

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA  
SECRETARIA-GERAL  
SECRETARIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

**INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 4, DE 20 DE ABRIL DE 2018**

Disciplina as licitações e os contratos de serviços de comunicação corporativa dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal.

**O MINISTRO DE ESTADO CHEFE DA SECRETARIA-GERAL DA PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA, SUBSTITUTO**, no uso da competência que lhe conferem o art. 87, parágrafo único, inciso II, da Constituição Federal e o art. 7º da Lei nº 13.502, de 1º de novembro de 2017, com fundamento no art. 22, inciso XXVII, da Constituição Federal,

**R E S O L V E:**

Art. 1º Disciplinar as licitações e os contratos dos órgãos e entidades do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal – SICOM com empresas prestadoras de serviços de comunicação corporativa, nos termos da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e, de forma complementar, da Instrução Normativa do Ministério do Planejamento, Desenvolvimento e Gestão - MP nº 05, de 26 de maio de 2017, observadas, por analogia, as regras estabelecidas pela Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010, no que couber.

Parágrafo único. Nas licitações de serviços de comunicação corporativa das empresas públicas, das sociedades de economia mista e de suas subsidiárias, aplica-se, ainda, o disposto na Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016, conforme expressamente previsto em seu art. 28, **caput** e, subsidiariamente e supletivamente os ditames desta Instrução Normativa.

**CAPÍTULO I**  
**DOS CONCEITOS**

Art. 2º Para fins desta Instrução Normativa consideram-se:

**I - relações com a imprensa:** ação que reúne estratégias organizacionais para promover e reforçar a comunicação dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal com seus públicos de interesse, por meio da interação com profissionais da imprensa, numa atuação democrática, diversificada e transparente;

II - relações públicas: esforço de comunicação planejado, coeso e contínuo que tem por objetivo estabelecer adequada percepção da atuação e dos objetivos institucionais, a partir do estímulo à compreensão mútua e da manutenção de padrões de relacionamento e fluxos de informação entre os órgãos e entidades Poder Executivo Federal e seus públicos de interesse, no Brasil e no exterior;

III - empreitada por preço unitário: regime de execução de serviço previsto no art. 6º, inciso VIII, alínea 'b', da Lei nº 8.666, de 1993, por meio do qual se contrata a execução do serviço por preço certo de unidades determinadas;

IV - serviços continuados: aqueles que, pela sua essencialidade, visam atender à necessidade da administração de forma permanente e contínua, por mais de um exercício financeiro, assegurando a integridade do patrimônio público ou o funcionamento das atividades finalísticas do órgão ou entidade, de modo que sua interrupção possa comprometer a prestação de um serviço público ou o cumprimento da missão institucional;

V - serviços de natureza intelectual: aqueles em que a arte e a racionalidade humana são intrínsecas para a execução plena;

VI - natureza intangível: característica intrínseca dos serviços, por não poderem ser tocados ou experimentados antes de produzidos e por não possuírem formato físico;

VII - natureza indivisível: característica das contratações cujo objeto não é suscetível à divisão, dada à dinâmica estratégica da prestação do serviço no decorrer da execução contratual, por motivos de ordem técnica, econômica ou razão determinante de negócio jurídico;

VIII - bens e serviços comuns: aqueles que são constituídos por tarefas que podem ser executadas mecanicamente ou segundo técnicas, protocolos e métodos pré-estabelecidos e conhecidos, para os quais caberia a modalidade pregão, em sua contratação;

IX - produtos e serviços essenciais: aqueles que contemplam a expertise básica da contratada na execução do objeto do contrato, cujos itens deverão ser previamente especificados e precificados pelo contratante, com os respectivos quantitativos estimados de execução, como forma de adotar-se unidade de medida que permita a mensuração dos resultados para pagamento da contratada; e

X - produtos e serviços complementar es: contemplam os itens básicos e pontuais não passíveis de prestação pela contratada, nem de previsão pelo contratante, mas indispensáveis para a adequada execução contratual, a serem prestados por fornecedores especializados com a intermediação e supervisão da contratada, cujas categorias são previamente estabelecidas pelo contratante.

## CAPÍTULO II DA LICITAÇÃO

### Seção I Das disposições gerais

Art. 3º Os serviços de comunicação corporativa serão contratados com empresas especializadas no segmento que sejam estabelecidas no país e estejam devidamente cadastradas, com situação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF e que satisfaçam as condições e disposições estabelecidas no edital.

Art. 4º A licitação será processada de acordo com as modalidades concorrência, tomada de preços ou convite, conforme o art. 22 da Lei nº 8.666, de 1993, adotando-se os tipos “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

Parágrafo único. A escolha da modalidade licitatória deverá ser feita em razão do valor estimado para o certame, nos termos dos arts. 23, 39 e 46 da Lei nº 8.666, de 1993.

Art. 5º O serviço de comunicação corporativa, a priori, detém natureza intelectual, intangível e indivisível, não se enquadrando no conceito de bens e serviços comuns.

Parágrafo único. A natureza intelectual e indivisível do objeto da contratação dos serviços de comunicação corporativa deverá ser devidamente justificada pelo contratante, com base nas suas necessidades e nas dinâmicas a serem estabelecidas com a contratada no decorrer da execução contratual.

Art. 6º A prestação de serviços de comunicação corporativa terá duração de 12 (doze) meses, de acordo com o art. 57, caput, da Lei nº 8.666, de 1993.

§1º A necessidade da prestação continuada dos serviços de comunicação corporativa deverá ser devidamente justificada pelo contratante, o que possibilitará a prorrogação dos contratos por iguais e sucessivos períodos, limitada a sessenta meses, nos termos do art. 57, inciso II, da Lei nº 8.666, de 1993.

§2º A justificativa mencionada no parágrafo anterior poderá ser realizada por apontamento de forma a embasar a necessidade permanente da administração e a observância do princípio da economicidade, considerado o histórico do contratante em relação ao serviço de comunicação corporativa.

Art. 7º A execução contratual deverá ser realizada mediante demanda do contratante, nos termos de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário.

Art. 8º Considerada a natureza intangível do serviço a ser contratado e não completamente previsível pela administração, o órgão ou entidade deverá adotar unidade de medida que permita a mensuração dos resultados para subsidiar o pagamento da contratada, afastada a remuneração da empresa com base na quantidade de horas de serviço ou por postos de trabalho.

## Seção II

### Dos critérios de escolha do tipo de licitação

Art. 9º A escolha do tipo de licitação “melhor técnica” ou “técnica e preço” pelo órgão ou entidade contratante deverá objetivar, obrigatoriamente, a identificação da licitante que reúna, de fato e de direito, os atributos que a configurem como a proposta mais vantajosa para a administração, com base nos princípios constitucionais da eficiência e da economicidade.

Parágrafo único. Os princípios constitucionais supracitados estão intrinsecamente relacionados a uma avaliação econômico-financeira dos atos administrativos, dos quais resultem em despesas públicas, e consideram a adequação do binômio custo-benefício, ou seja, a equivalência entre a qualidade dos serviços demandados e recebidos, com vistas a atender às necessidades da administração, e o preço incorrido por esses serviços.

Art. 10. Nas contratações de serviços de comunicação corporativa, o órgão ou entidade contratante deverá buscar a contratação de uma empresa suficientemente qualificada, detentora de domínio técnico restrito, porém não exclusivo, para atender às suas necessidades, por meio da adoção de um preço justo, consideradas as particularidades de sua atuação.

Art. 11. Na escolha do tipo de licitação “melhor técnica” ou “técnica e preço” o contratante deverá considerar o valor estimado para a contratação, em analogia aos arts. 23 e 39 da Lei nº 8.666, de 1993, e observar as seguintes orientações:

I – poderá ser adotado o tipo de licitação “técnica e preço” se a adequada execução contratual exigir nível básico de qualificação técnica da empresa a ser contratada, a ser verificado na identificação da proposta mais vantajosa para a administração; e

II – deverá ser adotado o tipo de licitação “melhor técnica” se o nível de qualificação técnica da empresa a ser contratada for requisito essencial para a adequada execução contratual e soberano no processo de identificação da proposta mais vantajosa para a administração.

Parágrafo único. Entende-se que a contratação com valor igual ou superior a 20 (vinte) vezes o limite previsto na alínea ‘c’ do inciso II do art. 23 da Lei nº 8.666, de 1983, alinha-se ao inciso II deste artigo.

### Seção III

#### Dos modelos de edital

Art. 12. A SECOM dará consultoria nos termos do art. 38, inciso IV, do Anexo V, do Decreto nº 9.038, de 26 de abril de 2017, e disponibilizará modelos de edital para contratação de serviços de comunicação corporativa aos órgãos e entidades do SICOM.

§1º Os modelos de edital da SECOM adotam a modalidade “concorrência” e os tipos “melhor técnica” e “técnica e preço”, com base no art. 46 da Lei nº 8.666, de 1993, e deverão ser adequados pelos órgãos e entidades de acordo com as suas especificidades.

§2º A opção pelo tipo de licitação “melhor técnica” ou “técnica e preço” é uma discricionariedade do contratante, que deverá justificar e fundamentar a sua escolha e utilizar o respectivo modelo de edital disponibilizado pela SECOM, conforme as características do tipo de sua contratação.

§3º Os modelos de edital da SECOM estão disponibilizados em sua página na internet e poderão ser atualizados, sempre que necessário, com base nas ocorrências das licitações do SICOM e nos dispositivos legais relativos à matéria.

### Seção IV

#### Do objeto

Art. 13. O edital de licitação para a contratação de serviços de comunicação corporativa terá como objeto as seguintes atividades pertinentes aos conceitos definidos nos incisos I e II do art. 2º desta Instrução Normativa:

I - prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação corporativa do órgão/entidade, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional e/ou internacional;

II - criação e execução técnica de ações e/ou materiais de comunicação corporativa e de conteúdos multimídia, no âmbito do contrato; e

III - criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação corporativa, destinadas a expandir os efeitos da atuação do órgão/entidade junto à imprensa e demais públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias.

§1º Não será permitida a inclusão de produtos e serviços de natureza não compatível com o objeto da contratação ou sem vínculo com a ação de comunicação corporativa, sendo vedada a licitação com objetos múltiplos.

§2º Para prestação de produtos e serviços essenciais não será permitida a subcontratação pela contratada de fornecedores especializados.

§3º Para prestação de produtos e serviços complementares será permitida a contratação de fornecedores especializados, nos termos e parâmetros previamente estabelecidos no edital.

## Seção V

### Das características dos produtos e serviços

Art. 14. A adoção de unidades de medida prevista no art. 8º desta Instrução Normativa se dará por meio do estabelecimento pelo contratante de catálogo dos produtos e serviços essenciais à execução do objeto do contrato.

Art. 15. Os itens constantes do catálogo de produtos e serviços essenciais deverão ser estrategicamente combinados pela contratada no decorrer da execução contratual, com vistas a formatar a melhor solução de comunicação corporativa para superar os desafios no atingimento dos objetivos de comunicação do contratante, dada a natureza intelectual do serviço.

§1º Nos casos de contratação isolada de itens específicos do catálogo de produtos e serviços essenciais, que tenham predominância operacional em sua execução, ficará descaracterizada a natureza intelectual da prestação, pontual ou continuada, do serviço.

§2º Na ocorrência da contratação prevista no parágrafo anterior, o contratante poderá adotar a modalidade pregão, em decorrência da abrangência restrita da atuação da contratada.

Art. 16. O catálogo de produtos e serviços essenciais deverá contemplar as especificações técnicas de cada item, com os respectivos preços unitários máximos e as quantidades estimadas de execução, de acordo com o perfil de atuação do contratante, devendo ser observadas as orientações relativas à matéria dispostas na Instrução Normativa do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão - MP nº 5, de 26 de maio de 2017, relativas à matéria.

Art. 17. A especificação técnica dos produtos e serviços essenciais deverá conter as seguintes informações:

I - título;

II - descritivo;

III - entregas;

IV - aspectos a serem considerados na avaliação da atividade;

V - características consideradas na classificação da complexidade;

VI - complexidade;

VII - prazo de entrega; e

VIII - outras informações que possam melhor caracterizá-los.

§1º As especificações constantes do catálogo de produtos e serviços essenciais poderão ser aperfeiçoadas pelo contratante no decorrer da execução contratual, sempre que identificada a necessidade de maior alinhamento com as práticas vivenciadas, desde que justificadas e mantidas as condições contratuais.

§2º O aperfeiçoamento das especificações realizado pelos órgãos e entidades do SICOM ou quaisquer impugnações relativas ao edital ou ao certame deverão ser encaminhados ao DENOR, nos termos do art. 38, inciso IV, do Anexo V, do Decreto nº 9.038/2017, para o e-mail [secom.editais@presidencia.gov.br](mailto:secom.editais@presidencia.gov.br), com vistas a subsidiar o aprimoramento do modelo de edital para contratação de serviços de comunicação corporativa, disponibilizado pela SECOM.

Art. 18. Para estabelecer os preços unitários máximos dos produtos e serviços essenciais, no âmbito do certame, o contratante deverá realizar pesquisa de preços junto ao mercado, por meio do envio da cópia do projeto básico referente ao objeto a ser licitado, de modo a propiciar a adequada cotação.

§1º As cotações encaminhadas ao contratante pelas empresas consultadas deverão estar datadas, assinadas e rubricadas em todas as folhas, para composição do processo licitatório.

§2º Para subsidiar a análise dos orçamentos cotados, o contratante deverá buscar, sempre que possível, as referências dos preços praticados pela Administração Pública Federal em relação aos produtos e serviços essenciais.

Art. 19. As quantidades da execução dos produtos e serviços essenciais deverão ser estimadas com base no histórico de atuação e nas necessidades do contratante e poderão ser readequadas no decorrer da execução contratual, por apostilamento, desde que justificadas e mantidas as condições contratuais.

Parágrafo único. A justificativa referida no artigo anterior pressupõe análise relativa à adequação, à necessidade e à proporcionalidade por parte do contratante, com vistas a observar o princípio da eficiência e do planejamento, nos termos do art. 37 da Constituição Federal e do art. 6º do Decreto Lei nº 200, de 25 de fevereiro de 1967.

Art. 20. O contratante poderá prever a possibilidade de execução de item não previsto no catálogo de produtos e serviços essenciais, decorrentes de formas inovadoras de comunicação corporativa destinadas a expandir os efeitos de sua atuação junto à imprensa e demais públicos de interesse, em consonância com novas tecnologias, desde que este guarde compatibilidade com o objeto contratual.

§1º Nesses casos, a contratada deverá apresentar uma justificativa relativa à relevância e à necessidade do item no contexto da solução de comunicação corporativa proposta, suas especificações técnicas, observado o art. 17 desta Instrução Normativa, e estimativa de custos acompanhada do orçamento da contratada, mais 2 (dois) orçamentos do mercado.

§2º A partir dessas informações, a proposta deverá ser avaliada pelo contratante que, para a aprovação dos custos, poderá verificar, a qualquer tempo e a seu juízo, a adequação dos preços da contratada em relação aos do mercado e aos praticados pela Administração Pública Federal.

§3º Após a aprovação pelo contratante, o item não previsto poderá passar a integrar o catálogo de produtos e serviços essenciais, se for o caso.

§4º O contratante deverá estabelecer um percentual máximo como forma de limitar o valor contratual destinado para pagamento de itens não previstos no catálogo de produtos e serviços essenciais, se for o caso, observado o parágrafo único do art. 29 desta Instrução Normativa.

Art. 21. O edital poderá prever a possibilidade de execução de produtos e serviços complementares, cujas categorias estarão previamente estabelecidas no instrumento convocatório.

§1º Nesses casos, a contratada deverá apresentar uma justificativa acompanhada das especificações técnicas e da estimativa de custos com 3 (três) orçamentos de fornecedores especializados, para aprovação do contratante que poderá verificar a adequação desses orçamentos com as práticas do mercado e da Administração Pública Federal, sempre que possível.

§2º As categorias dos produtos e serviços complementares a serem prestados por fornecedores especializados, previstas pelo contratante no edital, não esgotam a contratação dos componentes indispensáveis para a perfeita execução contratual e poderão ser ajustadas, desde que justificadas e mantidas as condições contratuais.

Art. 22. A execução técnica dos produtos e serviços essenciais e, se for o caso, dos produtos e serviços complementares se dará por ordem e conta do contratante.

Parágrafo único. O catálogo de produtos e serviços essenciais, com as especificações técnicas dos itens, os preços máximos a serem aceitos no âmbito do certame e as estimativas anuais de execução, bem como as categorias dos produtos e serviços complementares, se for o caso, deverão ser contemplados no projeto básico do edital.

## Seção VI

### Da proposta técnica

Art. 23. Os conteúdos a serem apresentados pelas licitantes em cada quesito e subquesito que compõem a proposta técnica e os atributos a serem considerados no julgamento técnico, com os parâmetros de pontuação, estão dispostos no Anexo II desta Instrução Normativa.

Parágrafo único. Os critérios de pontuação para o julgamento da proposta técnica deverão ser fixados pelo contratante em função das particularidades de sua atuação e das informações integrantes do briefing, observado o modelo disposto no Anexo I desta Instrução Normativa.

Art. 24. As licitantes apresentarão sua proposta técnica com base nos desafios e objetivos de comunicação estabelecidos pelo contratante no briefing e deverão considerar os itens constantes do catálogo de produtos e serviços essenciais e, se for o caso, as categorias de produtos e serviços complementares, constantes do projeto básico do edital.

Art. 25. O julgamento do quesito referente ao plano de comunicação corporativa, bem como dos seus respectivos subquesitos, deverá ser realizado com base em proposta com autoria não identificada.

## Sessão VII

### Da proposta de preços

Art. 26. A proposta de preços deverá ser constituída dos seguintes quesitos:

I – o percentual de desconto a ser concedido ao contratante, que incidirá de forma linear sobre os preços máximos estabelecidos no edital para os produtos e serviços essenciais envolvidos na execução contratual;  
e

II – o percentual de honorários que incidirá sobre os preços dos produtos e serviços complementares, se for o caso, prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão da licitante.

Art. 27. Os critérios de apresentação e julgamento da proposta de preços deverão ser fixados pelo contratante em função das especificidades do seu perfil de atuação.

## Seção VIII

### Do edital

Art. 28. A elaboração do edital obedecerá às exigências do art. 40 da Lei nº 8.666, de 1993, da Instrução Normativa MP nº 5, de 2017, e de forma complementar, por analogia, das regras estabelecidas pela Lei nº 12.232, de 2010, aplicáveis, no que couber, a cada objeto.



Art. 29. O edital deverá dispor sobre:

I - a possibilidade de execução de item não previsto no catálogo de produtos e serviços essenciais;

II - a possibilidade de execução de produtos e serviços complementares;

III – as regras e condições para reembolso à contratada de despesas com deslocamentos de profissionais a serviço; e

IV - o limite máximo do investimento, na forma de percentual incidente sobre o valor contratual, destinado ao pagamento das despesas previstas nos incisos I e III, acima dispostos, conforme o caso.

Parágrafo único. O limite máximo disposto no inciso IV do artigo anterior não poderá exceder o percentual de 15% (quinze por cento) do valor contratual, observadas as particularidades de cada contratação.

Art. 30. O julgamento das propostas técnicas e de preços, bem como o julgamento final do certame será efetuado com base nos mecanismos especificados no instrumento convocatório, de acordo com o tipo de licitação, “melhor técnica” ou “técnica e preço”, observado o art. 46 da Lei nº 8.666, de 1993.

Art. 31. O edital deverá, ainda, prever critérios objetivos e automáticos para identificação/definição da licitante vencedora, contemplando regras claras para os casos de empate no julgamento das propostas técnicas e de preços, bem como no julgamento final do certame, de acordo com o tipo de licitação escolhido pelo contratante - “melhor técnica” ou “técnica e preço”.

#### Subseção I

#### Das disposições sobre a proposta técnica

Art. 32. O edital determinará que:

I - o plano de comunicação corporativa será apresentado em 2 (duas) vias, uma sem identificação e outra com a identificação de sua autoria;

II - será vedada a oposição, em qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação corporativa, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante, antes da abertura do invólucro que contém sua via identificada;

III - será vedada a oposição no invólucro referente à capacidade de atendimento e aos relatos de soluções de comunicação corporativa, assim como nos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do plano de comunicação corporativa, que possibilite a identificação da autoria deste antes da abertura do invólucro que contém sua via identificada;

IV - será desclassificada a licitante que descumprir o disposto nos incisos I, II e III deste artigo e demais disposições do instrumento convocatório;

V - será atribuída pontuação à proposta técnica desclassificada por descumprir o edital, exceto no tocante às condutas vedadas nos incisos I, II e III deste artigo, cuja planilha ficará acondicionada em envelope fechado e rubricado no fecho pelos membros da subcomissão técnica, até que se expire o prazo para recurso;

VI - a subcomissão técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos dispostos no instrumento convocatório;

VII - no caso do inciso VI deste artigo, se persistir a diferença de pontuação após a reavaliação do quesito, os autores das pontuações deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito, a qual será assinada por todos os membros da subcomissão técnica e passará a compor o processo da licitação;

VIII - a proposta técnica será apresentada em 3 (três) invólucros distintos, sendo um destinado para a via não identificada do plano de comunicação corporativa, um para a via identificada do plano de comunicação corporativa e outro para o conjunto formado pela capacidade de atendimento e pelos relatos de soluções de comunicação corporativa, que deverá estar devidamente identificado;

IX - o invólucro destinado à apresentação da via não identificada do plano de comunicação corporativa será padronizado e fornecido pelo contratante responsável pela licitação, sem nenhum tipo de identificação;

X - a comissão especial de licitação não receberá nenhum dos invólucros com as propostas técnica e de preços, se o invólucro com a via não identificada do plano de comunicação corporativa contiver informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou, ainda, se estiver danificado ou deformado pelos materiais e demais documentos nele acondicionados;

XI - a via identificada do plano de comunicação corporativa terá o mesmo teor da via não identificada, com vistas a proporcionar a correlação segura de sua autoria, podendo o edital estabelecer quais conteúdos não deverão ser apresentados nessa via;

XII - os conteúdos do plano de comunicação corporativa deverão ter formatos compatíveis com suas características e adequarem-se às dimensões do invólucro fornecido pelo contratante;

XIII - deverá constar do plano de implementação um resumo geral com informações sobre, pelo menos:

a) cronograma de desenvolvimento das ações de comunicação corporativa propostas; e

b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou materiais de comunicação corporativa constantes da proposta.

XIV - As licitantes deverão apresentar o orçamento disposto na alínea 'b' do inciso anterior, com base:

a) na verba referencial para investimento, estabelecida no briefing ;

b) nos valores cheios dos preços unitários máximos dos produtos e serviços essenciais previstos no edital;  
e

c) nos preços de mercado à época da licitação, relativos aos produtos e serviços complementares a serem realizados por fornecedores especializados, caso previstos no edital, desconsiderados os honorários de remuneração.

XV - cada relato de soluções de comunicação corporativa deverá ser formalmente referendado pelo respectivo cliente; e

XVI - os relatos de soluções de comunicação corporativa não poderão referir-se a demandas anteriores do contratante responsável pela licitação.

§1º Outras exigências poderão ser determinadas no edital, desde que não haja a imposição de regras que possam restringir o universo de potenciais concorrentes ou o caráter competitivo da licitação.

§2º As informações necessárias e suficientes para que os interessados elaborem suas propostas de plano de comunicação corporativa deverão estar estabelecidas no briefing, que constituirá anexo do edital.

Art. 33. O edital ainda conterà:

I - os conteúdos dos quesitos e subquesitos a serem apresentados pelas licitantes na proposta técnica;

II - as formas, formatos e condições para apresentação de ações e/ou materiais de comunicação corporativa, as informações e os documentos dos quesitos e subquesitos da proposta técnica; e

III - os atributos a serem considerados no julgamento de cada quesito e subquesito e as respectivas pontuações máximas a serem observadas pela subcomissão técnica no julgamento técnico.

Parágrafo único. O estabelecimento das condições de apresentação dos quesitos e subquesitos que compõem a proposta técnica deverá ser precedido de cuidados capazes de não restringir o caráter competitivo do certame, observado o princípio da isonomia que visa garantir a igualdade de condições das licitantes no certame.

## Subseção II

### Das disposições sobre a proposta de preços

Art. 34. No tocante à proposta de preços, o edital estabelecerá:

I - que o pagamento da contratada será efetuado com base na tabela de preços dos produtos e serviços essenciais, resultante da aplicação linear do percentual de desconto constante da proposta vencedora no certame, sobre os preços máximos estabelecidos no edital, pelo contratante;

II – que haverá remuneração da contratada por meio de honorários, pela intermediação e supervisão da execução de produtos e serviços complementares prestados por fornecedores especializados, se for o caso; e

III – se haverá reembolso à contratada das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço.

### Subseção III Da habilitação

Art. 35. No tocante à habilitação, o edital determinará que:

I - os documentos de habilitação serão apresentados por todas as licitantes, antes do julgamento das propostas técnica e de preços;

II - a comissão especial de licitação tomará as seguintes providências:

a) recebimento e abertura do invólucro com os documentos de habilitação das licitantes, em sessão pública, para análise da sua conformidade com as condições estabelecidas na legislação em vigor e no edital; e

b) decisão quanto à habilitação ou inabilitação das licitantes e abertura do prazo para interposição de recurso, nos termos da alínea 'a' do inciso I do art. 109 da Lei nº 8.666, de 1993.

III - reconhecida a habilitação das licitantes, na forma da alínea 'b' do inciso II deste artigo, serão iniciados os procedimentos de julgamento das propostas técnicas das licitantes habilitadas e, posterior julgamento das propostas de preços das licitantes classificadas no julgamento técnico.

### Subseção IV Do processamento e julgamento da licitação

Art. 36. A licitação será processada e julgada por comissão especial, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas, que serão efetuados por subcomissão técnica.

Art. 37. O processamento e o julgamento da licitação obedecerão aos seguintes procedimentos mínimos:

I - apresentação à comissão especial, pelas licitantes e em sessão pública, de 5 (cinco) invólucros contendo:

a) os documentos de habilitação;

b) as propostas técnicas, em 3 (três) invólucros distintos: um com a via não identificada do plano de comunicação corporativa, um com a via identificada do plano de comunicação corporativa e outro com a capacidade de atendimento e os relatos de soluções de comunicação corporativa; e

c) as propostas de preços.

II - exame da conformidade dos invólucros com os critérios estabelecidos no edital para sua apresentação;

III – abertura dos invólucros e análise dos documentos de habilitação pela comissão especial de licitação, que decidirá sobre o atendimento dos requisitos fixados no edital e abertura de prazo para eventuais recursos;

IV - retirada dos documentos do invólucro contendo a via não identificada do plano de comunicação corporativa e abertura do invólucro contendo a capacidade de atendimento e os relatos de soluções de comunicação corporativa integrantes da proposta técnica;

V - rubrica dos documentos que constituem os conteúdos dos invólucros mencionados no inciso IV deste artigo e fechamento dos invólucros;

VI - rubrica no fecho do invólucro com a via identificada do plano de comunicação corporativa e do invólucro com a proposta de preços;

VII - encaminhamento dos invólucros contendo as vias não identificadas dos planos de comunicação corporativa à subcomissão técnica, acompanhados dos questionamentos relacionados aos conteúdos dispostos no edital relativos aos quesitos e subquesitos da proposta técnica e respectivas respostas, se for o caso, sem identificação de autoria;

VIII - análise individualizada e julgamento, pela subcomissão técnica, das vias não identificadas dos planos de comunicação corporativa, elaboração da ata de julgamento e devolução à comissão especial de licitação desses invólucros acompanhados da planilha com as pontuações e justificativas escritas das razões que as fundamentaram em cada caso;

IX - encaminhamento dos invólucros com a capacidade de atendimento e os relatos de soluções de comunicação corporativa à subcomissão técnica;

X - análise individualizada e julgamento, pela subcomissão técnica, da capacidade de atendimento e dos relatos de soluções de comunicação corporativa, elaboração da ata de julgamento e devolução à comissão especial de licitação desses invólucros acompanhados da planilha com as pontuações e justificativas escritas das razões que as fundamentaram em cada caso;

XI - convocação das licitantes para sessão pública de abertura dos invólucros contendo a via identificada do plano de comunicação corporativa; cotejo com as vias apócrifas para identificação de autoria, elaboração de planilha geral das pontuações atribuídas ao plano de comunicação corporativa de cada licitante e, separadamente, aos demais quesitos da proposta técnica; e proclamação do resultado do julgamento técnico;

XII - publicação do resultado do julgamento técnico, indicando as licitantes desclassificadas e as classificadas, em ordem decrescente de pontuação, e abertura de prazo para eventuais recursos;

XIII - convocação das licitantes classificadas no julgamento técnico para a sessão pública de abertura dos invólucros, análise e julgamento das propostas de preços;

XIV - adoção dos procedimentos estipulados no art. 46 da Lei nº 8.666, de 1993, para as licitações do tipo “melhor técnica” ou “técnica e preço”, conforme o caso;

XV – adoção das regras estabelecidas no edital para identificação/definição da proposta vencedora, nos casos de empate, de acordo com o tipo de licitação escolhido pelo contratante - “melhor técnica” ou “técnica e preço”;

XVI - publicação do resultado do julgamento das propostas de preços e do julgamento final das propostas técnicas e de preços e abertura de prazo para eventuais recursos; e

XVII - homologação do certame e adjudicação do objeto.

§1º A comissão especial de licitação poderá imputar multa compensatória, desde que prevista no edital, à licitante vencedora por recusa injustificada em assinar o contrato no prazo estipulado.

§2º A comissão especial de licitação não lançará nenhum código, sinal ou marca nos invólucros padronizados nem nos documentos que compõem a via não identificada do plano de comunicação corporativa.

§3º A comissão especial de licitação, antes do procedimento previsto no inciso VI deste artigo, deverá adotar medidas para evitar que seus membros e os representantes das licitantes possam, ainda que acidentalmente, identificar as vias não identificadas do plano de comunicação corporativa.

§4º Os integrantes da subcomissão técnica não poderão participar da sessão de recebimento e abertura dos invólucros com as propostas técnicas e de preços.

§5º As planilhas previstas nos incisos VIII e X deste artigo conterão, respectivamente, as pontuações de cada membro da subcomissão técnica para cada quesito e subquesito da proposta técnica de cada licitante.

Art. 38. Os membros da comissão especial de licitação guardarão sigilo sobre as informações relativas ao processo licitatório, até sua divulgação ao público, e não se utilizarão de informações às quais tenham acesso em razão do exercício de suas atividades, de modo a obter, para si ou para outrem, vantagem de qualquer natureza.

§1º Os membros da comissão especial de licitação deverão assinar termo de responsabilidade, que ficará nos autos do processo licitatório.

§2º Os membros da comissão especial de licitação serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo IV da Lei nº 8.666, de 1993, no que couber.

#### Subseção V

#### Da subcomissão técnica

Art. 39. A composição e a constituição da subcomissão técnica obedecerão, preferencialmente, aos seguintes critérios e procedimentos:

I - a subcomissão será composta por pelo menos 3 (três) membros com formação acadêmica ou experiência profissional em áreas conexas ao objeto da contratação, sendo verificada pela comissão especial de licitação a comprovação desses requisitos de qualificação, antes do procedimento previsto no inciso III;

II - pelo menos 1/3 (um terço) dos membros da subcomissão não poderão manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o contratante responsável pela licitação;

III - a escolha dos membros da subcomissão técnica dar-se-á por sorteio, em sessão pública, entre os nomes de uma relação que terá, no mínimo, o dobro do número de membros que integrarão a subcomissão, previamente cadastrados pelo contratante responsável pela licitação;

IV - os nomes remanescentes da relação após sorteio dos membros da subcomissão técnica poderão ser todos sorteados para definição de uma ordem de suplência, a serem convocados nos casos de impossibilidade de participação de algum dos titulares;

V - a relação dos nomes indicados para o sorteio da subcomissão técnica deverá ser publicada na imprensa oficial, em prazo não inferior a 10 (dez) dias da data em que será realizada a sessão pública marcada para o sorteio; e

VI - o sorteio deverá ser processado de modo a garantir o preenchimento das vagas da subcomissão técnica, de acordo com a proporcionalidade do número de membros que mantenham ou não vínculo com o contratante responsável pela licitação, nos termos do inciso II deste artigo.

§1º Os nomes dos potenciais membros da subcomissão técnica integrarão a relação prevista no inciso III deste artigo, que deverá conter, separadamente, os nomes dos que mantenham e os dos que não mantenham vínculo com o contratante responsável pela licitação.

§2º Até 48 (quarenta e oito) horas antes da sessão pública destinada ao sorteio, qualquer interessado na licitação poderá impugnar pessoa integrante da relação a que se refere o §1º deste artigo, mediante a apresentação de justificativa para a exclusão.

§3º Admitida a impugnação, o impugnado terá o direito de abster-se de atuar na subcomissão técnica, declarando-se impedido ou suspeito, antes da decisão da autoridade competente.

§4º A abstenção do impugnado ou o acolhimento da impugnação, mediante decisão fundamentada da autoridade competente, implicará, se necessário, a elaboração e a publicação de nova lista, sem o nome impugnado, respeitado o disposto neste artigo.

§5º Será necessário publicar nova relação se o número de membros mantidos depois da impugnação restar inferior ao mínimo exigido no inciso III deste artigo.

§6º Só será admitida nova impugnação a nome que vier a completar a relação anteriormente publicada.

§7º A sessão pública será realizada após a decisão motivada da impugnação, em data previamente designada, garantidos o cumprimento do prazo mínimo previsto no inciso V deste artigo e a possibilidade de fiscalização do sorteio por qualquer interessado.

§8º Quando a licitação for processada sob a modalidade de convite, a subcomissão técnica, excepcionalmente, nas pequenas unidades administrativas e sempre que for comprovadamente impossível o cumprimento do disposto neste artigo, será substituída pela comissão permanente de licitação ou, inexistindo esta, por servidor formalmente designado pela autoridade competente, que deverá possuir conhecimentos na área de comunicação ou marketing.

Art. 40. Os membros da subcomissão técnica guardarão sigilo sobre as informações relativas ao processo licitatório, até sua divulgação ao público, e não se utilizarão de informações às quais tenham acesso em razão do exercício de suas atividades, de modo a obter, para si ou para outrem, vantagem de qualquer natureza.

§1º Os membros da subcomissão técnica deverão assinar termo de responsabilidade, que ficará nos autos do processo licitatório.

§2º Os membros da subcomissão técnica serão responsabilizados, na forma da lei, por eventuais ações ou omissões que prejudiquem o curso do processo licitatório, nos termos do capítulo IV da Lei nº 8.666, de 1993, no que couber.

### CAPÍTULO III DOS CONTRATOS

#### Seção I Das disposições gerais

Art. 41. A definição do objeto e das cláusulas do contrato dos serviços de comunicação corporativa previstos nesta Instrução Normativa dar-se-á em estrita vinculação ao estabelecido no instrumento convocatório.

Art. 42. O contrato vedará, na execução do seu objeto, a subcontratação pela contratada de fornecedores especializados para a execução dos produtos e serviços essenciais.

Art. 43. O contrato poderá prever a contratação de fornecedores especializados apenas para execução de produtos e serviços complementares.

#### Seção II Da execução do contrato

Art. 44. A execução do contrato dos serviços de comunicação corporativa previstos nesta Instrução Normativa, prestados por intermédio de empresa especializada, dar-se-á em total conformidade com os termos e as condições estabelecidas na licitação e no respectivo instrumento contratual.



Art. 45. Os produtos e serviços deverão ser demandados pelo contratante via Ordem de Serviço (OS), observado o disposto nos Anexos V e V-A da Instrução Normativa MP nº 5, de 2017.

Parágrafo único. O contratante deverá detalhar, em manual de procedimentos, o processo de execução contratual e de demandas por Ordem de Serviço.

Art. 46. A contratada deverá 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 poderão, excepcionalmente, ser alocados nas dependências do contratante, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.

§1º Nesses casos, o contratante deverá especificar no projeto básico os produtos e serviços a serem prestados em suas dependências, em razão da necessidade de maior proximidade entre as equipes e de um atendimento contínuo, não passível de ser prestado à distância pela contratada.

§2º Para esses produtos e serviços a serem prestados nas dependências do contratante, deverão ser estabelecidas especificações diferenciadas, devido à sua característica presencial, e os perfis técnicos necessários aos profissionais que ficarão responsáveis por sua execução.

§3º O contratante deverá prover infraestrutura básica para prestação dos produtos e serviços que serão executados em suas dependências, quanto ao espaço físico e mobiliário.

Art. 47. A contratada deverá prover aos profissionais envolvidos na execução contratual, dentro ou fora de suas dependências, a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, de forma a garantir a perfeita execução contratual.

Art. 48. A contratada deverá alocar a quantidade de prepostos necessária para garantir a melhor intermediação com o contratante.

Art. 49. Na execução de item não previsto no catálogo de produtos e serviços essenciais, se disposto no edital, a contratada deverá apresentar estimativa de custos, acompanhada do seu orçamento mais 2 (dois) orçamentos do mercado e, nos casos em que não seja possível a apresentação dos orçamentos do mercado, submeter justificativa para apreciação e decisão do contratante.

§1º Deverão ser apresentadas cotações originais, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável.

§2º Para aprovação do orçamento da contratada, o contratante verificará a adequação dos seus preços em relação aos do mercado e aos praticados pela Administração Pública Federal.

Art. 50. Quando houver previsão da execução de produtos e serviços complementares prestados por fornecedores especializados, com a intermediação e supervisão da contratada, deverão ser observadas as seguintes condições:

I - fazer cotações prévias de preços para todos os produtos ou serviços complementares a serem prestados por fornecedores especializados;

II - apresentar, pelo menos, 3 (três) orçamentos coletados no mercado do ramo do fornecimento pretendido e, nos casos em que não seja possível a apresentação de 3 (três) orçamentos, submeter justificativa para apreciação e decisão do contratante;

III - exigir do fornecedor especializado que constem da cotação os preços unitários e o total, além do detalhamento de suas especificações; e

IV – exigir cotações originais, em papel timbrado, com a identificação completa do fornecedor (nome, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação completa (nome, RG e CPF) e assinatura do responsável.

§1º Juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de inscrição do fornecedor no CNPJ ou no CPF e no cadastro de contribuintes estadual ou municipal, se for o caso, relativo ao seu domicílio ou sede, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o serviço a ser fornecido.

§2º O contratante poderá proceder, a qualquer tempo e a seu juízo, consulta junto ao mercado para verificação dos orçamentos apresentados pela contratada.

§3º Pertencem ao contratante todas as vantagens obtidas em negociações com fornecedores especializados na contratação de produtos e serviços complementares, se for o caso.

Art. 51. Quando previsto o reembolso de despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, a contratada deverá prover os meios de transporte, hospedagem e alimentação dos técnicos designados, sendo reembolsada pelo contratante mediante prestação de contas.

§1º Os deslocamentos de profissionais a serviço deverão estar previstos em Ordem de Serviço, devidamente aprovado pelo contratante.

§2º As despesas relativas à hospedagem, alimentação e traslados deverão ser reembolsadas pelo contratante por meio de pagamento de diárias, de acordo com os valores estabelecidos na legislação vigente para a concessão de diárias no âmbito da Administração Pública Federal, nas viagens de servidores e colaboradores eventuais a serviço.

Art. 52. A vigência dos contratos poderá ser prorrogada na forma da legislação que trata das licitações e contratos administrativos, desde que expressamente prevista no instrumento convocatório e no contrato.

§1º Para a prorrogação do contrato, o contratante deverá realizar nova pesquisa de preços no mercado para subsidiar renegociação dos preços praticados com a contratada, em decorrência do certame, com vistas a obter maior vantajosidade para a administração.

§2º O contratante poderá, a qualquer tempo, efetuar revisão, por termo aditivo, dos preços praticados com a contratada, em decorrência de eventual redução identificada nos preços do mercado.

### Seção III

#### Da fiscalização dos contratos

Art. 53. O contratante nomeará gestor e fiscal para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e registrar em relatório todas as ocorrências, deficiências, irregularidades ou falhas porventura observadas na execução dos serviços.

Art. 54. As ocorrências acerca da execução contratual deverão ser registradas durante toda a vigência da prestação dos serviços, cabendo ao gestor e fiscal, observadas suas atribuições, a adoção das providências necessárias ao fiel cumprimento das cláusulas contratuais.

Art. 55. As situações que exigirem decisões e providências que ultrapassem a competência do fiscal deverão ser registradas e encaminhadas ao gestor do contrato que as enviará ao superior em tempo hábil para a adoção de medidas saneadoras e sanções administrativas especificadas no contrato.

Art. 56. Deverão ser estabelecidos desde o início da prestação dos serviços mecanismos para acompanhamento e controle da execução do contrato, para subsidiar futuras contratações e decisões relativas à aplicação de sanções administrativas, prorrogação ou rescisão contratual.

### Seção IV

#### Da avaliação de desempenho da contratada

Art. 57. O contratante deverá avaliar os serviços prestados pela contratada, pelo menos, dois meses antes do encerramento de cada período contratual de 12 (doze) meses.

§1º A avaliação deverá ser efetuada com base em questionário a ser preenchido pelo dirigente da unidade administrativa que tenha a atribuição de gerir as atividades de comunicação corporativa do contratante ou por seu subordinado, caso em que será obrigatória a concordância do titular da unidade com a avaliação, mediante sua assinatura no questionário.

§2º É recomendável que, além dos gestores e fiscais do contrato, os servidores que mantenham relacionamento com a contratada avaliada sejam ouvidos formalmente antes do preenchimento do questionário de avaliação.

Art. 58. O questionário de avaliação de desempenho deverá ficar à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

Art. 59. A avaliação deverá ser considerada pelo contratante para:

I - apurar a necessidade de solicitar da contratada correções que visem maior qualidade dos serviços prestados;

II - decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e

III - fornecer, quando solicitado pela contratada, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de qualificação técnica em licitações.

## CAPÍTULO IV DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 60. A Secretaria Especial de Comunicação Social poderá editar orientações complementares com vistas ao cumprimento desta Instrução Normativa.

Art. 61. Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação.

JOAQUIM LIMA DE OLIVEIRA

### ANEXO I

#### ROTEIRO PARA ELABORAÇÃO DO BRIEFING

<cabe ao órgão contratante avaliar os conteúdos a serem contemplados em cada situação específica>

BRIEFING - SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA
<p>1. Situação Geral:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- perfil, missão, valores, cultura, funções e áreas de atuação do contratante e demais informações institucionais relevantes;</li><li>- mudanças institucionais e operacionais relevantes pelas quais passou, está passando ou deverá passar;</li><li>- imagem, reputação ou conceito que o contratante tem no mercado, junto à sociedade e a seus públicos de interesse;</li><li>- principais características, imagem e reputação de produtos, serviços, programas ou ações sociais;</li><li>- mercado, atual e potencial, segmentos sociais ou de público com os quais se relaciona;</li><li>- regiões em que o contratante, produto, serviço, programa ou ação social tem maior presença ou potencial de penetração;</li><li>- formas de distribuição do produto, serviço, programa ou ação social, os canais mais utilizados, distribuição geográfica, restrições operacionais, tecnológicas, éticas ou políticas para uso de outros canais;</li><li>- principais concorrentes diretos e indiretos;</li><li>- pontos fortes e fracos (institucionais e/ou mercadológicos) em relação aos principais concorrentes, que sejam relevantes para as ações de comunicação corporativa do contratante;</li></ul>

- diferenciais mercadológicos, vantagens competitivas dos concorrentes;
- demais informações relevantes a respeito do objeto temático da ação de comunicação corporativa.

## 2. Desafio de Comunicação:

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

## 3. Objetivos de Comunicação – Geral e Específicos:

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

## 4. Públicos-alvo:

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

## 5. Praças:

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

## 6. Período:

- sazonalidade do produto, serviço, programa ou ação social. informar que a licitante deve indicar o período das ações, de acordo com a sua estratégia de comunicação corporativa.

## 7. Verba Referencial para Investimento:

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

## 8. Pesquisas e Outras Informações:

- estudos, pesquisas, relatórios e documentos relevantes que contribuam para o conhecimento do contratante e entendimento do desafio de comunicação;

- fontes complementares de informação, tais como portal na internet, manuais etc.
9. Recursos Próprios de Comunicação:
- recursos de comunicação de propriedade do contratante que podem ser utilizados nas ações de comunicação corporativa, tais como: sítios e portais na internet, canais de relacionamento/atendimento a formadores de opinião etc.
10. Esforços Anteriores de Comunicação Corporativa:
- esforços realizados em anos recentes por intermédio de ações de comunicação corporativa, relativos ao tema do briefing; - políticas e diretrizes editoriais que o contratante utilizou e/ou ainda utiliza no relacionamento com a imprensa e com os formadores de opinião; - resultados desses esforços de comunicação corporativa para a imagem do contratante ou de seus produtos, serviços, programas ou ações sociais.

## ANEXO II

### APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

<a tabela abaixo contempla os conteúdos a serem apresentados pelas licitantes em suas propostas técnicas, os atributos a serem considerados no julgamento técnico e as respectivas pontuações máximas>

<cabe ao contratante adequar no seu edital os conteúdos e critérios abaixo dispostos, em função das particularidades de sua atuação e das informações integrantes do briefing >

SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA	
QUESITOS E SUBQUESITOS	
CONTEÚDOS A SEREM APRESENTADOS PELAS LICITANTES	ATRIBUTOS A SEREM CONSIDERADOS NO JULGAMENTO
QUESITO 1 PLANO DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA	
SUBQUESITO 1 RACIOCÍNIO BÁSICO	Pontuação: mínimo de 5% da pontuação máxima
Apresentação em que a licitante descreverá: - análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;	- a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do contratante e do contexto de sua atuação; - a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às

<ul style="list-style-type: none"> <li>- diagnóstico relativo às necessidades de comunicação corporativa identificadas;</li> <li>- compreensão da relação do órgão/entidade com seus diferentes públicos;</li> <li>- compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing .</li> </ul>	<p>necessidades de comunicação corporativa identificadas;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- a adequação demonstrada na análise da relação do CONTRATANTE com seus diferentes públicos;</li> <li>- a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado e dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing .</li> </ul>
<p><b>SUBQUESIT O 2</b> <b>ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA</b></p>	<p><b>Pontuação:</b> mínimo de 20% da pontuação máxima</p>
<p>Apresentação e defesa da estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing , compreendendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- explicitação e defesa das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes do contratante no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse, vinculadas à temática do briefing .</li> <li>- proposição e defesa dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; como fazer, quais recursos próprios de comunicação utilizar; que outros recursos ou instrumentos de comunicação corporativa utilizar; diretrizes editoriais e de conteúdo a serem adotadas; quais públicos; que ações, instrumentos ou materiais utilizar; e quais efeitos e resultados esperados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- a adequação das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes do contratante às suas atividades, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;</li> <li>- o alcance e as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação corporativa do contratante no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse;</li> <li>- a consistência técnica da apresentação e defesa dos pontos centrais da estratégia de comunicação corporativa pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre o contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing ;</li> <li>- a pertinência das relações de causa e efeito entre a estratégia de comunicação corporativa proposta e os efeitos e resultados esperados;</li> <li>- a exequibilidade da estratégia de comunicação corporativa, considerada a verba referencial estabelecida no briefing .</li> </ul>
<p><b>SUBQUESIT O 3</b> <b>SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA</b></p>	<p><b>Pontuação:</b> mínimo de 25% da pontuação máxima</p>
<p>Apresentação das ações e/ou materiais de comunicação corporativa de acordo com a estratégia proposta, contemplando:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- relação de todas as ações e/ou materiais de comunicação corporativa que a licitante julga necessários para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing , com o detalhamento de cada uma;</li> <li>- exemplos das ações e/ou materiais de comunicação corporativa que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- o alinhamento das ações e/ou materiais de comunicação corporativa com a estratégia proposta;</li> <li>- a pertinência das ações e/ou materiais propostos com a natureza do contratante e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing ;</li> <li>- a adequação das ações e/ou materiais propostos ao perfil dos respectivos públicos e sua compatibilidade com os recursos próprios de comunicação do contratante;</li> <li>- a multiplicidade de interpretações favoráveis que as ações e/ou materiais comportam;</li> </ul>

<p>licitante julga mais adequadas para ilustrar sua proposta.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- a funcionalidade das ações e/ou materiais propostos;</li> <li>- a exequibilidade das ações e/ou materiais propostos, com base no investimento disponível.</li> </ul>
<p><b>SUBQUESIT O 4</b> <b>PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO</b></p>	<p><b>Pontuação:</b> mínimo de 15% da pontuação máxima</p>
<p>Apresentação e defesa pela licitante de um plano para desenvolvimento das ações e/ou materiais de comunicação corporativa constantes de sua proposta, contemplando:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- cronograma de produção, implementação, manutenção e conclusão das ações e/ou materiais de comunicação corporativa, com os respectivos públicos e períodos;</li> <li>- orçamento para desenvolvimento das ações e/ou materiais de comunicação corporativa, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- a adequação do cronograma de produção, implementação, manutenção e conclusão das ações e/ou materiais de comunicação corporativa, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no briefing ;</li> <li>- o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no briefing , demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta.</li> </ul>
<p><b>QUESIT O 2</b> <b>CAPACIDADE DE ATENDIMENTO</b></p>	<p><b>Pontuação:</b> máximo de 20% da pontuação máxima</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, para os quais desenvolveu soluções de comunicação corporativa, com a especificação do início de atendimento e do objeto do contrato ou do serviço prestado a cada um deles.</li> <li>- quantificação e qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica e experiência) dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação.</li> <li>- infraestrutura, instalações e recursos materiais da licitante que estarão à disposição do contratante.</li> <li>- sistemática operacional de atendimento, meios e processos a serem adotados no relacionamento com o contratante, considerada a prestação de serviços tanto nas dependências da contratada como nas dependências do contratante.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação corporativa e o período de atendimento a cada um;</li> <li>- a experiência dos profissionais da licitante em comunicação corporativa e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades do contratante;</li> <li>- a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao contratante na execução do contrato;</li> <li>- a funcionalidade do relacionamento operacional entre o contratante e a licitante.</li> </ul>
<p><b>QUESIT O 3</b></p>	<p><b>Pontuação:</b> máximo de 20% da pontuação máxima</p>



RELATOS DE SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO CORPORATIVA	
<p>- descrição de relatos de soluções de comunicação corporativa, observadas as condições previstas no edital, propostas pela licitante e implementadas por seus clientes na superação de desafios de comunicação.</p> <p>- apresentação das ações e/ou materiais de comunicação corporativa que compõem os relatos, observadas as condições previstas no edital.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação corporativa em cada relato;</li> <li>- a demonstração de que a solução de comunicação corporativa contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;</li> <li>- a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos;</li> <li>- a qualidade da execução das ações e/ou materiais de comunicação corporativa desenvolvidos pela licitante para seu cliente;</li> <li>- o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.</li> </ul>



Documento assinado eletronicamente por **Joaquim Lima de Oliveira, Ministro de Estado Chefe da Secretaria-Geral da Presidência da República - Substituto**, em 27/04/2018, às 18:08, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade do documento pode ser conferida informando o código verificador 0597601 e o código CRC 47C6F0EC no site: [https://sei-pr.presidencia.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei-pr.presidencia.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0)