superior ao determinado no item 6.2.6.4.2.

6.2.5.4.3.1 O cronograma de que trata este item deverá ser entregue no prazo máximo de 5 dias à contar da emissão da ordem de serviço.

6.2.5.4.3.2 A dilação de prazo de que trata este item somente terá efeito caso o cronograma seja expressamente aprovado pela contratante, no prazo de até 2 dias a contar do recebimento do cronograma.

6.2.6 ITEM 6 - PLANO ESTRATÉGICO DE COMUNICAÇÃO

6.2.6.1 Unidade: Unidade

6.2.6.2 Quantidade anual: 2

6.2.6.3 Quantidade mensal: sob demanda

6.2.6.4 Especificações:

6.2.6.4.1 Instrumentalização do planejamento estratégico de comunicação definido pelo órgão, baseado no diagnóstico e na matriz estratégica resultantes do item 6 ou outra fonte definida pela contratante. Envolve as seguintes atividades:

6.2.6.4.1.1 Definição da missão, da visão e dos valores da comunicação.

6.2.6.4.1.2 Estabelecimento de filosofias e políticas de comunicação (políticas de porta-vozes, política editorial, política de atuação e mídias sociais, políticas de relações públicas etc.).

6.2.6.4.1.3 Definição dos objetivos estratégicos, metas e indicadores.

6.2.6.4.1.4 Definição de estratégias gerais.

6.2.6.4.1.5 Definição e descrição detalhada de ações, projetos e programas de ações para alcance das estratégias, incluindo a descrição das ações, as atividades relacionadas para executar a ação, recursos necessários, período e frequência da execução, resultados esperados, públicos específicos, modelos de mensagens, *templates* de instrumentos de comunicação e demais informações relacionadas.

6.2.6.4.1.6 Cronograma geral do plano.

6.2.6.4.1.7 Mecanismos de controle das ações previstas.

6.2.6.4.1.8 Instrumentos de avaliação dos resultados.

6.2.6.4.2 O plano deverá ser entregue em formato impresso e digital em até 30 dias a contar da solicitação (emissão da ordem de serviço).

6.2.6.4.2.1 O documento a ser entregue deverá conter todos os elementos indicados nos subitens do item 6.2.7.4.1 bem como a metodologia, fontes consultadas e ações realizadas para a obtenção das informações.

6.2.6.4.2.2 Após a entrega, será feita apresentação do produto em reunião com a contratada e representantes da contratante, na sede da contratante, em horário e local a ser definido por esta.

6.2.6.4.2.2.1 A contratante poderá solicitar, durante o período mencionado no item 6.2.7.4.2, análise prévia do plano, com o fim de verificar e debater o alinhamento do plano com as orientações da contratada.

6.2.6.4.2.2.2 Despesas relativas aos custos de viagens e hospedagem para efeito de comparecimento a reunião mencionada neste item, bem como outras despesas relativas a viagens necessária para a realização do plano, são de responsabilidade exclusiva da contratada e não serão objeto de qualquer tipo de ressarcimento.

6.2.7 ITEM 7 - PROJETO ESPECÍFICO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

6.2.7.1 Unidade: Unidade

6.2.7.2 Quantidade anual: 4

6.2.7.3 Quantidade mensal: sob demanda

6.2.7.4 Especificações:

6.2.7.4.1 Elaboração de projetos específicos para o alcance de ações previstas no plano estratégico de comunicação ou para outras ações ou programas de comunicação a serem definidos pela contratante.

6.2.7.4.2 O projeto deverá conter no mínimo:

6.2.7.4.2.1 Os objetivos gerais e específicos da ação;

6.2.7.4.2.2 As justificativas (razões, necessidades e vantagens);

6.2.7.4.2.3 A identificação e caracterização dos públicos a serem atingidos;

6.2.7.4.2.4 Estratégias gerais do projeto;

6.2.7.4.2.5 Programas de ação (descrição de todas as atividades a serem desenvolvidas);

6.2.7.4.2.6 Determinação de recursos necessários (humanos, logísticos, materiais);

6.2.7.4.2.7 Cronograma de execução;

6.2.7.4.2.8 Instrumentos de controle;

6.2.7.4.2.9 Avaliação de resultados (parâmetros e indicadores);

6.2.7.4.2.10 Recomendações e resultados esperados

6.2.7.4.3 O projeto terá natureza tático-operacional e deverá estar alinhado com as estratégias e com o planejamento de comunicação da contratada.

6.2.7.4.4 O projeto deverá ser entregue em formato impresso e digital em até 5 dias a contar da solicitação (emissão da ordem de serviço).

6.2.7.4.4.1 O documento a ser entregue deverá conter todos os elementos indicados nos subitens do item 6.2.8.4.2 bem como a metodologia, fontes consultadas e ações realizadas para a obtenção das informações.

6.2.8 ITEM 8 - ATENDIMENTO DE DEMANDAS DE VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO

6.2.8.1 Unidade: Atendimento

6.2.8.2 Quantidade anual: 1200

6.2.8.3 Quantidade mensal: sob demanda

6.2.8.4 Especificações:

6.2.8.4.1 Produção e envio de *press*-releases, notas, artigos, respostas, e outros conteúdos, elaborados por meio de consulta a fontes, visando atender demandas de veículos de comunicação recebidas pela contratada diretamente, sob supervisão da contratante, por meio de contato telefônico, e-mail,

presencialmente ou outros meios hábeis para recebimento de demandas ou repassadas à contratada pela contratante.

6.2.8.4.2 O serviço será prestado continuamente, de acordo com o recebimento das demandas, sendo que ao fim de cada mês, a Contratada deverá apresentar um relatório descritivo dos atendimentos realizados.

6.2.8.4.3 O atendimento envolve a etapa do processo de comunicação conhecido como copidescagem e fechamento dos textos de atendimento e matérias para uso nos canais próprios, bem como edição-geral e direção editorial dos textos de atendimento à imprensa e matérias para uso nos canais próprios, de acordo com as linhas editoriais definidas pela contratante.

6.2.8.4.4 O atendimento as demandas da imprensa deverão observar o cumprimento do prazo e o alinhamento da resposta ao posicionamento estratégico, ao discurso institucional e às mensagens-chave da ANTT.

6.2.8.4.5 A contratada deverá alocar profissionais habilitados para atuarem na área de jornalismo, relações públicas, redação e revisão de textos no desempenho dessas atividades.

6.2.8.4.5.1 Em estimativa dos trabalhos e demandas levantadas, a contratada verificou que a alocação de 3 (três) profissionais com capacitação e experiência nas atividades indicadas correspondem a estrutura mínima necessária para a desempenho das atividades com nível adequado de qualidade e observância de prazos de atendimento.

6.2.8.4.6 O atendimento deverá ser realizado no prazo máximo de 3h quando a produção de resposta não depender de consultas a unidades ou fontes externas à ASCOM.

6.2.8.4.7 Quando a resposta depender de consultas ou aprovação externa, a realização da consulta ou a solicitação de aprovação deverá ser realizada no prazo máximo de 1h a contar do recebimento da demanda.

6.2.8.4.8 O prazo de atendimento ou consulta poderá ser dilatado mediante aprovação do fiscal ou servidor por ele indicada, devendo tal circunstância constar do relatório de prestação de contas.

6.2.8.5 **Perfil Profissional: 3 (três) profissionais** com formação no curso de graduação de nível superior em Comunicação Social - Jornalismo, com, no mínimo, 5 anos 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.

6.2.8.5.1 Sempre que necessário, o profissional que executará os serviços deverá ser alocados nas dependências da ANTT, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.

6.2.9 ITEM 9 - REPORTAGEM EM VÍDEO (VÍDEO RELEASE)

6.2.9.1 Unidade: Vídeo

6.2.9.2 Quantidade anual: 80

6.2.9.3 Quantidade mensal: sob demanda

6.2.9.4 Especificações:

6.2.9.4.1 Vídeo reportagem elaborada a partir de briefing e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de roteiro criado pela contratante para a realização do vídeo. Os personagens e profissionais envolvidos na elaboração do produto devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral em arquivo texto.

6.2.9.4.1.1 O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo.

6.2.9.4.2 Duração de 3'30" (três minutos e trinta segundos), elaborado a partir de um *briefing* e pauta previamente aprovados.

6.2.9.4.3 Deverá ser prevista a utilização de 2 a 5 locações, mais de um personagem e utilização de imagens de cobertura.

6.2.9.4.4 Os envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral em arquivo texto.

6.2.9.4.5 Será necessário legendar os vídeos em português.

6.2.9.4.6 O custo deve prever roteirização (os depoimentos e as narrativas serão indicadas pela contratada), produção, diretor, repórter, equipe técnica, equipamentos, pós-produção (arte, edição, sonorização, legendagem), locução e trilha comprada ou composta.

6.2.9.4.7 Deverá ser entregue arquivos de vídeo em alta resolução (HD) para uso em TV e internet, acompanhado de documentação comprovando a cessão de direitos autorais e uso de imagem em arquivo digitalizado.

6.2.9.4.8 Os arquivos devem ser entregues a contratante em material bruto (para permitir edição posterior) e arquivo fechado.

6.2.9.4.9 O vídeo deverá ser entregue no prazo de até 6h a contar da aprovação da pauta.

6.2.9.5 **Perfil Profissional:** Profissional com graduação ou formação técnica na área de Produção Audiovisual ou Comunicação Social, com experiência comprovada de no mínimo 3 anos com elaboração de vídeos publicitários e institucionais, produção de roteiros, storytelling e ferramentas de animação 2D.

6.2.9.5.1 Sempre que necessário, o profissional que executará os serviços deverá ser alocados nas dependências da ANTT, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.

6.2.10 ITEM 10 - ÁUDIO-RELEASE

6.2.10.1 Unidade: Unidade

6.2.10.2 Quantidade anual: 80

6.2.10.3 Quantidade mensal: sob demanda

6.2.10.4 Especificações:

6.2.10.4.1 Captação e edição de áudio, a partir de *briefing* e pauta previamente aprovados, com duração de 2' (dois minutos).

6.2.10.4.2 O áudio poderá ser disponibilizado na internet ou enviado para emissoras de rádio.

6.2.10.4.3 O custo deve prever repórter, equipe técnica e ferramenta de distribuição.

6.2.10.4.4 O áudio deverá ser entregue no prazo de até 3h a contar da aprovação da pauta.

6.2.10.5 **Perfil Profissional:** Profissional com graduação ou formação técnica na área de Produção Audiovisual ou Comunicação Social, com experiência comprovada de no mínimo 3 anos com elaboração de vídeos publicitários e institucionais, produção de roteiros, storytelling e ferramentas de animação

2D.

6.2.10.5.1 Sempre que necessário, o profissional que executará os serviços deverá ser alocados nas dependências da ANTT, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.

6.2.11 ITEM 11 - ELABORAÇÃO DE TEXTO EM LÍNGUA PORTUGUESA

6.2.11.1 Unidade: Lauda

6.2.11.2 Quantidade anual: 400

6.2.11.3 Quantidade mensal: sob demanda

6.2.11.4 Especificações:

6.2.11.4.1 Elaboração e revisão de textos jornalísticos ou institucionais direcionados ao público interno ou externo.

6.2.11.4.2 O texto será elaborado a partir de consultas a fontes oficiais (autoridades e/ou técnicos de órgãos públicos nas diversas esferas e poderes), representantes do setor privado, especialistas, relatórios e outros documentos governamentais, livros, websites, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, pesquisas estatísticas e outros conteúdos e publicações impressos ou eletrônicos.

6.2.11.4.3 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.

6.2.11.4.4 O texto de até 3 laudas deverá ser entregue no prazo de 24h, acrescendo-se 1h a cada lauda até o limite de 72h para entrega do produto.

6.2.11.4.5 Entende-se como lauda, a medida de texto de 25 linhas com 70 toques cada ou 1750 caracteres com espaços (lauda jornalística).

6.2.11.5 **Perfil Profissional:** Profissional com formação no curso de graduação de nível superior em Comunicação Social - Jornalismo, com, no mínimo, 3 anos 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 produção textual em língua portuguesa.

6.2.11.5.1 Sempre que necessário, o profissional que executará os serviços deverá ser alocados nas dependências da ANTT, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.

6.2.12 ITEM 12 - ENTREVISTA COLETIVA – ORGANIZAÇÃO E REALIZAÇÃO

6.2.12.1 Unidade: Unidade

6.2.12.2 Quantidade anual: 10

6.2.12.3 Quantidade quadrimestral: sob demanda

6.2.12.4 Especificações:

6.2.12.4.1 Organização e realização de entrevista coletiva para porta-vozes no âmbito da ANTT junto a um grupo de jornalistas de diferentes veículos de comunicação, em locais no Distrito Federal.

6.2.12.4.2 As atividades incluem:

6.2.12.4.2.1 Reunião de briefing com o Órgão;

6.2.12.4.2.2 Planejamento, preparação e redação do conteúdo que será divulgado e dos documentos que serão entregues;

6.2.12.4.2.3 Preparação e acompanhamento do(s) porta-voz(es).

6.2.12.4.2.4 Seleção de convidados e envio de convites.

6.2.12.4.2.5 Estabelecimento da sistemática e execução de credenciamento dos participantes.

6.2.12.4.2.6 Averiguação do local de realização do encontro.

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

6.2.12.4.2.8 Levantamento e análise da repercussão da coletiva.

6.2.12.4.3 As etapas de organização deverão ocorrer em até 6h a contar da emissão da ordem de serviço.

6.2.12.4.4 O levantamento e análise da repercussão deverá ocorrer em até 2 dias após a realização da coletiva.

6.2.13 ITEM 13 - CONTEÚDO MULTIMÍDIA PARA RELACIONAMENTO EM AMBIENTES DIGITAIS

6.2.13.1 Unidade: Unidade

6.2.13.2 Quantidade anual: 1000

6.2.13.3 Quantidade mensal: sob demanda

6.2.13.4 Especificações:

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

6.2.13.4.2 Sob demanda, a contratada deverá produzir conteúdo (posts) para as redes sociais oficiais da contratante a partir de *briefing* previamente definido e aprovado pela contratada.

6.2.13.4.3 A produção de conteúdo pode envolver criação de texto, layout, ilustração, infográficos, gráficos e tabelas, animação, vídeo, aquisição e tratamento de fotos e edição de imagem (foto e vídeo), as fotos e imagens poderão ser solicitadas da contratada ou fornecidos pela contratante.

6.2.13.4.4 Os conteúdos poderão ser requeridos pela contratante nos formatos discriminados abaixo e poderão ser utilizados sem qualquer custo ou ônus, em quaisquer dos seus canais proprietários, que podem ser, além dos perfis oficiais em redes sociais (Facebook, Twitter, Youtube), o seu portal na internet e a sua intranet.

6.2.13.4.4.1 Cards e imagens – Sob demanda, com previsão estimativa de demanda mensal mínima de 8 (oito) cards e imagens, a contratada deverá produzir cards e imagens em formatos adequados às redes sociais e demais canais indicado pela contratante, estipulados por *briefing*.

6.2.13.4.4.1.1 Os cards serão compostos de textos e/ou imagens (fotos ou vetorizadas), também de acordo com o briefing, e entregues à contratante em arquivo aberto e arquivo fechado.

6.2.13.4.4.1.2 Também poderão ser solicitados, dentro do número mensal estipulado neste item, cards animados, em formato gif.

6.2.13.4.4.2 Infográficos – Sob demanda, com previsão estimativa de demanda mensal mínima de 2 (dois) infográficos por mês, em formatos adequados às redes sociais e demais canais indicado pela contratante, estipulados por briefing.

6.2.13.4.4.2.1 Os infográficos serão compostos de textos e ilustrações que resumam/expliquem em um organograma, um fluxo procedimental, resultados de um programa ou ação etc, devendo ser entregues a contratante em arquivo aberto e fechado.

6.2.13.4.4.3 Vídeos – Sob demanda, com previsão estimativa de demanda mensal mínima de 8 (oito) vídeos por mês, assim divididos e entendidos:

(a) 4 (quatro) vídeos depoimento estimados por mês, com duração de até 1'30" (um minuto e trinta segundos), sendo entendido como tal o vídeo para captação de um ou mais depoimentos sobre tema específico em locação a ser indicada— que, em geral, será o edifício-sede da contratada. Elaborado a partir de um *briefing* e pauta previamente aprovados ou da cobertura de eventos na ANTT a que a contratada será convidada. A edição do material bruto é feita a partir de um roteiro. Os envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral em arquivo texto. Será necessário legendar os vídeos em português. O custo deve prever repórter, equipe técnica, equipamentos, pós-produção (arte, edição, sonorização, legendagem), locutor standard e trilha. Deverá ser entregue arquivos de vídeo em alta resolução (HD) para uso em TV e internet, acompanhado de documentação comprovando a cessão de direitos autorais e uso de imagem em arquivo digitalizado. Todo o material finalizado, bem como todo o material bruto adaptado devem ser entregues a contratante (para permitir edição posterior).

(b) 2 (dois) vídeos animação estimados por mês, com duração de até 2' (dois minutos), em técnicas 2D ou *stop motion*, conforme demanda, elaborados a partir de *briefing* e roteiro previamente aprovados. Os envolvidos devem ceder o uso de direito autoral em arquivo texto. Será necessário legendar os vídeos em português. O custo deve prever direção de edição, editor, diretor de arte, animação/computação gráfica, sonorização. Os arquivos devem ser entregues a contratante em material bruto (para permitir edição posterior) e arquivo fechado.

(c) 2 (dois) vídeos reportagem estimados por mês, com duração de até 2'30" (dois minutos e trinta segundos), elaborado a partir de um *briefing* e pauta previamente aprovados. Entende-se como tal o vídeo cuja elaboração requeira de 2 a 5 locações, mais de um personagem e utilização de imagens de cobertura. Os envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral em arquivo texto. Será necessário legendar os vídeos em português. O custo deve prever roteirização (os depoimentos e as narrativas serão indicadas pela contratada), produção, diretor, repórter, equipe técnica, equipamentos, pós-produção (arte, edição, sonorização, legendagem), locução e trilha comprada ou composta. Deverá ser entregue arquivos de vídeo em alta resolução (HD) para uso em TV e internet, acompanhado de documentação comprovando a cessão de direitos autorais e uso de imagem em arquivo digitalizado. Os arquivos devem ser entregues a contratante em material bruto (para permitir edição posterior) e arquivo fechado.

6.2.13.4.4.4 Podcasts – Sob demanda, com previsão estimativa de demanda mensal mínima de gravação e edição de 4 (quatro) áudios por mês para podcast, com até 2' (dois minutos) de duração, elaborados a partir de *briefing* e roteiro previamente aprovados.

6.2.13.4.4.5 Identidade visual de perfis – Sob demanda, com previsão estimativa de demanda mensal mínima de criação de 1 (um) projeto de identidade visual para os perfis oficiais da contratante nas redes sociais, elaborado a partir de *briefing* previamente aprovado. O projeto deverá propor cover page, divisão e/ou catalogação de conteúdo por editoriais ou temas, disponibilizar templates básicos para criação de posts pela equipe de comunicação da contratante, paleta de cores, manual de identidade visual, etc., e deve desdobrar-se para uso em todas as redes sociais nas quais a contratante mantenha perfis oficiais à época da criação bem como para o portal na internet e intranet.

6.2.13.4.5 As propostas deverão ser apresentadas contemplando todos os custos e tributos envolvidos, incluindo despesas com transporte, aéreo e terrestre, alimentação, hospedagem e o credenciamento dos profissionais da contratada que executarão os serviços, verba de produção, materiais e equipamentos necessários para os serviços. Os entrevistados serão indicados pela contratante, podendo ser servidores da contratante, público usuário e beneficiário de programas da contratante, autoridades governamentais e demais *stakeholders*.

6.2.13.4.6 Cards, imagens, infográficos e podcasts e identidade visual deverão ser entregues em até 4h da solicitação.

6.2.13.4.7 Os vídeos deverão ser entregues em até 6h a contar da aprovação do roteiro ou da realização do evento, exceto quando envolver deslocamentos ou gravações fora das unidades da contratada, situação em que o prazo para entrega será superior a ser definido pelo fiscal ou servidor por ele indicado.

6.2.13.5 **Perfil Profissional:** Profissional com formação no curso de publicidade e propaganda, marketing ou jornalismo com experiência de no mínimo 3 anos de experiência comprovada no gerenciamento e monitoramento de mídias sociais.

6.2.13.5.1 Sempre que necessário, o profissional que executará os serviços deverá ser alocados nas dependências da ANTT, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.

6.2.14 ITEM 14 - MONITORAMENTO DE REDES SOCIAIS

6.2.14.1 **Unidade: Serviço mensal**

6.2.14.2 **Quantidade anual: 12**

6.2.14.3 **Quantidade mensal: 1**

6.2.14.4 **Especificações:**

6.2.14.4.1 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, devendo seguir a linha editorial, a política e o planejamento de comunicação.

6.2.14.4.2 A ferramenta eletrônica deverá estar disponível na língua portuguesa e possuir as seguintes funcionalidades de análise, monitoramento, interação, agendamento de posts e gerenciamento nas mídias sociais.

6.2.14.4.3 Monitoramento em tempo real das menções sobre a contratante nas mídias sociais próprias ou não, blogs e sites na internet.

6.2.14.4.4 Deve compreender pelo menos 40.000 menções mensais sobre a contratante e abranger pelo menos as seguintes mídias sociais, além de blogs e jornais online: Facebook, Twitter, Youtube, Instagram.

6.2.14.4.5 Análise de sentimento: classificação automática das menções monitoradas em (positivo, negativo ou neutro), com possibilidade de modificação manual.

6.2.14.4.5.1 Emissão de alertas e acompanhamento em tempo real de ondas negativas ou positivas.

6.2.14.4.6 Agendamento de publicações por meio da ferramenta com a possibilidade de anexar documentos, inserir links e editar posteriormente todas as informações cadastradas.

6.2.14.4.7 O agendamento deve disponibilizar todas as ferramentas de edição disponíveis nas redes originais (como marcação de pessoas e páginas nos posts, negrito e etc.) ou qualquer ferramenta que vier a ser disponibilizada na rede original.

6.2.14.4.8 Agendamento de publicações em massa: a ferramenta deve agendar publicações no Facebook e Twitter por meio da inclusão de um único arquivo com diversos textos, links e imagens para agendamento prévio.

6.2.14.4.9 Possibilidade de inclusão, edição e gerenciamento de publicações numa interface de calendário.

6.2.14.4.10 Ferramenta de encurtamento de links própria, contabilização dos acessos realizados por meio dos links, geração de relatórios diretamente pelo software.

6.2.14.4.11 Interação com os cidadãos: as menções identificadas no monitoramento deverão ser passíveis de resposta por meio da própria ferramenta.

6.2.14.4.12 O software deve oferecer possibilidade de que usuários do sistema encaminhem mensagens a serem respondidas por usuários externos, as respostas devem ser passíveis de aprovação pelos usuários administradores.

6.2.14.4.13 Painel de controle que apresente:

(a) todas as respostas realizadas;

(b) possibilidade de salvar respostas em edição;

(c) contabilização de tempo de resposta para cada atendente;08

(d) possibilidade de gerar relatórios e gráficos relacionados ao atendimento;

(e) possibilidade de edição e aprovação das mensagens pelo administrador da ferramenta antes do envio.

6.2.14.4.14 Análises comparativas das informações coletadas com apuração de dados estatísticos e geração de relatórios e gráficos variados contemplando todas as informações monitoradas, respondidas e agendadas sem limites de quantidade de relatórios ou gráficos criados.

6.2.14.4.14.1 Os relatórios devem ter as variáveis customizáveis, com a respectiva geração dos gráficos correspondentes.

6.2.14.4.14.2 Gerar relatórios diários com múltiplos indicadores, que possam apontar pontos de estresse com facilidade.

6.2.14.4.15 Deve ser possível customizar um Painel de controle (dashboard) e gerar sua impressão apresentada como relatório gerencial.

6.2.14.4.16 Exportação das informações geradas em relatórios com formatos diversos, como pdf e csv.

6.2.14.4.17 Configuração inicial da ferramenta com as palavras-chave e demais parâmetros iniciais (setup inicial).

6.2.14.4.18 Treinamento avançado online aos usuários da ferramenta que abranja todas as suas funcionalidades.

6.2.14.4.19 Suporte por e-mail, telefone e/ou webconferência para sanar dúvidas ou eventuais problemas na utilização da ferramenta.

6.2.14.5 **Perfil Profissional:** Profissional com formação no curso de publicidade e propaganda, marketing ou jornalismo com experiência de no mínimo 3 anos de experiência comprovada no gerenciamento e monitoramento de mídias sociais.

6.2.14.5.1 O Sempre que necessário, o profissional que executará os serviços deverá ser alocados nas dependências da ANTT, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.

7. ESTIMATIVA DAS QUANTIDADES A SEREM CONTRATADAS

7.1 As quantidades a serem contratadas foram estimadas levando em consideração a produção dos trabalhos acessórios, auxiliares e instrumentais que foram desenvolvidos pela Assessoria de Comunicação Social da ANTT, entre 2019 e 2020. Para tanto, a Ascom realizou pesquisa sobre o quantitativo de demandas recebidas de veículos de informação entre 2019 e 2020. O total de demandas de imprensa soma 1.005 no período pesquisado, que, por seu lado, abarca o conjunto de 253 dias consecutivos. Há, na dinâmica do atendimento à imprensa, o costume de se receber réplicas dos jornalistas após o envio das primeiras informações. Sendo assim, o número total de e-mails deve ser entendido como o número de vezes em que a Ascom foi contatada pela imprensa a respeito de informações da ANTT, não como o número total de pedidos únicos demandados pelos veículos de informação. Dividindo-se o número total de 1.005 “contatos” pelo número de dias compreendido no período pesquisado, tem-se a média de 3,97 contatos por dia trocados pela Ascom com a imprensa livre do Brasil.

7.2 Para devida instrução deste estudo preliminar, também foram levantados dados de produção e execução de atividades e conteúdo da Ascom, realizados no mesmo período:

PRODUTO DE COMUNICAÇÃO	2020
Análise diária dos principais jornais nacionais	8.163
Envio da matérias por mailing/lista de transmissão	140
Produção de conteúdo para o Portal ANTT	232
Produção de conteúdo para a Intranet	98
Produção de Podcast	6
Produção de vídeos	107
Transmissões ao vivo	47
Postagem nas redes sociais	1.489
Produção de revistas	2
Campanhas publicitárias para o público interno e externo	80

Eventos institucionais	124
Plano Estratégico de Comunicação	1

7.3 A partir desses dados, foram definidos os seguintes quantitativos para a contratação em tela:

GRUPO	ITEM	DESCRIÇÃO / ESPECIFICAÇÃO	UNIDADE DE MEDIDA	QUANTIDADE
Item não agrupado	1	Clipping comentado	Serviço mensal	12
Item não agrupado	2	Auditoria de imagem	Unidade	2
Item não agrupado	3	Mailing	Serviço mensal	12
Item não agrupado	4	Produção fotográfica	Serviço mensal	12
Grupo 1	5	Diagnóstico situacional	Unidade	1
Grupo 1	6	Plano Estratégico de Comunicação	Plano	2
Grupo 1	7	Projeto específico de Comunicação Social	Projeto	4
Grupo 2	8	Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação	Atendimento	1200
Grupo 2	9	Reportagem em vídeo (vídeo release)	Vídeo	80
Grupo 2	10	Áudio-release	Áudio	80
Grupo 2	11	Elaboração de texto em língua portuguesa	Lauda	400
Grupo 2	12	Entrevista Coletiva – Organização e realização	Unidade	10
Grupo 3	13	Conteúdo Multimídia para relacionamento em ambientes digitais	Post	1000
Grupo 3	14	Monitoramento de redes sociais	Serviço mensal	12

Considerações:

A estimativa leva em consideração as demandas do ano anterior, no entanto diante de um cenário de pandemia, a ASCOM tornou ainda mais ampla a pesquisa e traz os números de demandas de mais dois anos anteriores, 2018 e 2019 e deste ano de 2021.

A série histórica agora é composta por 4 anos de trabalhos realizados pela assessoria. Isso para demonstrar que os números são crescentes anos a ano, com exceção de 2020, pelo fator superveniente da pandemia do covid-19.

Deve -se levar em consideração que de 2018 para cá houve um fortalecimento nos canais digitais da ANTT, em razão da evolução tecnológica e da aceleração destes meios de comunicação trazidos pelo avanço da tecnologia e do acesso à internet da população brasileira.

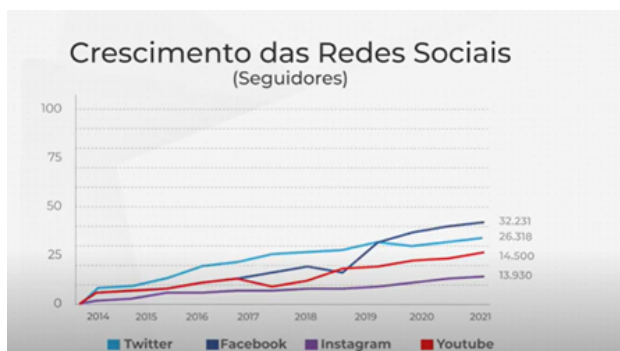
A pandemia também foi responsável pelo salto dado em 2021. Tivemos maior atuação nas redes sociais, mais utilização do canal ANTT no Youtube para transmissões de eventos em geral, implementação do TEAMS como ferramenta de reuniões virtuais e realização de audiências públicas e eventos de participação social; vídeos e tutoriais; revista Anttenado digital; reestruturação do portal e da Intranet para garantir informações aos servidores e sociedade, entre outras frentes de comunicação na área digital.

Esses fatores associados as evidências trazidas pelos números da série histórica justificam a demanda da contratação de serviços de apoio e assessoramento em comunicação, já que a ANTT não conta com profissionais de formação específica em comunicação digital e equipe insuficiente para absorver esse crescimento ao longo dos últimos anos.

Cabe destacar que a contratação não tem como objetivo abranger toda a demanda da assessoria de comunicação, que já conta com alguns servidores de carreira com formação de comunicação, mas a demanda atual se mostra incompatível com a quantidade de pessoas especializadas que atuam na área, assim como o grande volume de demandas criadas em 2021 com o realinhamento solicitado pelo diretor geral da Agência, para cobertura integral da agenda do diretor geral.

Atualmente a equipe conta com 5 servidores efetivos da área de comunicação, 3 comissionados e duas pessoas terceirizadas no contrato de portal (que não poderá ser renovado face a Instrução Normativa nº 31, de 23 de março de 2021, do Ministério da Economia, que veda contratação de suporte e manutenção de portais). Há demandas represadas que não estão sendo atendidas diante da incompatibilidade da equipe com o volume de trabalho que se apresenta. Esse fato ocorre desde 2018, e ano a ano a ASCOM vem tentando a contratação de uma agência de comunicação para apoio e assessoramento na área de comunicação social.

Como referência temos o número de acessos no portal da Agência. Em 2020 foram 411 mil acessos ao site, já em 2021 esses números saltaram para 736 mil usuários. Quanto as redes sociais, vemos abaixo na tabela os números crescendo ano a ano:



As demandas de imprensa tiveram uma leve queda no ano crítico da pandemia (2020), em razão da pauta jornalística estar voltada toda para a questão sanitária e pelo fato da transição de muitas pessoas para o home office. Os números de 2021 foram apurados até julho de 2021, portanto a tendência é que os números voltem aos patamares de 2017-2019. Neste segundo semestre já percebemos um aumento no volume de demandas em razão do gradual reestabelecimento das condições sanitárias. Seguem abaixo as demandas de imprensa ao longo dos anos:



Já quanto a produção de conteúdo externo e interno, tanto textual quanto Audível e Audiovisual, que pauta a imprensa e alimenta os meios de comunicação próprios da ANTT foi intensificado consideravelmente no ano de 2020 e 2021, em face a pandemia e um realinhamento de comunicação solicitado pelo diretor geral em exercício.

A ASCOM passou a cobrir, em 2021, integralmente a agenda do Diretor Geral, noticiando encontros, acompanhando viagens e relatando o dia a dia do trabalho do Diretor.

Esse fato ensejou o aumento do volume de produções mensais da coordenação de comunicação institucional, que passa a produzir conteúdo institucional da ANTT e da agenda do dia a dia do diretor-geral.

Segue abaixo o volume de conteúdo produzido ao longo dos anos. Cabe destacar o crescimento do uso das redes sociais para divulgação dos compromissos do diretor geral desde sua posse na Agência.

Isso se reflete no número de 2021, somada a tendência e fortalecimento da comunicação digital ao longo dos anos.

Cabe ressaltar que as produções de conteúdo interno e externo envolvem matérias para o portal, intranet, conteúdo audiovisual e de áudio (podcasts). Atualmente há o suporte para atualização do portal e intranet de dois profissionais de comunicação, no contrato de portal nº 036/2018, com a SEA tecnologia, que não poderá ser renovada em 2022, em detrimento da Instrução Normativa nº 31, de 23 de março de 2021, do Ministério da Economia, que veda a contratação de serviços de suporte e portais.

Portanto há necessidade de reposição e crescimento do suporte de comunicação, em face aos crescentes números de produções da ASCOM e do novo realinhamento dado pelo diretor geral da Agência.

	2018	2019	2020	2021
Produção de conteúdo interno e Externo	323	331	496	611
Matérias em redes sociais	212	613	1489	1454 (até 08/12)
Total	535	944	1985	2065

Quanto a produção de campanhas publicitárias, a ASCOM realiza as campanhas institucionais e temáticas de todas as áreas da ANTT e da Diretoria. No quadro abaixo temos a quantidade de campanhas realizadas pela ASCOM nos últimos 3 anos:

	2018	2019	2020	2021
Campanhas de publicidade e projetos gráficos	102	129	69	135 (até 08/12)

É possível perceber o mesmo movimento crescente para as campanhas de publicidade e produções gráficas. Isso em detrimento ao crescimento da ANTT e dos inúmeros projetos na área de infraestrutura nos últimos anos, intensificados pelos programas do governo na área de transportes terrestres. No ano de 2020, houve uma queda gerada pelo início da pandemia no país, que afetou o andamento dos projetos da Agência como um todo.

8. ESTIMATIVA DO VALOR DA CONTRATAÇÃO

Valor global: R\$ 1.931.459,10 (hum milhão, novecentos e trinta e um mil, quatrocentos e cinquenta e nove reais e dez centavos).

8.1 De acordo com a IN SEGES/ME nº 73/2020, a pesquisa de preços deverá ser realizada mediante a utilização dos seguintes parâmetros:

- I - Paineis de Preços, disponível no endereço eletrônico gov.br/paineldepregos, desde que as cotações refiram-se a aquisições ou contratações firmadas no período de até 1 (um) ano anterior à data de divulgação do instrumento convocatório;
- II - aquisições e contratações similares de outros entes públicos, firmadas no período de até 1 (um) ano anterior à data de divulgação do instrumento convocatório;
- III - dados de pesquisa publicada em mídia especializada, de sítios eletrônicos especializados ou de domínio amplo, desde que atualizados no momento da pesquisa e compreendidos no intervalo de até 6 (seis) meses de antecedência da data de divulgação do instrumento convocatório, contendo a data e hora de acesso; ou
- IV - pesquisa direta com fornecedores, mediante solicitação formal de cotação, desde que os orçamentos considerados estejam compreendidos no intervalo de até 6 (seis) meses de antecedência da data de divulgação do instrumento convocatório.

8.2 Desta forma, a fim de subsidiar a pesquisa de preços da presente licitação foram considerados os valores das contratações de 9 (nove) pesquisas de preços, obtidas por meio do sistema "Painel de Preços" do Governo Federal, disponível no endereço eletrônico gov.br/paineldepregos, conforme discriminado na tabela abaixo:

ÓRGÃO	OBJETO
Ministério da Justiça UASG: 200005 Pregão Eletrônico nº 18/2018	Contratação de empresa especializada na prestação de serviços auxiliares, acessórios e instrumentais às atividades de assessoria de imprensa, planejamento de comunicação e relações públicas, envolvendo os serviços de clipping, auditoria de imagem, media training, fotografia, atendimento à imprensa, produção de conteúdo escrito e audiovisual, ações de relacionamento em ambientes digitais, planejamento e realização de entrevistas coletivas, para suprir as necessidades do Ministério da Justiça - MJ, conforme condições estabelecidas neste Edital e seus anexos.
Ministério da Educação UASG: 150002 Pregão Eletrônico nº 18/2020	Contratação de Empresa especializada na prestação de serviços auxiliares, acessórios e instrumentais às atividades de assessoria de comunicação, envolvendo os serviços de apoio ao atendimento à imprensa, fotografia, , produção de conteúdo jornalístico e audiovisual e monitoramento e análise das redes sociais e outras mídias digitais, em âmbito nacional, de acordo com os produtos e especificações previstos, para atendimento às necessidades do MEC.
Ministério da Justiça UASG: 185580 Pregão Eletrônico nº 16/2021	Contratação de empresa especializada na prestação de serviços auxiliares, acessórios e instrumentais às atividades de comunicação social nas áreas de assessoria de imprensa, mídias sociais e comunicação institucional para suprir as necessidades do Ministério da Justiça e Segurança Pública-MJSP.
Ministério da Saúde UASG: 250110 Pregão Eletrônico nº 20/2021	Contratação de serviços de comunicação corporativa para o Ministério da Saúde, sediado em Brasília - DF, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus anexos.
Ministério do Desenvolvimento Regional UASG: 530009 Pregão Eletrônico nº 01/2021	Contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação corporativa.
Procuradoria-Geral do Distrito Federal UASG: 926121 Pregão Eletrônico nº 04/2021	Contratação de serviços de clipping para monitoramento de publicações de interesse desta Procuradoria Geral do Distrito Federal, em veículos de mídia impressa, eletrônica e digital, de acordo com as especificações e condições descritas no Termo de Referência que integra o anexo I deste edital.
Câmara Legislativa do Distrito Federal UASG: 974004	Contratação de empresa especializada para prestação de serviços de clipping de TV e de Rádio, compreendendo a captação, a seleção, a compilação em banco de dados, a organização, a avaliação e a remessa de matérias à Câmara Legislativa do Distrito Federal, conforme condições, especificações e quantidades constantes no Termo de Referência – Anexo I deste Edital.

Pregão Eletrônico nº 42/2021	
Agência Nacional de Aviação Civil UASG: 113214 Pregão Eletrônico nº 35/2019	Contratação de serviços de apoio de Comunicação Corporativa à ANAC, conforme condições, quantidades e exigências estabelecidas neste Edital e seus anexos.
Prefeitura Municipal de Luís Eduardo Magalhães - BA Pregão Eletrônico nº 32/2021	Contratação de empresa especializada na prestação de serviços auxiliares, acessórios e instrumentais às atividades de assessoria de imprensa, planejamento de comunicação e relações públicas, envolvendo os serviços de clipping, auditoria de imagem, fotografia, atendimento à imprensa, produção de conteúdo escrito e audiovisual, ações de relacionamento em ambientes digitais, planejamento e realização de entrevistas coletivas, para suprir as necessidades da Prefeitura Municipal de Luís Eduardo Magalhães, de acordo com as especificações constantes no ANEXO - I, deste edital.

8.3 Para a formação do valor total estimado para a aquisição, constantes no Mapa Comparativo de Preços, foi considerada a média de preços por item, respeitando o que dispõe o § 2º, do art. 2º, da Instrução Normativa nº07 de 29 de agosto de 2014, que assim prevê: “No âmbito de cada parâmetro, o resultado da pesquisa de preços será a média ou o menor dos preços obtidos”.

8.4 A Equipe de Contratações considerou que os valores refletem o valor de mercado e, para melhor adequação dos preços finais, foram desconsiderados os preços inexequíveis ou excessivamente elevados (art. 6º, caput, §§ 2º e 3º, da IN nº 73/2020), sendo o valor compatível com a totalidade orçamentária aprovada pelos PAC 2021.

8.4 Desta forma, a estimativa dos serviços é de R\$1.931.459,10 (hum milhão, novecentos e trinta e um mil, quatrocentos e cinquenta e nove reais e dez centavos), conforme valores apresentados na tabela abaixo:

GRUPO	ITEM	DESCRIÇÃO	UNIDADE DE MEDIDA	QUANTIDADE	VALOR TOTAL DE REFERÊNCIA
Não agrupado	1	Clipping comentado	Serviço mensal	12	R\$ 45.363,90
Não agrupado	2	Auditoria de imagem	Unidade	2	R\$ 54.298,95
Não agrupado	3	Mailing	Serviço mensal	12	R\$ 5.760,00
Não agrupado	4	Produção fotográfica	Serviço mensal	12	R\$ 44.600,04
Grupo 1	5	Diagnóstico situacional	Unidade	1	R\$ 34.897,77
	6	Plano Estratégico de Comunicação	Plano	2	R\$ 107.040,45
	7	Projeto específico de Comunicação Social	Projeto	4	R\$ 46.088,89
Grupo 2	8	Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação	Atendimento	1200	R\$ 742.998,00
	9	Reportagem em vídeo (vídeo release)	Vídeo	80	R\$ 289.504,00
	10	Áudio-release	Áudio	80	R\$ 47.181,60
	11	Elaboração de texto em língua portuguesa	Lauda	400	R\$ 203.789,00
	12	Entrevista Coletiva – Organização e realização	Unidade	10	R\$ 91.513,15
Grupo 3	13	Conteúdo Multimídia para relacionamento em ambientes digitais	Post	1000	R\$ 172.056,67
	14	Monitoramento de redes sociais	Serviço mensal	12	R\$ 46.399,68
TOTAL DO VALOR DE REFERÊNCIA					R\$ 1.931.459,10

9. JUSTIFICATIVA PARA O PARCELAMENTO OU NÃO DA SOLUÇÃO

9.1 Nos termos do item 3.8 do Anexo III da IN SEGE/MPDG nº 5/2017 o parcelamento do objeto é a regra nas contratações da administração, tal medida permite maior número de participantes para determinados itens ou conjunto de itens, na medida em que as empresas de diferentes portes e com objetos sociais específicos podem participar dos itens que se adequem a sua estrutura e campo de atuação. Outra vantagem do parcelamento é a possibilidade da

obtenção da proposta mais vantajosa, uma vez que ao separar os serviços em itens ou lotes maximiza-se a oportunidade das empresas ofertarem preços para determinados serviços que compõem seu portfólio usual.

9.2 Nessa linha, visando realizar o parcelamento para melhor aproveitamento do mercado, foram isolados os itens , mailing, clipping, auditoria de imagem e produção fotográfica, uma vez que restou caracterizada, na pesquisa junto ao Painel de Preços, que estes serviços em geral são contratados de forma individualizada havendo significativo número de empresas fornecedoras, inclusive empresas especializadas na entrega destes serviços. Dessa forma, as licitantes que podem fornecer somente estes itens poderão competir nestes itens em igualdade de condições com àquelas empresas que possuem portfólio mais variado. Verifica-se ainda que a existência prévia de contratações isoladas destes itens apontam para o interesse do mercado em participar, minimizando o risco destes itens restarem desertos.

9.3 Visando ainda adequar-se ao mercado sem que haja risco de perda da competitividade e da economia de escala, foram formados três grupos, os quais guardam correlação metodologia e técnica em sua produção. No grupo 1, foram agregados três itens, tratam-se de produtos relacionados à área de planejamento de comunicação social, envolvendo o diagnóstico situacional, a instrumentalização do plano de comunicação e a produção de projetos específicos. No grupo 2 foram agrupados os itens que perfazem as técnicas e ferramentas de assessoria de imprensa, com cinco produtos que operacionalizam, auxiliam e instrumentalizam a formação de relações junto à mídia. No grupo 3, foram inseridos os itens relacionados às mídias digitais, com a previsão de dois produtos que permitem a produção de conteúdo digital e o monitoramento das redes sociais de interesse da ANTT. De forma que o o parcelamento do objeto da presente licitação restou assim configurado:

GRUPO	ITEM	DESCRIÇÃO	UNIDADE DE MEDIDA	QUANTIDADE
Não agrupado	1	Clipping comentado	Serviço mensal	12
Não agrupado	2	Auditoria de imagem	Unidade	2
Não agrupado	3	Mailing	Serviço mensal	12
Não agrupado	4	Produção fotográfica	Serviço mensal	12
Grupo 1	5	Diagnóstico situacional	Unidade	1
	6	Plano Estratégico de Comunicação	Plano	2
	7	Projeto específico de Comunicação Social	Projeto	4
Grupo 2	8	Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação	Atendimento	1200
	9	Reportagem em vídeo (vídeo release)	Vídeo	80
	10	Áudio-release	Áudio	80
	11	Elaboração de texto em língua portuguesa	Lauda	400
	12	Entrevista Coletiva – Organização e realização	Unidade	10
Grupo 3	13	Conteúdo Multimídia para relacionamento em ambientes digitais	Post	1000
	14	Monitoramento de redes sociais	Serviço mensal	12

9.4 Nessa linha, observamos que os produtos acima listados podem ser contratados de forma parcelada, sem prejuízo para sua execução. A uma, por que, conforme já explicitado, para a dinâmica de execução e estrutura das atividades de comunicação social, tais produtos não detêm natureza intelectual, tratando-se de atividades acessórias cuja coesão entre si é alcançada por meio dos direcionamentos e coordenação conferidos pela administração a qual detém a visão relativa ao todo das atividades de comunicação; a duas, por que os produtos selecionados não configuram uma solução única e indivisível, ao contrário, cada atividade possui metodologia própria, produtos definidos e resultados mensuráveis inclusive considerando-se os diferentes meios e veículos de comunicação e os diversos instrumentos e ferramentas disponíveis. Observe-se, por exemplo, as atividades visando subsidiar e instrumentalizar o planejamento de comunicação, embora as demais atividades a serem contratadas devem eventualmente contribuir para o alcance do plano a ser produzido, toda o levantamento situacional a ser feito independe da técnica adotada para a produção de releases ou para a distribuição de notícias (mailing), na outra via, embora a produção de textos deva observar as mensagens chaves e outras estratégias possivelmente inseridas no plano de comunicação, bem como outros direcionamentos a serem dados pela contratante, a produção de textos para atendimento de demandas da imprensa, uma vez em conformidade com a linha editorial estabelecida, poderá ser feita pela contratada desde que esta tenha o domínio das técnicas de produção de textos jornalísticos, sendo desnecessário que esta mesma empresa possua expertise no monitoramento de redes sociais ou na atualização de contatos de jornalistas. Assim, verifica-se como solução mais eficiente para a ANTT o parcelamento do objeto.

10. CONTRATAÇÕES CORRELATAS E/OU INTERDEPENDENTES

10.1 Encontra-se vigente, no âmbito da ANTT, o Contrato nº 001/2018, cujo objeto é a contratação de serviços de clipping impresso, na forma eletrônica, de jornais, revistas e de mídia online de matérias jornalísticas relativas às áreas de transporte, infraestrutura, economia, política e outras matérias relacionadas com a Agência Nacional de Transportes Terrestres - ANTT, cujo prazo de vigência é até 23/01/2022.

10.1.1 Portanto, como o objetivo da presente contratação é minimizar os gastos públicos e otimizar a prestação de serviços de comunicação social da ANTT, após a pesquisa de mercado, análise de viabilidade e de custos, percebeu-se que a contratação da Agência do Comunicação, em consonância ao proposto esse processo, trará maiores benefícios a Administração Pública, incluindo a redução de gastos ao erário. Desta forma, o contrato nº 001/2018 vigente na ANTT e que possui objeto similar à contratação será encerrado e/ou não renovado após a assinatura do referido contrato objeto desse processo.

11. ALINHAMENTO ENTRE A CONTRATAÇÃO E O PLANEJAMENTO

11.1 As contratações públicas são consideradas como instrumentos relevantes para a realização das políticas públicas. Nesse sentido, o alinhamento com o planejamento estratégico do órgão é vital para o alcance de resultados efetivos da organização quanto para a entrega de resultados à sociedade. Essa visão consagra a comunicação social como um aliado da organização, uma vez que não há como cingir o alcance da missão institucional, a implementação de políticas públicas, o acesso à informação e a prestação de contas à sociedade sem uma comunicação adequada e estruturada.

11.2 Sendo assim, a contratação encontra amparo no Plano Estratégico Institucional da ANTT, no âmbito do Objetivo Estratégico nº 11 - Ampliar interação com o mercado regulado, usuários e demais partes interessadas, cuja iniciativa estratégica é a Implementação da Política de Comunicação da ANTT.

11.3 Ainda, a contratação encontra-se está prevista e aprovada no item 3.1 do Anexo do Plano Anual de Contratações - PAC 2021.

12. BENEFÍCIOS A SEREM ALCANÇADOS COM A CONTRATAÇÃO

12.1 Tendo como pressuposto que os produtos e serviços a serem contratados por meio deste processo servirão de apoio às competências regimentais da Assessoria de Comunicação Social voltadas às estratégias de comunicação da ANTT, pretende-se alcançar benefícios diretos e indiretos com a contratação, como por exemplo:

- Busca de qualidade e melhores custos para a realização de atividades acessórias de comunicação;
- Uniformização de procedimentos para realização de atendimentos aos públicos da contratante;
- Eficiência e especialização das atividades decisórias e estratégicas de comunicação;
- Melhoria contínua na abordagem e na sistematização da comunicação social, com vistas ao alcance de maior eficiência e eficácia;
- Promoção do suporte logístico e operacional necessário para a realização das ações de comunicação, sem necessidade de contratação individualizada para cada situação que necessite este suporte.
- Redução de custos nas atividades específicas instrumentais de comunicação quando realizadas por empresas terceirizadas em detrimento do mesmo tipo de atividade ser realizado por equipe do próprio quadro de servidores.
- Aperfeiçoamento dos espaços comunicativos de modo a possibilitar à Agência uma maior transparência de suas decisões e regulamentações, bem como uma maior interação com a sociedade;
- Comunicação mais completa e efetiva, propiciando uma apresentação institucional da Agência mais expressiva perante seus públicos de interesse;
- Maior transparência acerca da atuação da Agência;

13. PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS

13.1. Em atenção ao art. 24, inciso X, da Instrução Normativa nº 05, destacamos que a contratante já possui a estrutura necessária para recebimento e implementação das atividades relacionadas ao escopo da licitação pretendida, não existindo necessidade de adotar providências prévias à contratação em análise.

14. POSSÍVEIS IMPACTOS AMBIENTAIS

14.1 Os serviços deverão respeitar as normas e os princípios ambientais, minimizando ou mitigando os efeitos dos danos ao meio ambiente, atendendo aos critérios de sustentabilidade assim como os descritos abaixo, quando possível:

14.1.1 Os materiais e peças empregados de forma a priorizar a redução de impacto ambiental.

14.1.2 Utilizar, quando disponíveis no mercado, materiais que sejam reciclados, reutilizados e biodegradáveis.

14.1.3 Priorizar o emprego de mão-de-obra, materiais, tecnologias e matérias-primas de origem local para execução e operação do objeto.

14.1.4 Utilizar obrigatoriamente agregados reciclados, sempre que existir a oferta de agregados reciclados, capacidade de suprimento e custo inferior em relação aos agregados naturais.

14.1.5 Utilizar materiais e bens que não contenham substâncias perigosas em concentração acima da recomendada na diretiva RoHS (Restriction of Certain Hazardous Substances), tais como mercúrio (Hg), chumbo (Pb), cromo hexavalente (Cr(VI)), cádmio (Cd), bifenilpolibromados (PBBs), éteres difenilpolibromados (PBDEs). A Administração reserva-se o direito de exigir tal comprovação que poderá feita mediante apresentação de certificação emitida por instituição pública oficial ou instituição credenciada, ou por qualquer outro meio de prova que ateste que o bem fornecido cumpre com as exigências do edital.

14.1.6 Respeitar as Normas Brasileiras – NBR publicadas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas sobre resíduos sólidos.

14.2 A comprovação do disposto acima poderá ser feita mediante apresentação de declaração das empresas, assinalando que cumpre os critérios ambientais exigidos. A Contratante poderá realizar diligências para verificar a adequação quanto às exigências.

14.3 A contratada deverá conduzir suas ações em conformidade com os requisitos legais e regulamentos aplicáveis, observando também a legislação ambiental para a prevenção de adversidades ao meio ambiente e à saúde dos trabalhadores e envolvidos na prestação dos serviços;

14.4 É dever da contratada observar entre outras: o menor impacto sobre recursos naturais como flora, fauna, ar, solo e água; preferência para materiais, tecnologias e matérias-primas de origem local; maior eficiência na utilização de recursos naturais como água e energia; maior geração de empregos, preferencialmente com mão de obra local; maior vida útil e menor custo de manutenção do bem e da obra; uso de inovações que reduzam a pressão sobre recursos naturais; e origem ambientalmente regular dos recursos naturais utilizados nos bens, serviços e obras.

14.5 A contratada não poderão ter em seu quadro de pessoal empregado(s) menor(es) de 18 (dezoito) anos em trabalho noturno, perigoso ou insalubre, e de 16 (dezesseis) anos em qualquer trabalho, salvo na condição de aprendiz, a partir de 14 (quatorze) anos, nos termos do inciso XXXIII, do art. 7º, da Constituição Federal de 1988.

14.6 no que couber, as regras e diretrizes No mais, os serviços contratados deverão observar, da Instrução Normativa SLTI/MP nº1/2010, que dispõe sobre os critérios de sustentabilidade ambiental na contratação de serviços pela Administração Pública Federal.

15. DECLARAÇÃO DE VIABILIDADE

Esta equipe de planejamento declara viável esta contratação.

15.1. Justificativa da Viabilidade

O presente estudo técnico preliminar foi elaborado em harmonia com a Instrução Normativa nº 5/2017 – Secretaria de Gestão do Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão, bem como em conformidade com os requisitos técnicos necessários ao cumprimento das necessidades e objeto da aquisição.

16. RESPONSÁVEIS

LUÍS ALBERTO DE AQUINO AGRA
Chefe da Assessoria de Comunicação

ANEXO I-B

INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO DE RESULTADO (IMR)

- 1. **Definição:** INSTRUMENTO DE MEDIÇÃO DE RESULTADO – documento anexo ao contrato que define, em bases compreensíveis, tangíveis, objetivamente observáveis e comprováveis os níveis esperados de qualidade da prestação do serviço e respectivas adequações de pagamento;
- 2. **Objetivo a atingir:** obtenção da melhor execução do objeto, mediante a definição de indicadores de acompanhamento de qualidade dos serviços prestados durante a vigência do contrato.
- 3. **Forma de avaliação:** definição das situações, indicadores (Tabela 2) que caracterizem o não atendimento do objetivo e atribuição de grau de correspondência (Tabela 1), de 1 a 3, de acordo com os indicativos de metas a cumprir, compreendendo glosas, que podem ser cumulativas, de 0,1% a 0,5% do valor da fatura referente ao serviço executado.
- 4. **Apuração:** o registro de ocorrências será apurado a cada execução de evento, aplicando-se a respectiva pontuação por meio da qual caberá ao representante da unidade formalizar à Gerência de Licitações e Contratos relatório detalhados da execução do evento quando do atesto da nota fiscal.
- 5. **Sanções:** Quando o percentual de glosas for superior a 10% (dez por cento) sobre o valor da nota fiscal do evento e quando as infrações ultrapassarem os limites descritos na tabela 2, caracterizar-se-á inexecução parcial, o que implicará na abertura de procedimento de aplicação das penalidades previstas no contrato.

TABELA 1

Grau de Relevância	Correspondência
1	Glosa de 0,1 % sobre o valor da Ordem de Serviço ou valor mensal
2	Glosa de 0,3 % sobre o valor da Ordem de Serviço ou valor mensal
3	Glosa de 0,5 % sobre o valor da Ordem de Serviço ou valor mensal

TABELA 2

Grupo	Item	Descrição	Infração	Grau
-------	------	-----------	----------	------

Item não agrupado	1	Clipping comentado	atraso superior à 1 hora na entrega dos boletins (por boletim)	3
			ausência de 1 veículo (por tipo de veículo) nos boletins (por boletim)	3
			ausência de matéria nos boletins (por boletim)	3
Item não agrupado	2	Auditoria de imagem	atraso de 1 dia na entrega do produto, por dia de atraso, até o limite de 10 dias	3
			ausência de até 1 parâmetro listado nos subitens do item 6.2 do Termo de Referência	3
Item não agrupado	3	Mailing	indisponibilidade do serviço por até 30 minutos	1
			indisponibilidade do serviço por até 1 hora	2
			indisponibilidade do serviço por até 2 horas	3
			até 3 cadastros desatualizados	3
Item não agrupado	4	Produção fotográfica	entrega de material em prazo superior à 1 hora após o encerramento do evento (por hora de atraso, até o limite de 5h)	2
Grupo 1	5	Diagnóstico situacional	atraso de 1 dia na entrega do produto (por dia de atraso, até o limite de 5 dias)	2
	6	Plano Estratégico de Comunicação	atraso de 1 dia na entrega do produto (por dia de atraso, até o limite de 5 dias)	2
	7	Projeto específico de Comunicação Social	atraso de 1 dia na entrega do produto	3
Grupo 2	8	Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação	atendimento ou consulta com 5 minutos de atraso (a cada 5 minutos, até o limite de 30 minutos)	3
			alocação de profissional não qualificado para a prestação de serviço (por profissional e por dia de permanência)	3
	9	Reportagem em vídeo (vídeo release)	entrega de material em prazo superior ao previsto (por hora de atraso, até o limite de 10h)	2
	10	Áudio-release	entrega de material em prazo superior ao previsto (por hora de atraso, até o limite de 6h)	2
	11	Elaboração de texto em língua portuguesa	entrega do produto com erros de português, (por ocorrência)	1
	12	Entrevista Coletiva – Organização e realização	realização das etapas em prazo superior ao previsto (por hora de atraso, até o limite de 2h)	3
Grupo 3	13	Conteúdo Multimídia para relacionamento em ambientes digitais	entrega de material em prazo superior ao previsto (por hora de atraso, até o limite de 3h)	2
	14	Monitoramento de redes sociais	indisponibilidade do serviço por até 30 minutos	3

6. Os valores apurados em decorrência de descumprimento dos itens indicados no IMR serão objeto de glosa na nota fiscal da empresa.

7. Nos casos de inviabilidade de glosa, o recolhimento da importância deverá ocorrer mediante pagamento de Guia de Recolhimento da União no prazo máximo de 05 (cinco) dias úteis, contados a partir da emissão da GRU.

ANEXO I-C

TERMO DE CONFIDENCIALIDADE

Nos termos do Decreto n.º 7.845, de 14 de novembro de 2012, e da legislação em vigor, declaro ter ciência inequívoca da legislação sobre o tratamento de informação classificada cuja divulgação possa causar risco ou dano à segurança da sociedade ou do Estado, bem como sobre proteção da informação sigilosa e da informação pessoal, observada a sua disponibilidade, autenticidade, integridade e eventual restrição de acesso, e me comprometo a guardar o sigilo necessário, nos termos da Lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, e a:

1. tratar as informações classificadas em qualquer grau de sigilo ou os materiais de acesso restrito que me forem fornecidos pela Agência Nacional de Transportes Terrestres e preservar o seu sigilo, de acordo com a legislação vigente;
2. preservar o conteúdo das informações classificadas em qualquer grau de sigilo, ou dos materiais de acesso restrito, sem divulgá-lo a terceiros;
3. não praticar quaisquer atos que possam afetar o sigilo ou a integridade das informações classificadas em qualquer grau de sigilo, ou dos materiais de acesso restrito; e
4. não copiar ou reproduzir, por qualquer meio ou modo: (i) informações classificadas em qualquer grau de sigilo; (ii) informações relativas aos materiais de acesso restrito da Agência Nacional de Transportes Terrestres, salvo autorização da autoridade competente.

Nos termos do Decreto nº 7.845, de 14 de novembro de 2012, e da legislação em vigor, comprometo-me a manter em sigilo os dados, as informações, os documentos e os materiais sigilosos que, direta ou indiretamente, tiver acesso ou conhecimento.

Brasília/DF, _____ de _____ de _____ .

Assinatura

Nome: _____
Empresa: _____
Cargo ou função: _____
Documento de identidade n.º _____ Órgão emissor: _____
CPF: _____ Matrícula: _____

ANEXO I-D

MODELO DE PROPOSTA COMERCIAL (EM PAPEL TIMBRADO DA EMPRESA)

À

AGENCIA NACIONAL DE TRANSPORTES TERRESTRES

Referência: PREGÃO nº xxx/2021 - ITEM/GRUPO N° _____ (indicar o(s) número(s) do item/grupo).

Proposta que faz a empresa _____, inscrita no CNPJ n.º _____ e inscrição estadual n.º _____, estabelecida no(a) _____, para o fornecimento descrito(a)(s) na tabela a seguir, de acordo com todas as especificações e condições do Instrumento Convocatório e seus Anexos.

UTILIZAR O MODELO DE PLANILHA DO ANEXO I-A DO TERMO DE REFERÊNCIA PARA A ELABORAÇÃO DA COMPOSIÇÃO DOS PREÇOS

1. Valor unitário: R\$ _____ (VALOR POR EXTENSO).
2. Valor total: R\$ _____ (VALOR POR EXTENSO).
3. Valor total do item/grupo: R\$ _____ (VALOR POR EXTENSO).
4. Esta proposta é válida por 180 (cento e oitenta) dias, a contar da data de sua apresentação.
5. Garantia na modalidade _____.
6. Informamos, por oportuno, que nos preços apresentados acima já estão computados todos os custos necessários decorrentes da prestação dos serviços objeto desta licitação, bem como já incluídos todos os impostos, encargos trabalhistas, previdenciários, fiscais, comerciais, taxas, fretes, seguros, deslocamentos de pessoal e quaisquer outros que incidam direta ou indiretamente.
7. Prazo de entrega.
8. Declaração de que cumprirá todos os prazos estabelecidos no Edital e seus Anexos.
9. Os dados da nossa empresa são:
 - a. Razão Social:
 - b. CNPJ (MF) nº:
 - c. Representante (s) legal (is) com poderes para assinar o contrato:
 - d. CPF: _____ RG: _____
 - e. Inscrição Estadual nº:
 - f. Endereço:
 - g. Fone: _____ Fax: _____ E-mail: _____
 - h. CEP:
 - i. Cidade: _____ Estado: _____
 - j. Banco: _____ Conta Corrente: _____ Agência: _____

k. Contato:

Fone/Ramal:

ANEXO I-E

MODELO DE ORDEM DE SERVIÇO

IDENTIFICAÇÃO DO PEDIDO	
Nº OS:	Unidade requisitante:
Data de emissão: / /	Serviço:
Contrato nº: XX/20XX	Processo nº:

IDENTIFICAÇÃO DA CONTRATADA		
Razão social:	CNPJ:	
Endereço:		
Telefone:	Fax:	E-mail:

DEFINIÇÃO/ESPECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS					
Nº	Serviço	Unidade de Medida	Quantidade	Valor Unitário R\$	Valor Global R\$
Total					

ESTIMATIVA DA QUANTIDADE DE HORAS DEMANDADAS/ REMUNERAÇÃO POR HORAS					
Nº	Serviço	Metodologia*	Quantidade de horas	Valor Unitário R\$	Valor Global R\$
Total					

CRITÉRIOS DE AVALIAÇÃO DOS SERVIÇOS	

DEMAIS DETALHAMENTOS			
LOCAL DE REALIZAÇÃO			
Nº do item	Quantidade	Endereço	Data a ser executado

RECURSOS FINANCEIROS
Os recursos financeiros necessários ao pagamento desta Ordem de serviço serão originários da classificação funcional programática abaixo especificada:

Unidade Orçamentária:	
Função Programática:	
Projeto de Atividade:	
Elemento de Despesa:	
Fonte de Recurso:	
Saldo Orçamentário:	

IDENTIFICAÇÃO DOS RESPONSÁVEIS	
Local, data	Local, data
Fiscal Técnico	Gestor do Contrato

ANEXO II

PLANILHA DE PREÇOS

GRUPO	ITEM	DESCRIÇÃO / ESPECIFICAÇÃO	UNIDADE DE MEDIDA	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Item não agrupado	1	Clipping comentado	Serviço mensal	12		
Item não agrupado	2	Auditoria de imagem	Unidade	2		
Item não agrupado	3	Mailing	Serviço mensal	12		
Item não agrupado	4	Produção fotográfica	Serviço mensal	12		
Grupo 1	5	Diagnóstico situacional	Unidade	1		
Grupo 1	6	Plano Estratégico de Comunicação	Plano	2		
Grupo 1	7	Projeto específico de Comunicação Social	Projeto	4		
Grupo 2	8	Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação	Atendimento	1200		
Grupo 2	9	Reportagem em vídeo (vídeo release)	Vídeo	80		
Grupo 2	10	Áudio-release	Áudio	80		
Grupo 2	11	Elaboração de texto em língua portuguesa	Lauda	400		
Grupo 2	12	Entrevista Coletiva – Organização e realização	Unidade	10		
Grupo 3	13	Conteúdo Multimídia para relacionamento em ambientes digitais	Post	1000		
Grupo 3	14	Monitoramento de redes sociais	Serviço mensal	12		
VALOR TOTAL						



Documento assinado eletronicamente por **LUIS ALBERTO AQUINO AGRA, Assessor(a) de Comunicação**, em 10/12/2021, às 12:08, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **LETICIA ARAUJO SILVA VENSON, TÉCNICO EM REGULAÇÃO**, em 10/12/2021, às 12:31, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **ANDERSON LESSA LUCAS, Chefe de Gabinete**, em 10/12/2021, às 17:56, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.antt.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **9116163** e o código CRC **5E84A49A**.