



GOVERNO DO DISTRITO FEDERAL
COMPANHIA DE PLANEJAMENTO DO DISTRITO FEDERAL

Presidência
Assessoria de Comunicação

Projeto Básico - CODEPLAN/PRESI/ASCOM

PROJETO BÁSICO

CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PRESTADORA DE SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA

1. OBJETO

1.1 O objeto do presente projeto é a contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação corporativa, referentes à:

1. Prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação corporativa da Companhia de Planejamento do Distrito Federal - CODEPLAN, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional;
2. Criação e execução técnica de ações e/ou materiais de comunicação corporativa e de conteúdos multimídia, no âmbito do contrato.
3. Criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação corporativa, destinadas a expandir os efeitos da atuação da Companhia de Planejamento do Distrito Federal - CODEPLAN junto à imprensa e demais públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias.

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

1.1.2 O planejamento previsto na alínea 'a' do subitem 1.1 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações de comunicação corporativa para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e deve prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.2 Será contratada 1 (uma) empresa prestadora de serviços de comunicação corporativa.

2. REGIME DE EXECUÇÃO, MODALIDADE E TIPO DE CONTRATAÇÃO

2.1 Os produtos e serviços constantes deste projeto serão executados e entregues continuamente, sob regime de empreitada por preço unitário mediante demanda, na forma de execução indireta, sob a égide da Instrução Normativa SECOM/SG/PR nº 04/2018, que disciplina as licitações e os contratos de serviços de comunicação corporativa dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal e Resolução n. 071/2018 – Conselho de Administração – Regulamento de Licitações e Contratos/CODEPLAN de 30 de julho de 2018

2.2. Tendo em vista a especificidade dos serviços, de natureza predominantemente intelectual, os valores auferidos na pesquisa de preços e visando a contratação de serviços com a qualidade almejada, sugerimos a realização de procedimento licitatório na modalidade de concorrência tipo melhor técnica.

3. JUSTIFICATIVAS

A Assessoria de Comunicação Social da CODEPLAN possui entre suas atribuições o acompanhamento e divulgação de todo o noticiário de interesse da Companhia, entrevistas e demais atividades da Diretoria e Conselhos, além de prestar assessoria ao Presidente, quando no exercício de suas atribuições na mesma. Muito além da relação com a imprensa e da produção de conteúdo para comunicação interna e para redes sociais, esta assessoria é ainda responsável pelas publicações da empresa nas atividades de revisão, editoração e diagramação. Atualmente também é esta assessoria responsável pelo contrato com o Diário Oficial do Distrito Federal.

O Regimento Interno da Codeplan, apresenta em seu 13º artigo as competências da Assessoria de Comunicação:

- I – assessorar a Presidência e as diretorias nos assuntos de comunicação social da Companhia;
- II – propor e acompanhar a política de comunicação da Companhia;
- III – executar e acompanhar as atividades de comunicação interna e de assessoria de imprensa;
- IV – providenciar a publicação de atos oficiais da Companhia;
- V – acompanhar as atividades de publicidade e propaganda;
- VI – propor, promover e divulgar eventos de interesse da Companhia;
- VII – organizar o cerimonial de solenidades e eventos;
- VIII – acompanhar e divulgar informações e temas de interesse da Companhia;
- IX – disseminar o conhecimento e as informações resultantes das pesquisas e estudos realizados pela CODEPLAN;
- X – produzir campanhas, folders, jornais e outros materiais de divulgação;
- XI – realizar programação visual, editorial e gráfica;
- XII – catalogar, manter e atualizar o acervo técnico, a memória bibliográfica e as matérias de interesse da Companhia;
- XIII – atender e orientar o público interessado no acervo da Companhia;
- XIV – distribuir ou fornecer os produtos da Companhia; e XV – executar as competências comuns previstas no artigo 62.

No que diz respeito à comunicação com a imprensa, a CODEPLAN possui um grande volume de informações que devem ser apuradas, tratadas e transmitidas à sociedade por meio da divulgação de boletins e outras publicações com dados sociais e demográficos. Dada à abrangência da atuação da CODEPLAN, o grande volume e a complexidade das informações que precisam ser sistematizadas e divulgadas para cada público de interesse específico (imprensa, Poder Público, entidades de classe, ONGS e população em geral, além de seu público interno), necessita-se de ações distintas de comunicação, a partir da contratação de uma empresa de assessoria de comunicação, especializada em comunicação social e de imprensa, para dar suporte às ações da Companhia e suas publicações.

A Companhia trabalha com uma Agenda Estratégica, que apresenta uma análise de cenário de oportunidades e riscos e os projetos estratégicos, a edição atual abrange os anos de 2020 a 2025. Mas, somente em 2021 estão previstas as execuções de 48 projetos estratégicos, por exemplo. A maioria dessas execuções tornam-se produtos e dados de interesse da sociedade e da imprensa.

Além disso, publicações periódicas fazem parte da rotina de produção desta empresa pública, e são fontes de dados oficiais para a imprensa local, destacando:

1. Pesquisa de Emprego e Desemprego (PED/DF)
2. Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios (PDAD/DF)
3. Pesquisa Metropolitana por Amostra de Domicílios (PMAD)
4. Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios Rural (PDAD Rural)
5. Pesquisa sobre a População em Situação de Rua – será realizada pela primeira vez pelo GDF.

Em relação à área social, a CODEPLAN tem publicado e elaborado estudos com recortes de gênero, classe, etário e racial – São 16 estudos sobre as condições de vida da população e as políticas sociais relativas ao Distrito Federal, à Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno (RIDE), à Área Metropolitana de Brasília (AMB) e a outras áreas de influência do território distrital, e apresentar análises sociodemográficas e/ou socioeconômicas de segmentos específicos da população a partir de dados disponíveis, priorizando a desagregação territorial e salientando heterogeneidades identificadas. Toda essa produção é também fonte para a imprensa e de interesse público. As temáticas abordadas nas políticas sociais são variadas, tais como:

1. Primeira Infância
2. Agenda LGBTQIA+
3. Gravidez na Adolescência
4. Infecções Sexualmente Transmissíveis no DF
5. Empregabilidade de Pessoas com Deficiência

A Ascom também produz e atende demandas compartilhadas com diversas secretarias do GDF, que muitas vezes solicitam a realização de pesquisas e produção de dados, tais como:

1. Estudo sobre perfil dos estudantes em escolas de gestão compartilhada;
2. Elaboração de Índice de Vulnerabilidade Social do DF;
3. Avaliação da percepção de moradores e comerciantes sobre a revitalização da W3 Sul;
4. Apresentação de análises semanais de dados da economia do DF, conforme demanda específica da Secretaria de Estado de Economia;
5. Cálculo da amostra para Projeto Setor Primavera;
6. Análises demográficas e socioeconômica das localidades do Arapoanga, Vale do Amanhecer e do SCIA/Estrutural;
7. Levantamento do perfil socioeconômico dos carroceiros do DF, entre outros.

A pauta econômica faz parte da rotina de atendimento de demandas e de apresentação de estudos e boletins dessa assessoria de comunicação, uma vez que a CODEPLAN, desenvolve as seguintes pesquisas:

1. Análise dos indicadores de atividade econômica, preços e mercado de trabalho do Distrito Federal;
2. Construção do PIB anual do DF, em parceria com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).
3. Boletim de Conjuntura Econômica – Estudo trimestral dos principais fatores conjunturais que afetaram a performance da economia do Distrito Federal ao longo dos trimestres e seu efeito sobre o desempenho da atividade econômica.
4. IDECON – Índice de Desempenho Econômico do DF - No Distrito Federal, a estimativa do PIB possui periodicidade anual e tem uma defasagem de dois anos entre o ano do PIB estimado e o resultado de sua estimativa. Dessa forma, faz-se necessário tentar antecipar os movimentos da economia distrital para desenvolver e aperfeiçoar as políticas públicas;
5. Boletim de Acompanhamento do IPCA e do INPC - Fazer o acompanhamento da evolução dos preços no Distrito Federal, destacando os fatores conjunturais que colaboraram para as variações mensais observadas e os itens que tiveram as maiores oscilações positivas e negativas.

Neste mesmo sentido, também são pautas rotineiras dados da área urbana e ambiental, em razão de pesquisas e estudos desenvolvidas na Companhia:

1. Mapa do emprego verde - realizar o mapeamento das empresas que atuam com infraestrutura verde, energias renováveis e demais negócios que atuam no desenvolvimento sustentável do DF;
2. Coleta seletiva no DF - SLU: realizada a pesquisa utilizando a Central de Atendimento ao Cidadão, construção de relatório metodológico e tratamento da base de dados. Resultado foi divulgado no primeiro semestre de 2021;
3. Observatório de Boas Práticas Urbanas e Ambientais - identificar e dar visibilidade às experiências exitosas, buscando construir um conhecimento que possibilite dar subsídio às políticas públicas que impactem positivamente na melhoria dos seguintes aspectos: planejamento territorial; regularização fundiária; déficit habitacional; mobilidade; infraestrutura; saneamento básico; conservação e qualidade ambiental; licenciamento ambiental; gestão da água e energia limpa.

Em 2020, diante da pandemia que assolou todo o planeta, a CODEPLAN passou a integrar o Comitê Covid-19, situado no gabinete do governador e coordenado pelo Secretário-Chefe da Casa Civil. Desde então tem publicado semanalmente o Boletim Covid 19, se tornando instrumento de acompanhamento local da epidemia e ferramenta essencial na tomada de decisões do Governo do Distrito Federal.

A CODEPLAN dedica-se continuamente em reforçar sua missão de pensar as questões voltadas ao Distrito Federal e área de influência, criando fóruns de debates e lançando publicações relacionadas ao tema, tais como a série *Texto para Discussão*, e promove anualmente o *Prêmio CODEPLAN*, em parceria com a Fibra, SESC e SENAI, que incentiva e premia estudos relacionados às suas temáticas de atuação. Em todos esses casos há atuação direta da Ascom.

Cada vez mais a Companhia reafirma sua posição de órgão de pesquisas e estatística, contribuindo para o planejamento integrado do Distrito Federal e sua região de influência, constituída por municípios que compõem a RIDE e a AMB – Área Metropolitana de Brasília. Tendo se tornado portanto fonte oficial de dados para a sociedade e para a imprensa, a Companhia é permanentemente citada em notícias e matérias locais, e tem potencial para ser fonte nacional no âmbito dos dados e informações sobre a capital do país, sendo um desafio pautar a imprensa nacional e tornar-se também fonte constante nesta esfera a fim de ampliar a sua atuação e otimizar a divulgação de seus dados seu público-alvo: gestores públicos, pesquisadores, parlamentares, sociedade civil organizada e população do Distrito Federal e de todo o país.

Contextualizada a atuação da Ascom, a CODEPLAN compreende que para a realização de todas essas atividades, fazem-se necessárias as tarefas de redação jornalística, documentação fotográfica, diagramação, clipagem e revisão textual, que são de fundamental importância e que podem ser atendidas por meio da prestação de serviço por empresa contratada, além de treinamento para porta-voz. Os textos, documentos, relatórios e atos da Companhia precisam passar pelo crivo de uma revisão profissional. A falta desse serviço já levou à necessidade de republicação de normativos.

Inobstante os serviços prestados pela empresa referida e o empenho de seus profissionais, e da equipe alocada pela CODEPLAN para a área de comunicação e a realização do trabalho, constata-se ser esse quantitativo insuficiente. Atualmente atua na equipe da Assessoria de Comunicação apenas uma jornalista, um publicitário, duas revisoras de texto, dois diagramadores, e uma técnica de administração, limitando a qualidade do atendimento à imprensa que passou a ser focado apenas nos veículos locais, o que promove a perda da disseminação das informações da capital do Brasil ao restante do país. Fatores que não se podem perder de vista referem-se à especificidade e qualidade do trabalho a ser realizado. O que se tem em foco é a contratação de serviços profissionais voltados para o jornalismo, fotojornalismo, revisão textual, diagramação, clipagem de todos os tipos de veículos de comunicação, identificação de influenciadores digitais, entre outros. O objetivo é informar, contextualizar, oferecer conhecimento, formar opinião e esclarecer, através da fotografia e redação de acontecimentos e da cobertura de assuntos de interesse da CODEPLAN, ampliando inclusive o alcance da imagem da Companhia além do local (DF) para o nacional.

Entre os serviços solicitados, destacam-se a produção de conteúdo fotojornalístico, entendendo que talvez o que marquem mais precisamente o caráter das produções jornalísticas de foto ou texto são o imediatismo e o inesperado, presentes no dia-a-dia e que não podem ser executados atualmente pela falta de profissional capacitado. A reportagem fotográfica ou a produção de texto jornalística não dispõe para a sua execução de um longo tempo de preparação e elaboração, daí a necessidade de um perfil adequado da empresa às tarefas inerentes a esse trabalho. Há certa urgência na produção e em seus resultados.

Assim, em meio aos vários tipos de fotos, textos e as suas classificações possíveis, este projeto se volta para o jornalismo institucional com divulgação no portal da CODEPLAN, nos grandes jornais nacionais diários, e procura o caráter informacional, sem abrir mão de pensar o significado desta produção em relação à notícia. Visando aprimorar, aperfeiçoar e, principalmente, assegurar a realização dos seus trabalhos, a Assessoria de Comunicação Social entende ser imprescindível a contratação de empresa especializada com profissionais devidamente capacitados, contribuindo para o desenvolvimento do exercício da cidadania, informando e educando o cidadão para o papel desempenhado pela Companhia e ainda, para alavancar mais de uma centena de ações entre programas, eventos, campanhas e produtos desenvolvidos.

4. CARACTERÍSTICAS DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

4.1 As demandas serão atendidas por meio da combinação dos produtos e serviços mais adequados para apoiar a Companhia de Planejamento do Distrito Federal - CODEPLAN na superação de seus desafios e alcance dos seus objetivos de comunicação, abrangendo:

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

4.2 Os Produtos e Serviços Essenciais contemplam as necessidades elementares da CONTRATANTE relativas ao objeto da contratação, de acordo com sua finalidade e afinidade, nas seguintes categorias:

- a) Estratégia de Comunicação;
- b) Assessoria de Imprensa;
- c) Treinamento;
- d) Monitoramento e Análise;
- e) Produção de Conteúdo;
- f) Prevenção e Gerenciamento de Crises;
- g) Ação de Relações Públicas Digital;
- h) Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas; e
- i) Atendimento.

4.2.1.1 - As especificações dos Produtos e Serviços Essenciais mencionadas no subitem anterior poderão ser aperfeiçoadas pela CONTRATANTE, sempre que identificada a necessidade de maior alinhamento das informações com a prática vivenciada com a contratada, no decorrer da execução contratual.

4.2.2 - Quando identificada a necessidade de execução de item não previsto no catálogo de Produtos e Serviços Essenciais, constante do Anexo I, mas necessário à execução contratual, a contratada deverá apresentar à CONTRATANTE justificativa acompanhada da estimativa de custos e das especificações técnicas, com a descrição das mesmas informações dispostas no subitem 4.2.1, para aprovação de sua execução, desde que o item guarde compatibilidade com o objeto do contrato.

4.2.2.1 - Após a aprovação da execução do Produto e Serviço Essencial, não previsto no catálogo constante do Anexo I, o item poderá passar a integrar o catálogo e, se for o caso, gerar nova categoria.

5. EXECUÇÃO

5.1 - Para a execução, a contratada deve obrigatoriamente possuir, além de estrutura administrativa habilitada, quantitativo suficiente de profissionais que deverão estar disponíveis para a execução dos produtos e serviços, objeto da contratação, e que, excepcionalmente, poderão ser alocados nas dependências da CONTRATANTE, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos, na prestação dos produtos e serviços constantes do Anexo I.

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

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

5.4 - A execução de qualquer produto, serviço ou despesa que envolva o desembolso de recursos deverá ser prévia e expressamente autorizado pela CONTRATANTE.

6. DA VIGÊNCIA CONTRATUAL

6.1 - O contrato terá vigência de 12 meses, podendo ser prorrogado com fundamento no Regulamento de Licitações e Contratos – Resolução nº 071/2018-CONSAD;

6.2 - A renovação do termo contratual respectivo deverá ser sempre precedida de pesquisa para verificar se as condições oferecidas pela contratada continuam vantajosas para a CODEPLAN.

6.2.1 - Na prorrogação, a CONTRATANTE poderá renegociar os preços praticados com a contratada, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade no decorrer da execução do contrato.

6.2.1.2 - O CONTRATANTE poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão dos preços praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nos preços do mercado, por meio de termo aditivo.

6.3 - A CONTRATANTE se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual.

6.4 - No interesse da CONTRATANTE, a contratada fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto na Resolução nº 071/2018 – Consad/CODEPLAN.

7. ESTIMATIVA ANUAL DE EXECUÇÃO

7.1 - As quantidades anuais dos Produtos e Serviços Essenciais, previstas no item 2 do Anexo I, representam apenas estimativas e serão executadas à medida da necessidade e conveniência da CONTRATANTE, que poderá readequá-las, ocasionando distribuição diferente da previamente estabelecida, desde que justificada a alteração e respeitado o valor estabelecido em conformidade com o Anexo I.

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

8. DO PAGAMENTO

8.1 - O pagamento será efetuado no prazo de até 10 (dez) dias úteis após o recebimento das notas fiscais eletrônicas, devidamente atestadas, mediante recebimento definitivo por empregado designado pela Contratante, e de acordo com as exigências administrativas e legislação em vigor.

A nota fiscal deverá estar devidamente atestada por empregado(s) designado pela CODEPLAN, de acordo com as exigências administrativas em vigor e acompanhada da seguinte documentação:

I. Prova de inexistência de débitos inadimplidos perante a Justiça do Trabalho, mediante a apresentação de certidão negativa, nos termos do Título VII-A da Consolidação das Leis do Trabalho, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1º de maio de 1943. (Incluído pela Lei nº 12.440, de 2011).

II. Prova de Regularidade para com a Fazenda Federal, mediante apresentação de: certidão quanto à Dívida Ativa da União, expedida pela Procuradoria Regional da Fazenda Nacional; e Certidão de Quitação de Tributos e Contribuições Federais", fornecida pela Delegacia da Receita Federal.

III. Certificado de Regularidade perante o FGTS, fornecido pela Caixa Econômica Federal, devidamente atualizado, nos termos da Lei n.º 8.036, de 11 de maio de 1990;

IV. Certidão Negativa de falência, concordata ou recuperação judicial expedida pelo distribuidor da sede da empresa, datada dos últimos 30 (trinta) dias ou que esteja dentro do prazo de validade expresso na própria Certidão;

V. Certidão Negativa de Débitos ou Certidão Positiva com Efeito Negativo, emitida pela Secretaria de Economia do Distrito Federal em plena validade, para as empresas com sede ou domicílio fora do Distrito Federal.

Parágrafo Primeiro. Nenhum pagamento será efetuado à **CONTRATADA** enquanto pendente de liquidação de qualquer obrigação que lhe for imposta em virtude de penalidade ou inadimplência, sem que isso gere direito ao pleito de reajustamento de preços ou correção monetária (quando for o caso).

Parágrafo Segundo. Caso haja multa por inadimplemento contratual, serão adotados os seguintes procedimentos:

I. A multa será descontada do valor total do respectivo Contrato;

II. Se o valor da multa for superior ao valor devido pelos serviços prestados, responderá a **CONTRATADA** pela sua diferença que será descontada dos pagamentos efetivamente devidos pela **CONTRATANTE**, ou ainda, quando for o caso, cobrada judicialmente.

Parágrafo Terceiro. As empresas com sede ou domicílio no Distrito Federal, com créditos de valores iguais ou superiores a R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), terão seus pagamentos feitos exclusivamente mediante crédito em conta corrente, em nome do beneficiário junto ao Banco de Brasília - BRB. Para tanto deverão apresentar o número da conta corrente e agência onde deseja receber seus créditos, de acordo com o Decreto nº 32.767 de 17/02/2011, publicado no DODF nº 35, pág.3 de 18/02/2011.

Parágrafo Quarto. Excluem-se das disposições do Parágrafo Terceiro, os pagamentos a empresas de outros Estados da federação que não mantenham filiais e/ ou representações no DF e que venceram processo licitatório no âmbito deste ente federado.

Parágrafo Quinto. Caso a **CONTRATANTE** não cumpra o prazo de pagamento estipulado no Projeto Básico ou neste Contrato, pagará à **CONTRATADA** atualização financeira de acordo com a variação do IPCA, proporcionalmente aos dias de atraso.

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

a) Produtos e Serviços Essenciais:

a1) nota fiscal ou fatura emitida, sem rasura, em letra legível, em nome e CNPJ do **CONTRATANTE**, da qual constará o número do contrato, descrição dos produtos e serviços executados, número da respectiva Ordem;

a2) documentos de comprovação da execução dos produtos e serviços.

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

8.3.1 A contratada assumirá, com exclusividade, todos os tributos (impostos e taxas) que forem devidos em decorrência da execução dos produtos e serviços do objeto deste contrato.

8.3.2 O pagamento dos produtos e serviços será feito em até 10 (dez) dias úteis, após a apresentação dos documentos previstos no subitem 8.1 e será efetivado por meio de crédito em conta corrente mantida pela contratada.

8.4 Os pagamentos à contratada serão realizados pelos valores decorrentes da prestação efetivamente realizada de Produtos e Serviços Essenciais.

8.5 Para pagamento dos Produtos e Serviços Essenciais, dispostos na alínea 'a' do subitem 8.2, serão praticados os preços da planilha de formação de custos constante no Anexo III,

8.5.1 Nos casos da execução de item não previsto no catálogo de Produtos e Serviços Essenciais, constante do Anexo I, a contratada deverá apresentar à CONTRATANTE justificativa acompanhada da estimativa de custos e das especificações técnicas, com a descrição das seguintes informações:

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

8.5.2 A estimativa de custos de item não previsto no catálogo de Produtos e Serviços Essenciais deverá ser acompanhada de mais 2 (dois) orçamentos do mercado, além do orçamento da contratada.

8.5.2.1 Os orçamentos deverão conter as seguintes informações: nome empresarial; CNPJ; endereço completo; telefone, fax e e-mail para contato; descrição detalhada do produto ou serviço cotado, quantidade, preço unitário e preço total; local e data de emissão; e nome por extenso, RG, CPF, cargo e função do responsável pela cotação.

8.5.2.2 Os orçamentos deverão ser originais e assinados pelos respectivos responsáveis pelas cotações, podendo ser aceitas propostas encaminhadas por meio eletrônico, desde que emitidos dos endereços institucionais das empresas.

8.5.2.3 Caso não haja possibilidade de apresentar outros 2 (dois) orçamentos, a contratada deverá justificar o fato, por escrito, para apreciação da CONTRATANTE.

8.5.2.4 A partir da especificação técnica apresentada, a proposta será avaliada pela CONTRATANTE que, para a aprovação do orçamento, poderá verificar, a qualquer tempo e a seu juízo, a adequação dos preços da contratada, em relação aos do mercado.

8.5.2.5 Para subsidiar a análise dos orçamentos apresentados pela contratada, a CONTRATANTE buscará as referências dos preços praticados pela Administração Pública em relação aos produtos e serviços essenciais.

8.6 A contratada entregará à CONTRATANTE, até o 10º (décimo) dia do mês subsequente, relatório consolidado dos pagamentos efetuados a fornecedores especializados no mês anterior.

8.6.1 O relatório consolidado dos pagamentos a fornecedores especializados deverá conter, pelo menos, as seguintes informações:

- a) número da Ordem de Serviço;
- b) data do crédito da ordem bancária da CONTRATANTE;
- c) data do pagamento ao fornecedor especializado pela contratada;

- d) nome do fornecedor especializado favorecido;
- e) número do documento fiscal;
- f) valor do pagamento.

8.6.2 O não cumprimento ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da liquidação das despesas da contratada, até que seja resolvida a pendência.

8.6.3 Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contado da notificação da CONTRATANTE, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da contratada.

8.6.4 Caracterizada a inexecução contratual pelos motivos expressos no subitem 8.6.3. a CONTRATANTE poderá optar pela rescisão do contrato ou, em caráter excepcional, liquidar despesas e efetuar os respectivos pagamentos diretamente aos fornecedores especializados.

8.6.5 Para preservar o direito dos fornecedores especializados de receber com regularidade pelos produtos e serviços executados, a CONTRATANTE poderá instituir procedimento alternativo de controle para que a contratada efetue o repasse dos valores devidos aos fornecedores em operações concomitantes com o crédito recebido da CONTRATANTE que, em caráter excepcional, ainda poderá diretamente liquidar as despesas e efetuar os pagamentos aos fornecedores.

8.7. Eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela contratada, de prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade.

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

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

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

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

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

9. DA GARANTIA CONTRATUAL

9.1 A empresa deverá recolher em nome da CODEPLAN, uma das modalidades de garantia contratual, definidas no §1º. do Art. 59 da Resolução 071/2018, do Conselho de Administração da CODEPLAN, regulado pela Lei no 13.303, de 30 de junho de 2016, e pelos preceitos de direito privado, no percentual de 5% (cinco por cento) sobre o valor total do contrato, em até 10 (dez) dias úteis, após a data de assinatura do contrato.

9.2. A garantia prestada pela CONTRATADA, será liberada ou restituída após execução do Contrato, devendo ser atualizada monetariamente na hipótese do inciso I, do § 1º do Art. 59 da Resolução 071/2018 - CONSAD - CODEPLAN.

9.3. A garantia será levantada pela CONTRATADA mediante expressa declaração nos autos do Gestor ou Gestor Substituto do Contrato, por parte da CODEPLAN, de que foram cumpridos todos os termos contratuais.

10 REAJUSTE

10.1. Os preços/Tarifas estabelecidas no contrato poderão ser reajustados após o transcurso de 12(doze) meses de sua vigência, com base no IPCA - Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo, apurado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (Decreto Distrital nº 36.246/2015)

10.1.1 A contratada deverá apresentar à CONTRATANTE, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias do vencimento do contrato, o pedido de reajuste do valor a ser praticado nos 12 (doze) meses subsequentes.

11 OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DA CONTRATANTE

11.1 Constituem obrigações da Contratada, além das demais previstas no contrato a ser firmado, ou dele decorrentes:

11.1.1 Operar com organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

11.1.2 Fornecer os produtos e serviços relacionados com o objeto do contrato a ser firmado de acordo com as especificações estipuladas pela CONTRATANTE.

11.1.3. Executar todos os serviços relacionados com o objeto do contrato a ser firmado, mediante demanda da CONTRATANTE.

11.1.4 Entregar à CONTRATANTE, relatório semanal e mensal dos serviços executados em conformidade com Ordens de Serviços, contemplando a listagem das tarefas realizadas, seu detalhamento e status de andamento.

11.1.5 Entregar à CONTRATANTE, até o dia 10 (dez) do mês subsequente, relatório das despesas de produção e veiculação autorizadas no mês anterior e relatório dos serviços em andamento, estes com os dados mais relevantes para avaliação de seu estágio

11.1.6 Exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pela CONTRATANTE.

11.1.7 Obter a autorização prévia da CONTRATANTE, por escrito, para realizar qualquer despesa relacionada com o contrato a ser firmado.

11.1.8 Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE respeitada as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores especializados, desde que as ocorrências não tenham sido por eles causadas.

11.1.9 Manter, durante a execução do contrato a ser firmado, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas no procedimento licitatório que deu origem ao referido instrumento.

11.1.10 Utilizar, na elaboração dos serviços objeto do contrato a ser firmado, os profissionais indicados na Proposta que deu origem ao referido instrumento, para fins de comprovação da Capacidade de Atendimento, admitida sua substituição por profissionais de experiência equivalente ou superior, mediante comunicação formal à CONTRATANTE.

11.1.10.1 Prover aos profissionais envolvidos na execução contratual, dentro e fora de suas dependências, a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de acesso à Internet por meio de banda larga (com e sem fio), microcomputadores, softwares, equipamento de videoconferência, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução contratual.

11.1.10.2 Alocar a quantidade de prepostos necessária para garantir a melhor intermediação com a CONTRATANTE, observados os perfis necessários para cada atividade constante da execução contratual.

11.1.11. Envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores especializados e transferir à CONTRATANTE todas as vantagens obtidas.

11.1.11.1. Preservar as regras e condições do contrato com a CONTRATANTE na intermediação e supervisão dos serviços prestados por fornecedores especializados e responder integralmente por toda e

qualquer infração decorrente dessas situações.

11.1.12 Manter, por si e por seus prepostos, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer informações que lhe sejam fornecidas, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.

11.1.12.1 A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão do contrato e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.

11.1.13. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato a ser firmado, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.

11.1.14 Assinar Termo de Compromisso relativo à confidencialidade e ao sigilo, conforme modelo definido pela CONTRATANTE, se comprometendo, por si e seus prepostos, a não repassar o conhecimento das informações confidenciais, responsabilizando-se por todas as pessoas que vierem a ter acesso às informações, por seu intermédio, e obrigando-se, assim, a ressarcir a ocorrência de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.

11.1.15. Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.

11.1.16 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.

11.1.17 Assumir, com exclusividade, todos os tributos (impostos e taxas) que forem devidos em decorrência do objeto do contrato a ser firmado, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.

11.1.18 Responsabilizar-se por recolhimentos indevidos ou pela omissão total ou parcial nos recolhimentos de tributos que incidam ou venham a incidir sobre os serviços prestados.

11.1.19 Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.

11.1.20 Responder perante a CONTRATANTE por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto do contrato a ser firmado.

11.1.21 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas para a CONTRATANTE.

11.1.22 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados e prepostos, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato a ser firmado.

11.1.23 Em caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, adotar as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsar à CONTRATANTE as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.

11.1.24 Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato a ser firmado.

11.1.25 Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a contratada, independentemente de solicitação.

11.1.26 Não caucionar ou utilizar o contrato a ser firmado como garantia para qualquer operação financeira.

11.1.27 Observar as condições para fornecimento de produtos e de serviços à CONTRATANTE estabelecida no Projeto Básico que deu origem ao contrato a ser firmado.

11.2 São obrigações da CONTRATANTE, além de outras assumidas no contrato a ser firmado:

- a) cumprir os compromissos financeiros assumidos com a contratada;
- b) fornecer e colocar à disposição da contratada os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos produtos e serviços;
- c) proporcionar condições para a boa execução dos produtos e serviços;
- d) verificar o cumprimento das cláusulas contratuais relativas aos honorários devidos à contratada e às condições de contratação de fornecedores especializados, pela contratada;
- e) notificar a contratada, formal e tempestivamente, sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato a ser firmado;
- f) notificar a contratada, por escrito e com antecedência, sobre multas, garantida a defesa, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;
- g) efetuar os pagamentos nas condições e preços pactuados.

11.2.1 A CONTRATANTE comunicará à contratada por escrito sempre que o ato exigir tal formalidade, admitindo-se, excepcionalmente, o uso de mensagem eletrônica para esse fim.

12. FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO

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

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

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

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

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

12.5 A autorização, pela CONTRATANTE, dos serviços executados pela contratada ou por fornecedores especializados não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação dos serviços.

12.6 A ausência de comunicação por parte da CONTRATANTE, referente à irregularidade ou falhas, não exime a contratada das responsabilidades determinadas no contrato a ser firmado.

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

12.8 A contratada se obriga a permitir que a auditoria interna da CONTRATANTE e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso aos documentos e materiais que digam respeito aos produtos e serviços prestados à CONTRATANTE.

12.9 À CONTRATANTE é facultado o acompanhamento da execução dos produtos e serviços objeto do contrato a ser firmado, juntamente com representante credenciado pela contratada.

12.10 A CONTRATANTE poderá, a seu juízo, avaliar o desempenho da contratada quanto ao planejamento e à execução dos produtos e serviços objeto do contrato a ser firmado.

12.10.1 A avaliação será considerada pela CONTRATANTE para: apurar a necessidade de solicitar da contratada correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela contratada, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

12.10.2 Cópia do instrumento de avaliação de desempenho será encaminhada ao gestor ou fiscal do contrato a ser firmado e ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

13. DO ORÇAMENTO ESTIMADO

O valor estimado para fazer face às despesas decorrentes do presente Projeto Básico correrá à conta do **Programa de Trabalho 04.131.8203.6057.0006 - Realização de Atividades de Comunicação Social da CODEPLAN, Natureza da Despesa 33.90.39, Fonte de Recursos 100.**

14. DAS PENALIDADES

Em caso de inexecução total ou parcial dos serviços ou qualquer outra inadimplência contratual, a **CONTRATADA**, garantida a prévia defesa, estará sujeita, sem prejuízo da responsabilidade civil e criminal, no que couber, de acordo com o art. 82 da Resolução 071/2016 - CONSAD/CODEPLAN, e o Distrital nº. 26.851, de 30 de maio de 2006, e suas alterações.

15. DO VÍNCULO EMPREGATÍCIO

15.1 A CONTRATADA é responsável pelos encargos trabalhistas, fiscais e comerciais resultantes da execução do Contrato.

Parágrafo Único: A inadimplência da CONTRATADA quanto aos encargos trabalhistas, fiscais e comerciais não transfere à CONTRATANTE a responsabilidade por seu pagamento, nem poderá onerar o objeto do Contrato.

16. APRESENTAÇÃO E ELABORAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

16.1 A Proposta Técnica deverá ser estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

Quesitos	Subquesitos
Plano de Comunicação	Raciocínio Básico – a acuidade de compreensão. Estratégia de Comunicação Corporativa
Podcast	
Capacidade de Atendimento	
Videorelease	
Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação	

16.1.1 A Proposta Técnica será redigida em língua portuguesa, salvo quanto a expressões técnicas de uso corrente, com clareza, sem emendas ou rasuras.

PLANO DE COMUNICAÇÃO – VIA NÃO IDENTIFICADA

16.2 Cada Plano de Comunicação – Via Não Identificada deverá ser apresentado da seguinte forma:

1. - Em caderno único e com espiral preto colocado à esquerda;
2. - Capa (em branco) e contracapa em papel A4 branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m²;
3. - Conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m² a 90 gr/m², orientação retrato;
4. - Espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir da borda;
5. - Títulos, entre títulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
6. - Espaçamento 'simples' entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entre títulos e entre parágrafos;
7. - Alinhamento justificado do texto;
8. - Texto e numeração de páginas em fonte 'arial', cor 'automático', tamanho '12 pontos', observado o disposto nos subitens 11.2.1, 11.2.2 e 11.2.3;
9. - Numeração em todas as páginas, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos, localizada no centro do rodapé da página.
10. - Sem identificação da empresa participante.

16.2.1 O Plano de Comunicação – a Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 3.

16.2.2 O Plano de Comunicação – Via Não Identificada, composto dos subquesitos Raciocínio Básico, Estratégia de Comunicação Corporativa, deverá ser elaborado com base no Briefing (Anexo II), observadas as seguintes disposições:

16.2.3 Raciocínio Básico: apresentação pela empresa participante de diagnóstico das necessidades de comunicação da CODEPLAN para solucionar o desafio de comunicação, sua compreensão sobre o objeto da licitação e, principalmente, sobre o desafio de comunicação expresso no Briefing;

16.2.4 Estratégia de Comunicação: apresentação pela empresa participante das linhas gerais da proposta para solucionar o desafio de comunicação e alcançar os objetivos de comunicação expressos no Briefing, compreendendo:

1. Explicitação e defesa da proposta estratégica que devem atender todas as demandas, locais e nacionais, do nome e imagem da Companhia na imprensa, devem fundamentar a proposta de solução;
2. Explicitação e defesa dos principais pontos da Estratégia de Comunicação corporativa sugerida, especialmente o que dizer, a quem dizer, como dizer, quando dizer e que meios de divulgação, instrumentos ou ferramentas utilizar.

PODCAST – VIA NÃO IDENTIFICADA

16.3. A apresentação da campanha deverá observar as seguintes disposições:

1. Apresentar como será o planejamento de episódio, alinhado à CODEPLAN, observando:
 - Público a ser atingido;
 - Como deixar o tema interessante;
 - Dentro do tema, qual será o conteúdo;

- Quais convidados serão chamados;
 - Como criar “imagens” com o áudio marketing;
 - Tempo de intervalo entre novos episódios, mantendo uma boa frequência;
 - CTAs ao longo do podcast;
 - Apresentação de um roteiro (um exemplo: início, CTA, meio, CTA, encerramento, etc);
 - Treinamento para entender os pontos falhos nesse planejamento.
2. Entregar um programa (boneca), em formato de áudio: as peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows. Devem acompanhar o áudio: storyboard e roteiro.

16.3.1 O PODCAST – a Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 3.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – VIA NÃO IDENTIFICADA

16.4. Apresentar os documentos e informações que constituem a Capacidade de Atendimento em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte ‘arial’, tamanho ‘12 pontos’, em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna.

16.4.1. Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 16.4 poderá ser editada em papel A3 dobrado.

16.4.2. Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem 16.4 não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação – Via Não Identificada que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 3.

16.4.3. Não há limitação de número de páginas para apresentação da Capacidade de Atendimento.

16.4.4 A Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, gráficos, diagramas, fotos e outros recursos, por meio dos quais a empresa participante apresentará:

1. Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, com a especificação do início de atendimento de cada um deles;
2. A quantificação e a qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação e experiência), dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as áreas de estudo e planejamento, criação, produção de rádio, TV, cinema, internet, produção gráfica, mídia e atendimento;
3. As instalações, a infraestrutura e os recursos materiais que estarão à disposição para a execução do contrato;
4. A sistemática de atendimento e discriminação dos prazos a serem praticados, em condições normais de trabalho, na criação de peça avulsa ou de campanha e na elaboração de plano de mídia;
5. A discriminação das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que colocará regularmente à disposição do respectivo contratante, sem ônus adicionais, na vigência do contrato.

16.4.5 Capacidade de Atendimento – a Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 3.

VÍDEORELEASE – VIA NÃO IDENTIFICADA

16.5 Deverá ser enviado um vídeo release sobre a CODEPLAN. Serão avaliados: roteiro, fotografia, narração (se houver), edição e montagem.

16.5.1 Os documentos e informações e o caderno específico mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que conste do Plano de Comunicação – Via Não Identificada e possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do Invólucro nº 3.

16.5.2 - As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows.

16.5.3 - Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver e a identificação da empresa participante e de seu cliente, título, data de produção, período de veiculação, exposição e ou distribuição e, no caso de veiculação, menção de pelo menos um veículo que divulgou cada peça.

16.5.4 -Vídeorelease – a Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 3.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – VIA NÃO IDENTIFICADA

16.6 A empresa participante deverá apresentar os documentos e informações que constituem os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação em caderno específico, com ou sem o uso de cores, em papel A4, em fonte 'arial', tamanho '12 pontos', em folhas numeradas sequencialmente, a partir da primeira página interna.

16.6.1 Qualquer página com os documentos e informações previstos no subitem 16.6 poderá ser editada em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite previsto no subitem 16.6, o papel A3 será computado como duas páginas de papel A4.

16.6.2 A empresa participante deverá apresentar 2 (dois) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação, cada um com o máximo de 2 (duas) páginas, em que serão descritas soluções bem-sucedidas de problemas de comunicação planejadas e propostas por ela e implementadas por seus clientes.

16.6.3 As propostas de que trata o subitem 16.6 devem ter sido implementadas, preferencialmente, a partir de 2015.

16.6.4. Se a empresa participante apresentar apenas 1 (um) relato, sua pontuação máxima, neste quesito, será equivalente à metade da pontuação máxima prevista na alínea 'e' do subitem 17.3.1.

16.6.5. Os relatos deverão estar formalmente referendados pelos respectivos clientes.

16.6.6. A formalização do referendo deverá ser feita no próprio relato elaborado pela empresa participante, na última página, devendo constar a indicação do nome empresarial do cliente, o nome e o cargo ou função do signatário. Todas as páginas do relato devem estar assinadas pelo autor do referendo.

16.6.7. É permitida a inclusão de até 5 (cinco) peças e ou material, independentemente do meio de divulgação, do tipo ou característica da peça, para cada Relato. Se incluídas:

1. - As peças eletrônicas deverão ser fornecidas em DVD ou CD, executáveis no sistema operacional Windows, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 16.6 ou ser apresentadas soltas;
2. - Para cada peça e ou material, deverá ser apresentada ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propuseram a resolver.

16.6.8. Os Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – a Via Não Identificada não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta, palavra ou outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria antes da abertura do Invólucro nº 3.

PLANO DE COMUNICAÇÃO – VIA IDENTIFICADA

16.7 O Plano de Comunicação – Via Identificada deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da empresa participante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da empresa participante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

PODCAST – VIA IDENTIFICADA

16.8 PODCAST – Via Identificada deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da empresa participante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da empresa participante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – VIA IDENTIFICADA

16.9 CAPACIDADE DE ATENDIMENTO – Via Identificada deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da empresa participante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da empresa participante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

VÍDEORELEASE – VIA IDENTIFICADA

16.10 VÍDEORELEASE – Via Identificada deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da empresa participante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da empresa participante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – VIA IDENTIFICADA

16.11 Os RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – Via Identificada deverá constituir-se em cópia da via não identificada, com a identificação da empresa participante, e ser datado e assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da empresa participante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

17. DO JULGAMENTO DA PROPOSTA TÉCNICA

17.1. A Proposta Técnica deverá ser analisada quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Projeto Básico e em seus anexos.

17.2. Deverão ser levados em conta, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

17.2.1. Plano de Comunicação

17.2.1.1. Raciocínio Básico - acuidade de compreensão

1. Das funções e do papel da CODEPLAN nos contextos, social, político e econômico;
2. Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CODEPLAN com seus públicos;
3. Das características da CODEPLAN e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação;
4. Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
5. Do desafio de comunicação previsto no Briefing, a ser enfrentado pela CODEPLAN;
6. Das necessidades de comunicação da CODEPLAN para solucionar esse desafio.

17.2.1.2. **Estratégia de Comunicação Corporativa**

1. A adequação do partido temático e do conceito propostos ao desafio de comunicação expresso no Briefing;
2. A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do par do temático e do conceito propostos;
3. A riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CODEPLAN com seus públicos;
4. A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação proposta para a solução do desafio de comunicação previsto no Briefing;
5. A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação proposta;
6. A capacidade de articular os conhecimentos sobre a CODEPLAN, o contexto no qual se insere, o desafio de comunicação, seus públicos e os objetivos de comunicação previstos no Briefing.

17.2.2. **Podcast**

1. Sua adequação ao desafio de comunicação previsto no Briefing;
2. Sua adequação à estratégia de comunicação sugerida pela empresa participante;
3. Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
4. A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
5. A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
6. A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
7. Sua pertinência às atividades da CODEPLAN e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
8. Os desdobramentos comunicativos que enseja, conforme demonstrado nos exemplos de peças e ou material apresentados;
9. A exequibilidade das peças e ou do material;
10. A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.

17.2.3. **Capacidade de Atendimento**

1. O porte e a tradição dos clientes atuais da empresa participante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
2. A experiência dos profissionais da empresa participante em atividades;
3. A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação da CODEPLAN;
4. A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
5. A operacionalidade do relacionamento entre o respectivo contratante e a empresa participante, esquematizado na proposta;
6. A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a empresa participante colocará regularmente à disposição da CODEPLAN, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

17.2.4. Videorelease

1. A ideia criativa e sua pertinência ao desafio que a empresa participante se propôs a resolver;
2. A qualidade da execução e do acabamento da peça e ou material;
3. A clareza da exposição das informações prestadas;

17.2.5. Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

1. A evidência de planejamento;
2. A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
3. A relevância dos resultados apresentados;
4. A concatenação lógica da exposição.

17.3. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir.

17.3.1. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

1. Plano de Comunicação: 40 (quarenta)
2. Podcast: 20
3. Capacidade de atendimento: 15
4. Vídeo release: 15
5. Relatos de Solução de Problemas de Comunicação: 10

17.3.1.2. Deverão ser levados em conta, como critério de julgamento técnico, além dos atributos previstos no subitem 17.2, os seguintes atributos da Proposta, em cada quesito ou subquesito:

A) Plano de Comunicação

A1) Raciocínio Básico - a acuidade de compreensão:

- Das funções e do papel da CODEPLAN-DF nos contextos, social, político e econômico;
- Da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CODEPLAN-DF com seus públicos;
- Das características da CODEPLAN-DF e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação corporativa;
- Sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;
- Do desafio de comunicação previsto no Briefing a ser enfrentado pela CODEPLAN-DF;
- Das necessidades de comunicação da CODEPLAN-DF para solucionar esse desafio.

A2) Estratégia de Comunicação Corporativa

- A adequação do partido temático e do conceito propostos ao desafio de comunicação expresso no Briefing;
- A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa do partido temático e do conceito propostos;
- Da riqueza de desdobramentos positivos do conceito proposto para a comunicação da CODEPLAN-DF com seus públicos;

- A adequação e a exequibilidade da estratégia de comunicação corporativa proposta para a solução do desafio de comunicação previsto no Briefing;
- A consistência lógica e a pertinência da argumentação apresentada em defesa da estratégia de comunicação corporativa proposta;
- A capacidade de articular os conhecimentos sobre a CODEPLAN-DF, o contexto no qual se insere, o desafio de comunicação, seus públicos e os objetivos de comunicação previstos no Briefing.

B) Podcast

- Sua adequação ao desafio de comunicação previsto no Briefing;
- Sua adequação à estratégia de comunicação corporativa sugerida pela empresa participante;
- Sua adequação ao universo cultural dos segmentos de público-alvo;
- A multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;
- A originalidade da combinação dos elementos que a constituem;
- A simplicidade da forma sob a qual se apresenta;
- Sua pertinência às atividades da CODEPLAN-DF e à sua inserção nos contextos social, político e econômico;
- A exequibilidade das peças e ou do material;
- A compatibilidade da linguagem utilizada nas peças e ou no material aos meios e aos públicos propostos.
- A vinheta;
- A duração;
- A lógica;
- A criatividade;
- O modelo de roteiro cta.

C) Capacidade de Atendimento

- O porte e a tradição dos clientes atuais da empresa participante e o conceito de seus produtos e serviços no mercado;
- A experiência dos profissionais da empresa participante em atividades de comunicação;
- A adequação das qualificações e das quantificações desses profissionais à estratégia de comunicação institucional da CODEPLAN-DF;
- A adequação das instalações, da infraestrutura e dos recursos materiais que estarão à disposição da execução do contrato;
- A operacionalidade do relacionamento entre o respectivo contratante e a empresa participante, esquematizado na proposta;
- A relevância e a utilidade das informações de marketing e comunicação, das pesquisas de audiência e da auditoria de circulação e controle de mídia que a empresa participante colocará regularmente à disposição da CODEPLAN-DF, sem ônus adicional, durante a vigência do contrato.

D) Vídeo Release:

- O formato multimídia
- A linguagem jornalística
- A agregação de credibilidade à organização e suas fontes
- O atendimento às novas plataformas
- A ampliação dos resultados de mídia espontânea

E) Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação

- A evidência de planejamento de comunicação;
- A consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução;
- A relevância dos resultados apresentados;
- A concatenação lógica da exposição.

17.3.2. A nota da Proposta Técnica está limitada ao máximo de 100 (cem) pontos e será apurada segundo a metodologia a seguir:

17.3.2.1. Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, no máximo, os seguintes pontos:

TABELA DE VALORES DE QUESITOS E SUBQUESITOS						
QUESITO	SUBQUESITO	PONTUAÇÃO MÁXIMA	CRITÉRIO OBJETIVO	PONTOS	BLOCO	BLOCO
A) Plano de Comunicação						
A1)	Raciocínio Básico:	15				
	•da natureza, da extensão e da qualidade das relações da CODEPLAN-DF com seus públicos;	2,5				
	•das características da CODEPLAN-DF e das suas atividades que sejam significativas para a comunicação corporativa;	2,5				

	•das funções e do papel da CODEPLAN-DF nos contextos, social, político e econômico;	2,5				
	•sobre a natureza e a extensão do objeto da licitação;	2,5				
	•das necessidades de comunicação da CODEPLAN-DF	5				
A2) Estratégia de Comunicação Corporativa:		25				
	- Missão	2,5				
	- Objetivos estratégicos	2,5				
	- Objetivos do plano de comunicação	2,5				
	- Diretrizes de Atuação	2,5				
	- Fortalecimento e defesa da imagem	5				
	- Qualificação da informação	2,5				
	- Comunicação interna	2,5				
	- Construção da comunicação em âmbito nacional	2,5				
	- Narrativa para ampliar alcance das notícias relacionadas à CODEPLAN à imprensa nacional	2,5				
B) Podcast		20				
	Vinheta	5				
	Duração	5				
	Lógica	5				

	Criatividade	5				
C) Capacidade de atendimento		15				
	Porte, tradição e diversificação dos clientes atuais da empresa participante	2,5				
	Conceito e abrangência dos produtos e serviços de seus clientes no mercado	2,5				
	Habilidade técnica da equipe e sua adequação às necessidades de comunicação da CODEPLAN	2,5				
	Experiência em desenvolvimento de campanhas de caráter informativo e de orientação social	2,5				
	Estrutura apresentada para estabelecer parceria técnica, operacional, gerencial e de acompanhamento da execução contratual com a CODEPLAN	2,5				
	Recursos para avaliação de resultados, informações de comunicação das pesquisas de audiência e auditoria.	2,5				
D) Videorelease		15				
	Pertinência do conteúdo ao desafio proposto no briefing	5				
	Coerência do roteiro	5				
	Execução da peça	5				
E) Relatos		10				
	Relevância dos resultados	5				

	apresentados					
	Consistência das relações de causa e efeito entre problema e solução	5				

17.3.2.2. Para obtenção das notas será utilizada a pontuação dos quesitos e subquesitos, cuja correspondência deve respeitar os blocos descritos na tabela de valores dos quesitos e subquesitos prevista no subitem 17.3.2.1.

17.3.2.3. A nota deverá apresentar uma casa decimal, utilizando-se o arredondamento das casas seguintes por emprego de um algarismo significativo; ou seja: valores menores do que 5 (cinco) não alteram a casa decimal. Valores superiores ou iguais a 5 (cinco) alteram a casa decimal em mais de uma unidade.

17.3.2.4. Para efeito de aferição da nota de cada quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica utilizarão como pontuação 7 (sete) níveis de notas, de acordo com a seguinte escala: 0,0 (nulo); 0,5 (insuficiente); 1,0 (médio inferior); 1,5 (médio); 2,0 (médio superior); 2,5 (superior); 5 (máximo).

17.3.2.5. A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal.

17.3.2.5.1. Será reavaliada a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, de conformidade com os critérios objetivos previstos neste Projeto Básico.

17.3.2.5.2. Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, o avaliador responsável pelas pontuações consideradas destoantes, deverá registrar em ata as razões que o levou a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Comissão e passará a compor o processo desta licitação.

17.3.2.5.3. A pontuação final da proposta técnica de cada empresa participante corresponderá à soma dos pontos dos 05 (cinco) quesitos: Plano de Comunicação; Podcast; Capacidade de Atendimento, Vídeos release e Relatos de soluções de Problemas de comunicação.

17.3.2.6. Serão consideradas mais bem-classificadas, na fase de julgamento da Proposta Técnica, as empresas participantes que obtiverem as maiores notas.

17.4. Será desclassificada a Proposta que:

1. Não atender às exigências do presente Projeto Básico e de seus anexos;
2. Não alcançar, no total, a nota mínima de 80 (oitenta) pontos;
3. Não obter pontuação em quaisquer dos quesitos ou subquesitos a que se referem os subitens 17.2.1. a 17.2.5.

17.5. Se houver empate entre as empresas participantes mais bem-classificadas nesta fase, serão assim consideradas as que obtiverem as maiores pontuações, sucessivamente, nos quesitos correspondentes aos subitens 17.2.1, 17.2.3 e 17.2.4.

17.6. Persistindo o empate, a decisão será feita por sorteio, em sessão pública ou em ato público marcado pela Comissão de Licitação, para o qual serão convidadas todas as empresas participantes.

18. DA QUALIFICAÇÃO TÉCNICA

a) apresentação de documentação comprobatória que demonstre capacidade de atendimento/atuação em nível nacional nos últimos 5 (cinco) anos, por meio de atestado de capacidade técnica, emitido em

nome da licitante, por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que comprove a execução em serviços similares ao objeto do Projeto Básico.

a1) Para fins de compatibilidade, será(ão) considerado(s) atestado(s) , previstas na alínea 'a' que comprove(m) ter a empresa prestado, no mínimo de forma concomitante, serviços de atendimento de assessoria de comunicação corporativa/institucional, e também resultados de gerenciamento de crise.

b) Comprovação de possuir em seu quadro permanente, na data prevista para entrega dos Documentos de Habilitação e das Propostas Técnica e de Preços, profissional com formação de nível superior ou outra devidamente reconhecida por entidade competente, relacionada ao objeto da licitação;

b1) A aderência da formação de nível superior ou outra devidamente reconhecida por entidade competente ao objeto da contratação, disposta na alínea anterior, deverá ser demonstrada pela licitante, por meio da descrição da experiência do profissional indicado, para avaliação da Comissão Especial de Licitação e, nos casos de dúvida, da área técnica vinculada à licitação;

b2) O profissional indicado pela licitante para fins de comprovação da capacitação técnico-profissional deverá coordenar a execução dos serviços objeto da licitação, admitindo-se a substituição por profissional de experiência equivalente ou superior, desde que aprovada pelo CONTRATANTE.

19. DA ENTREGA DA PROPOSTA TÉCNICA

19.1 A Proposta Técnica deverá ser entregue à Comissão de Licitação acondicionada nos Invólucros nº 2 e nº 3.

INVÓLUCRO Nº 2

INVÓLUCRO Nº 2 PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO, PODCAST, CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, VÍDEORELEASE E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – VIA NÃO IDENTIFICADA

19.1.2. No Invólucro nº 2 deverá(ão) estar acondicionado(s) o(s) Plano(s) de Comunicação, Podcast, Capacidade de Atendimento, Vídeorelease e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – Via Não Identificada, de que tratam os subitens 16.2 a 16.6.9.

19.1.2.1. Só serão aceitos o Plano de Comunicação, Podcast, Capacidade de Atendimento, Vídeorelease e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – Via Não Identificada que estiver acondicionado no invólucro padronizado fornecido, obrigatoriamente, pela CODEPLAN.

19.1.2.2. O Invólucro nº 2 deverá estar sem fechamento e sem rubrica.

19.1.2.3. Para preservar – até a abertura do Invólucro nº 3 – o sigilo quanto à autoria do(s) Plano(s) de Comunicação , Podcast, Capacidade de Atendimento, Vídeorelease e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação , o(s) Invólucro(s) nº 2 não poderá(ão):

1. ter nenhuma identificação;
2. apresentar marca, sinal, etiqueta ou outro elemento que possibilite a identificação da licitante;
3. estar danificado(s) ou deformado(s) pelas peças, material e ou demais documentos nele acondicionados de modo a possibilitar(em) a identificação da licitante.

INVÓLUCRO Nº 3

19.2. No Invólucro nº 3 deverá(ão) estar acondicionado(s) o(s) Plano(s) de Comunicação, Podcast, Capacidade de Atendimento, Vídeorelease e Relatos de Soluções de Problemas de Comunicação – Via Identificada.

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

INVÓLUCRO Nº 3 PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO, PODCAST, CAPACIDADE DE ATENDIMENTO, VÍDEORELEASE E RELATOS DE SOLUÇÕES DE PROBLEMAS DE COMUNICAÇÃO – VIA IDENTIFICADA

NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE CONCORRÊNCIA Nº 01/2021-CODEPLAN/DF

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

20. DA PROPOSTA DE PREÇO**INVÓLUCRO Nº 4**

20.1. No Invólucro nº 4 deverá estar acondicionada a Proposta de Preços das licitantes.

20.1.1. O Invólucro nº 4 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE CONCORRÊNCIA Nº 01/2021-CODEPLAN/DF**21 APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS****21.1 APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

21.1.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta de Preços:

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

21.1.2 A Proposta de Preços deverá ser elaborada conforme o modelo do Apêndice IV-A, e será constituída de:

1. percentual de desconto;
2. percentual de honorários;
3. conjunto de declarações;
4. informações sobre a licitante.

21.2 O percentual de desconto incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de Formação Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, constante do **Anexo III, não poderá ser inferior a 4% (quatro por cento)**.

21.2.1 Nos preços unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, elencados no Anexo III, estão incluídos todos os custos internos da licitante, diretos e indiretos, tais como: despesas com planejamento e apresentações; encargos sociais e trabalhistas de mão de obra; equipamentos (*hardware*), programas (*software*); impostos; taxas; seguros; e demais obrigações financeiras, de qualquer natureza, envolvidas na execução do objeto do contrato.

21.3 O percentual de honorários incidentes sobre os preços dos Produtos e Serviços Complementares, prestados por meio de fornecedores especializados com a intermediação e supervisão da licitante, cujas categorias estão elencadas no do **Anexo III, não poderá ser inferior a 4% (quatro por cento)**.

21.3.1 Os percentuais de desconto e de honorários devem ser apresentados em valores numéricos, com 2 (duas) casas decimais, e por extenso.

21.4 O prazo de validade da Proposta de Preços deverá ser de, no mínimo, 60 (sessenta) dias corridos, contados de sua apresentação.

21.4.1 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 21.4 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Especial de Licitação realizará com ela diligência nos termos da legislação.

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

21.5 Os preços dos Produtos e Serviços Essenciais, decorrentes do percentual de desconto proposto, são de exclusiva responsabilidade da licitante e não lhe assistirá o direito de pleitear nenhuma alteração posterior, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto.

22. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS

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

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

22.3 A Comissão Especial de Licitação verificará o correto preenchimento pela licitante, das informações apresentadas na sua Proposta de Preços, conforme modelo do Anexo IV.

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

22.5 Será considerada a Proposta de menor preço a que apresentar:

1. maior percentual de desconto, a ser concedido ao CONTRATANTE, incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de Formação Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, constante do Anexo III.

22.6 Se houver empate, a decisão será feita por sorteio, em sessão pública ou em ato público marcado pela Comissão Especial de Licitação, para o qual serão convidadas todas as empresas participantes.

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

23. DO CRITÉRIO DE JULGAMENTO

21.1. O critério de julgamento será a Melhor Técnica.

24. DISPOSIÇÕES FINAIS

24.1. No Invólucro nº 1 deverá(ão) estar acondicionado(s) o(s) Documentos de Habilitação.

24.1.1. O Invólucro nº 1 deverá estar fechado e rubricado no fecho, com a seguinte identificação:

INVÓLUCRO Nº 1 DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO

NOME EMPRESARIAL E CNPJ DA LICITANTE CONCORRÊNCIA Nº 01/2021-CODEPLAN/DF

24.2. **A licitante vencedora, para celebração do contrato deverá apresentar o Relatório de Perfil e o Relatório de Conformidade do Programa de Integridade, conforme Anexos I e II do Decreto Distrital nº 40.388/2020 que dispõe sobre a avaliação de programa de integridade de pessoas jurídicas.**

Renata Nogueira Fernandes

ANEXO I
PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

1. ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS.

1. Estratégia de Comunicação

1.1.1 e 1.1.2 - Avaliação da Percepção de Imagem (Baixa Regional e Baixa Nacional)

Descritivo: Planejamento e execução de estudo ou levantamento para avaliação de percepção de imagem da CONTRATANTE pelos seus públicos de relacionamento, bem como para identificação de temas sensíveis e de tendências. A avaliação será realizada a partir de *briefing* com a CONTRATANTE. Devem ser realizadas atividades para: seleção de entrevistados, elaboração de roteiro de entrevistas, realização de entrevistas, consolidação de informações e análise de dados e resultados.

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de entrevistas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa – Regional	Até 100 entrevistas. Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.
------------------	--

Baixa – Nacional	Até 30 entrevistas. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.
------------------	---

1.2 Mapa de Influenciadores

1.2.1 e 1.2.2 - Mapa de Influenciadores (Baixa Regional e Baixa Nacional)

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Consistência da indicação dos influenciadores em relação ao Governo do Distrito Federal e suas temáticas.
- Qualidade da apresentação das informações, quanto à organização, clareza e objetividade.

Características consideradas na classificação da complexidade:

Unidade: 02, um regional e um nacional

Quantidade anual: 02

- Quantidade de influenciadores mapeados.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa – Regional	Até 300 influenciadores. Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.
Baixa – Nacional	Até 50 influenciadores. Prazo de entrega: Até 10 dias úteis.

1.3.1 Diagnóstico e Matriz Estratégica

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

- Identificação de públicos internos e externos relevantes para o órgão/entidade em relação às suas temáticas.
- Planejamento e realização de entrevistas exploratórias de imersão, presenciais, gravadas em áudio e transcritas, com os públicos identificados.
- Realização de *benchmarking* junto a órgãos/entidades que atuem de forma exemplar.
- Levantamento de informações sobre a CONTRATANTE e suas temáticas em outras fontes, tais como: livros, *websites*, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, auditorias de imagem, entre

outras.

- Levantamento de insumos relevantes relacionados à CONTRATANTE, tais como missão, visão de futuro, matriz *swot* (pontos fortes, pontos fracos, ameaças e oportunidade).
- Definição dos objetivos da comunicação corporativa da CONTRATANTE em suas temáticas de atuação.
- Desenvolvimento de matriz estratégica dos objetivos da comunicação corporativa da CONTRATANTE em suas temáticas de atuação.
- Indicação dos potenciais parceiros, recursos, gestores e ferramentas necessárias para o sucesso da atuação em comunicação corporativa da CONTRATANTE.

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de entrevistas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Média	Até 50 entrevistas. Prazo de entrega: Até 25 dias úteis.
-------	---

1.4.1 Plano Estratégico de Comunicação Corporativa

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

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

Entregas: Plano estratégico de comunicação corporativa da CONTRATANTE, nas versões impressa e digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência e alinhamento do Plano às diretrizes do Governo do Distrito Federal, da Secretaria de Estado de Economia do DF e da CODEPLAN;
- Abrangência e sua aplicabilidade.
- Qualidade da apresentação das informações nos documentos.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo de entrega: Até 20 dias úteis.

2. Assessoria de Imprensa

2.1 Atendimento de Demandas de Veículos de Comunicação

Descritivo: Desenvolvimento contínuo de atividades nas dependências da CONTRATADA, com período de execução mensal, no atendimento, recebimento, tratamento e resposta às solicitações de veículos de comunicação nacionais, regionais e internacionais. Inclui as seguintes atividades:

- Atendimento telefônico, por e-mail ou por outros meios eletrônicos.
- Atendimento presencial.
- Consulta a fontes.
- Elaboração de *press-releases*, notas, artigos, respostas e outros conteúdos.
- Envio de *press-releases*, notas, artigos, respostas e outros conteúdos;
- Atualização do *mailing* a partir do contato realizado.

Entregas: Relatórios mensais da quantidade de solicitações atendidas, com identificação dos veículos de comunicação e dos jornalistas das empresa participantes, o teor de cada demanda e respectiva resposta.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Alinhamento da resposta ao posicionamento estratégico, ao discurso institucional e às mensagens-chave da CONTRATANTE.
- Amplitude das informações repassadas.
- Comparativo entre o relatório mensal apresentado com o resultado de auditoria de imagem, no mesmo período.

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

Complexidade:

Altíssima	Profissional de Comunicação Master: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 10 anos de atuação em órgãos públicos/agências/empresas ou veículos de comunicação de abrangência nacional; experiência como chefe ou coordenador de assessoria de imprensa privada ou governamental, gerente de atendimento em órgão público, agências, e/ou redator chefe, e/ou editor. Conhecimento amplo das ferramentas de gestão e habilidades para elaboração de proposta de trabalho de Comunicação e de orçamentos, definição e implantação de planejamentos, projetos de Comunicação,
-----------	---

<p>formulação de políticas e estratégias de Comunicação e de relacionamento com formadores de opinião, condução de <i>media training</i> e gestão de eventos. Responsável por gerenciar e liderar equipes para execução das ações do planejamento de Comunicação. Domínio do idioma inglês.</p>

Prazo de entrega: Execução continuada mensal.

2.2 Contatos Proativos com Veículos de Comunicação

Descritivo: Desenvolvimento contínuo de atividades nas dependências da CONTRATADA, com período de execução mensal, na realização de contatos proativos para articulação com veículos de comunicação - nacionais, regionais e internacionais -, com o objetivo de gerar pautas de interesse, divulgar ações e promover a imagem institucional da CONTRATANTE, incluindo as seguintes atividades:

- Contatos telefônicos, por e-mail ou por outros meios eletrônicos.
- Contatos presenciais.
- Envio de *press-releases*, notas e outros conteúdos.
- Atualização do *mailing* a partir do contato realizado.

Entregas: Relatórios mensais com as quantidades das pautas geradas, os respectivos temas e conteúdos e os dados dos veículos de comunicação e dos jornalistas responsáveis pelas matérias.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Relevância do veículo de comunicação e do profissional de mídia contatado, em termos do alcance de público e do seu potencial como formador de opinião.
- Espaço editorial obtido (mídia espontânea).
- Alinhamento da pauta às prioridades estratégicas da CONTRATANTE.
- Comparativo entre o relatório mensal apresentado com o resultado de auditoria de imagem, no mesmo período.

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

Complexidade:

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

Prazo de entrega: Execução continuada mensal.

2.3 Entrevista Coletiva

Descritivo: Organização e realização de entrevista coletiva para porta-vozes junto a um grupo de jornalistas de diferentes veículos de comunicação. As atividades incluem:

- Reunião de *briefing* com a CONTRATANTE.
- Planejamento, preparação e redação do conteúdo que será divulgado e dos documentos que serão entregues.
- Preparação e acompanhamento dos porta-vozes.
- Seleção de convidados e envio de convites.
- Estabelecimento da sistemática e execução de credenciamento dos empresa participantes.
- Averiguação do local de realização do encontro.
- Supervisão e operação da coletiva (recepção dos convidados, organização da ordem de perguntas, triagem, mediação e registro).
- Levantamento e análise da repercussão da coletiva.

Entregas:

- *Briefing*, conteúdos divulgados e documentos entregues, documentação da coletiva.
- *Mailing* dos jornalistas convidados, relatórios de cobertura com o registro dos jornalistas empresa participantes e dos resultados obtidos na mídia espontânea, a partir da realização da coletiva.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação do planejamento e da operação do evento; eficácia da preparação dos porta-vozes em relação às perguntas feitas pelos jornalistas.
- Repercussão da coletiva na imprensa e os resultados obtidos em mídia espontânea.

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

Média	Até 30 jornalistas convidados para coletiva regional, com antecedência de até 3 dias. Quantidade estimada: 6 serviços
-------	--

Prazo de entrega: Até 10 dias.

2.4 Entrevista Coletiva em Ambiente Digital

Descritivo: A atividade compreende as seguintes ações:

- Organização e realização de *hangouts* e transmissões com streaming ao vivo, com levantamento de influenciadores digitais a serem convidados.
- Definição de moderador.
- Preparação técnica para realização.
- Coletânea de perguntas.
- Análise de dados coletados e repercussão da divulgação.

Entregas: Relatório com o resumo do evento, número de acessos e resultados alcançados, além de DVD (ou outra mídia) com gravação da entrevista.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Até 5 dias úteis.

3. **Treinamento**

3.1 **Planejamento e Execução de *Media Training***

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

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

Prazo de entrega: Até 5 dias após o treinamento.

3.2 **Treinamento para Apresentações**

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

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Carga horária.

Complexidade:

Baixa	Treinamento de até 3 horas.
-------	-----------------------------

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

3.3 Workshops / Seminários para Jornalistas

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação da proposta e formatação do evento aos objetivos estratégicos da CONTRATANTE.
- Relevância dos resultados alcançados.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Número de jornalistas convidados.
- Quantidade de atores externos mobilizados (palestrantes, especialistas, educadores, pensadores e/ou empresários do setor, fornecedores etc).
- Prazo de entrega do relatório.

Complexidade:

Baixa	Até 20 jornalistas convidados. Evento com até 5 atores externos envolvidos. Prazo de entrega: Relatório entregue em até 5 dias.
-------	---

4. Monitoramento e Análise**4.1 Monitoramento de Conteúdo em Redes Sociais, Blogs e Portais de Notícias**

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de menções.

Complexidade:

Baixa	Monitoramento de 1 a 100 mil menções/mês.
-------	---

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

4.2. e 4.2.2 Análise de Jornais, Revistas, Blogs, Redes Sociais e Portais de Notícias (Baixa complexidade Nacional e Regional e Baixa complexidade Internacional)

Descritivo: Síntese analítica diária do conteúdo monitorado em jornais, revistas, *blogs*, redes sociais e portais de notícias, com alertas sobre temas que ofereçam oportunidades ou riscos de comunicação à imagem e recomendações de medidas a serem adotadas.

Entregas:

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tipo de circulação (nacional, regional ou internacional).
- Quantidade de veículos monitorados.

Complexidade:

Baixa – Nacional e Regional	Até 30 veículos monitorados.
Baixa – Internacional	Até 10 veículos monitorados.

Prazo de entrega: Mensal (relatório consolidado).

4.3 Auditoria de Imagem

Descritivo: Auditoria mensal de exposição da CONTRATANTE e de suas temáticas de interesse, de seus porta-vozes e líderes, a partir de análise quantitativa e qualitativa da sua presença nos meios de comunicação monitorados (jornais, revistas, portais de notícias, TV, rádio, *blogs* e redes sociais). A auditoria deverá apontar os principais temas publicados/veiculados na imprensa, por tipo de veículo e impacto para a sua imagem.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Mensal.

4.4 Clipping Regional – Jornais, Revistas e Portais de Notícias

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Abrangência do monitoramento.
- Aderência aos temas de interesse do Governo Federal e do Governo do Distrito Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

4.5 Clipping Regional – TV

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

Entregas: 2 Boletins eletrônicos diários com os conteúdos noticiosos identificados, enviados por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pelo órgão/entidade. O primeiro boletim deverá ser enviado até às 9h30 (conteúdo monitorado a partir de 20h30 do dia anterior até às 8h30 do dia vigente). O segundo boletim até às 21h30 (conteúdo monitorado a partir de 9h30 até às 20h30). Os horários de entrega dos boletins poderão sofrer alteração de acordo com a grade de programação das emissoras.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo, com tolerância de até 30 minutos.
- Abrangência do monitoramento.
- Aderência aos temas de interesse do Governo Federal e do Governo do Distrito Federal

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

4.6 Clipping Regional – Rádio

Descritivo: *Clipping* de conteúdo noticioso, relacionado a temas de interesse da CONTRATANTE, a partir da definição de palavras-chave, veiculado em até 100 emissoras de rádio, conforme lista a ser definida pela CONTRATANTE.

Entregas: 2 boletins eletrônicos diários com os conteúdos noticiosos identificados, enviados por correio eletrônico para lista de e-mails definidos pela CODEPLAN. O primeiro boletim deverá ser enviado até às 8h30 (conteúdo monitorado a partir de 18h do dia anterior até às 7h30 do dia vigente). O segundo boletim até às 18h (conteúdo monitorado a partir de 7h30 até às 17h30).

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo, com tolerância de até 30 minutos.
- Abrangência do monitoramento.
- Aderência aos temas de interesse do Governo Federal e do Governo do Distrito Federal

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica.

Prazo de entrega: Conforme especificado no item Entregas.

5. Produção de Conteúdos

5.1 Elaboração de Texto em Língua Portuguesa

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

- Prazo de entrega.

Complexidade:

Média	<p>Texto original, com conteúdo factual e analítico.</p> <p>Formulado a partir de informações obtidas em consulta a 3 ou 4 fontes.</p> <p>Podendo ocorrer pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos.</p> <p>De 02 a 04 laudas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 3 dias úteis.</p> <p>Quantidade estimada : 30 produtos</p>
-------	--

5.2 Fotografia

Descritivo: Produção de fotos de interesse da CONTRATANTE, para utilização junto aos públicos externo e/ou interno.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Qualidade técnica e editorial das fotografias.
- Alinhamento das temáticas com o *briefing*.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tempo de produção.
- Prazo de entrega, mensal.

Complexidade:

Baixa	<p>Produção com duração de até 4 horas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 1 hora após a produção.</p> <p>Quantidade estimada : 10 serviços</p>
-------	---

5.3 Reportagem em Vídeo (Vídeo Release)

Descritivo: Videoreportagem elaborada a partir de *briefing* e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de roteiro criado para a realização do vídeo. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral em arquivo texto. O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de dias de captação.
- Equipe utilizada na produção.
- Pós-produção.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Alta	<p>De 2 a 5 dias de captação e produção.</p> <p>Equipe composta de 1 diretor de fotografia, 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 produtor, 4 assistentes.</p> <p>Pós-produção com edição do material captado, sonorização e computação gráfica.</p> <p>Prazo de entrega: Até 15 dias úteis após encerrada a captação.</p> <p>Quantidade estimada : 10 produtos</p>
------	---

5.4 Vídeo Depoimento para Imprensa e Públicos Influenciadores nas Mídias Digitais

Descritivo: Vídeo para captação de um ou mais depoimentos sobre tema específico. Elaborado a partir de *briefing* e pauta previamente aprovados. A edição do material bruto é feita a partir de um roteiro aprovado pela CONTRATANTE. Os personagens e profissionais envolvidos devem ceder o direito de uso de imagem e o direito autoral. O custo deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo.

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de dias de captação e produção.
- Quantidade de depoimentos.
- Equipe utilizada na produção e pós-produção.
- Prazo de entrega. 5

Complexidade:

Alta	<p>De 2 dias a 5 dias de captação e produção.</p> <p>Gravação acima de 5 até 10 depoimentos com duração individual de até 1 minuto.</p> <p>Equipe composta de 1 diretor de fotografia, 1 repórter, 1 cinegrafista, 1 produtor, 4 assistentes.</p> <p>Pós-produção com edição do material captado, sonorização e computação gráfica.</p> <p>Prazo de entrega: Até 15 dias úteis após encerrada a captação.</p> <p>Quantidade estimada : 48 produtos</p>
------	--

5.5 Podcast para Imprensa e Públicos Influenciadores nas Mídias Sociais

Descritivo: Captação e edição de áudio, a partir de *briefing* e pauta previamente aprovados. O áudio poderá ser disponibilizado na internet ou enviado para emissoras de rádio. O custo deve prever repórter, equipe técnica e ferramenta de distribuição.

Entregas: Arquivo de áudio editado.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Minutos editados.

Complexidade:

Alta	Acima de 3 e até 5 minutos. Quantidade estimada : 48 produtos
------	--

Prazo de entrega: Até 1 dia útil após a produção. - 48

5.6 Projeto Editorial

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Não se aplica

Prazo: até 20 dias úteis

5.7 Conteúdo e Design para Apresentação

Descritivo: Elaboração de conteúdo para apresentação em reunião, seminário, evento, audiência, etc, com conteúdo factual e analítico, a partir de informações obtidas de fontes diversas indicadas pela CONTRATANTE.

Entregas: Apresentação em formato digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Utilização das fontes e insumos fornecidos pela CONTRATANTE.
- Tempestividade no atendimento e nas respostas às necessidades e/ou problemática apresentada pela CONTRATANTE.
- Observância das normas de correção ortográfica e a legislação.

- Observância da aplicação correta de marcas, contempladas as orientações da CONTRATANTE, a exemplo da acessibilidade.

- Utilização de fontes confiáveis.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Tipo de texto e conteúdo.

- Quantidade de fontes.

- Tipo de apuração.

- Quantidades de laudas elaboradas.

- Prazo de entrega.

Complexidade:

Baixa	<p>Texto original, com conteúdo factual.</p> <p>Formulado a partir de informações obtidas com até 1 fonte.</p> <p>Sem necessidade de consultas externas.</p> <p>Até 10 laudas produzidas.</p> <p>Prazo de entrega: Até 2 dias úteis.</p> <p>Quantidade estimada: 12 produtos</p>
-------	--

- Prazo de entrega. Mensal

5.8 Banco de Mídias

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

- Montagem de estrutura operacional visando disponibilizar todos os arquivos no Banco de Mídias;

- Disponibilização, durante o contrato, de acesso ao *software* com funcionalidades para a gestão dos arquivos do Banco de Mídias;

- Disponibilização de *storage* em rede com arranjo redundante, conteúdos espelhados e backups em nuvem e/ou HD externo, como forma de garantir a integridade dos conteúdos arquivados;

- Disponibilização de *download* e conteúdo do Banco de Mídias, em formato a ser definido;

- Disponibilização do Banco de Mídias, ao final do contrato, à CONTRATANTE.

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

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Volume armazenado.

Complexidade:

Média	<p>Inserção e guarda de até 10 horas de vídeo bruto/mês; 30 minutos de peças em vídeo prontas/mês; 10 horas áudio sem edição/mês; 30 minutos de peças em áudios prontas/mês; 600 imagens de foto/mês.</p> <p>Quantidade estimada: 12 produtos</p>
-------	---

Prazo de entrega: Mensal

6. Ação de Relações Públicas Digital

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

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

Entregas:

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Aderência às diretrizes de comunicação digital da CONTRATANTE.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Abrangência do planejamento.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Alta	Planejamento para períodos superiores a 6 meses. Prazo de entrega: Até 30 dias úteis.
------	--

6.2 Conteúdo Multimídia para Relacionamento em Ambientes Digitais

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Volume de produção de conteúdo.

Complexidade:

Média	Produção de 101 a 500 conteúdos.
-------	----------------------------------

Prazo de entrega: Mensal.

6.3 Ações de Relacionamento com Públicos Influenciadores em Ambientes Digitais

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade: Quantidade de interações.

Complexidade:

Baixa	Moderação de até 100 mil comentários mês. Quantidade estimada: 12 produtos
-------	---

Prazo de entrega: Mensal.

7. Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas

7.1 Projeto Gráfico

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

- Aderência às diretrizes de comunicação do Governo do Distrito Federal.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Alta	De 51 até 100 páginas. Prazo de entrega: Até 30 dias. Quantidade estimada: 6 produtos
------	---

7.2 Diagramação / Editoração de Publicações Impressas

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Fidelidade da diagramação ao projeto gráfico.
- Adequação do conteúdo à proposta de trabalho descrita no *briefing*.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de páginas.
- Prazo de entrega.

Complexidade:

Alta	De 101 até 200 páginas. Prazo de entrega: Até 30 dias. Quantidade estimada: 6 serviços
------	--

7.3 Diagramação de Apresentações Eletrônicas

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

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

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

- Cumprimento do prazo.
- Adequação visual do conteúdo à proposta de trabalho descrita no *briefing*.
- Qualidade estética e pertinência ao tema.

Características consideradas na classificação da complexidade:

- Quantidade de lâminas de apresentação.
- Prazo de entrega. 4

Complexidade:

Alta	De 51 até 100 lâminas. Prazo de entrega: Até 7 dias. Quantidade estimada: 4 serviços
------	--

7.4 Infográfico Dinâmico e/ou Interativo

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

Entregas: Infográfico aprovado, em meio digital.

Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade:

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

Características consideradas na classificação da complexidade:

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

Complexidade:

Alta	Infográfico com foto e/ou ilustração existente, breve texto e animação em 3D ou HTML5. Prazo de entrega: Até 15 dias. Quantidade estimada: 12 produtos
------	--

- Qualificação da equipe de atendimento.
- Tempo de acompanhamento da demanda.

Complexidade:

Alta	Acompanhamento e especificação de 1 Ordem de Serviço complexa, de médio e longo prazo. Demanda exige um nível alto de qualificação no atendimento. Consome até 16h de acompanhamento mensal.
------	--

Prazo de entrega: Execução continuada mensal.

ANEXO II – BRIEFING

INFORMAÇÕES GERAIS

A CODEPLAN – Companhia de Planejamento do Distrito Federal foi criada em 1964. Inicialmente dedicada à produção e tratamento de informação de natureza socioeconômica, em 1979, agregou às suas funções atividades na área de processamento de dados. Na década de 1990, ampliou sua atuação para a área de sistema de informação, que se manteve até o final da década de 2010.

Atualmente, a CODEPLAN atua na produção e elaboração de estudos e pesquisas que norteiam o planejamento, a elaboração, o monitoramento e a avaliação de políticas públicas. Dessa maneira, é a empresa de pesquisa e estatística do Governo do Distrito Federal.

Dentre os objetivos da CODEPLAN estão a sistematização e georreferenciamento de dados, produção de pesquisas quantitativas e qualitativas e disseminação de informações que contribuam para as seguintes finalidades do GDF: desenvolvimento econômico, geração de emprego e renda, combate às desigualdades sociais, inclusão social, política ambiental, mobilidade urbana e planejamento territorial.

A CODEPLAN tem buscado ampliar as suas relações institucionais com gestores públicos, parlamentares, pesquisadores, meio acadêmico, setor privado e a sociedade civil. Para tanto, tem firmado Acordos de Cooperação Técnica com entes públicos e privados, universidades públicas e privadas e institutos de pesquisa em âmbito local, regional e nacional.

Ademais, tem estreitado a relação com o parlamento, especialmente a Câmara Legislativa do Distrito Federal, executando emendas parlamentares em diversas pesquisas, contribuindo com pesquisa de interesse da mesa diretora e de deputados distritais. Disponibilizamos anualmente o Caderno de Emendas com os projetos e produtos a serem desenvolvidos e que podem ser custeados por emendas parlamentares, possibilitando assim a colaboração do Legislativo, também usuário de dados na elaboração de projetos de lei e na defesa de causas específicas.

Assim como, tem participado de conselhos superiores, aprimorado a relação com o setor empresarial, ampliado o diálogo com segmentos sociais e buscando disseminar a sua produção para o conhecimento de toda a população do DF.

A CODEPLAN realiza atualmente diversas pesquisas e estudos, em diferentes áreas, com destaque para a área socioeconômica, as políticas sociais e urbanas, ambientais e territoriais.

Dentre as principais pesquisas demográficas em andamento, destaca-se:

- Pesquisa de Emprego e Desemprego (PED/DF) – pesquisa domiciliar realizada mensalmente, em parceria com o DIEESE, no âmbito do território do Distrito Federal e na Região Metropolitana de Brasília, ou seja, os 12 municípios de Goiás limítrofes ao DF. A divulgação dos dados é mensal e a pesquisa de campo é contínua.
- Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios (PDAD/DF) – pesquisa domiciliar, bianual, realizada nas 33 Regiões Administrativas do DF e responsável pelos dados que subsidiam a maioria de estudos e pesquisas publicadas pela CODEPLAN. Deve ser concluída até a primeira quinzena de dezembro/2021. A divulgação dos resultados será no fim do primeiro trimestre de 2022.
- Pesquisa Metropolitana por Amostra de Domicílios (PMAD) – pesquisa domiciliar, bianual, realizada na Região Metropolitana de Brasília, ou seja, os 12 municípios de Goiás limítrofes ao DF. Foi realizada em 2020. Até o fim do ano serão divulgados os dados por município. Os dados gerais da pesquisa foram divulgados em julho/2021.
- Pesquisa Distrital por Amostra de Domicílios Rural (PDAD Rural) – pesquisa domiciliar, será realizada pela primeira vez no DF. A pesquisa de campo será em 2022, mas o planejamento da pesquisa já iniciou em 2021.
- Pesquisa sobre a População em Situação de Rua – será feita pela primeira vez pelo GDF. Busca mapear e identificar o número e as características das pessoas em situação de rua no DF. A pesquisa deverá ser concluída em dezembro de 2021.

A CODEPLAN tem publicado e elaborado estudos na área social, com recortes de gênero, classe, etário e racial – São 16 estudos sobre as condições de vida da população e as políticas sociais relativas ao Distrito Federal, à Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno (RIDE), à Área Metropolitana de Brasília (AMB) e a outras áreas de influência do território distrital, e apresentar análises sociodemográficas e/ou socioeconômicas de segmentos específicos da população a partir de dados disponíveis, priorizando a desagregação territorial e salientando heterogeneidades identificadas.

As temáticas abordadas nas políticas sociais são variadas, tais como:

- Primeira Infância – em parceria com o Conselho Distrital da Criança e do Adolescente e as Secretarias de Saúde, Educação e Desenvolvimento Social, a pesquisa busca conhecer aspectos da primeira infância (0 a 6 anos) no DF por meio de pesquisa domiciliar. Dados a serem coletados pela aplicação do questionário do projeto PIPAS;
- Agenda LGBTQIA+ - Produzir estudos e pesquisas sobre população LGBTQIA+ no DF. Os dados sobre o perfil da população LGBTQIA+ estão sendo coletados por meio da PDAD 2021 e suplemento on-line específico.
- Gravidez na Adolescência - busca identificar como o problema se apresenta no DF entre diferentes regiões administrativas. Mais especificamente, analisa características epidemiológicas desses nascimentos e características de perfil demográfico dessas jovens mães.
- Infecções Sexualmente Transmissíveis no DF - Descrever a ocorrência dos principais tipos de ISTs entre jovens por regiões administrativas do DF;
- Empregabilidade de Pessoas com Deficiência - Investiga quais são as dificuldades para inserção das pessoas com deficiência no mercado de trabalho.

Também tem executado pesquisas demandadas por diversas secretarias do GDF, tais como:

- Estudo sobre perfil dos estudantes em escolas de gestão compartilhada;
- Elaboração de Índice de Vulnerabilidade Social do DF;
- Avaliação da percepção de moradores e comerciantes sobre a revitalização da W3 Sul;
- Apresentação de análises semanais de dados da economia do DF, conforme demanda específica da Secretaria de Estado de Economia;
- Cálculo da amostra para Projeto Setor Primavera;
- Análises demográficas e socioeconômica das localidades do Arapoanga, Vale do Amanhecer e do SCIA/Estrutural;
- Levantamento do perfil socioeconômico dos carroceiros do DF, entre outros.

No âmbito econômico, desenvolvemos as seguintes pesquisas:

- Análise dos indicadores de atividade econômica, preços e mercado de trabalho do Distrito Federal;
- Construção do PIB anual do DF em conjunto com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).
- Boletim de Conjuntura Econômica – Estudo trimestral dos principais fatores conjunturais que afetaram a performance da economia do Distrito Federal ao longo dos trimestres e seu efeito sobre o desempenho da atividade econômica.
- IDECON – Índice de Desempenho Econômico do DF - No Distrito Federal, a estimativa do PIB possui periodicidade anual e tem uma defasagem de dois anos entre o ano do PIB estimado e o resultado de sua estimativa. Dessa forma, faz-se necessário tentar antecipar os movimentos da economia distrital para desenvolver e aperfeiçoar as políticas públicas;

- Boletim de Acompanhamento do IPCA e do INPC - Fazer o acompanhamento da evolução dos preços no Distrito Federal, destacando os fatores conjunturais que colaboraram para as variações mensais observadas e os itens que tiveram as maiores oscilações positivas e negativas.

No que tange a área urbana e ambiental, a CODEPLAN tem desenvolvido tais pesquisas e estudos:

- Mapa do emprego verde - realizar o mapeamento das empresas que atuam com infraestrutura verde, energias renováveis e demais negócios que atuam no desenvolvimento sustentável do DF;
- Coleta seletiva no DF - LU: realizada a pesquisa utilizando a Central de Atendimento ao Cidadão, construção de relatório metodológico e tratamento da base de dados. Resultado foi divulgado no primeiro semestre de 2021;
- Observatório de Boas Práticas Urbanas e Ambientais - identificar e dar visibilidade às experiências exitosas, buscando construir um conhecimento que possibilite dar subsídio às políticas públicas que impactem positivamente na melhoria dos seguintes aspectos: planejamento territorial; regularização fundiária; déficit habitacional; mobilidade; infraestrutura; saneamento básico; conservação e qualidade ambiental; licenciamento ambiental; gestão da água e energia limpa.

Em 2020, diante da pandemia que assolou todo o planeta, a CODEPLAN passou a integrar o Comitê Covid-19, situado no gabinete do governador e coordenador pelo Secretário-Chefe da Casa Civil. Desde então tem publicado semanalmente o Boletim Covid 19, que está na sua octogésima-primeira edição, se tornando instrumento de acompanhamento local da epidemia e ferramenta essencial na tomada de decisões do Governo do Distrito Federal.

A CODEPLAN dedica-se continuamente em reforçar sua missão de pensar as questões voltadas ao Distrito Federal e área de influência, criando fóruns de debates e lançando publicações relacionadas ao tema, tais como a série *Texto para Discussão*, e promove anualmente o *Prêmio CODEPLAN*, em parceria com a Fibra, SESC e SENAI, que incentiva e premia estudos relacionados às suas temáticas de atuação.

Com essas ações, a Companhia reafirma sua posição de órgão de pesquisas e estatística, contribuindo para o planejamento integrado do Distrito Federal e sua região de influência, constituída por municípios que compõem a RIDE e a AMB – Área Metropolitana de Brasília.

Tendo se tornado fonte oficial de dados para a sociedade e para a imprensa, a Companhia é permanentemente citada em notícias e matérias locais, e tem potencial para ser fonte nacional no âmbito dos dados e informações sobre a capital do país, sendo um desafio pautar a imprensa nacional e tornar-se também fonte constante nesta esfera a fim de ampliar a sua atuação e otimizar a divulgação de seus dados seu público-alvo: gestores públicos, pesquisadores, parlamentares, sociedade civil organizada e população do Distrito Federal e de todo o país.

A COMUNICAÇÃO – INSTRUMENTO

Comunicar dados e estudos baseados em evidências, assim como dos diagnósticos que impactam diretamente as diversas comunidades do Distrito Federal, devem ter mais relevância que apenas a comunicação local, no âmbito do DF, mas amplitude nacional.

Como empresa pública, sua comunicação deve se basear no princípio do direito soberano da população, de ser informada sobre as realizações em curso, durante toda a gestão, sempre com um caráter educativo, informativo e/ou de orientação social.

Neste sentido, os principais desafios, bem como o público alvo, são:

- Dar amplo conhecimento à sociedade dos diagnósticos econômicos e sociais, associados às políticas e programas implantados ou em implantação;
- Alcançar toda a população tornando-se uma referência em dados, criando empatia em relação às pesquisas realizadas e sentimento de pertencimento da sociedade com as ações que servem para otimizar a qualidade de vida no DF;

- Estimular a participação da sociedade nas pesquisas e, conseqüentemente, nas formulações de políticas públicas;
- Colaborar na disseminação de informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais;
- Promover o Distrito Federal em âmbito regional e nacional.

Respeitando esses pilares, a Companhia, não só, cumprindo com as suas atribuições de prestação de informações e contas de forma transparente, como levando aos mais diversos públicos, informações que subsidiem o Governo do Distrito Federal e o auxilie na tomada de decisões que impactam toda a sociedade.

SITUAÇÃO GERAL

A comunicação da CODEPLAN, bem como do Governo do Distrito Federal, é pautada pelo princípio constitucional da publicidade e do direito à informação da população. E tem o objetivo de divulgar, com transparência, os seus papéis, ações e serviços colocados à disposição dos cidadãos, conforme preceitua o artigo 258 da LODF: A comunicação é bem social a serviço da pessoa humana, da realização integral de suas potencialidades políticas e intelectuais garantidos o direito fundamental do cidadão a participar dos assuntos da comunicação como maiores interessados por seus processos, formas e conteúdo.

Embora sempre noticiada pela mídia, as ações da CODEPLAN ainda não foram totalmente percebidas e assimiladas por boa parte da população; sobretudo no restante do país. No Distrito Federal esse desconhecimento atrapalha a realização de pesquisas e a confiança da população em participar respondendo questionários, ligações ou atendendo pesquisadores(as).

ANEXO III - PLANILHA DE FORMAÇÃO ANUAL DE EXECUÇÃO E PREÇOS UNITÁRIOS DOS PRODUTOS E SERVIÇOS ESSENCIAIS

Quant.	Produto/Serviço	Quant.	Preço unitário	TOTAL
1	Estratégia de Comunicação			
1.1.1	Avaliação de percepção de imagem - Baixa Regional	1	R\$ 38.166,67	R\$ 38.166,67
1.1.2	Avaliação de percepção de imagem - Baixa Nacional	1	R\$ 35.676,67	R\$ 35.676,67
1.2	Mapa de Influenciadores		-	-
1.2.1	Mapa de influenciadores - Baixa Regional	1	R\$ 50.783,33	R\$ 50.783,33
1.2.2	Mapa de influenciadores - Baixa Nacional	1	R\$ 35.516,67	R\$ 35.516,67
1.3	Diagnóstico e matriz estratégica		-	-
1.3.1	Diagnóstico e matriz estratégica - Média	1	R\$ 68.741,33	R\$ 68.68.741,33
1.4	Plano estratégico de comunicação corporativa		-	-

1.4.1	Plano estratégico de comunicação corporativa da CONTRATANTE, nas versões impressa e digital. (Anual)	1	R\$ 61.523,33	R\$ 61.523,33
2	Assessoria de Imprensa		-	-
2.1	Atendimento de demandas de veículos de comunicação - altíssima complexidade	12	R\$ 56.774,67	R\$ 681.296,00
2.2	Contatos proativos como veículos de comunicação - Altíssima complexidade	12	R\$ 49.843,67	R\$ 598.124,00
2.3	Entrevista Coletiva - Média complexidade	6	R\$ 10.842,00	R\$ 65.052,00
2.4	Entrevista Coletiva em ambiente digital	12	R\$ 14.836,67	R\$ 178.040,00
3	Treinamento		-	-
3.1	Planejamento e Execução de Media Training - Baixa Complexidade - Treinamento de 1 porta-voz para os meios TV e Impressos. - Carga horária de até 4 horas	1	R\$ 31.066,67	R\$ 31.066,67
3.2	Treinamento para apresentações - 1 treinamento de até 3 horas.	1	R\$ 29.066,67	R\$ 29.066,67
3.3	Workshop - baixa complexidade	1	R\$ 54.366,67	R\$ 54.366,67
4	Monitoramento e Análise		-	-
4.1	Monitoramento de Conteúdo em Redes Sociais, Blogs e Portais de Notícias - Baixa - Entrega diária (1/100 mil mensões/mês)	12	R\$ 26.003,33	R\$ 312.040,00
4.2	Análise de jornais, revistas, etc - Entrega diária - Baixa complexidade Nacional e Regional	12	R\$ 18.450,00	R\$ 221.400,00
4.2.1	Análise de jornais, revistas, etc - Entrega diária - Baixa complexidade Internacional	12	R\$ 22.733,33	R\$ 272.800,00
4.3	Auditoria de Imagem	12	R\$ 44.483,33	R\$ 533.800,00
4.4	Clipping Regional - Jornais, revistas e portais - Entrega diária	12	R\$ 13.680,67	R\$ 164.168,00
4.5	Clipping Regional TV - Entrega diária	12	R\$ 18.979,67	R\$ 227.756,00
4.6	Clipping Regional Rádio - Entrega diária	12	R\$ 11.770,00	R\$ 141.240,00
5	Produção de Conteúdos		-	-
5.1	Elaboração de texto em língua portuguesa - média complexidade	30	R\$ 1.804,02	R\$ 54.120,60

5.2	Fotografia - complexidade baixa	10	R\$ 2.341,60	R\$ 23.416,00
5.3	Reportagem em Vídeo (Vídeo Release) - Complexidade Alta	10	R\$ 34.232,33	R\$ 342.323,33
5.4	Vídeo depoimento para imprensa e públicos influenciadores - alta complexidade	48	R\$ 30.845,67	R\$ 1.480.592,16
5.5	Podcast para Imprensa e Públicos Influenciadores nas Mídias Sociais - alta complexidade	48	R\$ 3.267,25	R\$ 156.827,84
5.6	Projeto editorial (anual)	1	R\$ 13.364,00	R\$ 13.364,00
5.7	Conteúdo e Design para apresentação - baixa complexidade	12	R\$ 6.493,47	R\$ 77.921,60
5.8	Banco de Mídia - Média complexidade	12	R\$ 11.112,00	R\$ 133.344,00
6	Ação de RP Digital - Alta complexidade		-	-
6.1	Planejamento de Ações Institucionais para Relacionamento com Públicos Influenciadores em Ambientes Digitais - alta complexidade	2	R\$ 29.073,33	R\$ 58.146,67
6.2	Conteúdo Multimídia para relacionamento em ambientes digitais - média complexidade	12	R\$ 40.164,00	R\$ 481.968,00
6.3	Ações de Relacionamento com Públicos Influenciadores em Ambientes Digitais - Baixa Complexidade	12	R\$ 25.350,00	R\$ 304.200,00
7	Design Aplicado à Produção de Conteúdo para Relações Públicas		-	-
7.1	Projeto Gráfico - alta complexidade	12	R\$ 59.520,00	R\$ 714.240,00
7.2	Diagramação / Editoração de Publicações Impressas - alta complexidade	6	R\$ 59.256,67	R\$ 355.540,00
7.3	Diagramação / editoração publicações eletrônicas - alta complexidade	12	R\$ 12.225,00	R\$ 146.700,00
7.4	Infográfico Dinâmico e/ou Interativo	12	R\$ 6.087,33	R\$ 73.048,00
				R\$ 8.216.376,14

ANEXO IV

MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS

À

Comissão Especial de Licitação

Concorrência nº XX / ano – CODEPLAN

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

1. percentual de desconto de% (.....**por cento**), a ser concedido ao CONTRATANTE, incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, constante do Apêndice I do Anexo I do Edital desta concorrência; e

Declaramos ainda que:

a) os direitos patrimoniais sobre autoria dos conteúdos, bem como os direitos de uso dos dados coletados, incluídos os estudos, análises e planos elaborados por esta licitante, por meio de nossos empregados ou prepostos, em decorrência da execução do contrato, passam a ser integralmente da CODEPLAN;

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

a2) a CODEPLAN poderá, a seu juízo, utilizar os direitos referidos na alínea 'a' durante a vigência do contrato a ser celebrado, e mesmo após seu término ou eventual rescisão, sem que lhe caiba qualquer ônus;

b) nos preços dos Produtos e Serviços Essenciais, decorrentes do percentual de desconto acima proposto, estão incluídos todos os nossos custos internos, diretos e indiretos, tais como: despesas com planejamento e apresentações; encargos sociais e trabalhistas de mão de obra; equipamentos (*hardware*), programas (*software*); impostos; taxas; seguros; e demais obrigações financeiras, de qualquer natureza, envolvidas na execução do objeto do contrato e não será pleiteado nenhum ressarcimento relacionado a esses custos;

c) os percentuais acima propostos são de nossa exclusiva responsabilidade e não nos assistirá o direito de pleitear nenhuma alteração posterior, sob a alegação de erro, omissão ou qualquer outro pretexto, na vigência do contrato caso seja firmado;

d) comprometemo-nos a envidar esforços no sentido de obter as melhores condições nas negociações comerciais junto a fornecedores especializados, transferindo a CODEPLAN todas as vantagens obtidas;

d1) garantimos o pagamento integral dos valores devidos aos fornecedores especializados, após a liquidação das despesas e o pagamento a cargo Da CODEPLANE, nos termos do item 8 do Projeto Básico;

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

f) estamos cientes de que a CODEPLAN procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei;

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

Por fim, informamos os seguintes dados:

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

local e data

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



Documento assinado eletronicamente por **RENATA NOGUEIRA FERNANDES - Matr.00003690-0, Chefe da Assessoria de Comunicação**, em 11/11/2021, às 17:48, conforme art. 6º do Decreto nº 36.756, de 16 de setembro de 2015, publicado no Diário Oficial do Distrito Federal nº 180, quinta-feira, 17 de setembro de 2015.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site:
http://sei.df.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0
verificador= **73975005** código CRC= **15E57101**.

"Brasília - Patrimônio Cultural da Humanidade"

Setor de Administração Municipal - SAM, Bloco H - Bairro Asa Norte - CEP 70620-080 - DF

3342-1121