

**TERMO DE REFERÊNCIA COMUNICAÇÃO DIGITAL**

**SESC-AR-DF**



**CONTRATAÇÃO DE EMPRESA PARA PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS DE  
COMUNICAÇÃO DIGITAL**

Brasília-DF, Julho de 2024.

**SUMÁRIO**

1	DO OBJETO .....	3
2	DA VIGÊNCIA .....	8
3	DA JUSTIFICATIVA .....	8
4	DA EXECUÇÃO E TIPO DE CONTRATAÇÃO .....	13
5	DOS CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR .....	16
6	DAS CARACTERÍSTICAS DOS SERVIÇOS .....	17
7	DOS ENVELOPES.....	17
8	DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE .....	20
9	DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA .....	21
10	DA SUBCONTRATAÇÃO .....	24
11	DA ALTERAÇÃO SUBJETIVA .....	26
12	DO CONTROLE E FISCALIZAÇÃO DA EXECUÇÃO .....	26
13	DO VALOR CONTRATUAL.....	27
14	DO PAGAMENTO .....	28
15	DO REAJUSTE.....	30
16	DA GARANTIA DA EXECUÇÃO .....	30
17	DA GARANTIA DA PROPOSTA.....	31
18	DAS PARTICIPAÇÃO DE CONSÓRCIOS.....	32
19	DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS .....	33
20	DOS CRITÉRIOS DE SUSTENTABILIDADE.....	35
21	DOS ANEXOS .....	35

## 1. DO OBJETO

1.1. Contratação de empresa especializada em comunicação para prestação, sob demanda, de serviços e soluções de comunicação digital visando atender às necessidades do Serviço Social do Comércio – Administração Regional do Distrito Federal (Sesc-AR/DF), conforme condições estabelecidas neste instrumento:

Item	Descrição	Und.	Valor
1	<p><b>- Serviços de comunicação digital:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Criação e produção de ícone;</li> <li>✓ Adaptação ou replicação de tela;</li> <li>✓ Elemento Gráfico para Propriedade Digital;</li> <li>✓ Roteirização de apresentação;</li> <li>✓ Diagramação de Apresentação;</li> <li>✓ Diagnóstico e Matriz Estratégica;</li> <li>✓ Diagnóstico de TI;</li> <li>✓ Diagnóstico de Conteúdo;</li> <li>✓ Planejamento de Conteúdo;</li> <li>✓ Gestão da Rede de Influenciadores Digitais – Baixa complexidade;</li> <li>✓ Planejamento Estratégico de Comunicação Digital;</li> <li>✓ Arquitetura de Propriedade Digital – Baixa complexidade;</li> <li>✓ Criação/Adequação de Leiaute de Propriedade Digital;</li> <li>✓ Projeto Editorial;</li> <li>✓ Plano de Tagueamento de Propriedade Digital;</li> <li>✓ Migração de Conteúdo;</li> <li>✓ Desenvolvimento de Estudo de Usabilidade;</li> <li>✓ Escopo Funcional de Módulo;</li> <li>✓ Escopo Técnico de TI;</li> <li>✓ Escopo Funcional de Propriedade Digital;</li> <li>✓ Relatório de Análise de Propriedade Digital;</li> <li>✓ Relatório “Relatar Erros”;</li> <li>✓ Relatório de Business Intelligence (BI) de</li> </ul>	Serviço	<p><b>R\$10.618.718,04</b> <b>(dez milhões</b> <b>seiscentos e</b> <b>dezoito mil</b> <b>setecentos e</b> <b>dezoito reais e</b> <b>quatro centavos).</b></p>

	<p>Propriedade Digital (Site/Portal e Blog);</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Relatório de Desempenho de Redes Sociais;</li> <li>✓ Relatório de Análise de Ação de Comunicação em Propriedade Digital e suas Respectivas Redes;</li> <li>✓ Relatório Estratégico Gerencial de Monitoramento;</li> <li>✓ Relatório de monitoramento;</li> <li>✓ Relatório Gerencial Consolidado de Propriedade Digital;</li> <li>✓ Montagem e Criação de Capa/Página de Site/Portal;</li> <li>✓ Atualização de Página Principal de Site/Portal;</li> <li>✓ Pauta;</li> <li>✓ Edição de Texto em Língua Estrangeira;</li> <li>✓ Elaboração de Texto em Língua Estrangeira;</li> <li>✓ Edição de Texto em Língua Portuguesa;</li> <li>✓ Elaboração de Texto em Língua Portuguesa;</li> <li>✓ Pesquisa Iconográfica;</li> <li>✓ Capacitação para Publicação de Conteúdo;</li> <li>✓ Publicação de Conteúdo;</li> <li>✓ Banner;</li> <li>✓ Adaptação de Banner;</li> <li>✓ Disparo de Mensagens Instantâneas;</li> <li>✓ Disparo de mensagens – Desenvolvimento do canal de informação;</li> <li>✓ Disparo de mensagens –Desenvolvimento de chatbot para whatsapp;</li> <li>✓ Disparo de mensagens – Envio de Informação Mensais;</li> <li>✓ Disparo de mensagens – Integração;</li> <li>✓ Disparo de mensagens – Relatórios e Entrega;</li> <li>✓ Disparo de mensagens – Treinamento e Transferência de Conhecimento;</li> <li>✓ Disparo de mensagens – Estudos, Análises e Diagnósticos – Disparo de mensagens - Programa de Proteção de Dados</li> </ul>		
--	--	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Transmissão ao Vivo para Ambiente Digital;</li> <li>✓ Vídeo Reportagem;</li> <li>✓ Vídeo Depoimento;</li> <li>✓ Vídeo Premium;</li> <li>✓ Vídeo Colagem;</li> <li>✓ Legendagem de Vídeo;</li> <li>✓ Reedição de Vídeo;</li> <li>✓ Transcrição de Vídeo;</li> <li>✓ Corte de Vídeo;</li> <li>✓ Troca de Vinheta;</li> <li>✓ Criação de Vinheta;</li> <li>✓ Libras em Vídeo;</li> <li>✓ Audiodescrição em Vídeo;</li> <li>✓ Conteúdo para Redes Sociais;</li> <li>✓ Manual de Boas Práticas para Indexação de Conteúdo;</li> <li>✓ Elaboração de Manual Textual;</li> <li>✓ Elaboração de Manual Visual (Guia de Estilo);</li> <li>✓ Elaboração de Manual Visual (Guia de Estilo) – Expresso;</li> <li>✓ Diagramação de Manual;</li> <li>✓ Diagramação de Manual – Expresso;</li> <li>✓ Criação de Item Novo em Manual Visual;</li> <li>✓ Edição de Página em Manual Visual;</li> <li>✓ Projeto Gráfico de Manual;</li> <li>✓ Atualização de Manuais Orientadores;</li> <li>✓ Disparo de E-mail Marketing – Boletim Eletrônico;</li> <li>✓ Disparo de E-mail Marketing;</li> <li>✓ Gestão e Manutenção de Departamentos (Sublistas) – E-mail Marketing;</li> <li>✓ Atendimento Técnico;</li> <li>✓ Podcast;</li> <li>✓ Reedição de Áudio;</li> <li>✓ Fotografia Still;</li> <li>✓ Plano tático de projeto;</li> <li>✓ Plano de inbound marketing;</li> <li>✓ Planejamento de conteúdo para sites e portais;</li> </ul>		
--	---	--	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Planejamento para redes sociais;</li> <li>✓ Planejamento para gestão de crise;</li> <li>✓ Planejamento de campanha/ação digital;</li> <li>✓ Plano de escopo e matriz estratégica;</li> <li>✓ Diagnóstico digital da marca;</li> <li>✓ Planejamento de régua de relacionamento;</li> <li>✓ Estudo e criação de brand persona;</li> <li>✓ Diagnóstico de SEO;</li> <li>✓ Diagnóstico de acessibilidade;</li> <li>✓ Plano de projeto de desenvolvimento;</li> <li>✓ Benchmarking;</li> <li>✓ Guia gráfico de ux/ui;</li> <li>✓ Peças de mídia;</li> <li>✓ E-mail marketing;</li> <li>✓ Infográfico;</li> <li>✓ Perfil, capa e post para redes sociais;</li> <li>✓ Vídeo gravação de eventos;</li> <li>✓ Vídeo bumper (youtube);</li> <li>✓ Vídeo animação (motion ou cartelado);</li> <li>✓ Vídeo campanha;</li> <li>✓ Tutoriais;</li> <li>✓ Videocasts;</li> <li>✓ Edição de podcasts;</li> <li>✓ Roteirização de vídeo e podcasts;</li> <li>✓ Adaptação de conteúdo para novos canais;</li> <li>✓ Gestão de conteúdo entregável;</li> <li>✓ Redação de mensagem para disparo;</li> <li>✓ Moderação de redes sociais – conteúdo com vertente de atendimento;</li> <li>✓ Conteúdo para SEO;</li> <li>✓ Inventário de conteúdo;</li> <li>✓ Atualização / adequação de conteúdos existentes;</li> <li>✓ Cadastro de produtos para e-commerce;</li> <li>✓ Tradução de texto em língua estrangeira;</li> <li>✓ Tradução simultânea;</li> <li>✓ Gravação off língua estrangeira;</li> <li>✓ Hotsite;</li> <li>✓ Landing page;</li> </ul>		
---	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Site;</li> <li>✓ Blog;</li> <li>✓ Portal;</li> <li>✓ Aplicativos móveis (mobile);</li> <li>✓ Chatbots;</li> <li>✓ E-commerce;</li> <li>✓ Análise de campanhas;</li> <li>✓ Análise descritiva;</li> <li>✓ Desenvolvimento de modelos preditivos;</li> <li>✓ Estudos de públicos/netnografia;</li> <li>✓ Análises léxicas;</li> <li>✓ Implantação de plataforma de marketing automation;</li> <li>✓ Implantação de data management platform (dmp);</li> <li>✓ Implantação de ferramenta de bi;</li> <li>✓ Implantação de plataforma de web analytics;</li> <li>✓ Construção e modelagem de banco de dados;</li> <li>✓ Gestão de plataforma de marketing automation;</li> <li>✓ Gestão de banco de dados de clientes e prospects;</li> <li>✓ Planejamento de mídia digital;</li> <li>✓ Gestão de mídia digital (recorrente Mensal);</li> <li>✓ Criação de audiências customizadas para dmp e dsp;</li> <li>✓ Realidade Virtual.</li> </ul>		
--	--	--	--

- 1.2. Os serviços serão executados sob demanda e serão precedidos de briefing, que definirá o planejamento e execução do serviço.
- 1.3. O julgamento desta licitação será feito pelo critério de Técnica e Preço, observadas as demais condições deste edital e seus anexos, considerando os seguintes pesos: Proposta Técnica = peso 70 (setenta) - Proposta de Preços = peso 30 (trinta). A Proposta Técnica recebe o peso predominante de 70 (setenta) para garantir que a escolha do prestador de serviços considere a competência técnica e a qualidade das soluções oferecidas. Este peso é fundamentado pela necessidade de qualidade e adequação dos serviços sendo essencial para a obtenção dos resultados esperados. Uma proposta técnica bem estruturada demonstra a capacidade do

licitante de atender às especificações e necessidades do SESC/AR-DF. Ressalta-se que essa ponderação está homologada com as práticas comuns do mercado.

- 1.4. A classificação dos proponentes será feita de acordo com a média ponderada das valorações das propostas técnicas e comerciais, de acordo com os pesos estabelecidos no subitem anterior, sendo vencedor o licitante que obter a maior pontuação total, conforme especificado nos Anexos II e IV.

## **2. DA VIGÊNCIA**

- 2.1. O contrato terá vigência de 12 (doze) meses, a contar da data da sua assinatura, podendo ser prorrogado por interesse das partes até o limite máximo de 10 anos, desde que permaneça vantajoso, com base no Art. 33 da RESOLUÇÃO SESC nº 1593/2024.

## **3. DA JUSTIFICATIVA**

- 3.1. O Sesc é uma instituição privada, criada em 1946, e mantida por contribuição social de caráter compulsório, incidente sobre a folha de pagamento de empresas do setor;
- 3.2. Hoje, está presente em diversas cidades, grandes e pequenas, de Norte a Sul do Brasil. São cerca de 600 unidades fixas e mais de 150 unidades móveis prestando anualmente atendimentos com mais de 5 milhões de beneficiários diretos, sempre atendendo os segmentos sociais mais vulneráveis da sociedade;
- 3.3. Desde 1966 que o Serviço Social do Comércio no Distrito Federal – SESC-DF contempla ações de educação, saúde, cultura, ação social, desenvolvimento físico e esportivo, lazer, alimentação e turismo social, por meio de atividades, programas e projetos propositivos e inovadores;
- 3.4. A missão do Sesc é promover ações socioeducativas que contribuam para o bem-estar e a qualidade de vida dos trabalhadores do comércio de bens, serviços e turismo, de seus familiares e da comunidade, para uma sociedade justa e democrática;
- 3.5. A Gerência de Comunicação (CCOM) é responsável pelos projetos de comunicação digital do SESC/AR-DF, atuando no planejamento estratégico, concepção, desenvolvimento, implementação, monitoramento e análise das plataformas digitais, permitindo que se potencialize sua atuação através de ambientes digitais modernos, gerando desenvolvimento contínuo e melhorias em sua comunicação e

- negócios online;
- 3.6. Pleitea-se com esta contratação, atender de maneira efetiva os objetivos principais para comunicação do SESC-AR/DF;
  - 3.7. A Comunicação (CCOM) adota um modelo de trabalho que permite, cada vez mais, a concepção de projetos alinhados aos objetivos estratégicos do SESC-AR/DF, por esse motivo, a contratação de serviços de Comunicação Digital tem como condão a necessidade de atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, bem como a orientação e prestação de serviços;
  - 3.8. É fato que a ausência de serviços dessa natureza coloca em risco a imagem de importantes programas do SESC-AR/DF, sendo que a inexistência de um contrato específico de Comunicação Digital pode fazer com que a divulgação seja executada de maneira incompleta e, por vezes, separada de uma estratégia global que garanta o máximo da sua eficácia;
  - 3.9. Oportuno mencionar que, no Brasil, o número de pessoas que utilizam plataformas e tecnologias digitais tem crescido de maneira considerável, o que tem motivado entidades públicas e privadas a adotarem a Comunicação Digital como opção para acompanhar essa tendência. E no DF não é diferente. Aqui, essas plataformas e tecnologias têm sido utilizadas para prestar informações, mobilizar, engajar, educar e oferecer facilidades por meio dos serviços online disponibilizados aos cidadãos;
  - 3.10. Vive-se a era da colaboração e da participação social, em que tão importante quanto entregar conteúdos ou serviços à população, faz-se também necessária a exploração desses processos de criação colaborativa junto ao público-alvo, estabelecendo assim, uma efetiva relação entre a instituição e a instituição e a sociedade.;
  - 3.11. Trabalhar em um contexto que se transforma a cada dia, numa velocidade acelerada, requer um constante olhar sobre as inovações, tornando-se fundamental utilizar plataformas, tecnologias e estratégias digitais para atender os objetivos de comunicação, pelo fato delas trazerem soluções mais ágeis, completas e resultados mais efetivos e menos custosos;
  - 3.12. Para utilizá-las de forma eficiente, é necessário contratar a inteligência estratégica e os serviços interligados a ela para contemplar os diversos públicos com os quais o SESC-AR/DF necessita se comunicar com mais eficácia, aumentando o acesso e despertando mais interesse no conteúdo divulgado;

- 3.13. Para isso, estar presente e acompanhar os assuntos das redes sociais passou a ser vital para perceber os interesses dos cidadãos, oferecendo um conjunto de serviços que os auxiliem em seu pleno exercício da cidadania, promovendo ainda a adoção de atividades benéficas a todos na sociedade. Assim, é preciso adotar iniciativas que levem as informações até eles, criando um mecanismo de entrega de conteúdo qualificado por meio de plataformas como Facebook, X, Youtube, Instagram, Wikipedia, LinkedIn, entre outras;
- 3.14. Junto à atuação em redes sociais se faz necessárias a correta mensuração das atividades nesses ambientes. O esforço aplicado na definição de métricas de sucesso (indicadores de desempenho) atrelado aos objetivos estratégicos de cada negócio é o maior valor que as empresas públicas e privadas vêm buscando rumo a uma atuação mais estratégica de cada negócio e o maior valor que as empresas públicas e privadas vêm buscando rumo a uma atuação mais estratégica, mensurável e que traduza melhor o retorno sobre o investimento e o engajamento nesse ambiente;
- 3.15. No entanto, para que esse meio seja utilizado de maneira eficiente na comunicação, é necessário criar estratégias inovadoras e consistentes, a partir de demandas dos diversos públicos, e mantê-los atualizados em relação ao seu conteúdo adequado, técnico e capaz de informar de forma clara e objetiva as ações do órgão;
- 3.16. Um plano de comunicação pode ser composto por uma ou mais estratégias digitais, que indicarão os conteúdos, plataformas e tecnologias mais apropriados para o atingimento dos seus objetivos. A possibilidade de interação e a mensuração dos resultados online são as principais vantagens das estratégias digitais;
- 3.17. É relevante mencionar que esse tipo de contratação já é comum em diversos órgãos públicos do país – Estados e Municípios – e que tem se demonstrado eficiente – comprovando ser possível adotar solução que permita executar serviços de Comunicação digital de forma completa e integrada;
- 3.18. É fato que os meios digitais de comunicação são cada vez mais as principais fontes de informações para parcela importante da população. São também, canais de disseminação de notícias falsas. Por isso, é necessário ampliar a presença em plataformas digitais como forma de combater tais informações e bem informar o cidadão. A contratação de serviços de Comunicação Digital terá a relevância de aumentar o alcance da informação para beneficiários e usuários dos serviços, além de dar visibilidade e transparência para a sociedade em geral;

- 3.19. Assim sendo, a comunicação é determinante para o atingimento de todos esses objetivos. Cada vez mais, as estratégias de comunicação tradicionais passam a utilizar plataformas e tecnologias digitais para atender meta da comunicação, tornando-a mais completa e eficazes;
- 3.20. Compreende-se por conteúdo digital toda peça capaz de informar, educar, formar ou orientar o público-alvo:
- a) Textos (posts, notícias, artigos, entrevista, etc.);
  - b) Imagens (fotos, ilustrações, infográficos, banners, etc.);
  - c) Apresentações;
  - d) Áudios (podcast, spot);
  - e) Vídeos (videocast, colagens, reportagens, documentários, entrevistas, premium, etc.);
  - f) Entende-se por plataformas/tecnologias digitais todo mecanismo capaz de tornar acessível um conteúdo digital:
  - g) Website (minisite; hotsite; blog, portais, sites temáticos, páginas agregadoras, etc.);
  - h) Plataformas digitais de mídias e redes sociais;
  - i) E-mail;
  - j) Realidades mistas (realidade aumentada, virtualidade aumentada, realidade virtual);
  - k) Tecnologias mobile (RFID, mobile tagging, SMS, Bluetooth);
  - l) Plataformas digitais de busca (Google, Yahoo, Bing, Wolfram/Alpha, etc.);
  - m) Aplicativos móveis, games e entretenimento digital;
  - n) Tecnologias inteligentes de voz;
  - o) Tecnologias de otimização de marketing em redes sociais e em sistemas de busca;
  - p) Vídeo/TV digital;
  - q) Totens touch screen;
  - r) Apresentador virtual, passeio virtual, maquete digital, revista on-line e outros

similares;

s) Repositórios de conteúdos em formatos diversos; e outros.

- 3.21. Entendendo a importância das ações desenvolvidas pelo SESC-AR/DF, salienta-se a necessidade de assegurar aos cidadãos do Distrito Federal a continuidade e ampliação das informações já protagonizadas pelo mesmo;
- 3.22. Sendo assim, as funcionalidades acima descritas são a materialização dos recursos que entendemos serem necessários à modernização do nosso legado comunicativo, com foco nas premissas elucidadas.
- 3.23. A contratação de empresa especializada em serviços e soluções de comunicação digital tem como objetivo atender ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações de comunicação digital que visam difundir ideias e princípios, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, informar e orientar o público em geral;
- 3.24. A descrição detalhada para cada serviço do Item 1.1 consta no Anexo I – Especificação Técnica dos Serviços, assim, como os aspectos a serem considerados na avaliação da qualidade, método de classificação da complexidade e prazo de entrega;
- 3.25. Os serviços previstos no subitem 1.1 não abrangem atividades com natureza distinta da comunicação digital do SESC-DF, na disseminação de informações junto à sociedade;
- 3.26. Será contratada 1 (uma) empresa de comunicação digital, doravante denominada licitante ou contratada;
- 3.27. Tal solicitação está em consonância com os objetivos do plano estratégico do SESC-DF:
  - 3.27.1 Assegurar que Receita própria cubra em 50% as despesas correntes;
  - 3.27.2 atingir Net Promoter Score (NPS) em 6,5 na avaliação geral do Sesc;
  - 3.27.3 ampliar em 20% o número de participação do público jovem (12 a 25 anos) matriculados nas Unidades do Sesc;
  - 3.27.4 Aumentar em 20% a meta de atendimento e buscar zerar a vacância nas atividades sistemáticas;
  - 3.27.5 Garantir ao menos que 80% dos sistemas operacionais consigam atender de forma eficiente e ágil os clientes internos e externos;

- 3.27.6 Alcançar 80% da base de clientes assíduos, por meio dos canais de comunicação, divulgando os serviços;
- 3.28. Diante do que foi explanado, os riscos da não contratação desse objeto resultará no descumprimento do item 3.27.6. dos objetivos estratégicos do SESC-DF, além disso, o SESC-DF estará em desacordo com as práticas mais modernas do meio digital. A falta dessa contratação gera contratações fracionadas dos serviços digitais, resultando em altos custos. Atualmente, tais serviços têm sobrecarregado o contrato de publicidade (que não é específico para esse fim e nem a melhor prática);
- 3.29. A falta desse serviço digital poderá gerar uma comunicação sem planejamento, dafasada e improvisada.

#### **4. DA EXECUÇÃO E TIPO DE CONTRATAÇÃO**

- 4.1. O início da execução do serviço dar-se-á na assinatura do contrato, sendo a Contratada remunerada apenas pelos serviços prestados, tanto no mês de início da execução dos serviços, quanto nos demais. Os serviços da presente contratação serão recebidos da seguinte forma:
- 4.1.1. Provisoriamente: para efeito de posterior verificação da execução dos serviços, conforme as especificações;
- 4.1.2. Definitivamente: para a verificação da conformidade do objeto às especificações do Edital e aos termos contratuais e consequente aceitação ou conforme os prazos de entrega contidos no detalhamento dos itens contidos no Anexo I deste termo de referência;
- 4.2. A Execução contratual dar-se-á por meio da prestação de serviços, conforme necessidade do CONTRATANTE, requisitados previamente pelo CONTRATANTE, sem quantidade mínima;
- 4.3. A prestação de serviços poderá ser solicitada via correio eletrônico ou pessoalmente, por meio de documento formal, ao (s) profissional (is) designado (s) pela CONTRATADA para atender as demandas, a depender da especificidade do serviço, necessidade do cumprimento dos prazos estabelecidos ou necessidades de reuniões com a equipe de comunicação para alinhamento de tarefas;
- 4.4. A CONTRATADA deverá confirmar expressamente o recebimento no prazo de até 24 (vinte e quatro) horas, contadas do envio da mensagem, sendo presumido, para todos os fins, o recebimento do pedido se não for confirmado no prazo assinalado;

- 4.5. A CONTRATADA deverá atuar no atendimento da execução dos serviços de comunicação digital do SESC/DF, por meio de serviços de planejamento, desenvolvimento e execução de soluções de comunicação digital;
- 4.6. A empresa será contratada por meio de concorrência, do critério de julgamento Técnica e preço, sob a égide da resolução do SESC nº 1593/2024, Art. 9º, o qual dispõe que pode ser usado o critério de julgamento técnica e preço, preferencialmente, para contratação em que o fator técnica seja mais determinante do que o preço, tendo em vista o caráter de criatividade e inovação que a contratação enseja.
- 4.7. Assim, entende-se que pelas características do serviço de comunicação digital, em razão pela qual não se enquadram no conceito de bens e serviços comuns, tendo em vista que não são dotados de padrões de desempenho e qualidade que possam ser objetivamente definidos, por meio de especificações usuais no mercado, a modalidade “Concorrência Tipo Técnica e Preço” é uma escolha adequada para licitar serviços de comunicação digital visto que os serviços nesse campo são tecnicamente complexos, exigindo habilidades específicas, como estratégias de marketing digital e análise de dados. Além disso, a qualidade técnica é crucial para o sucesso da campanha, tornando essencial avaliar a capacidade técnica dos licitantes. Essa modalidade permite equilibrar qualidade e preço, garantindo que a contratante receba propostas competitivas e de alta qualidade. Além disso, promove transparência e competitividade no processo de licitação, o que é fundamental para selecionar a melhor proposta entre os concorrentes. Por fim, é especialmente adequada para avaliar propostas complexas, como as relacionadas à comunicação digital, que exigem uma análise detalhada da abordagem técnica e do preço oferecido pelos licitantes;
- 4.8. Portanto, a utilização da modalidade licitatória concorrência, tipo Técnica e preço, se mostra adequada para o objeto a ser licitado;
- 4.9. A CONTRATANTE poderá estabelecer que, em caráter eventual, a execução de determinados serviços se dará em suas dependências, numa prestação presencial, em decorrências das características desses serviços e em prol da adequada execução contratual;
- 4.10. 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 serviços, e que, pelo menos 1 (um)

profissional poderá ser alocado nas dependências do CONTRATANTE, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos;

- 4.11. A execução pela CONTRATADA de serviços nas dependências do CONTRATANTE resulta da necessidade de maior proximidade entre as equipes e de um atendimento para alinhar, definir projetos e proporcionar à contratada acesso imediato a recursos, dados e informações específicas que são essenciais para a execução dos serviços. Isso pode incluir acesso a sistemas, bancos de dados, equipes internas e outras informações confidenciais ou sensíveis, entre outros serviços que não sejam passíveis de serem prestados à distância pela contratada;
- 4.12. O CONTRATANTE proverá infraestrutura básica para prestação dos produtos e serviços que serão executados em suas dependências, quanto ao espaço físico e mobiliário;
- 4.13. Será de responsabilidade da CONTRATADA, 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;
- 4.14. A CONTRATADA deverá alocar a quantidade de prepostos necessária para garantir a melhor intermediação com o CONTRATANTE, observados os perfis necessários para cada atividade constante da execução contratual;
- 4.15. Os profissionais e prepostos da CONTRATADA não terão nenhum vínculo empregatício com o SESC AR/DF, correndo por conta exclusiva da CONTRATADA, todas as obrigações decorrentes da legislação previdenciária, infortunistica do trabalho, fiscal, comercial e outras correlatas, as quais a CONTRATADA se obriga a saldar na época devida;
- 4.16. A execução contratual exigirá o domínio do processo de construção de soluções digitais, mediante a utilização adequada das plataformas e tecnologias, as quais darão origem a estratégias, com o objetivo de promover a divulgação e propagação de conteúdos junto ao público;
- 4.17. A execução de qualquer serviço ou despesa que envolva o desembolso de recursos deverá ser prévia e expressamente autorizada pelo CONTRATANTE.

## 5. DOS CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR

- 5.1. As exigências de habilitação jurídica e de regularidade fiscal são as usuais para a generalidade dos objetos, conforme a ser disciplinado no edital;
- 5.2. Os critérios de qualificação econômico-financeira a serem atendidos pelo fornecedor estarão previstos no edital;
- 5.3. Os critérios de qualificação técnica a serem atendidos pelo fornecedor serão:
  - 5.3.1. Para efeito de qualificação técnica, a LICITANTE deve demonstrar, por meio de declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) sua aptidão e capacidade técnica para a execução dos serviços mediante comprovação de prestação bem-sucedida de serviços em características e quantidades compatíveis com a presente licitação nos últimos 5 anos, pois considera-se a rápida evolução tecnológica que caracteriza esse setor, tornando essencial que os licitantes demonstrem estar atualizados e aptos a empregar as mais recentes práticas e ferramentas. Além disso, a natureza dinâmica e competitiva do mercado de comunicação digital requer que os prestadores de serviço estejam alinhados com as demandas e expectativas em constante mutação, o que a experiência recente pode assegurar.
  - 5.3.2. Para fins da comprovação de que trata este subitem, os atestados deverão dizer respeito ao fornecimento de 50% (cinqüenta por cento) do valor total da presente contratação, conforme planilha de estimativa de preço (Anexo VI), E será admitida, para fins de comprovação de quantitativo, a apresentação e o somatório de diferentes atestados executados de forma concomitante;
  - 5.3.3. As declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) deverão ser apresentadas em papel timbrado, assinado e com telefone de identificação dos representantes dos respectivos declarantes;
  - 5.3.4. A CONTRATADA deverá fornecer uma declaração de compromisso de contratação futura, que ateste a presença em seu quadro de pessoal, no momento da contratação, de, pelo menos, um profissional devidamente qualificado, possuidor de formação superior em áreas pertinentes à comunicação digital e/ou correlatas ao objeto da licitação.
    - 5.3.4.1. a comprovação dar-se-á através da apresentação de cópia da

carteira de trabalho (CTPS), do contrato de prestação de serviço ou, ainda, de declaração de contratação futura do profissional desde que acompanhada da anuência deste.

## 6. DAS CARACTERÍSTICAS DOS SERVIÇOS

- 6.1. As demandas serão atendidas por meio da combinação dos serviços mais adequados para apoiar o SESC-AR/DF na superação de seus desafios e alcance dos seus objetivos de comunicação;
- 6.2. As especificações dos produtos e serviços digitais, relacionados à esta contratação, estão no Anexo I, descritos da seguinte forma:
  - a) Título;
  - b) Descritivo;
  - c) Entregável;
  - d) Aspectos a serem considerados na avaliação da atividade; e
  - e) Prazo de entrega;
- 6.3. As especificações dos serviços mencionados no item anterior poderão ser aperfeiçoados pelo CONTRATANTE, sempre que identificada a necessidade de maior alinhamento das informações com a prática vivenciada com as contratadas, no decorrer da execução contratual por meio do aditamento;
- 6.4. Os serviços mencionados, tem como objetivo o atendimento ao princípio da publicidade e ao direito à informação, por meio de ações de comunicação digital que visam difundir ideias, princípios e novas tecnologias, posicionar instituições e programas, disseminar iniciativas e políticas públicas, ou informar e orientar o público em geral.

## 7. DOS ENVELOPES

- 7.1. Na data, local e horário especificados no edital, as empresas interessadas em participar da licitação deverão apresentar suas propostas à comissão de licitação em 6 (seis) envelopes separados, lacrados e invioláveis. Nos envelopes, **com exceção do envelope "A"**, externamente, devem ser indicados de maneira explícita o nome completo da licitante, seu número de Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ), endereço completo, endereço de e-mail e número de telefone para contato.

- 7.1.1. Proposta Técnica composta por 4 envelopes, contendo, na seguinte ordem:
- 7.1.1.1. ENVELOPE “A” Proposta técnica (Não identificada) – Via não identificada do Plano de comunicação Digital, conforme especificado no item 1.4.1. do Anexo II.
  - 7.1.1.2. ENVELOPE “B” Proposta técnica (identificada) - Via Identificada do Plano de comunicação Digital, conforme especificado no item 1.4.2. do Anexo II.
  - 7.1.1.3. ENVELOPE “C” – Proposta técnica (identificada) - Via Identificada da Capacidade de atendimento conforme especificado no item 1.4.3. do Anexo II.
  - 7.1.1.4. ENVELOPE “D” - Proposta técnica (identificada) - Via Identificada dos Relatos de soluções de Comunicação digital, conforme especificado no Item 1.4.4. do Anexo II.
- 7.1.2. ENVELOPE “E” – Via Identificada contendo a Proposta de Preços, conforme especificado no Item 1.1. do Anexo IV.
- 7.1.3. ENVELOPE “F” – Via Identificada contendo os Documentos de Habilitação.
- 7.1.4. Adicionalmente, os envelopes devem conter as seguintes especificações obrigatórias:
- 7.1.4.1. ENVELOPE “A” - Via não identificada.
  - 7.1.4.2. ENVELOPE “B” – Via identificada - Lacrado, identificado com os dizeres: “PROPOSTA TÉCNICA: PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL VIA IDENTIFICADA”.
  - 7.1.4.3. ENVELOPE “C” – Via identificada - Lacrado, identificado com os dizeres: “PROPOSTA TÉCNICA: CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E CERTIFICAÇÕES VIA IDENTIFICADA”.
  - 7.1.4.4. ENVELOPE “D” – via identificada – Lacrado, identificado com os dizeres: “PROPOSTA TÉCNICA: RELATOS DE SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO DIGITAL VIA IDENTIFICADA”.
  - 7.1.4.5. ENVELOPE “E” – via identificada - Lacrado, identificado com os dizeres: “PROPOSTA DE PREÇOS”.
  - 7.1.4.6. ENVELOPE “F” – Lacrado, identificado com os dizeres: “DOCUMENTOS DE HABILITAÇÃO”.

- 7.1.5. Disponibilização de Envelopes para Participação no Certame:**
- 7.1.5.1. Os envelopes utilizados para este processo de licitação serão disponibilizados exclusivamente pelo Sesc-AR/DF.
  - 7.1.5.2. As empresas interessadas em participar do Certame deverão solicitar os envelopes destinados à apresentação das propostas e habilitação através do e-mail [licitacao@sescdf.com.br](mailto:licitacao@sescdf.com.br).
  - 7.1.5.3. A entrega dos envelopes será realizada mediante agendamento prévio. A licitante deverá agendar a retirada dos envelopes com antecedência mínima de 1 (um) dia útil antes da data prevista para a abertura da licitação.
  - 7.1.5.4. Serão disponibilizados apenas os envelopes fornecidos pelo Sesc-AR/DF às licitantes que realizarem o agendamento conforme o disposto no item 7.1.5.2.
- 7.1.6. Não serão aceitos envelopes diferentes daqueles fornecidos pelo Sesc-AR/DF para este processo licitatório.
- 7.1.7. É proibido qualquer tipo de marcação, sinalização ou inclusão de elementos que identifiquem a autoria (proponente) no invólucro destinado ao Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada (ENVELOPE “A”), bem como nos documentos nele contidos. Este envelope será entregue pela licitante à Comissão Permanente de Licitação, devidamente fechado, porém sem qualquer lacre ou etiqueta de identificação.
- 7.1.8. As orientações para a formatação e apresentação dos envelopes das Propostas Técnicas estão detalhadamente descritas no Anexo II - Apresentação e Julgamento das Propostas Técnicas, e devem ser seguidas integralmente pelos proponentes.
- 7.1.9. As orientações para a formatação e apresentação dos envelopes das Propostas de Preços estão detalhadamente descritas no Anexo IV - Apresentação e Julgamento das Propostas de Preços, e devem ser seguidas integralmente pelos proponentes.
- 7.1.10. A licitante deverá fornecer, de forma explícita, o percentual de desconto a ser aplicado, conforme estabelecido no processo de avaliação das propostas de preços delineadas no Anexo IV e conforme o formato apresentado no modelo de proposta de preços disposto no Anexo V.

- 7.1.10.1. O valor anual da contratação está estimado em R\$10.618.718,04 (dez milhões, seiscentos e dezoito mil, setecentos e dezoito reais e quatro centavos) não estando obrigada a contratante atingir o valor mencionado.
- 7.1.10.2. A licitante deverá apresentar em conjunto com sua proposta de preços, a garantia correspondente à proposta de preços conforme exposto no item 17 deste termo de referência, sob pena de desclassificação.
- 7.1.11. É imprescindível que os documentos de Habilitação estejam em conformidade com as disposições estabelecidas no edital quanto à habilitação jurídica e regularidade fiscal, bem como aos critérios de qualificação econômico-financeira e capacidade técnica exigidos da licitante.

## **8. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATANTE**

- 8.1. Cumprir fielmente todas as condições ora pactuadas e informar de imediato à CONTRATADA qualquer problema apresentado na execução do serviço;
- 8.2. É direito da CONTRATANTE receber os serviços conforme condições estabelecidas no Edital;
- 8.3. Demandar a prestação do serviço, onde constarão o tipo serviço, especificações do serviço desejado e os quantitativos a serem fornecidos pela CONTRATADA;
- 8.4. Fornecer à CONTRATADA as recomendações e/ou instruções a serem seguidas durante a prestação dos serviços;
- 8.5. Notificar expressamente, sobre quaisquer irregularidades constatadas na prestação dos serviços, a CONTRATADA, a qual terá prazo de 03 (três) dias para saná-las em sua totalidade;
- 8.6. Supervisionar, quando julgar necessário, os serviços executados ou em execução; e
- 8.7. Efetuar os pagamentos à CONTRATADA nos prazos previstos neste instrumento, após o devido atesto;
- 8.8. A CONTRATANTE será responsável por fiscalizar a execução das obrigações da CONTRATADA para com a subcontratada.

## 9. DAS OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA

- 9.1. É de responsabilidade da CONTRATADA manter seus dados atualizados durante a execução contratual, inclusive de endereço eletrônico informado na proposta financeira originária;
- 9.2. No caso de alteração de qualquer dado cadastral, a CONTRATADA deverá solicitá-la expressamente e por escrito ao Fiscal do Contrato;
- 9.3. A CONTRATADA deverá manter escritório no Distrito Federal, desde o momento de assinatura do contrato até a conclusão do mesmo, considerando que ao contratar uma empresa de comunicação digital, é essencial a proximidade física, não apenas para facilitar a comunicação entre ambas as partes, mas também proporciona uma série de benefícios tangíveis, como:
  - 9.3.1. Permitir que a CONTRATADA compreenda melhor o público-alvo local, adaptando suas estratégias para atender às necessidades específicas da região. Além disso, possibilita a personalização dos serviços oferecidos, garantindo que as soluções propostas estejam perfeitamente alinhadas com as expectativas do cliente;
  - 9.3.2. simplifica a realização de reuniões presenciais, fundamentais para alinhar expectativas, discutir estratégias e apresentar resultados. Essa comunicação direta promove uma relação de confiança e transparência entre ambas as partes, essencial para o sucesso do projeto;
  - 9.3.3. facilita o acompanhamento do projeto de perto, garantindo que as etapas sejam concluídas conforme o planejado e permitindo ajustes rápidos caso surjam imprevistos. Também proporciona um suporte mais eficaz e um atendimento mais ágil à CONTRATANTE;
  - 9.3.4. a presença física de um escritório local reforça o um serviço de qualidade e disponível para atender às necessidades da CONTRATANTE de maneira próxima e acessível;
- 9.4. A CONTRATADA deverá oferecer atendimento 24 horas, 7 dias por semana, tendo em vista a resolução de situações de emergência ou crises de reputação que podem ocorrer a qualquer momento. Ter uma equipe disponível para lidar com essas eventualidades imprevistas é essencial para minimizar danos e preservar a imagem da CONTRATANTE;
- 9.5. Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade;
- 9.6. Fornecer os serviços de acordo com as especificações estipuladas pelo

## CONTRATANTE;

- 9.7. Exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros determinados pelo CONTRATANTE;
- 9.8. Obter a autorização prévia do CONTRATANTE, por escrito, para realizar qualquer despesa relacionada com o contrato a ser firmado;
- 9.9. Tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação do CONTRATANTE, respeitadas as obrigações contratuais já assumidas com fornecedores especializados, desde que as ocorrências não tenham sido por eles causadas;
- 9.10. Manter, durante a execução do contrato a ser firmado, todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem ao referido instrumento;
- 9.11. Indicar o(s) responsável(eis) técnico(s) para o serviço, com entendimento relacionado a realidade da região do Distrito Federal, o(s) qual(is) responderá(ão) pela CONTRATADA por qualquer assunto referente ao contrato;
- 9.12. Prover informações necessárias aos profissionais envolvidos na execução contratual, dentro e fora de suas dependências. O profissional deve ter facilidade para acompanhar demandas e reuniões, inclusive reuniões presenciais de alinhamento;
- 9.13. Alocar a quantidade de prepostos necessária para garantir a melhor intermediação com o CONTRATANTE, observados os perfis necessários para cada atividade constante da execução contratual;
- 9.14. Preservar as regras e condições do contrato com o CONTRATANTE na intermediação e supervisão dos serviços prestados por fornecedores especializados e responder integralmente por toda e qualquer infração decorrente dessas situações;
- 9.15. Manter, por si e por seus prepostos, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer informações que lhe sejam fornecidas, sobretudo quanto à estratégia de atuação do CONTRATANTE;
- 9.16. Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato a ser firmado, que envolvam o nome do CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização;

- 9.17. Assinar Termo de Compromisso relativo à confidencialidade e ao sigilo, conforme modelo definido pelo 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;
- 9.18. Ser responsável pelos encargos previdenciários, fiscais e comerciais resultantes da execução do contrato;
- 9.19. Manter durante toda a vigência do contrato, em compatibilidade com as obrigações assumidas, todas as condições de habilitação e qualificação exigidas por lei, no Termo de Referência e suas renovações legais;
- 9.20. Zelar que seus prestadores de serviços, envolvidos nos serviços contratados, apresentem-se convenientemente trajados e devidamente identificados. Sigam conduta profissional, informando faltas ou atrasos, tratando todos com respeito e mantendo uma boa comunicação interpessoal, utilizando equipamentos do Sesc com devido cuidado, protegendo informações confidenciais;
- 9.21. 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;
- 9.22. Apresentar, quando solicitado pelo CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos previdenciários e fiscais;
- 9.23. Responder perante o CONTRATANTE por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto do contrato a ser firmado;
- 9.24. Os serviços subcontratados pela CONTRATADA, deverão ter autorização prévia da CONTRATANTE;
- 9.25. Será corresponsável pela execução do contrato em relação às obrigações assumidas pela subcontratada, devendo acompanhar e fiscalizar a execução dos serviços.

## **10. DA SUBCONTRATAÇÃO**

- 10.1. Será permitida a subcontratação de até 50% (cinquenta por cento) do valor global do contrato pela CONTRATADA, desde que seja comprovada a capacidade técnica do

subcontratado e prévia autorização da CONTRATANTE;

- 10.2. As declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) deverão ser apresentadas em papel timbrado, assinado e com telefone de identificação dos representantes dos respectivos declarantes;
- 10.3. A subcontratada deve cumprir os requisitos de regularidade fiscal e jurídica, tais requisitos são indispensáveis para a efetivação dos serviços contratados.
- 10.4. A CONTRATADA deverá observar as seguintes condições na contratação da subcontratada para execução dos Serviços:
  - 10.4.1. fazer cotações prévias de preços para todos os Serviços a serem prestados;
  - 10.4.2. só apresentar cotações de preços obtidas junto a fornecedores, aptos a fornecer à CONTRATADA Serviços, cujas categorias encontram-se dispostas no Anexo I deste termo de referência;
  - 10.4.3. apresentar, no mínimo, 03 (três) cotações coletadas entre os fornecedores especializados que atuem no mercado do ramo de comunicação digital;
  - 10.4.4. exigir dos fornecedores especializados que constem da cotação dos Serviços, o detalhamento das especificações que compõem seus preços unitários e total;
  - 10.4.5. a cotação deverá ser apresentada em via original, em papel timbrado, com a identificação do fornecedor (nome empresarial completo, CNPJ ou CPF, endereço, telefone, entre outros dados) e a identificação (nome completo, cargo na empresa, RG e CPF) e assinatura do responsável pela cotação;
  - 10.4.6. juntamente com a cotação deverão ser apresentados comprovantes de que o fornecedor está inscrito – e em atividade – CNPJ, relativos ao seu domicílio ou sede, pertinentes a seu ramo de atividade e compatíveis com o produto ou serviço a ser fornecido;
  - 10.4.7. para cada orçamento encaminhado, deve ser observada a presença da seguinte declaração, assinada por funcionário da CONTRATADA responsável pela documentação:

*“atestamos que este orçamento e seus anexos foram conferidos e estão de acordo com a especificação técnica aprovada e as exigências contratuais”.*
- 10.5. A execução do serviço a ser prestado pela subcontratada não deverá ser superior ao valor unitário de um serviço compatível realizável pela contratada – Anexo I.
- 10.6. Fica estabelecido à subcontratada executar os serviços com diligência, sendo

fiscalizada diretamente pela CONTRATADA;

- 10.7. A subcontratada deverá fornecer os serviços de acordo com as especificações estipuladas pelo CONTRATANTE;
- 10.8. Exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados;
- 10.9. Se, e quando julgar conveniente, a CONTRATANTE poderá supervisionar o processo de seleção dos fornecedores, realizado pela CONTRATADA;
- 10.10. A subcontratada deverá manter sigilo, 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;
- 10.11. A subcontratada deverá comprovar, por meio de Atestado de Capacidade Técnica, ter fornecido o objeto desta licitação, referente à prestação de serviço, compatível em características do objeto deste termo de referência;
- 10.12. As declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) deverão ser apresentadas em papel timbrado, assinado e com telefone de identificação dos representantes dos respectivos declarantes;
- 10.13. A CONTRATADA deverá apresentar a CONTRATANTE todos os atestados exigidos para a subcontratada antes da subcontratação, assim como a comprovação de regularidade fiscal da subcontratada;
- 10.14. Em qualquer hipótese de subcontratação, permanece a responsabilidade integral da CONTRATADA pela perfeita execução contratual, cabendo-lhe realizar a supervisão e coordenação das atividades da subcontratada, bem como responder perante a CONTRATANTE pelo rigoroso cumprimento das obrigações contratuais correspondentes ao serviço subcontratado;
- 10.15. Neste sentido, a CONTRATADA deve realizar a subcontratação com cautela, assegurando que seja demonstrada de forma clara e documentada a inviabilidade técnica e econômica da execução integral do objeto do contrato. Isso garantirá uma abordagem transparente e responsável no processo de subcontratação.

## **11. DA ALTERAÇÃO SUBJETIVA**

- 11.1. É admissível a fusão, cisão ou incorporação da contratada com/em outra pessoa jurídica, desde que sejam observados pela nova pessoa jurídica todos os requisitos

de habilitação exigidos na licitação original; sejam mantidas as demais cláusulas e condições do contrato; não haja prejuízo à execução do objeto pactuado e haja a anuência expressa da Administração à continuidade do contrato.

## 12. DO CONTROLE E FISCALIZAÇÃO DA EXECUÇÃO

12.1. Nos termos de regramento interno da Instituição, será designado empregado para acompanhar e fiscalizar a execução do serviço, anotando em registro próprio todas as ocorrências relacionadas com o objeto e determinando o que for necessário à regularização de falhas ou defeitos observados, nos termos da Ordem de Serviço Sesc/AR/DF nº 14/2020;

12.1.1. A designação de gestor, fiscal e substituto do contrato:

Função	Nome	Matrícula	Cargo
Gestor do Contrato	Bernardo Gustavo de Castro	6746	Gerente de Área
Fiscal do Contrato	Flávia Cristina Rosse Ramos	6815	Assessora Executiva I
Fiscal Substituto	Júlia Tudella Bianco	6839	Assessora Executiva II

12.2. A fiscalização de que trata este item não exclui nem reduz a responsabilidade da CONTRATADA, inclusive perante terceiros, por qualquer irregularidade, ainda que resultante de imperfeições técnicas ou vícios redibitórios e, na ocorrência desta, não implica em corresponsabilidade do CONTRATANTE ou de seus agentes e prepostos;

12.3. O CONTRATANTE fiscalizará a execução dos serviços contratados e verificará o cumprimento das especificações técnicas, podendo rejeitá-los, no todo ou em parte, quando não correspondem ao desejado ou especificado;

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

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

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

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 do CONTRATANTE e ou auditoria externa por ela indicada tenham acesso aos documentos e materiais que digam respeito aos produtos e serviços prestados ao CONTRATANTE;
- 12.9. O CONTRATANTE poderá, a seu juízo, avaliar o desempenho da contratada quanto ao planejamento e à execução dos e serviços do contrato a ser firmado;
- 12.10. A avaliação será considerada pelo CONTRATANTE para: apurar a necessidade de solicitar da CONTRATADA correções que visem maior qualidade dos serviços prestados; decidir sobre prorrogação de vigência ou rescisão contratual; e fornecer, quando solicitado pela contratada, declarações sobre seu desempenho para servir de prova de capacitação técnica em licitações.

### 13. DO VALOR CONTRATUAL

- 13.1. O valor da contratação decorrente deste certame está estimado em **R\$10.618.718,04 (dez milhões seiscientos e dezoito mil setecentos e dezoito reais e quatro centavos)**, pelos primeiros 12 (doze) meses, conforme análise de mercado, realizada por meio de propostas de empresas de comunicação digital;
- 13.2. No valor acima estão incluídas todas as despesas ordinárias diretas e indiretas decorrentes da execução do objeto, inclusive tributos e/ou impostos, encargos sociais, previdenciários, fiscais e comerciais incidentes, taxa de administração, frete, seguro e outros necessários ao cumprimento integral do objeto da contratação;
- 13.3. O SESC-AR/DF se reserva o direito de, a seu juízo, executar ou não a totalidade do valor contratual, não havendo um mínimo fixo para a demanda a ser atendida.
- 13.4. Poderão ser acrescidos em até 50% do valor global atualizado do contrato, mediante justificativa e termo aditivo, conforme disposto no Art. 38 da RESOLUÇÃO N.º 1593/2024;
- 13.5. Conforme § 3.º do Art. 38 da RESOLUÇÃO nº 1593/2024, os acréscimos e supressões devem ser sempre calculados sobre o valor inicial atualizado do contrato;
- 13.6. Conforme § 1.º do Art. 38 da RESOLUÇÃO nº 1593/2024, as supressões poderão

ser realizadas nos limites estabelecidos entre as partes.

#### **14. DO PAGAMENTO**

- 14.1. Os pagamentos estarão condicionados aos resultados apresentados pela CONTRATADA à perfeita execução do serviço demandado, que deverão estar em conformidades com as condições, prazos e especificações constantes deste Termo de Referência, apurados e atestados pelo fiscal do contrato ou a quem este delegar poderes da Gerência de Comunicação – CCOM;
- 14.2. O pagamento pela execução do serviço, será efetuado diretamente na conta bancária indicada pela licitante vencedora, no prazo de até 30 (trinta) dias após a entrega da nota fiscal devidamente atestada CONTRATANTE;
- 14.3. Deverá estar especificado o serviço executado e a quantidade fornecida, com o respectivo valor unitário e total e a comprovação de recebimento pelo CONTRATANTE, nos casos em que couber;
- 14.4. Na nota fiscal deverão constar os dados bancários para depósito do valor devido relativo ao fornecimento do objeto desta licitação;
- 14.5. Nos valores apresentados na nota fiscal, já estarão inclusos taxas, fretes, impostos, seguros e outros encargos legais decorrentes do cumprimento do objeto;
- 14.6. O Sesc-AR/DF não realiza pagamento por meio de boleto bancário;
- 14.7. A nota fiscal deverá ser obrigatoriamente acompanhada da comprovação da regularidade fiscal, constatada por meio de consulta on-line ao SICAF ou, na impossibilidade de acesso ao referido Sistema, mediante consulta aos sites eletrônicos oficiais;
- 14.8. Conforme preceitua a jurisprudência pacífica do Tribunal de Contas da União – TCU, mesmo que não haja a regularização fiscal da empresa contratada, não haverá retenção de pagamento de produto já fornecido;
- 14.9. Nenhum pagamento será efetuado à CONTRATADA enquanto pendente de liquidação qualquer obrigação que lhe for imposta, em virtude de penalidade ou inadimplência, sendo que o atraso decorrente do inadimplemento de obrigações da CONTRATADA, não gerará direito ao pleito de reajustamento de preços;
- 14.10. Em razão das obrigações acessórias decorrentes da Legislação vigente que regem os tributos e contribuições incidentes sobre os pagamentos das notas fiscais correspondentes ao objeto da licitação, o Sesc- AR/DF também poderá fazer, caso

haja incidência, as retenções devidas ao IR, INSS, PIS, COFINS e Contribuição Social;

- 14.11. A emissão da Nota Fiscal/Fatura será precedida do recebimento do serviço;
- 14.12. Caso o faturamento apresente alguma incorreção, a nota fiscal será devolvida para a devida correção e o prazo de pagamento alterado sem quaisquer ônus para o CONTRATANTE;
- 14.13. Os pagamentos às subcontratadas deverão ser efetuados pela contratada em até 03 (três) dias após o crédito em sua conta, da ordem bancária realizada pelo CONTRATANTE.
- 14.14. A contratada entregará ao CONTRATANTE, até o 10º (décimo) dia do mês subsequente, relatório consolidado dos pagamentos efetuados a fornecedores especializados no mês anterior.
- 14.15. O relatório consolidado dos pagamentos à subcontratada deverá conter, pelo menos, as seguintes informações:
  - a) número da Ordem de Serviço;
  - b) data do crédito da ordem bancária do 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.
- 14.16. O não cumprimento do disposto no subitem 14.14 ou a falta de apresentação de justificativa plausível para o não pagamento no prazo estipulado poderá implicar a suspensão da demanda a contratada, até que seja resolvida a pendência;
- 14.17. Não solucionada a pendência no prazo de 15 (quinze) dias, contado da notificação do CONTRATANTE, ficará caracterizada a inexecução contratual por parte da contratada;
- 14.18. Para preservar o direito dos subcontratados de receber com regularidade pelos serviços executados, o 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 do CONTRATANTE que, em caráter excepcional, ainda poderá diretamente liquidar as

despesas e efetuar os pagamentos aos fornecedores;

- 14.19. Eventuais encargos financeiros, processuais e outros, decorrentes da inobservância, pela CONTRATADA, de prazos de pagamento serão de sua exclusiva responsabilidade;
- 14.20. A CONTRATADA receberá pagamentos somente sobre os preços dos Serviços prestados por meio de subcontratadas com sua intermediação e supervisão.

## **15. DO REAJUSTE**

- 15.1. Os valores contratados não sofrerão reajuste durante o 1º (primeiro) ano de vigência, qualquer que seja a justificativa, salvo por disposições legais;
- 15.2. Havendo interesse na renovação, o valor contratado poderá ser reajustado pela variação do INPC/IBGE, considerando, para apuração do índice de reajuste, os 12 (doze) meses anteriores ao penúltimo mês de vencimento da vigência contratual em vigor, mediante comunicação por escrito com, pelos menos, 30 (trinta) dias de antecedência ou acordo entre as partes.

## **16. DA GARANTIA DA EXECUÇÃO**

- 16.1. A CONTRATADA apresentará, no prazo máximo de 10 (dez) dias úteis, prorrogáveis por igual período, a critério do CONTRATANTE, contado da assinatura do contrato, comprovante de prestação de garantia, em valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor total do contrato, com validade durante a execução do contrato, devendo ser renovada a cada prorrogação, podendo optar por caução em dinheiro, fiança bancária ou seguro-garantia;
- 16.2. Caso a garantia seja prestada em dinheiro, o recolhimento deverá ser feito por depósito bancário no Banco do Brasil (001) Agência nº 3382-0 - Conta nº 422236-9, Favorecido - Sesc - Serviço Social do Comércio - Administração Regional do DF - CNPJ: 03.288.908/0001-30.
- 16.3. A garantia assegurará, qualquer que seja a modalidade escolhida, o pagamento de:
- 16.3.1. Prejuízos advindos do não cumprimento do objeto da contratação e do não adimplemento das demais obrigações nela previstas;
- 16.3.2. Prejuízos diretos causados ao CONTRATANTE decorrentes de culpa ou dolo durante a execução do contrato;
- 16.3.3. Multas moratórias e punitivas aplicadas pelo CONTRATANTE à

CONTRATADA; e

16.3.4. danos contra terceiros não cobertos pelo seguro específico.

16.4. O CONTRATANTE executará a garantia na forma prevista na legislação que rege a matéria; A CONTRATADA autoriza o CONTRATANTE a reter, a qualquer tempo, a garantia, na forma prevista neste instrumento.

## **17. DA GARANTIA DA PROPOSTA**

17.1. As licitantes deverão prestar garantia da proposta no valor de R\$106.187,18 (Cento e seis mil, cento e oitenta e sete reais e dezoito centavos) equivalente a 1% (um por cento) do valor global estimado pelo Sesc/AR/DF, com prazo de validade mínima de 60 (sessenta) dias, como condição de participação neste certame licitatório. As opções para garantia são: caução em dinheiro, fiança bancária ou seguro-garantia.

17.1.1. A exigência da garantia da proposta neste processo licitatório visa garantir a participação de licitantes comprometidos e qualificados. Esta medida serve como um filtro eficaz contra propostas especulativas, assegurando que apenas empresas sérias e capazes de cumprir com os termos do contrato participem do certame.

17.1.2. Além de promover a seriedade na competição, a garantia da proposta protege contra desistências repentinas após a adjudicação do contrato, assegurando a continuidade e a conclusão adequada dos serviços ou fornecimentos contratados. Isso fortalece a segurança financeira do Sesc/AR/DF, mitigando riscos de inadimplência e assegurando a aplicação eficiente dos recursos. a exigência está alinhada com as melhores práticas de gestão, promovendo transparência, competitividade justa e eficiência nos processos licitatórios realizados por esta instituição.

17.2. Caução em Dinheiro:

17.2.1. Caso a garantia seja prestada em dinheiro, o recolhimento deverá ser feito por depósito bancário no Banco do Brasil (001) Agência nº 3382-0 - Conta nº 422236-9, Favorecido - Sesc - Serviço Social do Comércio - Administração Regional do DF - CNPJ: 03.288.908/0001-30.

17.3. Distinção da Garantia:

17.3.1. A caução exigida para participação da licitação, conforme qualificação econômico-

financeira (artigo 35 da Resolução Sesc 1.593/2024), não se confunde com a garantia exigida do licitante vencedor no ato da assinatura do contrato, como garantia de execução, conforme item 16 deste termo de referência.

17.4. Restituição da Garantia:

17.4.1. A garantia prestada pela licitante vencedora e pelas demais licitantes será restituída mediante solicitação, endereçada à Comissão Permanente de Licitações, junto com a via original do recibo do recolhimento, após o decurso do prazo de 10 (dez) dias úteis contados da assinatura do contrato com a empresa vencedora deste certame.

17.5. Execução da Garantia:

17.5.1. A recusa em assinar o contrato ou a omissão na apresentação dos documentos necessários para a efetivação da contratação acarretará na execução do valor integral da garantia da proposta.

## **18. DA PARTICIPAÇÃO DE CONSÓRCIOS**

18.1. É vedada a participação de empresas constituídas em consórcio;

18.1.1. A participação de empresas em consórcio nas licitações está relacionado a um possível parcelamento material da execução, na medida em que cada empresa participante se encarregaria de determinada parte do objeto contratual. Tendo esse aspecto em mente, não constatamos possibilidade de que os serviços ora requeridos nesta contratação possam ser realizados por empresas em consórcio, visto que, a complexidade e a especialização exigidas nesse campo, tornam difícil para um consórcio reunir todas as habilidades necessárias e coordená-las efetivamente. Além disso, a agilidade e a tomada de decisões rápidas são essenciais no ambiente dinâmico da comunicação digital, o que pode ser comprometido pela estrutura de um consórcio. A coesão de marca e a garantia de qualidade também podem ser afetadas pela falta de coordenação e pela diluição da responsabilidade típica dos consórcios. Portanto, ao optar por uma empresa única, há uma maior clareza na responsabilidade, maior garantia de qualidade e coerência na entrega dos serviços, o que é mais vantajoso para atender às necessidades específicas e garantir o sucesso dos projetos de comunicação digital. Logo, s.m.j., entendemos pela inaplicabilidade da participação de empresas em consórcio.

## **19. DAS SANÇÕES ADMINISTRATIVAS**

19.1. Pela inexecução total ou parcial do objeto deste contrato, o Sesc-AR/DF pode aplicar à CONTRATADA as seguintes sanções:

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

19.1.2. Sanção de impedimento de licitar aplicável em quaisquer das hipóteses previstas como infração administrativa neste Termo de Referência.

19.2. Para efeito de aplicação das penas de multa às infrações, são atribuídos graus, conforme a tabela seguinte:

Grau da infração	CORRESPONDÊNCIA		
1	2% sobre o valor da Ordem de Compra		
2	3% sobre o valor da Ordem de Compra		
3	4% sobre o valor da Ordem de Compra		
4	5% sobre o valor da Ordem de Compra		
5	10% sobre o valor da Ordem de Compra		
INFRAÇÃO			
ITEM	DESCRIÇÃO	GRAU	INCIDÊNCIA
1	Não operar como organização completa prejudicando o fornecimento dos serviços com elevada qualidade.	3	Por ocorrência.
2	Não observar rigorosamente as especificações estipuladas pela CONTRATANTE no fornecimento de produtos e serviços relacionados com o objeto deste contrato.	5	Por ocorrência.
3	Não executar todos os serviços relacionados com o objeto deste contrato, mediante demanda da CONTRATANTE.	5	Por ocorrência.
4	Não exercer o controle de qualidade na execução dos serviços prestados, com base nos parâmetros	5	Por ocorrência.

	determinados pela CONTRATANTE.		
5	Realizar despesas relacionadas com este contrato sem a autorização prévia e por escrito da CONTRATANTE.	5	Por ocorrência.
6	Não tomar providências, imediatamente, em casos de alterações, rejeições, cancelamentos ou interrupções de um ou mais serviços, mediante comunicação da CONTRATANTE.	5	Por ocorrência.
7	Suspender ou interromper, salvo motivo de força maior ou caso fortuito, os serviços contratados.	5	Por ocorrência.
8	Entregar, injustificadamente, os serviços solicitados com atraso de até 1 (um) dia, após o prazo determinado na Ordem de Compra.	1	Por ocorrência.
9	Entregar, injustificadamente, os produtos solicitados com atraso superior a 5 (cinco) dias, após o prazo determinado na Ordem de Compra.	4	Por ocorrência.
10	Não manter durante a execução deste contrato todas as condições de habilitação e qualificação, exigidas na concorrência que deu origem a este instrumento.	2	Por ocorrência.
11	Deixar de cumprir determinação formal ou instrução complementar do órgão fiscalizador.	3	Por ocorrência.
12	Deixar de cumprir quaisquer dos itens do Edital e seus Anexos não previstos nesta tabela de multas, após reincidência formalmente notificada	1	Por ocorrência.

	pelo CONTRATANTE.		
--	-------------------	--	--

- 19.3. As multas estabelecidas são independentes e terão aplicação cumulativa e consecutivamente, de acordo com as normas que regem a licitação, mas somente serão definitivas depois de exaurida a fase de defesa prévia da CONTRATADA;
- 19.4. Quando não pagos em dinheiro pela CONTRATADA, os valores das multas aplicadas serão deduzidos dos pagamentos devidos e, quando for o caso, cobrados judicialmente;
- 19.5. Quando se tratar de inexecução parcial, o valor da multa será proporcional ao valor do serviço que deixou de ser entregue;
- 19.6. Em caso de reincidência por atraso injustificado será a CONTRATADA penalizada nos termos do art. 40, do Anexo da Resolução Sesc n.º 1.593/2024.

## 20. DOS CRITÉRIOS DE SUSTENTABILIDADE

- 20.1. Nesta contratação, será observada em todas as fases do procedimento licitatório as orientações voltadas para a sustentabilidade ambiental, em atenção ao art. 23 da Resolução Sesc n.º 1.593/2024;
- 20.2. Dentre as recomendações voltadas para sustentabilidade ambiental, a CONTRATADA deverá, preferencialmente, na medida do possível, ater-se às diretrizes sustentáveis de: menor impacto sobre recursos naturais como flora, fauna, ar, solo e água; preferência dos materiais, tecnologia e matérias-primas de origem local; boas práticas de governança, ambiental e social.

## 21. DOS ANEXOS

- Anexo I** – Especificação dos Serviços Digitais;
- Anexo II** - Apresentação e Julgamento das Propostas Técnicas;
- Anexo III** – Briefing;
- Anexo IV** - Apresentação e Julgamento das Propostas de Preço;
- Anexo V** – Modelo das Propostas de Preço;
- Anexo VI** – Planilha de Estimativa de Preço.

**Anexo I – ESPECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS DIGITAIS**

TÍTULO	DESCRIPTIVO	ENTREGÁVEL	COMPLEXIDADE	PRAZO DE ENTREGA	QTD
1. Criação e produção de ícone	Criação, a partir de briefing, de elemento gráfico utilizado para representar uma ação, situação, programa de computador, atalho de acesso para um arquivo específico, aplicação, pasta ou diretório. Arquivo digital em alta resolução e arquivo digital aberto + Gif / Ícone animado.	Cumprimento do prazo, Adequação ao briefing, Aderência ao tema proposto, Unidade visual do projeto.	Baixa – estático.	Até 1 dia.	2
			Média – animado.		2
2. Adaptação ou replicação de tela	Adaptação ou replicação de telas de soluções digitais existentes. Arquivo de imagem digital aberto.	Cumprimento do prazo, Aderência à identidade visual do órgão/entidade e suas temáticas.	Baixa: tela secundária com elementos estáticos, sem inclusão de dados, apresentação de formulários ou elementos visuais de interação.	Baixa: 1 dia útil	2
			Média: tela secundária com elementos de inclusão de dados, apresentação de formulários ou elementos visuais de interação.	Média: 2 dias úteis	2
			Alta: telas principais (páginas iniciais ou de áreas específicas).	Alta: 3 dias úteis.	2
3. Elemento Gráfico para Propriedade Digital	Criação ou adaptação de elemento gráfico para identificar ação, tema ou programa em propriedade digital, a partir de briefing do SESC.  Entrega: arquivo digital editável.	Cumprimento do prazo, Aderência da proposta ao briefing e ao tema.	Baixa: adaptação de elemento gráfico.	Até 3 dias úteis.	2
			Alta: criação de elemento gráfico.		2
4. Roteirização de apresentação	Planejamento e execução do roteiro de uma apresentação, contendo o detalhamento escrito para uma apresentação, com ou sem elementos visuais.  Arquivo texto com o roteiro detalhado da apresentação.	Cumprimento do prazo, Adequação ao briefing, Aderência ao tema proposto.	Baixa: até 5 laudas.	-	2
			Média: de 6 a 10 laudas.	-	2

			<b>Alta:</b> mais de 10 laudas.	-	2
<b>5. Diagramação de Apresentação</b>	Diagramação de apresentação, conforme roteiro previamente aprovado, com ou sem animação. Arquivo digital com a apresentação gráfica	Cumprimento do prazo, Conformidade técnica em relação ao roteiro.	<b>Baixa:</b> com animação. Até 10 slides. Sem animação. Até 10 slides.	Baixa: 2 dias úteis	2
			<b>Média:</b> com animação. De 11 a 20 slides. Sem animação. De 11 a 20 slides.	Média: de 4 a 8 dias úteis	2
			<b>Alta:</b> com animação. Mais de 20 slides. Sem animação. Mais de 20 slides.	Alta: de 5 a 10 dias úteis	2
<b>6. Diagnóstico e Matriz Estratégica</b>	Levantamento de informações e análise da presença digital do órgão/entidade e de suas temáticas, que subsidiarão a elaboração da sua matriz estratégica e do seu plano de ação digital. O diagnóstico e a elaboração da matriz estratégica compreendem as seguintes atividades:  - Entrevistas exploratórias presenciais com representantes do órgão/entidade para o levantamento de insumos.	Cumprimento do prazo.  Consistência do mapeamento e do diagnóstico realizado. Aplicabilidade e aderência às diretrizes de comunicação digital do Sesc-DF;  Consistência das recomendações produzidas.	<b>Baixa:</b> Até 5 canais.	Até 30 dias.	2
			<b>Média:</b> De 6 a 10 canais.	Até 30 dias.	2
			<b>Alta:</b> Acima de 10 canais.	Até 30 dias.	2
<b>7. Diagnóstico de TI</b>	Realização de análise da estrutura de TI disponível para implantação de um ambiente digital. O diagnóstico compreende as seguintes atividades:  - avaliação da infraestrutura de TI disponível;  - avaliação das tecnologias em uso ou disponíveis;	Cumprimento do prazo;  Abrangência e qualidade do diagnóstico.;  Consistência e aplicabilidade das recomendações; Aderência às diretrizes de comunicação	Não se aplica	Até 30 dias.	2

		digital do Sesc-DF			
<b>8. Diagnóstico de Conteúdo</b>	<p>Realização de análise dos conteúdos produzidos pelo órgão/entidade, considerando a adequação do tema, do público-alvo e do formato utilizado. O diagnóstico de conteúdo orientará as etapas de macroarquitetura padrão, projeto editorial e produção de conteúdo. O diagnóstico compreende as seguintes atividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mapeamento do conteúdo disponibilizado nos canais de comunicação digital do órgão/entidade considerando, quando for o caso, propriedades prioritárias, secundárias e terciárias de sítios/portais e redes sociais.</li> <li>- Análise editorial do ambiente de comunicação digital do órgão/entidade.</li> </ul>	<p>Cumprimento do prazo.</p> <p>Abrangência e qualidade do diagnóstico.</p> <p>Consistência e aplicabilidade das recomendações.</p> <p>Aderência às diretrizes de comunicação digital do Sesc-DF.</p>	Não se aplica	Até 20 dias	2
<b>9. Planejamento de Conteúdo</b>	<p>Estabelecer, a partir de briefing de projetos a abordagem a ser dada ao conteúdo, com o objetivo de orientar a produção de conteúdos em ambientes digitais. O planejamento de conteúdo orientará as etapas de macroarquitetura padrão, projeto editorial e produção de conteúdo.</p>	<p>Cumprimento do prazo,</p> <p>Abrangência, consistência e aplicabilidade do planejamento editorial proposto,</p> <p>Aderência às diretrizes de comunicação digital do Sesc-DF.</p>	Não se aplica.	Até 30 dias.	2
<b>10. Gestão da Rede de Influenciadores Digitais</b>	<p>Realização de acompanhamento evolutivo de mapa de influenciadores anteriormente produzido. A elaboração do relatório de acompanhamento contempla as seguintes atividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Atualização evolutiva de determinado mapa social.</li> <li>- Acompanhamento de postagens/conteúdos nos ambientes digitais e análise da evolução do relacionamento com influenciadores digitais.</li> <li>- Análise de sentimentos das postagens dos perfis identificados.</li> </ul>	<p>Cumprimento do prazo.</p> <p>Abrangência e qualidade das informações coletadas.</p> <p>Consistência das análises.</p> <p>Aplicabilidade das recomendações</p>	<p><b>Baixa:</b> Até 50 influenciadores.</p> <p>Até 5 canais digitais.</p>	<p>Baixa: 10 dias úteis.</p>	2
			<p><b>Média:</b> De 50 a 200 influenciadores.</p> <p>Até 10 canais digitais.</p>	<p>Média: de 15 dias úteis.</p>	2
			<p><b>Alta:</b> De 200 a 500 influenciadores.</p> <p>Acima de 10 canais digitais.</p>	<p>Alta: 20 dias úteis</p>	2

<p><b>11. Planejamento Estratégico de Comunicação Digital</b></p>	<p>Realização dos seguintes tipos de atividades para planejamento de comunicação e/ou atuação estratégica em determinado projeto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificação do objetivo estratégico da ação.</li> <li>- Reunião com a equipe do órgão/entidade para discussão do briefing, esclarecimento dos pontos de atenção e definição sobre os resultados a serem obtidos.</li> <li>- Levantamento de insumos disponíveis e necessários junto ao órgão/entidade.</li> <li>- Análise do contexto: estudo sobre as presenças digitais relacionadas ao projeto, com crítica analítica sobre os aspectos estratégicos das propriedades digitais.</li> <li>- Análise do público interno e externos.</li> <li>- Estudo exploratório sobre as necessidade e expectativas de cada público em relação ao projeto.</li> <li>- Levantamento e análise de boas práticas (benchmarking).</li> <li>- Levantamento da Matriz Swot (ameaças, oportunidades, pontos fracos e pontos fortes).</li> <li>- Proposição de plano de ação contemplando os canais a serem envolvidos e tipos de conteúdos a serem utilizados, com recomendações de linguagem e formatos.</li> <li>- Definição de objetivos de comunicação e diretrizes estratégicas.</li> <li>- Indicação dos canais de atuação e direcionamentos estratégicos em cada canal.</li> <li>- Proposição de indicadores de avaliação de performance</li> </ul>	<p>Cumprimento do prazo.</p> <p>Abrangência, consistência e aplicabilidade do planejamento proposto.</p> <p>Aderência do planejamento às diretrizes de comunicação digital do Sesc-DF.</p>	<p>Não se aplica.</p>	<p>Até 30 dias.</p>	<p>1</p>

	(KPI's). Entrega: Arquivo texto e de apresentação, contendo a proposta de planejamento estratégico.				
<b>12. Arquitetura de Propriedade Digital – Baixa complexidade</b>	Elaboração da estrutura de navegação de propriedade digital, contemplando seus diversos níveis e compreendendo das seguintes atividades:	Cumprimento do prazo.  Abrangência, consistência e aplicabilidade da solução proposta. Aderência às diretrizes de comunicação digital do Sesc-DF.	<b>Baixa:</b> Arquitetura da informação até o primeiro nível.	Baixa: Até 20 dias	1
	- Elaboração e adequação da propriedade digital do órgão/entidade, em conformidade com a Identidade Digital do SESC-DF		<b>Média:</b> Arquitetura da informação até o terceiro nível.	Média: de até 25 dias.	1
	- Proposição de arquitetura da informação da propriedade digital do órgão/entidade aderente ao padrão da Identidade Digital do SESC-DF:  - Aproveitamento dos módulos criados.  - Aproveitamento das funcionalidades e regras presentes nos módulos.  - Aproveitamento da estrutura e elementos globais desenvolvidos.  - Aproveitamento da navegabilidade e usabilidade definidas.  - Adaptação de elementos gráficos		<b>Alta:</b> Arquitetura da informação até o quinto nível.	Alta: Até 30 dias	1
<b>13. Criação/Adequação de Leiaute de Propriedade Digital</b>	Criação ou adequação de leiaute de propriedade digital, a partir da Identidade Digital do SESC, compreendendo as seguintes atividades:  - Estudo de adequação de cores dos módulos.  - Estudo de adequação do estilo de fontes, seus tamanhos e cores, se necessário.  - Desenvolvimento de leiautes com as devidas alterações (as telas a serem trabalhadas são: página inicial e internas, até segundo nível, em consonância com o direcionamento estratégico aprovado).  - Análise da aplicabilidade dos módulos existentes às necessidades de comunicação e usabilidade e, se for o caso,	Cumprimento do prazo.  Qualidade e consistência dos estudos e análises.  Aplicabilidade dos leiautes propostos.  Aderência às diretrizes de comunicação digital do Sesc-DF.	Não se aplica.	Até 20 dias.	2

	recomendação para a criação de novos módulos. Entrega: Arquivos de imagem digital abertos, contemplando a página inicial e telas internas até segundo nível.				
<b>14. Projeto Editorial</b>	<p>Elaboração de documento com a descrição detalhada das características, tipos de conteúdo e plano geral de funcionamento de uma propriedade digital, em consonância com as diretrizes definidas no Planejamento de Conteúdo, compreendendo as seguintes atividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Detalhamento das diretrizes a serem seguidas para chamadas, textos e posts, imagens, infográficos, vídeos e outros conteúdos (formato, frequência de publicação).</li> <li>- Indicação de produção de novos conteúdos, com definição de pautas. Entregar: Arquivo texto detalhado contendo o Projeto Editorial.</li> </ul>	<p>Cumprimento do prazo. Adequação e consistência dos mapeamentos, indicações e descrições. Aplicabilidade das propostas de conteúdo. Aderência às diretrizes de comunicação digital do Sesc-DF.</p>	Não se aplica.	Até 20 dias.	2
<b>15. Plano de Tagueamento de Propriedade Digital</b>	<p>Elaboração de plano para criação e orientação de implementação de metatags de acompanhamento de dados de acesso em uma propriedade digital. Entrega: Mapa de tagueamento, Tabela de aplicação de tags, Relatório de validação de implementação.</p>	<p>Cumprimento do prazo. Qualidade do estudo realizado. Abrangência e aplicabilidade das recomendações. Aderência ao briefing e às diretrizes de comunicação digital do Sesc-DF.</p>	<b>Baixa:</b> Hotsite simples.	Até 10 dias.	2
			<b>Média:</b> Sítio.	Até 10 dias.	2
			<b>Alta:</b> Portal.	Até 10 dias.	2
<b>16. Migração de Conteúdo</b>	<p>Elaboração de estratégia para a migração de conteúdo de uma propriedade digital para outra, compreendendo as seguintes atividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Executar a migração;</li> <li>- Seleção, indicação e consolidação de conteúdos em planilha (de/para);</li> <li>- Indicação dos conteúdos que podem ser migrados por meio de script e dos que devem ser</li> </ul>	<p>Cumprimento do prazo. Adequação e consistência das indicações e orientações. Aplicabilidade da proposta de migração.</p>	<b>Baixa:</b> Planilha com até 40 itens.	Baixa: Até 10 dias	2
			<b>Média:</b> Planilha com até 60 itens.	Média: de até 20 dias	2
			<b>Alta:</b> Planilha com até 80 itens.	Alta: Até 30 dias	2

	<p>migrados manualmente;</p> <p>- Orientações para a execução de backup de conteúdo. Entregável: Arquivo de planilha eletrônica contendo a proposta de migração e arquivo texto com o detalhamento da estratégia de migração, descrevendo as atividades acima.</p>		<b>Altíssima:</b> Planilha com até 100 itens.	Altíssima: Até 45 dias	2
<b>17. Desenvolvimento de Estudo de Usabilidade</b>	<p>Identificação de pontos críticos em relação à arquitetura ou layout, verificados por meio de inspeção especializada em usabilidade. A avaliação engloba análise heurística, recomendações de design, seleção de registros verbais “positivos” e</p>	<p>Cumprimento do prazo, qualidade do estudo realizado, abrangência e aplicabilidade das recomendações, aderência ao briefing e às diretrizes de comunicação digital do Sesc-DF.</p>	Não se aplica.	Até 20 dias.	1
<b>18. Escopo Funcional de Modulo</b>	<p>Descrição do funcionamento de um módulo, para subsidiar o seu desenvolvimento e sua integração com a propriedade digital. Compreende as seguintes atividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Levantamento das necessidades do projeto para identificar os requisitos funcionais.</li> <li>- Detalhamento do funcionamento do módulo (requisitos funcionais).</li> <li>- Elaboração de casos de uso.</li> <li>- Apresentação dos artefatos entregáveis.</li> <li>- Definição da lista de usuários (gestores) e suas atribuições.</li> <li>- Definição dos fluxogramas em projetos que envolvem gestão de conteúdo e possuem etapas como redação, revisão, edição, aprovação, mediação e publicação (deve conter o mapeamento do fluxo do processo de negócio, definição de alçadas e níveis de aprovação). Entrega: Arquivo texto contendo o levantamento realizado, o detalhamento do funcionamento do módulo e a documentação de casos de uso.</li> </ul>	<p>Cumprimento do prazo. Adequação do levantamento com a solução proposta. Aderência às diretrizes de comunicação digital do Sesc-DF.</p>	Não se aplica.	Até 20 dias.	1

<p><b>19. Escopo Técnico de TI</b></p>	<p>Detalhamento da infra estrutura de tecnologia da informação necessária para o funcionamento da propriedade digital. Compreende as seguintes atividades: - estudo de viabilidade e lista de requisitos</p>	<p>Cumprimento do prazo.  Adequação do levantamento com a solução proposta, aderência às diretrizes de comunicação digital do Sesc-DF.</p>	<p>Não se aplica.</p>	<p>Até 40 dias.</p>	<p>1</p>
<p><b>20. Escopo Funcional de Propriedade Digital</b></p>	<p>Descrição do funcionamento de uma propriedade digital, para subsidiar seu desenvolvimento, compreendendo as seguintes atividades:</p>	<p>Cumprimento do prazo.  Adequação do levantamento com a solução proposta.</p>	<p><b>Baixa:</b> Propriedade digital simples com até 3 seções.</p>	<p>Até 40 dias.</p>	<p>1</p>
	<p>- Levantamento das necessidades do projeto para identificar os requisitos funcionais.</p>	<p>Aderência às diretrizes de comunicação digital do Sesc-DF.</p>	<p><b>Média:</b> Propriedade digital intermediária com 4 a 8 seções.</p>	<p>Até 40 dias.</p>	<p>1</p>
	<p>- Definição dos itens a serem desenvolvidos no projeto (exemplos: criação de leiaute, elaboração de arquitetura da informação, planejamento estratégico, editorial, implantação, manuais etc).</p> <p>- Elaboração do escopo detalhado do projeto (detalhamento da estrutura do projeto - comportamento, formatos e tamanhos de cabeçalhos, barras de destaque, menus, banners, seções etc).</p> <p>- Elaboração de fluxogramas para os projetos da propriedade digital que envolvam gestão de conteúdo e possuam etapas como redação, revisão, edição, aprovação, mediação e publicação (deve conter o mapeamento do fluxo do processo de negócio, definição de alçadas e níveis de aprovação).</p> <p>Entregável: Arquivo texto contendo o levantamento realizado, as definições do Escopo Funcional com o detalhamento do funcionamento da propriedade digital e fluxogramas.</p>	<p>Características consideradas na classificação da complexidade: Característica da propriedade digital, considerando o número de seções (seção: módulo existente em uma página no paradigma single page, ou páginas no paradigma comum de desenvolvimento web).</p>	<p><b>Alta:</b> Propriedade digital complexa com mais de 8 seções.</p>	<p>Até 40 dias.</p>	<p>1</p>
<p><b>21. Relatório de Análise de Propriedade Digital</b></p>	<p>Elaboração de relatório de performance, compreendendo as seguintes atividades:</p> <p>- Levantamento de dados de performance da propriedade digital do órgão/entidade</p>	<p>Cumprimento do prazo. Abrangência das informações</p>	<p>Não se aplica.</p>	<p>Semanal, no primeiro dia útil da semana subsequente</p>	<p></p>

	<p>(acessos, visitas, localidades, tipos de conexões).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cruzamento entre o planejamento das páginas principais, as ocorrências do mês e os resultados.</li> <li>- Análise do impacto de acessos a novos conteúdos e de novas funcionalidades inseridas na propriedade digital durante a semana.</li> <li>- Análise de picos e vales.</li> <li>- Elaboração de relação de ocorrências relevantes.</li> <li>- Indicação, nos gráficos, das principais ocorrências.</li> <li>- Recomendações de melhorias.</li> </ul> <p>Entregáveis: Relatório, em arquivo de apresentação e arquivo texto, contendo as ocorrências, dados de performance, análises realizadas e recomendações de melhorias.</p>	<p>coletadas.</p> <p>Qualidade da análise realizada.</p> <p>Consistência das recomendações.</p>			2
<p><b>22. Relatório “Relatar Erros”</b></p>	<p>Elaboração de relatório com as mensagens recebidas pelo canal “Relatar Erros”, compreendendo as seguintes atividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Monitoramento diário das mensagens recebidas pelo canal “Relatar Erros”.</li> <li>- Encaminhamento, aos gestores da propriedade digital, das questões que demandam ação imediata do órgão/entidade;</li> <li>- Encaminhamento de relatório para o órgão/entidade com a relação das mensagens recebidas e medidas tomadas para solucionar cada erro e status.</li> </ul> <p>Entregas: Relatório, em arquivo texto, contendo as mensagens recebidas pelo canal “Relatar Erros” da propriedade digital, com o respectivo status de solução do problema.</p> <p>Entregável: Relatório, em arquivo texto, contendo as mensagens recebidas pelo canal “Relatar Erros” da propriedade digital, com o respectivo status de solução do problema.</p>	<p>Cumprimento do prazo.</p> <p>Qualidade da avaliação das ocorrências.</p> <p>Consistência das soluções implementadas.</p>	Não se aplica.	Semanal.	2

<p><b>23. Relatório de Business Intelligence (BI) de Propriedade Digital (Site/Portal e Blog)</b></p>	<p>Elaboração de análise do desempenho de propriedade digital, para subsidiar a produção de conteúdo da propriedade e demais ações interativas.</p>	<p>Cumprimento do prazo. Abrangência das informações coletadas. Qualidade da análise realizada. Consistência das recomendações.</p>	<p>Não se aplica.</p>	<p>Até o final de cada dia, à exceção de finais de semana. O relatório consolidado do final de semana será entregue juntamente com o relatório da segunda-feira subsequente</p>	<p>2</p>
<p><b>24. Relatório de Desempenho de Redes Sociais</b></p>	<p>Elaboração de análise do desempenho de perfis de redes sociais para subsidiar a produção de conteúdo e ações interativas. A elaboração do relatório compreende as seguintes atividades:  - Análise do desempenho de comunicação digital nas redes sociais.  - Identificação do grau de sentimentalização, classificação (tagueamento) e análise das interações de internautas com as redes sociais em questão.</p>	<p>Cumprimento do prazo. Abrangência das informações coletadas.  Qualidade da análise realizada.  Consistência das recomendações.</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>2</p>
<p><b>25. Relatório de Análise de Ação de Comunicação em Propriedade Digital e suas Respectivas Redes</b></p>	<p>Elaboração de análise do desempenho de ação de comunicação digital no ambiente receptivo e nos perfis proprietários de redes sociais, para subsidiar ações nas mídias sociais, mídia on-line, mobile, mecanismos de busca na internet e demais ações interativas. A elaboração do relatório compreende as seguintes atividades:</p>	<p>Cumprimento do prazo.  Abrangência das informações coletadas.  Qualidade da análise realizada. Consistência das recomendações.</p>	<p><b>Baixa:</b> Até 7 dias de duração.  <b>Média:</b> Até 15 dias de duração.  <b>Alta:</b> Até 30 dias de duração.</p>	<p>Site/Portal: Até o final de cada dia, durante o período da ação, à exceção de finais de semana. O relatório consolidado do final de semana será entregue juntamente com o relatório da segunda-feira subsequente</p>	<p>2  2  2</p>

<p><b>26. Relatório Estratégico Gerencial de Monitoramento</b></p>	<p>Elaboração de análise de tema específico, a partir de dados coletados por meio de monitoramento de redes sociais e levantamento de informações estratégicas, para apoio à tomada de decisão e proposição de sugestões para ações de comunicação. Nome pra deixar mais específico = de acordo com solicitação, pontal, assunto determinado. Entrega: Relatório, em arquivo de apresentação, contendo as informações coletas, análise realizada e recomendações.</p>	<p>Cumprimento do prazo.</p> <p>Abrangência e qualidade das informações coletadas.</p> <p>Clareza e consistência da análise.</p> <p>Consistência das recomendações.</p> <p>Tempestividade no atendimento.</p>	<p>Não se aplica.</p>	<p>De acordo com o tipo de demanda.</p>	<p>2</p>
<p><b>27. Relatório de monitoramento</b></p>	<p>Apresenta compilação de índices quantitativos e análises qualitativas, além dos assuntos que tiveram destaque nas redes sociais e nos portais de notícias no período mensal. Identifica publicadores e influenciadores, além de tópicos recorrentes. A quantidade de conteúdo e informações varia de acordo com a periodicidade. Composição mínima: Volume de publicações; Sentimentalização geral; • Identificação dos principais autores e tópicos; Análise qualitativa; Histórico de evolução das menções; Considerações: sugestões baseadas nos dados coletados.</p>	<p>Periodicidade - Diária e consolidados semanais. Arquivo de texto e de apresentação, contendo a análise da composição mínima do descritivo disparado por mensagem.</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>2</p>
<p><b>28. Relatório Gerencial Consolidado de Propriedade Digital</b></p>	<p>Elaboração de análise consolidada do desempenho de propriedade digital do órgão/entidade, para subsidiar a produção de conteúdo da propriedade e ações interativas. O relatório deve apresentar a análise do desempenho de comunicação digital feita a partir de relatórios já existentes, com a consolidação das informações mais relevantes levantadas nos relatórios de BI, de desempenho de redes e de monitoramento de redes sociais em um único documento. Não está incluído no relatório o levantamento de dados novos.</p>	<p>Cumprimento do prazo.</p> <p>Abrangência e qualidade das informações coletadas.</p> <p>Clareza e consistência da análise.</p> <p>Consistência das recomendações.</p>	<p>Não se aplica.</p>	<p>Sob demanda.</p>	<p>1</p>

<b>29. Montagem e Criação de Capa/Página de Site/Portal</b>	<p>Elaboração e publicação de página agregadora de conteúdo de nova editoria ou novo tema, de acordo com briefing. A página deverá abrigar conteúdos em formatos variados e sua criação deve contemplar as seguintes etapas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Arquitetura e Design: definição de formatos e quantidade de conteúdo da página; elaboração da hierarquia de informação, de acordo com o objetivo de comunicação definido para a ação; estudo e escolha dos módulos para construção da página e apresentação do conteúdo selecionado; e desenho da página, para orientação da equipe de conteúdo e publicação.</li> <li>- Verificação da viabilidade da proposta em relação ao uso dos módulos disponíveis.</li> <li>- Publicação da página. Entrega: Capa/página produzida e publicada, e imagem (print) das telas criadas.</li> </ul>	<p>Cumprimento do prazo.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Qualidade e aplicabilidade do projeto proposto.</li> <li>- Atendimento ao briefing.</li> </ul> <p>Características consideradas na classificação da complexidade: Tipos de conteúdo considerados para aplicação na página.</p>	<p><b>Baixa:</b> conforme o tipo de conteúdo</p>	<p>Até uma hora.</p>	<p>2</p>
			<p><b>Média:</b> conforme o tipo de conteúdo</p>	<p>Até uma hora.</p>	<p>2</p>
				<p><b>Alta:</b> conforme o tipo de conteúdo</p>	<p>Até uma hora.</p>
<b>30. Atualização de Página Principal de Sítio/Portal</b>	<p>Substituição de todos os destaques nos formatos de texto, áudio, foto, vídeo, infográfico e banner, conforme planejamento do órgão/entidade. A atualização de página compreende as seguintes atividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboração de proposta de destaques, a partir dos relatórios de BI e do planejamento de conteúdo do órgão/entidade.</li> <li>- Produção de chamadas.</li> <li>- Seleção de imagens.</li> <li>- Publicação dos destaques.</li> </ul> <p>Entregáveis: Páginas principais atualizadas.</p> <p>Relatório mensal, em arquivo de planilha eletrônica, com nome e link do local de publicação da página principal e imagens (prints) das peças.</p>	<p>Cumprimento do prazo.</p> <p>Cumprimento do planejamento estabelecido.</p> <p>Aderência à linha editorial do sítio/portal.</p>	<p><b>Baixa:</b> publicação de até 5 itens.</p>	<p>Até uma hora.</p>	<p>2</p>

31. Atualização de Página Principal de Sítio/Portal	<p>Substituição de todos os destaques nos formatos de texto, áudio, foto, vídeo, infográfico e banner, conforme planejamento do órgão/entidade. A atualização de página compreende as seguintes atividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elaboração de proposta de destaques, a partir dos relatórios de BI e do planejamento de conteúdo do órgão/entidade.</li> <li>- Produção de chamadas.</li> <li>- Seleção de imagens.</li> <li>- Publicação dos destaques.</li> </ul> <p>Entregáveis: Páginas principais atualizadas.</p> <p>Relatório mensal, em arquivo de planilha eletrônica, com nome e link do local de publicação da página principal e imagens (prints) das peças.</p>	<p>Cumprimento do prazo.</p> <p>Cumprimento do planejamento estabelecido.</p> <p>Aderência à linha editorial do sítio/portal.</p>	Média: publicação de 6 a 15 itens.	Até uma hora.	2
			Alta: publicação acima de 15 itens.	Até uma hora.	2
32. Pauta	<p>Elaboração de documento com o detalhamento e definição de tipos de conteúdo, abordagens, formatos e indicação de fontes, para divulgação de determinado tema em uma propriedade digital. Entregável: Documento com a pauta, em arquivo texto e arquivo de planilha eletrônica.</p>	<p>Cumprimento do prazo.</p> <p>Qualidade da proposta, considerando conteúdo, formato, abordagem e aderência ao projeto editorial e ao tema.</p>	Baixa: de 3 a 6 itens para uma seção/área.	Baixa: Até 4 dias	2
			Média: de 7 a 12 itens para uma seção/área.	Média: Até 7 dias	2
			Alta: acima de 12 itens para uma seção/área.	Alta: Até 10 dias.	2
33. Edição de Texto em Língua Estrangeira	<p>Edição, revisão e formatação de texto em língua estrangeira. A edição compreende a tradução do texto e sua contextualização em relação aos termos comuns de comunicação da língua estrangeira, com consultas a fontes oficiais (ministérios, secretarias, autarquias ou instituições financeiras), relatórios governamentais ou a especialistas. Entregáveis: Texto editado, em arquivo texto.</p>	<p>Cumprimento do prazo.</p> <p>Tempestividade no atendimento.</p> <p>Qualidade do conteúdo editado - correção ortográfica.</p> <p>Aderência às diretrizes de comunicação digital do Sesc-DF</p>	Baixa: até 2 laudas.	Até 1 dia.	2
			Média: de 3 a 5 laudas.	Até 1 dia.	2
			Alta: acima de 5 laudas.	Até 1 dia.	2

34. <b>Elaboração de Texto em Língua Estrangeira</b>	Elaboração, revisão e formatação de texto em língua estrangeira. A elaboração compreende a tradução, e sua contextualização em relação aos termos comuns de comunicação da língua estrangeira, com consultas a fontes oficiais (ministérios, secretarias, autarquias ou instituições financeiras), relatórios governamentais ou a especialistas. Entregáveis: Arquivo em formato texto, com o texto elaborado.	Cumprimento do prazo.	<b>Baixa:</b> Elaboração de texto com consulta de até 2 fontes, sem necessidade de consultas externas.	Baixa: Até 2 dias.	2
		Correta adoção das fontes e insumos fornecidos pelo órgão/entidade.	<b>Média:</b> Elaboração de texto com consulta de 3 a 5 fontes, além de pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos.	Média: Até 3 dias.	2
		Tempestividade no atendimento.	<b>Alta:</b> Elaboração de texto com consulta a mais de 5 fontes, havendo comparação e checagem entre informações divergentes, entrevistas com especialistas em determinado assunto ou com conhecimento especializado em determinado tema (acima do conhecimento curricular do profissional padrão), consulta a materiais de referência escritos em outras línguas.	Alta: Até 4 dias.	2
35. <b>Edição de Texto em Língua Portuguesa</b>	Edição, revisão e formatação de texto em língua portuguesa, com consultas a fontes oficiais (ministérios, secretarias, autarquias ou instituições financeiras), a relatórios governamentais ou a especialistas. Entregável: Texto editado, formatado, publicado e tagueado.	Cumprimento do prazo.	<b>Baixa:</b> até 2 laudas.	Até 1 dia.	2
		Tempestividade no atendimento.	<b>Média:</b> de 3 a 5 laudas.	Até 1 dia.	2
		Qualidade do conteúdo editado.	<b>Alta:</b> acima de 5 laudas.	Até 1 dia.	2
36. <b>Elaboração de Texto em Língua Portuguesa</b>	Elaboração, revisão e formatação de texto em língua portuguesa. Entregáveis: Texto elaborado, em arquivo texto.	Correção ortográfica.			
		Aderência às diretrizes de comunicação digital do Sesc-DF.			
36. <b>Elaboração de Texto em Língua Portuguesa</b>	Elaboração, revisão e formatação de texto em língua portuguesa. Entregáveis: Texto elaborado, em arquivo texto.	Cumprimento do prazo.	<b>Baixa:</b> elaboração de texto com consulta a 1 fonte, sem necessidade de consultas externas.	Baixa: Até 2 dias	2
		Adoção das fontes e insumos	<b>Média:</b> elaboração de texto com consulta a 2 ou 3 fontes, além de pesquisa	Média: Até 3 dias	2

		<p>fornecidos pelo órgão/entidade.</p> <p>Tempestividade no atendimento.</p> <p>Qualidade do conteúdo elaborado.</p> <p>Correção ortográfica.</p> <p>Aderência às diretrizes de comunicação digital do Sesc-DF.</p>	<p>complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos.</p>		
			<p><b>Alta:</b> elaboração de texto com consulta a mais de 3 fontes, com comparação e checagem de informações divergentes, entrevistas com especialistas em determinado assunto ou com conhecimento especializado em determinado tema (acima do conhecimento curricular do profissional padrão), consulta a materiais de referência escritos em outras línguas.</p>	Alta: Até 4 dias.	2
<b>37. Pesquisa Iconográfica</b>	<p>Realização de pesquisa e seleção de imagens em bancos de imagens gratuitos e pagos. As imagens selecionadas devem ser identificadas e organizadas conforme as especificidades do órgão/entidade para o armazenamento de imagens. Entregáveis: Arquivo digital contendo as imagens selecionadas.</p>	<p>Cumprimento do prazo. Aderência ao briefing, ao projeto editorial e à pauta.</p> <p>Qualidade da resolução das imagens. Organização e descrição das imagens conforme as necessidades do órgão/entidade.</p>	Não se aplica.	Até 3 dias	2
<b>38. Capacitação para Publicação de Conteúdo</b>	<p>Elaboração de roteiro de publicação de conteúdo para subsidiar gestores de conteúdo de portais institucionais que utilizam um sistema de gerenciamento de conteúdo (Custom Management System - CMS). O roteiro deve contemplar exercícios e exemplos de publicação que possam ser customizados de acordo com o CMS escolhido pelo órgão/entidade e a sua linha editorial. O roteiro deverá ser executado presencialmente, junto com o gestor de conteúdo dos novos portais desenvolvidos em CMS de código aberto, permitindo que este utilize as funcionalidades disponibilizadas. Entregáveis: Roteiro elaborado, com indicação de data da realização da aplicação, e quantidade de gestores capacitados.</p>	<p>Cumprimento do prazo.</p> <p>Qualidade, consistência e aplicabilidade do roteiro.</p> <p>Aderência às diretrizes de comunicação digital do Sesc-DF.</p>	<p><b>Baixa:</b> treinamento de até 1 dia, com 3 pessoas.</p>	De acordo com o tipo de demanda.	2
			<p><b>Média:</b> treinamento de até 3 dias, com 2 a 3 pessoas.</p>	De acordo com o tipo de demanda.	2
			<p><b>Alta:</b> treinamento acima de 3 dias, com mais de 3 pessoas.</p>	De acordo com o tipo de demanda.	2

<b>39. Publicação de Conteúdo</b>	Publicação e tagueamento de conteúdo (foto e legenda, fotolegenda, áudio, vídeo, infográfico, arquivo digital, banner, texto, dados e informação). Entregáveis: Conteúdo publicado e tagueado.	Cumprimento do prazo.  Tempestividade no atendimento.  Qualidade do conteúdo publicado.  Correção ortográfica.  Aderência às diretrizes de comunicação digital do Sesc-DF.	Não se aplica.	Até 1 dia.	2
<b>40. Banner – Baixa complexidade</b>	Criação e produção de peça gráfica digital, com conteúdo estático, animado ou interativo, layout, redação e revisão. Entregáveis: Arquivo de imagem digital e arquivo digital aberto.	Cumprimento do prazo.  Adequação ao briefing.	<b>Baixa:</b> banner estático.	Baixa: Até 2 dias.	2
		Clareza, objetividade, criatividade, atratividade, correção ortográfica.	<b>Média:</b> banner animado.	Média: Até 3 dias.	2
		Correta aplicação de logomarcas.	<b>Alta:</b> banner interativo.	Alta: Até 5 dias.	2
<b>41. Adaptação de Banner – Baixa complexidade</b>	Adaptação de banner já produzido a outro formato, com ou sem inclusão de elementos (vídeo, áudio). Entregáveis: Arquivo de imagem digital e arquivo digital aberto.	Cumprimento do prazo; Adequação ao briefing e criatividade.	<b>Baixa:</b> adaptação de banner, com alteração de dimensões, ajustes de texto e troca de imagem.	Baixa: Até 1 dias.	2
			<b>Média:</b> adaptação de banner, com alteração de formato, rediagramação, com ou sem animação.	Média: Até 3 dias	2
			<b>Alta:</b> adaptação de banner, com inclusão de elementos multimídia (vídeo, áudio).	Alta: Até 5 dias.	2
<b>42. Disparo de Mensagens Instantâneas – Baixíssima complexidade</b>	Serviço de disparo de mensagens (texto, vídeo, imagens, gifs) via aplicativos de mensagens instantâneas, para lista de contatos cadastrados, que envolve as seguintes atividades: Aplicação de sistema de adesão		<b>Baixíssima:</b> até 50 envios	Relatório mensal, até o quinto dia útil do mês subsequente à demanda.	2

	<p>de usuários. Busca de soluções tecnológicas para a criação da base de usuários. Manutenção de lista de contatos. Formatação de mensagens. Envio. ADAPTAR Entregáveis: Relatório em arquivo texto, contendo a descrição das atividades realizadas, erros identificados, correções realizadas, recomendações de melhorias e prints das mensagens enviadas. Relatório de adesão de novos usuários Relatório de entregas, com taxa de sucesso de leitura</p>	<p>Cumprimento do prazo. Qualidade técnica das atividades realizadas.</p>	<p><b>Baixa:</b> pacote de até 100 envios.</p>	<p>Relatório mensal, até o quinto dia útil do mês subsequente à demanda.</p>	<p>2</p>
			<p><b>Média:</b> pacote de 101 a 500 envios.</p>	<p>Relatório mensal, até o quinto dia útil do mês subsequente à demanda.</p>	<p>2</p>
			<p><b>Alta:</b> pacote de 500 a 1000 envios</p>	<p>Relatório mensal, até o quinto dia útil do mês subsequente à demanda.</p>	<p>2</p>
			<p><b>Altíssima:</b> pacote de mais de 1000 envios.</p>	<p>Relatório mensal, até o quinto dia útil do mês subsequente à demanda.</p>	<p>2</p>
<p><b>43. Disparo de mensagens – Desenvolvimento do canal de informação</b></p>	<p>Desenvolvimento do canal de informação mobile automatizado com integração via API, RPA ou via planilha no sistema de dashboard, com configuração de fluxo de resposta e decisão. O sistema de avisos deve enviar mensagens através do RCS, WhatsApp Voice, SMS ou URA 2.0 e possibilitar a alteração das regras de horários de disparo e textos das comunicações, além de gestão administrativa de acessos via B.I. Deve ser disponível com modelo SaaS (Software as a Service) e permitir o acesso dos navegadores Google Chrome, Firefox e Safari, com SSL e HTTPS.</p>	-	<p>Pacote de 101 a 1000 envios.</p>	<p>Relatório mensal, até o quinto dia útil do mês subsequente à demanda.</p>	<p>2</p>
<p><b>44. Disparo de mensagens – Desenvolvimento de chatbot para whatsapp</b></p>	<p>Desenvolvimento, estruturação e ativação de Canal WhatsApp para População, com chatbot automatizado com informações de utilidade para os beneficiários do SESC/DF e desenvolvimento de sistema de busca com inteligência artificial para localizar os serviços, incluindo a manutenção mensal e otimização do processo.</p>	-	-	<p>Pacote e 101 a 500 envios.</p>	<p>2</p>
<p><b>45. Disparo de mensagens - Envio de Informação Mensais</b></p>	<p>envios mensais de mensagens tendo a possibilidade de serem enviadas as informações por qualquer uma destas tecnologias RCS/ (Smart SMS), URA 2.0, WhatsApp e WhatsApp Voice para realizar, minimamente, os envios propostos ao item 7.2. É necessário a construção de todas as análises e estudos para acerto dos grupos e narrativas além da</p>	-	<p>Pacote de 101 a 1000 envios.</p>	<p>Relatório mensal, até o quinto dia útil do mês subsequente à demanda.</p>	<p>2</p>

	execução de testes A/B para melhor desempenho das ações				
<b>46. Disparo de mensagens – Integração</b>	Desenvolvimento com integração via API, RPA ou via planilha no sistema do XXX via dataset do Dashboard com Business Intelligence, com banco de dados estruturado, contendo informações do sucesso das entregas das mensagens e respostas clicadas pelo cidadão, quantidade de notificações enviadas por tipo de ação realizada, quantidade de respostas recebidas, quantidade de informações recebidas por perfil, podendo os dados serem organizados por bairros, para fins de aprimoramento das políticas públicas baseadas em dados.	-	Pacote de 101 a 1000 envios.	Relatório mensal, até o quinto dia útil do mês subsequente à demanda.	2
<b>47. Disparo de mensagens - Relatórios e Entrega</b>	Documentação e entrega dos serviços prestados, de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados, além da entrega do Relatório de Impacto de Riscos.	-	Pacote de 101 a 1000 envios.	Relatório mensal, até o quinto dia útil do mês subsequente à demanda.	2
<b>48. Disparo de mensagens - Treinamento e Transferência de Conhecimento</b>	Treinamento mensal para os usuários do software, que devem ser feitos virtualmente através de Google Meet, Skype ou Zoom ou presencialmente por conveniência das partes, a fim de transferência de conhecimento e tecnologia.	-	Média: pacote de 101 a 500 envios.	Relatório mensal, até o quinto dia útil do mês subsequente à demanda.	2
<b>49. Disparo de mensagens - Estudos, Análises e Diagnósticos</b>	Equipe especializada na construção dos estudos, criação dos fluxos informativos operacionais e dos processos, análise estatísticas, e preditores gerando as informações para tomada de decisões.	-	Média: pacote de 101 a 500 envios.	Relatório mensal, até o quinto dia útil do mês subsequente à demanda.	2
			Alta: pacote de 500 a 1000 envios.		2
			Programa de Proteção de Dados: pacote de 101 a 500 envios.		2
<b>50. Transmissão ao Vivo para Ambiente Digital</b>	Streaming (transmissão de Som e imagem), via propriedade digital, de eventos ao vivo (solenidades, seminários e outros tipos de evento), para potencializar o alcance da divulgação de ações do órgão/entidade. O serviço contempla as seguintes atividades: - Indicação e provimento de soluções tecnológicas para transmissão ao vivo de áudio e vídeo. - Suporte de tecnologia e atendimento para equipe local. - Gravação do vídeo. Entregáveis: Arquivo de vídeo gravado com imagens e áudio captados, sem	Cumprimento do prazo. Qualidade técnica da transmissão e do vídeo gravado.	Não se aplica	Até 1 dia após a atividade.	2

	edição ou cortes, e relatório de atividades realizadas para a viabilização da transmissão				
<b>51. Vídeo Reportagem</b>	Produção de reportagem em vídeo, a partir de briefing, de pauta e roteiro previamente aprovados pelo órgão/entidade. O vídeo deve ser transcrito e legendado nos idiomas: português, inglês e espanhol. O custo deve prever a equipe e os equipamentos necessários para a produção do vídeo, incluindo locução em OFF, com ou sem repórter, produção, captação, edição, trilha e, quando necessário, pesquisa de imagem de arquivo para cobertura. (repórter, equipe técnica, diretor de fotografia, assistente de câmera/eletricista/áudio, produtor, pesquisador), equipamentos digitais, pós-produção (arte, edição, sonorização), locutor standard e trilha branca. Entregáveis: Arquivo texto contendo o roteiro de edição finalizado.	Cumprimento do prazo.	<b>Baixa:</b> 1 dia de captação e produção.	Até 5 dias após a captação.	2
		Qualidade técnica e editorial do vídeo em relação ao briefing e aos roteiros aprovados.	<b>Média:</b> 2 dias de captação e produção.	Até 5 dias após a captação.	2
			<b>Alta:</b> 3 dias de captação e produção. <b>Altíssima:</b> 4 dias de captação e produção.	Até 5 dias após a captação.	2
			<b>Altíssima:</b> 4 dias de captação e produção.	Até 5 dias após a captação.	2
<b>52. Vídeo Depoimento</b>	Produção de vídeo para captação de um ou mais depoimentos sobre tema específico, a partir de briefing, de pauta e roteiro previamente aprovados pelo órgão/entidade. O vídeo deve ser transcrito e legendado nos idiomas: português, inglês e espanhol. O custo deve prever a equipe e os equipamentos necessários para a produção do vídeo. As captações e a edição do material bruto são feitas a partir de um roteiro, seguidas, quando necessário, de pré-entrevista e produção prévias. O vídeo inclui edição e letterings. A inclusão de trilha é opcional, de acordo com a pauta. Este tipo de vídeo não inclui cobertura de imagens nem locução em OFF. (repórter, equipe técnica, diretor de fotografia, assistente de câmera/eletricista/áudio, produtor, pesquisador), equipamentos digitais, pós-produção (arte, edição, sonorização), locutor standard e trilha branca). Entregáveis: Arquivo texto contendo o roteiro de edição finalizado. Arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para uso em internet, Cópia dos documentos de cessão de direitos autorais e de uso de imagem de personagens e profissionais envolvidos, em arquivo digitalizado.	Cumprimento do prazo.	<b>Baixa:</b> 1 dia de captação e produção. Gravação de até 10 depoimentos (de 30 segundos a 1 minuto).	Até 3 dias após a captação	2
		Qualidade técnica e editorial do vídeo em relação ao briefing e aos roteiros aprovados.	<b>Média:</b> 2 dias de captação e produção. Gravação de 11 a 20 depoimentos (de 30 segundos a 1 minuto).	Até 3 dias após a captação	2
<b>53. Vídeo Premium</b>	Produção de vídeo com recursos técnicos, profissionais e equipamentos de qualidade superior. O custo deve prever a equipe e os equipamentos		<b>Baixa:</b> 1 dia de captação e produção.	Até 5 dias após a captação	2

	<p>necessários para a produção do vídeo. A captação de cenas externas é realizada com entrevistado em movimento ou em ação, e prevê escolha de locações e enquadramentos específicos, conforme roteiro previamente aprovado. Os equipamentos para captação devem ser de última geração, com recursos que possibilitem a produção de vídeos diferenciados esteticamente, na direção de arte e em trilhas; as imagens devem ser em HD e podem prever recursos em 3D ou 360 graus, conforme a pauta. O vídeo deve ser legendado em português. Entregáveis: Arquivo texto contendo o roteiro de edição finalizado; Arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para uso em internet; Cópia dos documentos de cessão de direitos autorais em arquivo digitalizado.</p>	<p>Cumprimento do prazo.</p> <p>Qualidade técnica e editorial do vídeo em relação ao briefing e aos roteiros aprovados.</p>	<p><b>Média:</b> 2 dias de captação e produção.</p>	<p>Até 5 dias após a captação</p>	<p>2</p>
			<p><b>Alta:</b> 3 dias de captação e produção.</p>	<p>Até 5 dias após a captação</p>	<p>2</p>
			<p><b>Altíssima:</b> 4 dias de captação e produção.</p>		
<p><b>54. Vídeo Colagem</b></p>	<p>Produção de vídeo com recursos técnicos, profissionais e equipamentos de qualidade superior. O custo deve prever a equipe e os equipamentos necessários para a produção do vídeo. A captação de cenas externas é realizada com entrevistado em movimento ou em ação, e prevê escolha de locações e enquadramentos específicos, conforme roteiro previamente aprovado. Os equipamentos para captação devem ser de última geração, com recursos que possibilitem a produção de vídeos diferenciados esteticamente, na direção de arte e em trilhas; as imagens devem ser em HD e podem prever recursos em 3D ou 360 graus, conforme a pauta. O vídeo deve ser legendado em português. Entregáveis: Arquivo texto contendo o roteiro de edição finalizado; Arquivo de vídeo em alta resolução (HD) para uso em internet; Cópia dos documentos de cessão de direitos autorais em</p>	<p>Cumprimento do prazo.</p> <p>Qualidade técnica e editorial do vídeo em relação ao briefing e aos roteiros aprovados.</p>	<p>-</p>	<p>Até 5 dias após a captação</p>	<p>2</p>

	arquivo digitalizado.				
<b>55. Legendagem de Vídeo</b>	Produção de texto para acompanhar as imagens de um vídeo, com o objetivo de facilitar sua compreensão ou para traduzir o que é dito em língua estrangeira. Legendagem de vídeo em português, inglês ou espanhol. O custo deve prever direção de arte. Entregáveis: Arquivo de vídeo com legenda, em alta resolução (HD) para uso em TV e internet.	Cumprimento do prazo.  Qualidade e clareza da legenda em relação às imagens do vídeo; Respeito aos critérios de acessibilidade no que diz respeito ao tamanho e cor de fonte; Correção ortográfica.	<b>Baixa:</b> Vídeo de até 2 minutos;	Até 5 dias	2
			<b>Média:</b> Vídeo acima de 2 e até 3 minutos.	Até 5 dias	1
			<b>Alta:</b> Vídeo acima de 3 e até 5 minutos.	Até 5 dias	1
			<b>Altíssima:</b> Vídeo com mais de 5 minutos.	Até 5 dias	1
<b>56. Reedição de Vídeo</b>	Reedição de vídeo já produzido, incluindo aplicação ou edição de trilha. O vídeo, de até 5 minutos, deve ser legendado em português. O custo deve prever a equipe e os equipamentos necessários para a produção do vídeo (direção de edição, pós-produção, arte, edição, sonorização, locutor standard). Entregáveis: Arquivo de vídeo reeditado, em alta resolução (HD) para uso em TV e internet.	Cumprimento do prazo; Conformidade dos ajustes realizados; Qualidade técnica da reedição.	<b>Baixa:</b> Reedição com aplicação de locução em off, sem gravação, pesquisa e cobertura de imagem.	<b>Baixa:</b> Até 3 dias.	2
			<b>Média:</b> Reedição com aplicação de locução em off, sem pesquisa e cobertura de imagem.	<b>Média:</b> Até 5 dias.	2
			<b>Alta:</b> Reedição com gravação de locução em off, com pesquisa e cobertura de imagem.	<b>Alta:</b> Até 8 dias.	2
<b>57. Transcrição de Vídeo</b>	Reprodução, em texto, do áudio de um vídeo. Entregáveis: Arquivo texto com a transcrição.	Cumprimento do prazo; Qualidade do conteúdo transcrito; Fidedignidade e clareza da transcrição; Correção ortográfica.	<b>Baixa:</b> Vídeo de até 2 minutos;	Até 5 dias.	2
			<b>Média:</b> Vídeo acima de 2 e até 3 minutos.	Até 5 dias.	2
			<b>Alta:</b> Vídeo acima de 3 e até 5 minutos.	Até 5 dias.	2
<b>58. Corte de Vídeo</b>	Realização de corte em vídeo já produzido. Entregáveis: Arquivo de vídeo com corte realizado, em alta resolução (HD) para uso em TV e internet.	Cumprimento do prazo; Conformidade com o briefing; Qualidade técnica do corte.	Não se aplica.	Até 2 dias.	2

<p><b>59. Troca de Vinheta</b></p>	<p>Troca de vinheta em vídeo. Entregáveis: vinheta substituída, em alta resolução (HD) para uso em TV e internet ou em formato de áudio.</p>	<p>Cumprimento do prazo; Qualidade técnica da substituição.</p>	<p>Não se aplica.</p>	<p>Até 2 dias.</p>	<p>2</p>
<p><b>60. Criação de Vinheta</b></p>	<p>Criação de mensagem simples, de curta duração, para utilização em ambientes digitais. A vinheta pode conter texto, imagem, áudio, arte gráfica, animação, conforme solução escolhida para atendimento ao briefing. Entregáveis: Vinheta em alta resolução (HD) para uso em TV e internet ou em formato de áudio, conforme a solução aprovada.</p>	<p>Cumprimento do prazo. Qualidade técnica. Aderência em relação ao tema e ao briefing.</p>	<p>Não se aplica.</p>	<p>Até 15 dias.</p>	<p>2</p>
<p><b>61. Libras em Vídeo</b></p>	<p>Tradução, gravação e inserção de janela de Língua Brasileira de Sinais (Libras) em vídeo. Entregáveis: Arquivo de vídeo com a tradução em libras aplicada, em alta resolução (HD) para uso em TV e internet.</p>	<p>Cumprimento do prazo. Qualidade técnica da aplicação.</p>	<p>Não se aplica.</p>	<p>Até 2 dias.</p>	<p>2</p>
<p><b>62. Audiodescrição em Vídeo</b></p>	<p>Descrição de cenas de vídeo em áudio, com o objetivo de promover a acessibilidade. Entregáveis: Arquivo em formato de vídeo, em alta resolução (HD) para uso em TV e internet, com a audiodescrição aplicada.</p>	<p>Cumprimento do prazo; Qualidade técnica da descrição; Objetividade e clareza do conteúdo.</p>	<p><b>Baixa:</b> Vídeo de até 2 minutos.</p>	<p>Até 20 dias.</p>	<p>2</p>
			<p><b>Média:</b> Vídeo acima de 2 e até 5 minutos.</p>	<p>Até 20 dias.</p>	<p>2</p>
			<p><b>Alta:</b> Vídeo acima de 5 minutos.</p>	<p>Até 20 dias.</p>	<p>1</p>
<p><b>63. Conteúdo para Redes Sociais</b></p>	<p>Produção e publicação de posts para redes sociais, a partir de pauta previamente aprovada. Envolve a elaboração de texto, edição de imagens e tagueamento. Entregáveis: Relatório mensal com a descrição e comprovação das tarefas realizadas, entregue em versão digital.</p>	<p>Cumprimento do prazo; Adoção das fontes e insumos fornecidos pelo órgão/entidade; Tempestividade no atendimento. Aderência à pauta; Qualidade do conteúdo produzido; Correção ortográfica; Aderência às diretrizes de comunicação digital do Sesc-DF.</p>	<p><b>Baixa:</b> Produção de 1 a 100 conteúdos.</p>	<p>Mensal.</p>	<p>1</p>
			<p><b>Média:</b> Produção de 101 a 500 conteúdos.</p>	<p>Mensal.</p>	<p>1</p>
			<p><b>Alta:</b> Produção de 501 a 1.000 conteúdos.</p>	<p>Mensal.</p>	<p>1</p>
<p><b>64. Manual de Boas Práticas para Indexação de Conteúdo</b></p>	<p>Elaboração de manual orientador que apresente de maneira didática, clara e simples as boas práticas na otimização de conteúdo nas propriedades digitais do órgão/entidade, abrangendo conteúdo de texto, imagem, vídeos, áudios e</p>	<p>Cumprimento do prazo. Qualidade técnica, clareza das informações e eficácia da</p>	<p>Não se aplica.</p>	<p>Até 20 dias.</p>	<p>1</p>

	apresentações. Entregáveis: Arquivo texto com conteúdo elaborado.	proposta.			
<b>65. Elaboração de Manual Textual</b>	Elaboração de texto base para manual com orientações de suporte à capacitação de usuários ou público em geral. O texto deve ser organizado por capítulos, com imagem da tela (prints) indicando áreas da propriedade digital, conceitos e regras. A diagramação do manual é do tipo simples. Caso a diagramação seja customizada, a cobrança será feita em separado tanto para diagramar quanto para criar o novo projeto gráfico. Entregáveis: Arquivo texto com o conteúdo do manual diagramado, em formato definido pelo órgão/entidade.	Cumprimento do prazo.	<b>Baixa:</b> De 10 a 50 páginas. Baseada na definição do nível de complexidade e/ou especificidade do tema e na quantidade e tipo de fontes a serem consultadas.	<b>Baixa:</b> Até 5 dias	1
		Qualidade, consistência, coerência e clareza do conteúdo.	<b>Média:</b> De 51 a 100 páginas. Baseada na definição do nível de complexidade e/ou especificidade do tema e na quantidade e tipo de fontes a serem consultadas.	<b>Média:</b> Até 10 dias.	1
		Correção ortográfica e gramatical.	<b>Alta:</b> De 101 a 200 páginas. Baseada na definição do nível de complexidade e/ou especificidade do tema e na quantidade e tipo de fontes a serem consultadas.	<b>Alta:</b> Até 15 dias.	1
<b>66. Elaboração de Manual Visual (Guia de Estilo)</b>	Elaboração de manual de estilo com orientações para montagem de propriedade digital, direcionado para equipes técnicas. O manual deve ser organizado por capítulos, com imagem da tela (prints) indicando a área e suas informações técnicas de arte. O guia deve reunir todos os artefatos produzidos em design e arquitetura, além de fornecer o mapa de elementos, documento que descreve todos os componentes interativos e seus respectivos comportamentos na interface com o usuário, com o objetivo de garantir a consistência do trabalho de design e arquitetura de informação projetado nas etapas seguintes de desenvolvimento. O documento também deve conter a padronização visual adotada na solução, desde padrões gerais, como cor e formas, até modelos gerais de telas e condições gerais do projeto (especificações que	Cumprimento do prazo.	<b>Baixa:</b> De 16 a 50 páginas diagramadas.	Baixa: Até 10 dias.	1
		Observância do padrão de manuais.	<b>Média:</b> De 51 a 100 páginas diagramadas.	Média: Até 15 dias.	1
		Clareza e consistência das informações.	<b>Alta:</b> De 101 a 200 páginas diagramadas.	<b>Alta:</b> Até 20 dias.	
		Uso de exemplos.			
		Correção ortográfica e gramatical.			
		Aderência e aplicabilidade às necessidades do			

	dizem respeito ao ambiente, como comportamento no browser, cores e tipografia), elementos gerais (especificações de elementos que aparecem em todo o ambiente ou na maioria das páginas como header e rodapé) e elementos específicos. Na parte relativa ao conteúdo, o guia de estilo deve documentar o estilo da comunicação e regras do discurso on-line. Entregáveis: Arquivo com o manual diagramado em formato definido pelo órgão/entidade.	Sesc-DF			1
<b>67. Elaboração de Manual Visual (Guia de Estilo) - Expresso</b>	Elaboração de manual de estilo – em tamanho expresso, de 6 a 15 páginas - com orientações para montagem de propriedade digital, direcionado para equipes técnicas. O manual deve ser organizado por capítulos, com imagem de tela (prints) indicando a área e suas informações técnicas de arte, e diagramado de acordo com projeto gráfico indicado, para suporte à capacitação dos usuários ou público em geral. Entregáveis: Arquivo com o manual diagramado.	Cumprimento do prazo, Qualidade, consistência, coerência e clareza do conteúdo, Correção ortográfica e gramatical.	Não se aplica.	Até 5 dias.	1
<b>68. Diagramação de Manual</b>	Diagramação de manual de acordo com projeto gráfico definido. Esse serviço deve ser utilizado para diagramação de manuais já existentes, que precisam de adequação a um projeto gráfico específico, e nos casos de diagramação customizada de Manual Textual. Este produto não contempla gráficos, infográficos ou tabelas, os quais devem ser contratados como produtos específicos. Entregáveis: Arquivo texto com o manual diagramado, em formato definido pelo órgão/entidade.	Cumprimento do prazo.	<b>Baixa:</b> De 16 a 30 páginas diagramadas.	<b>Baixa:</b> Até 5 dias	1
		Qualidade técnica da diagramação.			
		Aderência ao projeto gráfico.	<b>Média:</b> De 31 a 70 páginas diagramadas.	<b>Média:</b> Até 10 dias	1
			<b>Alta:</b> De 71 a 120 páginas diagramadas.	<b>Alta:</b> Até 15 dias.	1
<b>69. Diagramação de Manual – Expresso</b>	Diagramação de manual, de acordo com projeto gráfico, em tamanho expresso, de 6 a 15 páginas. Esse serviço deve ser utilizado para diagramação de textos ou manuais já existentes e nos casos em que o texto foi elaborado por meio da Guia – Elaboração de Manual Textual. Quando houver produção de gráficos, infográficos ou tabelas, estes devem ser cobrados em guia específica. Entregáveis: Arquivo com manual diagramado.	Cumprimento do prazo.  Qualidade técnica e aderência ao projeto gráfico.	Não se aplica.	Até 5 dias.	1
<b>70. Criação de Item Novo em Manual Visual</b>	Criação de novo item em manual existente, contemplando até 5 páginas por item. Este produto não contempla gráficos, infográficos ou tabelas, os quais	Cumprimento do prazo.  Observância do padrão de	Não se aplica.	Até 5 dias.	

	devem ser contratados como produtos específicos. Entregáveis: Manual atualizado, organizado por capítulos, com imagem de tela (prints) indicando a seção atualizada.	manuais.  Clareza e consistência das informações.  Uso de exemplos.  Correção ortográfica e gramatical.  Aderência e aplicabilidade às necessidades do Sesc-DF.			2
71. Edição de Página em Manual Visual	Edição de página em manual existente, com alteração de imagens, informações técnicas de arte e textos que compõem a página. Entregáveis: Arquivo texto com o manual atualizado, contendo a página editada.	Cumprimento do prazo.  Aderência ao briefing.  Qualidade técnica.	<b>Baixa:</b> Edição de página já existente no manual, com alteração de frase, nomenclatura e links.	1 dia.	2
			<b>Média:</b> Edição de página já existente no manual, com alteração de frase, nomenclatura, links e imagens.	1 dia.	2
72. Projeto Gráfico de Manual	Criação de template para apresentação de manual. O novo template deve conter, no mínimo, 4 páginas: capa, contracapa, índice e página diagramada. A elaboração do novo projeto gráfico contempla a análise de manuais existentes, se houver, o atendimento ao briefing e o desenvolvimento de template. Entregáveis: Arquivo em formato texto, contendo o template.	Cumprimento do prazo. Atendimento ao briefing.  Qualidade técnica.	Não se aplica.	Até 5 dias.	2
73. Atualização de Manuais Orientadores	Atualização de manuais já existentes. Quando houver produção de gráficos, infográficos ou tabelas, estes devem ser cobrados em guia específica. A atualização, pela contratada, deve ser feita a partir do arquivo aberto original do manual a ser alterado, fornecido pelo órgão/entidade. Entregáveis: Arquivo em formato texto, contendo o manual atualizado.	Cumprimento do prazo.  Atendimento ao briefing.  Qualidade técnica e clareza do conteúdo.	<b>Baixa:</b> Até 10 laudas alteradas. Prazo de entrega: Até 5 dias.	Baixa: Até 5 dias	2
			<b>Média:</b> Acima de 10 a 20 laudas alteradas. Prazo de entrega: Até 10 dias.	Média: Até 10 dias	2
			<b>Alta:</b> Acima de 20 a 40 laudas alteradas. Prazo de entrega: Até 15 dias.	Alta: Até 15 dias	2

			<p><b>Altíssima:</b> Acima de 40 a 60 laudas alteradas. Prazo de entrega: Até 20 dias.</p>	<p>Altíssima: Até 20 dias.</p>	2
<p><b>74. Disparo de E-mail Marketing – Boletim Eletrônico</b></p>	<p>Serviço de disparo de boletim eletrônico em linguagem HTML, via e-mail, para lista de endereços cadastrados. A plataforma deve prover níveis de acesso segmentados por funcionalidade e por sublista de envio (capítulo) e oferecer ferramentas de administração e gestão do serviço, incluindo relatórios com a descrição da ação, público-alvo, quantidade de e-mails enviados, endereços de envio, lista de e-mails que tiveram sucesso no envio e lista de e-mails que retornaram com erro, com as respectivas justificativas. O serviço contempla, ainda, as seguintes funcionalidades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Gestão da plataforma distribuída por capítulo (sublista).</li> <li>- Perfil master de administração.</li> <li>- Perfis de usuários com privilégios distintos por funcionalidade.</li> <li>- Ferramenta de criação e gestão de templates.</li> <li>- Relatórios de abertura e click (métrica que registra a interação do usuário com o e-mail marketing).</li> <li>- Segmentação da base em grupos.</li> <li>- Segmentação a partir de busca na base.</li> <li>- Segmentação da base a partir de abertura ou click.</li> <li>- Exportação de base segmentada.</li> <li>- Teste A/B.</li> <li>- Agendamento de envio.</li> <li>- Envio de versão HTML e texto para cada mensagem.</li> <li>- Checagem de spam score.</li> <li>- Servidores em white list (conjunto de e-mails, domínios ou endereços IP, previamente aprovados e com permissão de entrega).</li> <li>- Capacidade de envio de até 10 milhões de e-mails por hora.</li> <li>- Content Delivery Network (CDN) própria.</li> <li>- Formulários de cadastro em listas.</li> <li>- Remoção automática de bounce (erro que compromete a entrega da mensagem ao destinatário).</li> <li>- Link para descadastramento automático.</li> <li>- Formulário de pesquisa no descadastramento. Outras Plataformas. Entregáveis:</li> </ul>	-	<p>Essa descrição contempla o serviço completo de disparo de e-mail marketing. Em razão da complexidade da solução, os serviços estão descritos separadamente, nos subitens a seguir e serão entregues de acordo com a necessidade.</p>	-	2

<p><b>75. Disparo de E-mail Marketing</b></p>	<p>Ação de disparo de e-mail marketing no contexto de uma ação de divulgação. O serviço compreende as seguintes atividades: - Importação de base de e-mails a ser utilizada. - Importação de base de dados para envio do e-mail marketing. - Programação do template em formato HTML, para envio. - Criação e disparo do e-mail marketing. Entregáveis: Relatório em arquivo texto, contendo a descrição das etapas anteriores ao disparo, nome da ação, público-alvo, quantidade de e-mails enviados, endereços de envio, lista de e-mails que tiveram sucesso no envio e lista de e-mails que retornaram com erro, com as respectivas justificativas.</p>	<p>Cumprimento do prazo. Qualidade técnica das atividades realizadas.</p>	<p>Não se aplica.</p>	<p>5 dias após a realização da campanha.</p>	<p>2</p>
<p><b>76. Gestão e Manutenção de Departamentos (Sublistas) – E-mail Marketing</b></p>	<p>Gestão e manutenção de sublistas de e-mail marketing, compreendendo a realização das seguintes atividades: Gestão de bases e modelos de e-mail dentro da plataforma. Gestão de usuários. Suporte a usuários por e-mail. Entregáveis: Relatórios de gestão em arquivo conforme especificado na demanda.</p>	<p>Cumprimento do prazo. Qualidade técnica das atividades realizadas.</p>	<p>Não se aplica.</p>	<p>Semanal, no primeiro dia útil da semana posterior ao disparo.</p>	<p>2</p>
<p><b>77. Atendimento Técnico</b></p>	<p>Atendimento a demandas de avaliação e análise de erros, inconsistências, indisponibilidade de serviços, criação de perfis nos ambientes de gestão dos sites do órgão/entidade, assessoramento técnico na utilização dos sistemas e ambientes de gestão das propriedades digitais do SESC-DF, e outras demandas específicas de tecnologia que necessitem de qualificação técnica específica em desenvolvimento/programação. Esse tipo de produto está relacionado a ações pontuais. Nos casos de acompanhamento de projeto é estipulado um atendimento técnico específico, do início ao fim do projeto. Entregáveis: Relatório, em versão impressa e digital, contendo a descrição dos serviços, análises e ações realizadas durante o atendimento.</p>	<p>Cumprimento dos prazos. Clareza e qualidade das análises. Consistência das ações realizadas. Tempestividade no atendimento.</p>	<p><b>Baixa:</b> Perfil profissional para acionamentos de curto prazo e pontuais, em que se resolve ou se encaminha a demanda na conclusão da análise. <b>Média:</b> Perfil profissional para acionamentos de médio prazo e pontuais, em que se resolve ou se encaminha a demanda na conclusão da análise. <b>Alta:</b> Perfil profissional para acionamentos de médio ou longo prazo, exigindo alto nível de detalhamento na análise e retorno, e qualificação do profissional destacado para</p>	<p>Conforme estabelecido na demanda. Conforme estabelecido na demanda. Conforme estabelecido na demanda.</p>	<p>2 2 1</p>

			atendimento, em que se resolve ou se encaminha a demanda na conclusão da análise, em que o resultado é um artefato ou documento de alta complexidade.		
<b>78. Podcast</b>	Captação e edição de áudio, a partir de briefing e de roteiro previamente aprovado pelo órgão/entidade, para produção de conteúdo em formato podcast. Entregáveis: Arquivo de áudio.	Cumprimento do prazo. Qualidade técnica e editorial em briefing.	Não se aplica.	Até 3 dias.	2
<b>79. Reedição de Áudio</b>	Reedição de áudio, a partir de arquivo de áudio já existente. Entregáveis: Arquivo de áudio reeditado.	Cumprimento do prazo. Qualidade técnica da reedição.	Não se aplica.	Até 3 dias.	2
<b>80. Fotografia Still</b>	Produção de fotografia, sem modelo, com conteúdo das propriedades digitais. Ela pode ser publicada isoladamente, no caso de fotolegenda, ou como conteúdo complementar a outros formatos. O custo deve prever a equipe e os equipamentos necessários para a produção. Não envolve casting. Entregáveis: Relatório mensal com a descrição e comprovação das tarefas realizadas, entregue em versão digital.	Cumprimento do prazo; Adoção das fontes e insumos fornecidos pelo Sesc-DF; Tempestividade no atendimento; Aderência à pauta; Qualidade do conteúdo produzido; Correção ortográfica; Aderência às diretrizes de comunicação digital do Sesc-DF.	<b>Baixa:</b> Produção de 1 a 10 conteúdos.	Mensal.	2
			<b>Média:</b> Produção de 11 a 20 conteúdos.	Mensal.	1
			<b>Alta:</b> Produção de acima de 20 conteúdos.	Mensal.	1
<b>81. Plano tático de projeto</b>	Planejamento tático que considera a proposição de plano de ação digital do cliente e de suas temáticas definidas na etapa do Diagnóstico e Planejamento da Estratégia Digital, considerando planejamento de conteúdo para as redes sociais, sites, landing pages e aplicativos, pauta, pilares de conteúdo, estratégia de interação, definição de periodicidade, formatos com definição de métricas (indicadores táticos) de avaliação por canal, cronograma de execução e investimento para cada uma das ações propostas. Entregáveis: Arquivo de texto e de apresentação com a proposta de planejamento tático.	-	-	-	2

<p><b>82. Plano de inbound marketing</b></p>	<p>O planejamento de Inbound Marketing contempla a análise da jornada de compra dos consumidores de uma marca, para identificar oportunidades de geração, qualificação e nutrição de leads por meio do uso dos canais de marketing digital e de ferramentas de automação de marketing. Considera-se também a previsão de recursos humanos e ferramentas, além de indicadores operacionais. Entregáveis: Arquivo de apresentação e planilha de investimentos necessários para a execução do projeto.</p>	-	-	-	1
<p><b>83. Planejamento de conteúdo para sites e portais</b></p>	<p>Estabelecer, a partir de briefing, o diagnóstico de conteúdo ou do planejamento e a matriz estratégica, bem como a abordagem que deve ser dada ao conteúdo, considerando as seguintes atividades: 1. Definição de temas a serem abordados para o projeto específico; 2. Levantamento de insumos de conteúdo disponíveis para tratamento do tema; 3. Definição de linguagem para públicos indicados na etapa de planejamento estratégico; 4. Definição de hierarquia dos conteúdos apresentados; 5. Indicação, quando couber, de diretrizes editoriais para produção de conteúdo (por exemplo, banners, fotografias, infográficos, edição de vídeos, criação de títulos, tratamento de textos e aplicação de políticas de tagging) aplicados ao tema. OBS.: o planejamento de conteúdo para sites e portais inclui o mapeamento da arquitetura do portal, além da pesquisa de tendências e dados de mercado para definição dos calendários de temas que serão produzidos e postados em cada uma das diferentes áreas ou editorias do website. Inclui também a definição do público-alvo e o tom de voz e personalidade da marca ao se comunicar. Entregáveis: Arquivo de texto e de apresentação com o detalhamento das diretrizes editoriais e orientações.</p>	-	-	-	1
<p><b>84. Planejamento para redes sociais</b></p>	<p>Planejamento anual com temas e ações específicas para as redes sociais. Deve contemplar definição de públicos, pilares de conteúdo, estratégia de interação, definição de periodicidade, formatos e séries de conteúdo. 11 OBS.: o planejamento para redes sociais inclui a utilização de informações do diagnóstico da presença digital da marca, para a definição adequada de brand persona, a escolha dos melhores canais para atingir o público-alvo, a frequência e os horários ideais para as postagens, além dos</p>	-	-	-	1

	<p>formatos de posts, a estratégia de resposta às interações e os indicadores de resultado. Entregáveis: Arquivo de texto e de apresentação com a proposta de planejamento.</p>				
<b>85. Planejamento para gestão de crise</b>	<p>O planejamento para a gestão de crise inclui a definição dos principais pontos de risco de crise para a marca, as principais dores de seus consumidores no relacionamento com esta, as políticas de interações nas redes sociais e o preparo de respostas com o objetivo de evitar ou mitigar o efeito de crises que possam atingir a marca. Além disso, são definidas as regras e ferramentas para monitoramento de menções à marca e para realização de captura eficiente de menções à marca. Entregáveis: Arquivo de texto e de apresentação com a proposta de planejamento.</p>	-	-	-	1
<b>86. Planejamento de campanha/ação digital</b>	<p>O planejamento digital, incluindo a definição dos objetivos esperados pelo cliente, a criação de uma matriz estratégica, o desenho da jornada do consumidor e a construção de personas, o desenho da estratégia de engajamento (“régua de abordagem”), o detalhamento das ações no âmbito de públicos e canais de mídia e a definição dos KPIs para mensuração dos resultados. O Planejamento de uma Campanha, ou Ação Digital, inclui a definição dos objetivos, os resultados esperados (ou metas), a estratégia de posicionamento da campanha, o plano tático de execução dessa campanha em relação aos possíveis públicos-alvo, os canais que serão utilizados na comunicação, o plano de mídia e a definição da frequência de verificação dos resultados, conforme os indicadores (KPIs) mapeados. Entregáveis: Arquivo de texto e de apresentação com a proposta de planejamento.</p>	-	-	-	1
<b>87. Plano de escopo e matriz estratégica</b>	<p>O Plano de Escopo e Matriz Estratégica é elaborado com base em dados obtidos do diagnóstico de mercado (público-alvo, concorrentes e benchmarkings) e visa apresentar, em formato de matriz, as oportunidades para posicionamento da marca e o desenho da estratégia a ser adotada para consolidar esse posicionamento. OBS.: normalmente esse item está incluso no planejamento estratégico digital, mas, em concorrências públicas, ele pode ser um item separado.</p>	-	-	-	1

	Entregáveis: Arquivo de texto e de apresentação com o escopo e a matriz estratégica.				
<b>88. Diagnóstico digital da marca</b>	Elaboração de diagnóstico da saúde da marca ou tema, análise da percepção em seus ambientes digitais, como redes sociais, blogs, portais e sites especializados, destacando quem são os influenciadores (detratores, evangelistas etc.), os temas mais comentados, as oportunidades e a saúde da marca. O estudo inclui os seguintes tópicos: 1. Volume total de menções do tema nas redes sociais; 2. Regionalização ou origens de menções; 3. Principais temas comentados, ou desdobramentos do tema e dos tópicos relacionados; 4. Análise dos principais influenciadores (detratores, evangelistas etc.); 5. Análise de oportunidades de mercado detectadas; 6. Análise de rankings de assuntos mais e menos falados; 7. Análise da sentimentalização do tema (por polarização – positivo/negativo); 8. Análise da percepção do público (consumidores, cidadãos ou usuários) sobre o segmento de atuação em que a marca está inserida; 9. Benchmarking: o estudo deve permitir detalhamento claro sobre o formato do mercado nos canais digitais, indicando a melhor maneira de trabalhá-lo. Entregáveis: Arquivo de texto e de apresentação com o estudo e os tópicos relacionados.	-	-	-	1
<b>89. Planejamento de régua de relacionamento</b>	O Planejamento de uma Régua de Relacionamento contempla o mapeamento da jornada do consumidor, desde a etapa de reconhecimento do problema, passando pela decisão de aquisição, até o relacionamento pós compra. A régua de relacionamento tem o intuito de identificar gatilhos de comunicação com os consumidores, assim como uma sequência de mensagens que têm como objetivo influenciar o consumidor a caminhar ao longo da jornada de forma mais eficiente. Entregáveis: Arquivo de texto e de apresentação com a proposta de planejamento.	-	-	-	1
<b>90. Estudo e criação de brand persona</b>	É a criação de personagem fictício que represente os valores da marca. Esse personagem será o guia para a interação dessa marca com as brand personas. A criação da Brand Persona envolve o processo de criação da personalidade de uma marca, o tom de voz e estilo de	-	-	-	1

	comunicação. Entregáveis: Arquivo de texto e de apresentação com o estudo e a proposta de Brand Persona.				
<b>91. Diagnóstico de SEO</b>	Um Diagnóstico de SEO visa identificar a atual condição de posicionamento de uma marca nos mecanismos de busca, de acordo com as palavras-chave que são foco para ela. Contempla análise on-page, que revisa aspectos técnicos de infraestrutura e código HTML publicado de uma página, evidenciando pontos que merecem atenção. Além disso, é realizado levantamento do conteúdo atualmente disponível, que possa ser considerado como ativo para posicionamento. Por último, é realizada, também, análise do perfil de backlinks do(s) domínio(s) em questão, para identificar a qualidade dos links que apontem para a(s) propriedade(s) web da marca. Entregáveis: Arquivo de texto e de apresentação com a análise detalhada e as diretrizes.	-	-	-	1
<b>92. Diagnóstico de acessibilidade</b>	O Diagnóstico de Acessibilidade de uma plataforma digital é realizado com a finalidade de mapear o índice de cumprimento de requisitos de acessibilidade para pessoas com deficiências (PCDs), conforme os pré-requisitos legais de acessibilidade. O objetivo é identificar pontos de melhoria e otimização do acesso à informação para uma maior parte dos usuários. Entregáveis: Arquivo de texto e de apresentação com a análise detalhada e as diretrizes.	-	-	-	1
<b>93. Plano de projeto de desenvolvimento</b>	O Plano de Projeto de Desenvolvimento é um documento essencial para o processo de desenvolvimento de uma solução (sistema, website, portal, aplicativo, entre outros), por ser estruturado para identificar os objetivos do projeto de desenvolvimento, mapear os entregáveis,   1. PLANEJAMENTO 16 priorizar essas entregas, além de gerar especificações funcionais e não funcionais para que os profissionais de desenvolvimento possam ter mais agilidade quando da escrita de código. O projeto contempla, também, a integração código-plataforma, detalhando os procedimentos de deployment, além de bibliotecas necessárias para o bom funcionamento do sistema. Entregáveis: Arquivo de texto com o levantamento realizado, as definições do Plano de Projeto com o detalhamento do funcionamento da solução e os fluxogramas.	-	-	-	1

<p><b>94. Benchmarking</b></p>	<p>O Benchmarking é o processo de mapeamento de projetos de sucesso na execução de projetos, mesmo que sejam de áreas (ou geografias) distintas daquelas da marca em questão. O Benchmarking é realizado por meio de desk research, aplicação de formulários ou até visitas técnicas e visa identificar as melhores práticas em cada um dos casos estudados. Entregáveis: Arquivo de texto e de apresentação com a análise das melhores práticas.</p>	-	-	-	1
<p><b>95. Guia gráfico de ux/ui</b></p>	<p>Criação das diretrizes de usabilidade e estética para o desenvolvimento de todos os ativos digitais da marca. Visa padronizar canais já existentes ou novos, mediante a adoção de premissas similares, e propõe uma orientação para futuras aplicações. Entregáveis: Arquivo de texto e de apresentação com as diretrizes de usabilidade e imagem dos ativos digitais da marca.</p>	-	-	-	1
<p><b>96. Peças de mídia</b></p>	<p>Produção e otimização do KV (conceito criativo) para ativos digitais, apresentações e campanhas (formatos IAB e mídias sociais), de acordo com o planejamento desenvolvido. Entregáveis: Arquivo de imagem digital e arquivo digital aberto.</p>	-	-	-	2
<p><b>97. E-mail marketing</b></p>	<p>Criação de peça baseada no conceito criativo. Podendo contemplar layout, redação e revisão para disparo em ferramentas de e-mail padrão (automação de marketing). OBS: não contempla programação HTML ou inserção na plataforma de automação. Entregáveis: Arquivo de imagem digital e arquivo digital aberto.</p>	-	-	-	1
<p><b>98. Infográfico</b></p>	<p>Criação de peça baseada no conceito criativo. Contempla roteiro "storytelling", elementos gráficos, layout, redação e revisão, com elementos estéticos animados ou não. Entregáveis: Arquivo de imagem digital e arquivo digital aberto.</p>	-	<p><b>Baixa:</b> Infográfico estático.</p>	-	1
			<p><b>Média:</b> Infográfico animado 2D.</p>	-	1
			<p><b>Alta:</b> Infográfico animado 3D</p>	-	1
<p><b>99. Perfil, capa e post para redes sociais</b></p>	<p>Criação de artes para redes sociais com redação, revisão, layout e entrega digital. A peça pode ser desde a formatação da "fanpage", em termos de layout,</p>	-	<p><b>Baixíssima:</b> Adaptação e ajuste de post.</p>	-	1

	até a arte de perfil ou posts com logo, foto ou ilustração, estáticos ou animados. Entregáveis: Arquivo digital com post criado, contemplando o texto de apoio em arquivo texto.	-	<p><b>Baixa:</b> Posts estáticos ou formatação da fanpage</p>		2
			<p><b>Média:</b> Posts animados em 2D. Alta: Posts animados em 3D.</p>		2
<b>100. Vídeo gravação de eventos</b>	Produção de vídeo com roteiro e edição de vídeo de até 60 minutos com captação em ambiente interno e externo, com até 3 câmeras de captação em diversos locais do evento. Entregáveis: Arquivo de vídeo gravado e editado com imagens e áudio captados.	-	<p><b>Baixa:</b> Até 60 minutos com captação em 1 (um) ambiente interno/externo ou sala com até 3 câmeras de captação.</p>	-	1
			<p><b>Média:</b> Até 60 minutos com captação em ambiente externo e/ou interno, com até 4 câmeras de captação em até 3 (três) locais do evento.</p>		1
			<p><b>Alta:</b> Até 120 minutos com captação em ambiente externo e/ou interno, com até 4 câmeras de captação em até 6 (seis) locais do evento ou gravação de vídeo cast em estúdio com elementos gráficos, trilha, vinheta e lettering legendados.</p>		1
<b>101. Vídeo bumper (youtube)</b>	Vídeo animação de 6 segundos sem ou com roteiro, com animação de fotos ou captação, textos ou imagens. Entregáveis: Arquivo de vídeo gravado e editado com imagens e áudio captados.	-	<p><b>Baixa:</b> Vídeo animação de 6 segundos sem roteiro e animação de fotos, textos ou imagens.</p>	-	1
			<p><b>Média:</b> Vídeo animação de 6 segundos com roteiro e animação de fotos, textos ou imagens.</p>		1

			<b>Alta:</b> Vídeo animação de 6 segundos com roteiro e captação de vídeo, textos ou imagens.		1
<b>102. Vídeo animação (motion ou cartelado)</b>	Produção de vídeo com roteiro, animação e edição entre 1 a 7 minutos com até 4 (quatro) personagens, 2D ou 3D, com lip sync; com opcionais de locução, trilha sonora e lettering. Entregáveis: Arquivo de vídeo gravado e editado com imagens e áudio.		<b>Baixa:</b> Produção de vídeo com roteiro, animação e edição entre 1 a 3 minutos com até 2 (dois) personagens em 2D, com lip sync; com locução, lettering simples e trilha sonora.		1
			<b>Média:</b> Produção de vídeo com roteiro, animação e edição entre 3 a 5 minutos com até 4 (quatro) personagens em 2D, com lip sync; com opcionais de locução, lettering com gráficos e tabelas e trilha sonora.		1
			<b>Alta:</b> Produção de vídeo com roteiro, animação e edição entre 5 a 7 minutos com até 6 (seis) personagens em 3D, com lip sync ; com opcionais de locução, lettering com gráficos e tabelas e trilha sonora.		1
			<b>Altíssima:</b> Produção de vídeo com roteiro, animação e edição entre 7 a 10 minutos com até 10 (dez) personagens em 3D , com lip sync ; com opcionais de locução, lettering com gráficos e tabelas e trilha sonora.		
<b>103. Vídeo campanha</b>	Produção de vídeo com roteiro, storyboard, captação e edição entre 1 a 5 minutos com opcionais de elenco, locação, locução, lettering e trilha sonora. Entregáveis: Arquivo de vídeo gravado e editado com imagens e áudio captados.		<b>Baixa:</b> Produção e edição de vídeo de até 1 minuto com roteiro básico, até 2 animações simples, sem elenco, locação e locução. Com lettering de apoio e trilha sonora free.		1

			<p><b>Média:</b> Produção, captação e edição de vídeo de até 3 minutos com roteiro básico, até 4 animações simples, sem elenco e locação. Com locução e trilha sonora pagas.</p>		1
			<p><b>Alta:</b> Produção, captação e edição de vídeo de até 5 minutos com roteiro completo, até 6 animações, com até 3 pessoas de elenco, 1 locação externa e 1 locação interna. Com locução e trilha sonora composta.</p>		1
			<p><b>Altíssima:</b> Produção, captação e edição de vídeo de até 8 minutos com roteiro completo, até 6 animações, com até 4 pessoas de elenco, 2 locações externa e 1 locação interna. Com locução e trilha sonora composta.</p>		1
104. Tutoriais	Produção de vídeo com roteiro, captação e edição entre 2 a 6 minutos com locução, lettering e trilha Sonora. Entregáveis: Arquivo de vídeo gravado e editado com imagens e áudio captados.		<p><b>Baixa:</b> Captação de até 2 minutos através de plataforma de captação de telas da operação de site ou aplicativo, com lettering de apoio.</p>		1
			<p><b>Média:</b> Roteiro básico e captação de até 4 minutos, por meio de plataforma de captação de imagens da operação de site ou aplicativo, com narração e lettering de apoio.</p>		1
			<p><b>Alta:</b> Roteiro completo e captação de até 6 minutos com até 2 câmeras de vídeo para a montagem de tutorial da operação de plataforma web, aplicativo mobile ou assunto diverso, contempla até 1 locação, 2 pessoas</p>		1

			de elenco, narração e lettering de apoio.		
<b>105. Videocasts</b>	Produção áudio vinheta	Cumprimento do prazo. Qualidade técnica. e editorial em briefing.	Não se aplica.	Até 3 dias.	1
<b>106. Edição de podcasts</b>	Sem captação. Edição e produção de áudio.	-	<b>Baixíssima:</b> vinheta-trilha simples até 10 segundos;	-	1
			<b>Baixa:</b> vinheta trilha composta até 15 segundos;		1
			<b>Média:</b> spot até 30 segundos;		1
			<b>Alta:</b> jingle até 120 segundos;		1
			<b>Altíssima:</b> criação e produção de jingle de até 2 minutos.		1
<b>107. Roteirização de vídeo e podcasts</b>	-	-	<b>Baixíssima:</b> até 5 segundos	-	1
			<b>Baixa:</b> até 15 segundos		1
			<b>Média:</b> até 30 segundos		1
			<b>Alta:</b> até 60 segundos		1
<b>108. Adaptação de conteúdo para novos canais</b>	Adaptação de conteúdo existente para atender às diretrizes técnicas de outro canal (rede social, portal, marketplace e outros). Esse ajuste pode ser necessário devido ao limite de caracteres envolvidos ou à necessidade de melhor especificação e classificação. Entregáveis: Arquivo em formato texto, com o texto elaborado. Entregáveis: Arquivo em formato texto, com o texto elaborado.	Cumprimento do prazo. Qualidade técnica. e editorial em briefing.	Não se aplica.	Até 3 dias.	1

<p><b>109. Gestão de conteúdo entregável</b></p>	<p>Gerenciamento de todo e qualquer conteúdo produzido para uma empresa ou marca, em qualquer formato (texto, imagem ou vídeo), bem como a sua utilização em qualquer canal digital (rede sociais, mobile ou desktop) e o devido acompanhamento de comentários. Caso necessário, interação com fãs, clientes ou haters. Entregáveis:</p>	<p>Cumprimento do prazo. Qualidade técnica. e editorial em briefing.</p>	<p>Não se aplica.</p>	<p>Até 3 dias.</p>	<p>1</p>
<p><b>110. Redação de mensagem para disparo</b></p>	<p>Redação de textos e links para comunicações ou campanhas em canal mobile SMS. Entregáveis: Arquivo em formato texto, com o texto elaborado.</p>	<p>Cumprimento do prazo. Qualidade técnica. e editorial em briefing.</p>	<p>Não se aplica.</p>	<p>Até 3 dias.</p>	<p>1</p>
<p><b>111. Moderação de redes sociais - conteúdo com vertente de atendimento</b></p>	<p>Gerenciamento de perfis em redes sociais, contemplando identificação, análise e execução de ações, tais como: monitoramento, resposta, exclusão. A moderação compreende as seguintes atividades: Acompanhamento permanente dos perfis (24 horas, 7 dias por semana); Leitura e classificação (neutra, positiva e negativa) de todas as interações; Articulação com interlocutores relacionados ao tema para a elaboração de respostas; Elaboração e postagem de respostas; Análise das ações realizadas e recomendações de melhorias. Entregáveis: Relatório mensal, em versão digital, com a descrição, comprovação e análise das tarefas realizadas, com indicação de falhas e ações assertivas e recomendações de melhorias.</p>	<p>Cumprimento do prazo. Qualidade técnica. e editorial em briefing.</p>	<p><b>Baixa:</b> Até 1000 (mil) interações nas redes sociais do cliente.</p>	<p>-</p>	<p>1</p>
			<p><b>Média:</b> Até 2000 (duas mil) interações nas redes sociais do cliente.</p>	<p>-</p>	<p>1</p>
			<p><b>Alta:</b> Até 3000 (três mil) interações nas redes sociais do cliente.</p>	<p>-</p>	<p>1</p>
<p><b>112. Conteúdo para SEO</b></p>	<p>Acompanhamento da implantação das estratégias de SEO em toda a produção de conteúdo em texto. Avaliação da utilização de palavras-chave e resultado em posicionamento de busca orgânica. Entregáveis: Arquivo de texto e de apresentação com a análise detalhada do conteúdo e propostas de melhorias.</p>	<p>Cumprimento do prazo. Qualidade técnica. e editorial em briefing.</p>	<p><b>Baixa:</b> Até 2 (duas) laudas de conteúdo.</p>	<p>-</p>	<p>1</p>
			<p><b>Média:</b> Até 5 (cinco) laudas de conteúdo.</p>	<p>-</p>	<p>1</p>
			<p><b>Alta:</b> Até 10 (dez) laudas de conteúdo.</p>	<p>-</p>	<p>1</p>
<p><b>113. Inventário de conteúdo</b></p>	<p>É o registro dos conteúdos já produzidos para facilitar a análise e a gestão dos conteúdos durante um projeto. Normalmente é uma planilha com as colunas básicas: data, título, url, tipo de conteúdo, responsável e ação (manter, atualizar, excluir). Outras colunas podem ser acrescentadas de acordo com as necessidades do projeto, como: tema, etapa na</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>1</p>

	jornada, persona. Entregáveis: Arquivo de planilha com o conteúdo elaborado.				
<b>114. Atualização/ adequação de conteúdos existentes</b>	É a revisão de conteúdos já publicados para atualização com informações mais recentes, adequação a boas práticas de SEO e/ou novas normas estabelecidas por órgão regulatório que se aplicam ao negócio do cliente. Normalmente, não há necessidade de realizar entrevistas nesta atividade. Entregáveis: Arquivo de texto e de apresentação com a análise detalhada do conteúdo.	Cumprimento do prazo. Qualidade técnica. e editorial em briefing.	<b>Baixa:</b> Até 2 (duas) laudas de conteúdo.	-	1
			<b>Média:</b> Até 5 (cinco) laudas de conteúdo. <b>Alta:</b> Até 10 (dez) laudas de conteúdo.		1
			<b>Alta:</b> Até 10 (dez) laudas de conteúdo.		1
<b>115. Cadastro de produtos para e-commerce</b>	É a curadoria e produção de informações específicas sobre produtos que, geralmente, obedecem a uma estrutura predefinidas em uma plataforma de e-commerce. A estrutura mais comum é composta por título (nome do produto), palavras-chaves, descrição do produto, categoria, cor e gênero. Entregáveis: Pacote com até 10 itens para cadastro.	Cumprimento do prazo. Qualidade técnica. e editorial em briefing.	Não se aplica.	Até 3 dias.	1
<b>116. Tradução de texto em língua estrangeira</b>	Edição, revisão e formatação de texto em língua estrangeira. A edição compreende a tradução do texto e sua contextualização em relação aos termos comuns de comunicação da língua estrangeira, com consultas a fontes oficiais (ministérios, secretarias, autarquias ou instituições financeiras), relatórios governamentais ou especialistas. Entregáveis: Arquivo em formato texto, com o texto traduzido.	-	<b>Baixa:</b> Até 2 (duas) laudas e insumos enviados pelo cliente/demandante.		1
			<b>Média:</b> Até 5 laudas e consulta a até 01 fonte externa. <b>Alta:</b> Até 10 laudas e consulta a até 2 fontes externas.		1
			<b>Alta:</b> Até 10 laudas e consulta a até 2 fontes externas.		1
<b>117. Tradução simultânea</b>	Tradução em língua estrangeira – simultânea. Entregáveis: Texto/áudio simultâneo - não simultâneo gravado.	-	-	-	1
<b>118. Gravação off língua estrangeira</b>	-	-	-	-	1
	Desenvolvimento de site com conteúdo em foco promocional, temporal, apresentando de forma resumida um produto, ação ou		<b>Baixa:</b> Até 2 (dois) níveis de navegação, sem existência de CMS (hotsite)	-	1

119. Hotsite	campanha específica. Pode conter mais de uma página, sendo que são desdobramentos do conteúdo principal. Entregáveis: Ambiente funcional navegável e responsivo.	Cumprimento do prazo a combinar.	estático).		
			<b>Média:</b> Até 3 (dois) níveis de navegação, com existência de CMS (hotsite dinâmico).	-	1
			<b>Alta:</b> Acima de 4 (dois níveis de navegação, com existência de CMS e possível integração com até 1 (uma) API de redes sociais ou outra ferramenta externa/de terceiros.	-	1
120. Landing page	Página com apresentação do conteúdo em uma única seção (one-page), com o objetivo de ter um ponto de conversão do usuário visitante. O usuário (lead) deve ser obrigatoriamente direcionado a uma ação com o intuito de captar dado relevante que permita o relacionamento, a nutrição de comunicação, ou mesmo a venda de produto ou serviço de forma imediata. Entregáveis:	Ambiente funcional navegável.	<b>Baixa:</b> Landing page estática, sem existência de CMS ou captação de leads na própria página.		1
			<b>Média:</b> Landing page estática, sem existência de CMS com captação de lead por meio de formulário na própria página.	-	1
			<b>Alta:</b> Landing page dinâmica, com implementação de CMS e captação de lead por meio de formulário na própria página.		1
121. Site	Também chamado de Website, é a apresentação oficial da empresa na internet. É representado por páginas com conteúdo institucional, seus produtos e/ou serviços, notícias, contato comercial. Em determinados tipos de negócios, para potencializar sua estratégia digital, algumas empresas disponibilizam outras funcionalidades em seus sites, como acesso para blog, e-commerce e sistema de autosserviço. Normalmente, esse produto digital é projetado para uma versão de navegação em		<b>Baixa:</b> Até 5 (cinco) níveis de navegação com CMS e sem integração com ferramentas de terceiros (API).		1
			<b>Média:</b> Até 5 (cinco) níveis de navegação, com existência de CMS e integração com até 1 (um) serviço de terceiros (API).	-	1

	dispositivo desktop e mobile como também a sua construção em um sistema de gerenciamento de conteúdo (CMS - Content Management System) para melhor gestão do conteúdo das páginas (textos e imagens) e boa indexação na ferramenta de busca (Google, Bing, por exemplo). Entregáveis: Ambiente funcional navegável e responsivo.		<b>Alta:</b> Até 7 (sete) níveis de navegação, com existência de CMS e possível integração com até 3 (três) serviços de terceiros (APIs).		1
122. Blog	Site com o intuito de publicações de conteúdo de forma constante, em grande maioria dos casos que permitem publicações rápidas, que sejam indexáveis pelos mecanismos de busca e em linguagem de fácil leitura do usuário. Os blogs normalmente possuem identificação de editor, título, descrição, etiquetas de conteúdo (para organização por temas), ferramenta de busca interna e também possibilidade de interação do usuário por meio de comentários e compartilhamento de conteúdo. Entregáveis: Ambiente funcional navegável.	-	-	-	1
123. Portal	O portal é um site de grande porte, com o intuito de reunir informações de múltiplas fontes de dados. Normalmente um portal é categorizado por sites internos, temas, editoriais. Possui ferramentas de busca e pode ter múltiplos colaboradores na formação do seu conteúdo. Projetos no formato de portal podem ser desenvolvidos para empresas com o intuito de mostrar o mix de produtos e serviços, conteúdos em formato de notícias, serviços. Podem alcançar desde autarquias públicas até portais de educação para distribuição de conteúdo específico, de forma reservada ou não. Os projetos nesse formato normalmente precisam de infraestrutura de servidores bem definida para suportar o tráfego de múltiplos usuários simultâneos e tráfego de dados de forma intensa. O processo total de desenvolvimento de um portal consiste nas seguintes etapas: - Especificação funcional e não funcional; - Arquitetura de informação (UX); - Design de Interfaces; - Desenvolvimento Front-end.; - Desenvolvimento Back-end (CMS, Integrações e APIs). Entregáveis: Ambiente funcional navegável e responsivo.	-	-	-	1
124. Aplicativos móveis (mobile)	Também conhecido como APP, é um software desenvolvido para ser instalado nos dispositivos móveis Android e IOS. Esse tipo de software permite, além de uma melhor experiência de uso, o acesso a recursos específicos do celular para aprimorar suas funcionalidades, tais como agenda, contatos, notificações,		-	-	

	<p>acelerômetro, entre outros. O processo total de desenvolvimento de um aplicativo consiste nas seguintes etapas: • Especificação funcional e não funcional; • Arquitetura de informação (UX); • Design de Interfaces; • Desenvolvimento Front-end; • Desenvolvimento Back-end (CMS, Integrações e APIs). Entregáveis: Ambiente funcional navegável.</p>	-			1
<b>125. Chatbots</b>	<p>Ferramenta que tem como objetivo simular um ser humano no atendimento, por meio de respostas automatizadas, baseado no autoaprendizado da ferramenta e/ou configuração manual. O objetivo desse tipo de ferramenta é ter nível de interação de tal forma que os usuários tenham a impressão de estar conversando com outra pessoa, não com um computador. Entregáveis: Ambiente funcional navegável.</p>	-	-	-	1
<b>126. E-commerce</b>	<p>E-commerce é uma modalidade de comércio em que os negócios e as transações financeiras são realizados via dispositivos eletrônicos, como computadores, tablets e smartphones. Para o desenvolvimento de um E-commerce, existe a possibilidade de criar plataforma customizada à sua necessidade ou adotar plataformas existentes, seja no modelo SaaS (Software as a Service), seja partindo de alguma existente no mercado com licença Open Source. Entregáveis: Ambiente funcional navegável.</p>	-	-	-	1
<b>127. Análise de campanhas</b>	<p>Análise quantitativa de dados gerados a partir das plataformas disponíveis no mercado e utilizadas na campanha, as quais coletam dados nos canais utilizados. A análise consiste na interpretação dos dados tabulados e extrai informações relevantes para a validação da estratégia e dos objetivos definidos para a campanha (KPIs). Gera relatório de recomendações para a implementação de correções ou ajustes de rota da campanha em veiculação. Entregáveis: Relatório consolidado com análise de performance da campanha nos ambientes digitais do cliente e nos ambientes de veiculação da campanha, com ocorrências, análises, recomendações e avaliação do desempenho da campanha, em arquivo de apresentação.</p>	-	-	-	1
<b>128. Análise descritiva</b>	<p>Análise quantitativa a partir de dados históricos de consumidores, com informações como dados cadastrais, transacionais e de comportamento de navegação na Internet, com o objetivo de</p>				

	descrever perfis demográficos e de comportamento, navegação, conversão e interação. Entregáveis: Relatório final da análise entregue em documento em formato excel, powerpoint ou similar.	-			1
<b>129. Desenvolvimento de modelos preditivos</b>	Diagnóstico das necessidades do cliente e desenvolvimento de algoritmos para previsão de comportamentos do cliente, por exemplo, conversão, cancelamento de um determinado serviço, propensão a business intelligence e business analytics 41 cross-sell ou upsell. Entrega final de documento técnico com todas as regras e cálculos para aplicação do modelo por parte do cliente em seu ambiente de tecnologia. Entregáveis: Arquivo de texto ou planilha com o diagnóstico.	-	-	-	1
<b>130. Estudos de públicos/netnografia</b>	Estudos com dados primários, secundários e terciários dos públicos-alvo do cliente, com o intuito de descobrir padrões de consumo e de comportamento para apoiar a criação de estratégias de impacto. Contêm a seguinte composição mínima: Assuntos de interesse e assuntos mais comentados; Padrões de comportamento nas redes sociais; principais influenciadores; Páginas mais “seguidas”; Profissões; Dados demográficos; Opiniões; Empresas mais citadas etc.; Perfil geral; Recomendações de conteúdo e estratégias de divulgação. Entregáveis: Arquivo de apresentação com as informações do descritivo.	-	-	-	1
<b>131. Análises léxicas</b>	Estudos pautados em linguística com o intuito de conhecer o universo semântico de determinado público-alvo em relação a um assunto/produto. Conta com a utilização big data de corpora textuais coletados pelas ferramentas de monitoramento para analisar o discurso nos ambientes 42 digitais, com a seguinte composição mínima: Análise de similitude: a partir da teoria dos grafos, são analisadas as similitudes e diferenças entre discursos, gerando insights específicos dentro de cada tema; Nuvem e árvores de palavras: criação de nuvens e árvores de palavras robustas, qualificadas e separadas por temas, grupos e espaços de debate para utilização em campanhas ou estudos de público. Entregáveis: Arquivo de apresentação com as informações do descritivo.	-	-	-	1
<b>132. Implantação de plataforma de marketing automation</b>	Levantamento de requisitos técnicos e de negócios, especificação técnica e funcional, construção do processo de carga de dados (ETL), criação dos metadados, customização da		-	-	

	plataforma de marketing automation (nomenclatura das variáveis, layouts dos arquivos de saída e relatórios básicos da ferramenta), criação de régua de contato, teste integrado, homologação e treinamento dos usuários. Entregáveis: Fluxo de automação funcional.	-			1
<b>133. Implantação de data management platform (dmp)</b>	Configuração da plataforma de acordo com o fornecedor selecionado, incluindo a criação da tags e dos processos para ingestão de dados. Entregáveis: Ambiente funcional navegável.	-	-	-	1
<b>134. Implantação de ferramenta de bi</b>	Levantamento de requisitos técnicos e de negócios, especificação técnica e funcional, construção das bases multidimensionais (cubos), construção do primeiro release de relatórios, testes, homologação e treinamento dos usuários. Entregáveis: Ambiente funcional navegável e documento de texto ou planilha com as especificações técnicas e funcionais.	-	-	-	1
<b>135. Implantação de plataforma de web analytics</b>	Planejamento e definição de regras de negócio, análise e levantamento de requisitos técnicos, mapeamento das propriedades digitais e software selection. Desenvolvimento do projeto de implantação, tagueamento das propriedades, treinamento e documentação. Setup do Tag Manager, criação das tags, triggers e eventos personalizados. Testes de ativação. Configuração das metas e conversões. Entregáveis: Ambiente funcional navegável e documento de texto ou planilha com planejamento, definição de regras de negócio e levantamento de requisitos técnicos.	-	-	-	1
<b>136. Construção e modelagem de banco de dados</b>	Levantamento de requisitos técnicos (origens de dados, sistemas transacionais e processos de captura de consumo de informação de clientes) e de negócios, especificação técnica e funcional, construção do processo de carga de dados (ETL) e de data quality, desenho e construção de banco de dados (modelo relacional), documentação, realização da primeira carga completa de dados, testes integrados e homologação. Entregáveis: Ambiente funcional navegável e documento de texto ou planilha com planejamento, definição de regras de negócio e levantamento de requisitos técnicos.	-	-	-	1
<b>137. Gestão de plataforma de marketing automation</b>	Recebimento de briefings das ações, criação das audiências ou segmentações da base de dados, seleção de públicos para realização de disparos por meio da Plataforma de 45-marketing automation em diversos canais (e-	-	-	-	1

	mail, SMS, push, chatbots, DMP, entre outras), construção e automatização de réguas de abordagem de clientes e homologação. Entregáveis: Ambiente funcional navegável.				
<b>138. Gestão de banco de dados de clientes e prospects</b>	Manutenção mensal corretiva no banco de dados para eliminação de bugs e erros nos processos de carga e de geração de bases de dados; e evolutivas, considerando a realização de ajustes e melhorias nos processos ETL e no modelo de dados, com atualização e inclusão de novas variáveis/dados. Entregáveis: Ambiente funcional navegável.	-	-	-	1
<b>139. Planejamento de mídia digital</b>	O planejamento de mídia contempla a definição de estratégias e canais de mídia a serem utilizados em uma campanha ou ação Always On (ao longo de um período) em plataformas digitais, recomendando os investimentos de mídia em alocação estratégica por canal, que considera os canais mais efetivos para os objetivos da campanha e definição de KPI. Entregáveis: Definição da estratégia de mídia alinhada com os objetivos de negócio da marca; estudo de canais; divisão de verba; definição de KPIs; definição dos modelos de relatórios mensais e reportes semanais; calendário de veiculação.	-	-	Até 1 dia após a atividade.	2
<b>140. Gestão de mídia digital (recorrente Mensal)</b>	Operação recorrente para gestão e negociação de mídia digital com as seguintes tarefas: Atendimento – Atendimento geral do contrato para envio de informações e atendimento das demandas pontuais solicitadas pelo cliente. Plano tático de mídia – Desenvolvimento dos planos táticos de mídia, este plano conterá todos os canais de veiculação com valores financeiros e indicadores de performance. Compra de mídia – Contato com os canais definidos no planejamento para a solicitação de proposta de veiculação e negociações comerciais. Otimização semanal da campanha – Acompanhamento semanal para otimização da campanha de acordo com a performance alcançada. Em média as campanhas serão otimizadas até 3 vezes por semana (1h de otimização) de acordo com o planejamento definido. Status semanal – Envio de status semanal para acompanhamento de resultados e performance da campanha. Esse status será encaminhado por e-mail, com informações resumidas sobre as otimizações feita na semana e tendências de atendimento dos KPIs definidos.	-	-	-	2

	Entregáveis:				
<b>141. Criação de audiências customizadas para dmp e dsp</b>	Briefing e levantamento de informações sobre o target de uma campanha ou projeto, e mapeamento de audiências em provedores de dados primários, secundários e terciários, para subir em plataformas de DMP. Serão usadas em campanhas de mídia programática. Entregáveis: Relatório com as informações das atividades relatadas no descritivo.	-	-	Até 3 dias após a captação.	2
<b>142. Realidade Virtual</b>	-	-	-	-	2
<b>143. Vídeo 360º</b>	-	-	-	-	2
<b>144. Banco de imagens, vídeos e trilhas</b>	-	-	-	-	1

**ANEXO II – APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**
**1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA**

1.1 A proposta Técnica é composta pelos **envelopes A, B, C e D**, que devem conter respectivamente a Via não identificada do Plano de comunicação Digital, a Via Identificada do Plano de comunicação Digital, a Via Identificada da Capacidade de atendimento e a Via Identificada dos Relatos de Soluções de Comunicação digital. A licitante deverá apresentar sua Proposta Técnica estruturada de acordo com os quesitos e subquesitos a seguir:

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Digital		<b>56</b>
<b>SUBQUESITOS</b>	I. Raciocínio Básico	8
	II. Estratégia de Comunicação Digital	15
	III. Inovação	5
	IV. Solução de Comunicação Digital	15
	V. Plano de Implementação	13
2. Capacidade de Atendimento		<b>4</b>
<b>SUBQUESITOS</b>	I. Relação dos principais clientes	1
	II. Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante	1
	III. Certificações <ul style="list-style-type: none"> <li>• Google Ads Vídeo do google ads Criativos do google ads</li> <li>• META - 400-101 profissional de planejamento de mídia certificado pela meta 300-101 profissional de estratégia criativa certificado pela meta</li> </ul>	2
3. Relatos de Soluções de Comunicação Digital <ul style="list-style-type: none"> <li>• A pontuação da licitante para esse quesito será diretamente proporcional a quantidade de Relatos de Soluções de Comunicação Digital por ela apresentado, sendo a proporcionalidade obtida mediante as regras previstas no subitem 2.8.4.1.</li> </ul>		<b>10</b>
<b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>		<b>70</b>

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

1.3 As licitantes deverão apresentar 4 (quatro) envelopes distintos fornecidos pelo Sesc-DF, conforme descrito no Item 7 do termo de referência;

1.4 Os envelopes devem ser apresentados na seguinte ordem:

1.4.1 **ENVELOPE “A” - QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL - VIA NÃO IDENTIFICADA:** para apresentação do Plano de Comunicação Digital, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) deverá ser apresentado em um caderno único, com orientação em formato retrato e espiral preta colocada no lado esquerdo da página. Isso significa que todas as informações relacionadas ao plano devem estar contidas em um único caderno, com as páginas dispostas na vertical. A espiral preta deve ser posicionada no lado esquerdo do caderno, facilitando a visualização do conteúdo.
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 75 a 90 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 a 90 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- d) espaçamento de 3 cm na margem esquerda, 3 cm na direita, 2,5 cm superior e 2,5 cm inferior a partir das respectivas bordas;
- e) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- f) texto e numeração na Fonte Arial tamanho 12 pontos;
- g) numeração de todas as páginas;
- h) sem identificação da licitante.

1.4.1.1 Os subquesitos Raciocínio Básico e Estratégia de Comunicação Digital e plano de implementação poderão ter gráficos, quadros, tabelas ou planilhas, observadas as seguintes orientações:

- a) poderão ser editados em cores;
- b) os dados e informações poderão estar com tamanho de fonte de 08 a 12;
- c) as páginas em que estiverem inseridas serão:

c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite máximo previsto no subitem 1.4.1.5, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

- 1.4.1.2 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquestito devem ser impressas na orientação paisagem.
- 1.4.1.3 Os exemplos de ações e/ou peças integrantes do subquestito Solução de Comunicação Digital deverão ser conforme a liberalidade do licitante.
- 1.4.1.4 O Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada, não poderá ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação de sua autoria. Dessa forma, não pode ser assinado, rubricado e/ou conter qualquer palavra que possibilite a identificação da licitante, sob pena de desclassificação.
- 1.4.1.5 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Digital e do Plano de Implementação estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas.
- 1.4.1.6 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Digital e seus subquestitos. Essas páginas não serão computadas no limite de páginas previsto no subitem 1.4.1.5.
- 1.4.1.7 A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada com base no Briefing (Anexo III), observadas as seguintes disposições:
- 1.4.1.7.1 **SUBQUESTITO I – RACIOCÍNIO BÁSICO até 8 (oito) pontos** – apresentação em que a licitante descreverá:
- a) análise das características e especificidades do CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;
  - b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas;
  - c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.
- 1.4.1.7.2 **SUBQUESTITO II – ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DIGITAL até 15 (quinze) pontos** – apresentação e defesa da estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação

estabelecidos no *Briefing*, compreendendo:

- a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital.
- b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e tagueamento a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.

1.4.1.7.2.1 **SUBQUESITO III - INOVAÇÃO até 5 (cinco) pontos** - serão consideradas propostas que incrementem a estratégia de forma criativa e traga soluções surpreendentes para os desafios propostos.

1.4.1.7.3 **SUBQUESITO IV – SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL até 15 (quinze) pontos** – apresentação das ações e/ou peças de comunicação digital de acordo com a estratégia proposta, contemplando:

- a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma;

1.4.1.7.3.1 exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta.

1.4.1.7.3.2 detalhamento mencionado na alínea 'a' do subitem 1.4.1.7.3 deve contemplar a especificação, dinâmica ou mecanismo de cada ação e/ou peça de comunicação digital, a explicitação de sua finalidade, seu público-alvo e suas funções táticas no âmbito da estratégia proposta.

1.4.1.7.3.3 Se a proposta da licitante previr número de ações e/ou peças de comunicação digital superior ao limite estabelecido no subitem 1.4.1.5, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea 'a' do subitem 1.4.1.7.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as ações e/ou peças

apresentadas como exemplos e outro para o restante.

- 1.4.1.7.3.4 Os exemplos de ações e/ou peças de comunicação digital de que trata as alíneas 'a' e 'b' do subitem 1.4.1.7.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do seu tipo ou de sua característica e poderão ser apresentados sob a forma de:
  - a) roteiros, *storyboards* e leiautes impressos;
  - b) *storyboards* animados ou *animatics*;
  - c) 'monstros' ou leiautes eletrônicos.
- 1.4.1.7.3.4.1 Os *storyboards* e os leiautes impressos devem preservar a capacidade de leitura das mensagens, sem limitação de cores, com ou sem suporte ou *passee-partout*;
- 1.4.1.7.3.4.2 No *storyboard* animado ou no *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução;
- 1.4.1.7.3.4.3 Nos 'monstros' ou nos leiautes eletrônicos poderão ser inseridos todos os elementos de referência da ação e/ou peça de comunicação digital, como navegabilidade, funcionalidade, imagens em movimento, trilha sonora, voz de personagens e locução.
- 1.4.1.7.3.4.4 O 'monstro' ou leiautes eletrônicos e o *storyboard* animado ou *animatic* deverão ser apresentados em *pen drive*, executável em sistema operacional *Windows*.
- 1.4.1.7.3.4.5 Nessas mídias de apresentação (*pen drive*) não poderão constar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante ou de qualquer anunciante, somente a marca do seu fabricante.
- 1.4.1.7.3.4.6 Os exemplos não serão avaliados sob os critérios geralmente utilizados para peças finalizadas, mas apenas como referências das propostas a serem produzidas, independente da forma escolhida pela licitante para apresentação.
- 1.4.1.7.3.4.7 Para facilitar a comparação com a lista mencionada na alínea 'a' do subitem 1.4.1.7.3, cada exemplo deve conter uma indicação clara do tipo de ação e/ou peça de comunicação digital.

- 1.4.1.7.3.4.8 Os arquivos deverão ser nomeados de acordo com o conteúdo de maneira organizada e clara.
- 1.4.1.7.3.4.9 Para fins de cômputo das ações e/ou peças de comunicação digital que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes regras:
- 1.4.1.7.3.4.9.1 as variações de abordagem ou formato serão consideradas como novos exemplos;
- 1.4.1.7.3.4.9.2 uma ação com várias etapas ou uma peça sequencial será considerada 01 (um) exemplo, se o conjunto transmitir mensagem única;
- 1.4.1.7.3.4.9.3 uma *landpage* e todas as suas páginas serão considerados 01 (um) exemplo;
- 1.4.1.7.3.4.9.4 um vídeo e uma *landpage* que o hospeda serão considerados 02 (dois) exemplos;
- 1.4.1.7.3.4.9.5 um *post* e a *landpage* por ele direcionada serão considerados 02 (dois) exemplos.
- 1.4.1.7.4 **SUBQUESITO V – PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO até 13 (treze) pontos** – a licitante deverá apresentar e defender um plano para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital constantes de sua proposta, contemplando:
- a) cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção e conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos;
- b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica.
- 1.4.1.7.4.1 As licitantes deverão apresentar o orçamento disposto na alínea 'b' do subitem 1.4., com base na verba referencial para investimento, estabelecida no *Briefing* do Anexo III;
- 1.4.1.7.4.2 Todas as ações e/ou peças de comunicação digital que integrem a relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.4.1.7.3.4, deverão estar contempladas no Plano de Implementação, tanto no cronograma como no orçamento.

1.4.2 **ENVELOPE “B” - O PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL - VIA**

**LACRADA E IDENTIFICADA** deverá constituir-se em cópia do Plano de Comunicação Digital - Via Não Identificada, sem os exemplos de ações e/ou peças da Solução de Comunicação Digital, com a finalidade de proporcionar a correlação segura de autoria, observadas as seguintes características:

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

III - estar assinado na última página e rubricado nas demais, por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.4.3 **ENVELOPE “C” - QUESITO 2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO E**

**CERTIFICAÇÕES - VIA LACRADA E IDENTIFICADA**: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, em formato A4 ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.4.3.1 Capacidade de Atendimento será constituída de textos, tabelas, quadros, gráficos, planilhas, diagramas, fotos e outros recursos, que preencham os critérios a seguir:

1.4.3.1.1 **SUBQUESITO I – RELAÇÃO DOS PRINCIPAIS CLIENTES** até 1 (um) **ponto** - a licitante deverá apresentar atestados de prestação de serviços de até 5 (cinco) clientes.

1.4.3.1.2 A comprovação do serviço prestado aos clientes referente ao subquesto I, será efetuada por atestado de prestação de serviços emitido pelo cliente, em documento original, informando ser ou ter sido cliente da licitante por, no mínimo, 12 (doze) meses consecutivos. O mencionado atestado deve fornecer informações detalhadas sobre as soluções de comunicação digital desenvolvidas, especificando o momento inicial do atendimento, delineando claramente o escopo do contrato e enumerando os serviços e produtos oferecidos com os cases inerentes dos seus principais clientes, com o devido período de atendimento.

1.4.3.1.3 **SUBQUESITO II – INFRAESTRUTURA, INSTALAÇÕES E RECURSOS COLOCADOS À DISPOSIÇÃO DO CONTRATANTE até 1 (um) ponto**

- a licitante deverá apresentar atributos da equipe de atendimento ao CONTRATANTE, sob a forma de currículo resumido (deverá constar 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.

1.4.3.1.3.1 A infraestrutura, das instalações e os recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao CONTRATANTE na execução do contrato;

1.4.3.1.4 **SUBQUESITO III – CERTIFICAÇÕES até 2 (dois) pontos** – As certificações apresentadas devem estar em vigor e serem emitidas pelos órgãos competentes reconhecidos, tais como *Google Ads e 400-101 Meta Certified Media Planning Professional*.

1.4.4 **ENVELOPE “D” - QUESITO 3 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO DIGITAL - VIA LACRADA E IDENTIFICADA até 10 (dez) pontos:**

a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as ações e/ou peças de comunicação digital que constituem o quesito, em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.4.4.1 A licitante deverá apresentar 05 (cinco) relatos, cada um com no máximo de 05 (cinco) páginas, em que serão descritas soluções de comunicação digital propostas pela licitante e implementadas por seus clientes, na superação de desafios de comunicação. Cada relato:

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

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

III - não pode referir-se a ações de comunicação digital solicitadas ou aprovadas pelo CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos;

IV – deverá estar formalmente validado pelo respectivo cliente, de forma a atestar a sua autenticidade.

- 1.4.4.2 A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de página de que trata o subitem 1.4.4.1 No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.
- 1.4.4.3 Os Relatos de Soluções de Comunicação Digital, conforme descritos no subitem em questão, devem ter sido executados a partir de um período de três anos anteriores à realização deste certame.
- 1.4.4.4 É permitida a inclusão de até 03 (três) ações e/ou peças de comunicação digital, independentemente do seu tipo ou de sua característica, em cada relato, observando-se as seguintes regras para sua apresentação:
- I – na versão digital: deverão ser fornecidas em *pen drive*, executáveis no sistema operacional *Windows*, podendo integrar o caderno específico previsto no subitem 1.4.4 ou serem apresentadas soltas;
- a) os arquivos enviados digitalmente, deverão ser nomeados de acordo com o conteúdo disponibilizado de maneira organizada e clara.
- II – na versão impressa: poderão integrar o caderno específico previsto no subitem 1.4.4, em papel A4 ou A3 dobrado, ou ser apresentadas soltas, em qualquer formado, dobradas ou não. Em todos os casos, deverá ser preservada a capacidade de leitura dos textos e das mensagens e indicadas suas dimensões originais;
- III - para cada ação e/ou peça de comunicação digital, deverá ser apresentada uma ficha técnica com a indicação sucinta do problema que se propôs a resolver.
- 1.4.4.5 Deve ser desclassificada da concorrência a empresa que descumpra qualquer uma das normas acima apresentadas. A não apresentação de qualquer dos itens acima solicitados configura descumprimento da norma.

## **2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS**

- 2.1 Para Julgamento da licitação, tipo técnica e preço, a avaliação das propostas técnicas será feita por Subcomissão Técnica, constituída por 3 (três)

profissionais da área de comunicação, sendo ao menos 1 deles não-integrante do quadro funcional do Sesc- AR/DF;

- 2.1.1 A escolha dos membros da subcomissão técnica será realizada por indicação da Gerência de Comunicação – CCOM do Sesc- AR/DF.
- 2.2 A Subcomissão Técnica julgará as propostas com base na competência da licitante em cumprir com qualidade cada um dos quesitos de avaliação, utilizando os critérios de julgamento como guias.
- 2.3 Os membros da Subcomissão Técnica analisarão e julgarão as propostas e desclassificarão os que desatenderem as exigências legais ou estabelecidas no edital.
- 2.4 A nota do quesito corresponderá à nota debatida e acordada por todos os membros da Subcomissão Técnica. A nota total de cada licitante corresponderá ao somatório das notas de todos os quesitos.
  - 2.4.1 Na apreciação das Propostas Técnicas será certo que cada licitante receberá um máximo de **70 (setenta) pontos**, distribuídos entre os diversos quesitos de julgamento.
- 2.5 A Subcomissão Técnica observará e reavaliará a pontuação atribuída a um quesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito. Após a reavaliação, a pontuação original poderá ser mantida ou alterada, em função do entendimento consensual da Subcomissão com base nos critérios do edital. As planilhas com as pontuações deliberadas em consenso pelos membros da Subcomissão já deverão conter as pontuações finais, levando em consideração a reavaliação.
  - 2.5.1 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação;
- 2.6 A Subcomissão Técnica elaborará ata de julgamento do Plano de Comunicação Digital e encaminhará à Comissão Permanente de Licitação, juntamente com

as propostas, as planilhas com as pontuações e seus comentários. O procedimento será o mesmo para a Capacidade de Atendimento e relatos de soluções de Comunicação Digital.

**2.7 Será desclassificada a Proposta que:**

- a) não atender às exigências do Edital e de seus Anexos.
- b) As propostas técnicas que não alcançarem uma pontuação mínima de 50 (cinquenta) pontos, de um total de 70 (setenta) pontos possíveis, na análise técnica, serão sujeitas a desclassificação. Esta medida visa assegurar que apenas as propostas que atendam aos requisitos técnicos essenciais sejam consideradas para a etapa subsequente de avaliação, em conformidade com os critérios estabelecidos para concorrência por técnica e preço.
- c) obtiver nota 0 (zero) em quaisquer dos quesitos e subquesitos.
- d) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilita a identificação da autoria do Plano de Comunicação Digital – Via Não Identificada – Envelope “A”.
- e) Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência, podendo ser relevados aspectos puramente formais que não comprometam a lisura e o caráter competitivo da concorrência;

2.8 Serão levados em conta pela Subcomissão Técnica, como critério de julgamento técnico, os seguintes atributos da Proposta Técnica, em cada quesito ou subquesito:

**2.8.1 QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL**

**2.8.1.1 SUBQUESITO 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO:**

- a) entendimento sobre o SESC/AR-DF.
- b) entendimento sobre os problemas de comunicação expostos no Briefing (Anexo III).

**2.8.1.2 SUBQUESITO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DIGITAL**

- a) a adequação da linha temática e conceitual que fundamenta a solução proposta à natureza e às atividades do CONTRATANTE, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;
- b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital do

CONTRATANTE no relacionamento com seus públicos;

c) a consistência técnica da apresentação e defesa das fases e dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Digital pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre o CONTRATANTE, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados;

e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no *Briefing*.

#### 2.8.1.3 **SUBQUESITO 3 - INOVAÇÃO**

a) a avaliação da inovação ocorrerá mediante análise de sua abordagem criativa, adoção de tecnologias emergentes, implementação de estratégias de personalização, segmentação e a complexidade da estratégia apresentada.

#### 2.8.1.4 **SUBQUESITO 4 - SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL**

a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta;

b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*;

c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo;

d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas a que se destinam;

e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;

f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações;

g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível;

h) produção de textos de apoio, tendo em vista os diversos canais.

#### 2.8.1.5 **SUBQUESITO 5 - PLANO DE IMPLEMENTAÇÃO**

a) adequação do cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio

- e dos objetivos de comunicação apresentados no Briefing;
- b) o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no Briefing, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta;
- c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso;
- d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da solução de comunicação digital, se for o caso.

## **2.8.2 QUESITO 2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO**

### **2.8.2.1 SUBQUESITO I - RELAÇÃO DOS PRINCIPAIS CLIENTES**

- a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação digital, o período de atendimento a cada um e a relevância das atribuições específicas da agência durante o período.

### **2.8.2.2 SUBQUESITO II - INFRAESTRUTURA, INSTALAÇÕES E RECURSOS COLOCADOS À DISPOSIÇÃO DO CONTRATANTE**

- a) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao CONTRATANTE na execução do contrato;
- b) a funcionalidade do relacionamento operacional entre o CONTRATANTE e a licitante;

### **2.8.2.3 SUBQUESITO III - CERTIFICAÇÕES**

- a) Para as certificações, a distribuição de pontuação será realizada da seguinte forma:

<b>QUANTIDADE DE CERTIFICAÇÕES</b>	<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA</b>
NENHUMA CERTIFICAÇÃO	0 pontos
1 certificação	1 ponto
2 certificações	2 pontos

- b) As certificações serão avaliadas com uma pontuação máxima de 2 pontos, independentemente do número de certificados apresentados.

## **2.8.3 QUESITO 3 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO DIGITAL**

- a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na

- proposição da solução de comunicação digital em cada relato;
- b) a evidência de planejamento e execução de uma estratégia completa e diversificada, abrangendo os diversos ramos da comunicação digital;
- c) a demonstração de que a solução de comunicação digital contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;
- d) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos;
- e) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente;
- f) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.

**2.8.4 Aos quesitos ou subquesitos serão atribuídos, pela Subcomissão Técnica, no máximo, os seguintes pontos:**

QUESITOS		PONTUAÇÃO MÁXIMA
1. Plano de Comunicação Digital		<b>56</b>
<b>SUBQUESITOS</b>	VI. Raciocínio Básico	8
	VII. Estratégia de Comunicação Digital	15
	VIII. Inovação	5
	IX. Solução de Comunicação Digital	15
	X. Plano de Implementação	13
2. Capacidade de Atendimento		<b>4</b>
<b>SUBQUESITOS</b>	IV. Relação dos principais clientes	1
	V. Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição do contratante	1
	VI. Certificações <ul style="list-style-type: none"> <li>• Google Ads Vídeo do google ads</li> <li>• Criativos do google ads</li> <li>• META - 400-101 profissional de planejamento de mídia certificado pela meta</li> <li>• 300-101 profissional de estratégia criativa certificado pela meta</li> </ul>	2
3. Relatos de Soluções de Comunicação Digital <ul style="list-style-type: none"> <li>• A pontuação da licitante para esse quesito será diretamente proporcional a quantidade de Relatos de Soluções de Comunicação Digital por ela apresentado, sendo a</li> </ul>		<b>10</b>

proporcionalidade obtida mediante as regras previstas no subitem 2.8.4.1.	
<b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>	<b>70</b>

- 2.8.4.1 Se a licitante não observar a quantidade estabelecida no subitem 1.4.4.1 deste Anexo para apresentação dos Relatos de Soluções de Comunicação Digital, sua pontuação máxima, nesse quesito, será proporcional à quantidade de relatos por ela apresentada, sendo a proporcionalidade obtida mediante a aplicação de regra de três simples, em relação à sua pontuação máxima prevista no subitem 2.8.4;
- 2.8.4.2 A pontuação de cada quesito corresponderá à média aritmética dos pontos atribuídos por cada membro da Subcomissão Técnica, considerando-se 01 (uma) casa decimal;
- 2.8.4.3 A pontuação final da Proposta Técnica de cada licitante corresponderá à soma dos pontos dos 04 (quatro) quesitos: Plano de Comunicação Digital; Capacidade de Atendimento; Certificações e Relatos de Soluções de Comunicação Digital;
- 2.8.4.4 Será classificada em primeiro lugar, na fase de julgamento da Proposta Técnica, a licitante que obtiver a maior pontuação.
- 2.8.5 **DO DESEMPATE** - Se houver empate que impossibilite a identificação automática da melhor Proposta Técnica, será considerada como classificada em primeiro lugar a licitante que tiver obtido a maior pontuação, sucessivamente, nos quesitos Plano de Comunicação Digital, Relatos de Soluções de Comunicação Digital e Capacidade de Atendimento;
- 2.8.5.1 Persistindo o empate, a decisão será determinada com base no critério do maior desconto oferecido pelas licitantes em suas propostas de preços. Este desconto, expresso em termos percentuais ou monetários, será utilizado como critério de desempate para garantir uma escolha objetiva e fundamentada.

**ANEXO III - BRIEFING****1. SITUAÇÃO GERAL****O SESC DF**

O Serviço Social do Comércio - SESC, no Distrito Federal, criado em 03 de janeiro de 1966, é uma instituição privada, sem fins lucrativos, mantida por contribuição social de caráter compulsório, criada por lei, incidente sobre a folha de pagamento de empresas do setor de comércio de bens, serviços e turismo e por recursos próprios decorrentes de prestação de serviços.

A contribuição é de 1,5% sobre o total da folha de pagamento das empresas contribuintes, classificadas por grupo: Comércio Atacadista, Varejista, Armazenador, Agentes Autônomos do Comércio, Turismo e Hospitalidade, Atividades de Serviços de Saúde e Empresas Estatais, conforme disposições contidas na Lei nº. 5.107 de 13/09/1966.

O SESC-DF atua na promoção do bem-estar social, melhoria da qualidade de vida e no desenvolvimento sociocultural do trabalhador no comércio de bens, serviços e turismo e de sua família. Embora seja este o público prioritário, o SESC-DF contribui, no âmbito de suas áreas de atuação, para o acesso a melhores condições de vida para a sociedade como um todo.

As áreas de atuação da instituição são: saúde, educação, esporte/lazer, turismo, assistência social e cultura. São oferecidos de forma sistemática serviços e programações diversas dentro de tais áreas.

Atualmente a Instituição, cuja Sede está localizada no Trecho 2, do SIA, conta com oito unidades operacionais distribuídas no Distrito Federal, relacionadas a seguir:

- Sesc Ceilândia – Bartolomeu Martins
- Sesc Taguatinga Norte – Valdenir Machado
- Sesc Guará – Milton Carlos
- Sesc 913 Sul – Mitri Moufarrege
- Sesc 504 Sul - Alberto Vilaro
- Sesc Setor Comercial Sul – Presidente
- Sesc Gama
- Sesc Taguatinga Sul

E outras quatro unidades que já estão em processo de planejamento: Asa Norte, Núcleo Bandeirante, Brazlândia e Planaltina.

Além dessas unidades fixas, o SESC-DF possui oito unidades móveis, sendo três para Odontologia, duas para Nutrição, duas para Biblioteca, uma para credenciamento. Estas unidades sempre estão sendo modernizadas e reestruturadas para melhor atender os mais de 234 mil comerciários, dependentes e usuários credenciados no SESC-DF, de uma clientela potencial de 800 mil comerciários.

A Instituição está constantemente empenhada em oferecer à sua clientela uma diversificação de serviços, de forma criativa, sempre compromissada com o exercício da Responsabilidade Social.

Ainda que o público principal do Sesc sejam os comerciários e seus dependentes, mesmo quem não se encaixa nessa categoria pode se credenciar ao Sesc e disfrutar dos benefícios. As categorias de credenciamento são: comerciários e dependentes; público geral; conveniados e gerontologia. Os valores dos serviços oferecidos variam de acordo com tais categorias, mas se mantêm sempre acessíveis e extremamente competitivos se comparados aos valores de mercado. No link a seguir é possível verificar uma relação de todos os nossos serviços e os valores respectivos de cada categoria:

### **NOSSA ATUAÇÃO NO DF**

O SESC-DF possui a maior rede de teatros e é referência na produção cultural no Distrito Federal.

As ações na área de esporte são notórias: as etapas anuais do circuito nacional de tênis (Sesc Aberto de Tênis), o principal campeonato entre cidades do DF no futsal, além de possuir um parque aquático incomparável no DF.

Na saúde, realiza atendimentos médicos e odontológicos de qualidade e acessíveis, como, aliás, são todos os serviços oferecidos pelo Sesc.

Atua na educação infantil (Edusesc) com a mesma proposta: qualidade elevada a preços mais acessíveis, nas unidades de Ceiândia, Taguatinga Norte e Gama. Além de professores qualificados e conteúdo pedagógico de excelência, nesta frente o SESC-DF tem investido para agregar inovações importantes para os estudantes - um exemplo são os Espaços Maker, nas unidades de Taguatinga e da 504 Sul, onde as crianças são estimuladas a trabalhar de forma lúdica e prática, contando com equipamentos modernos, como impressoras 3D.

O Sesc também oferece alimentação de qualidade em restaurantes instalados em suas principais unidades, com suporte de uma gerência específica de nutrição oferecendo serviço por quilo, take out e iFood.

A ação social do Sesc-DF é reconhecida pela sociedade, levando serviços e atendimento social para as comunidades. Mais do que isso, nos últimos anos tem trabalhado fortemente o Grupo dos Mais Vividos (GMV), levando qualidade de vida e entretenimento para mais de 1.300 idosos em todo o DF. Outro projeto em andamento é o VOAR, que atende crianças e famílias em situação de vulnerabilidade.

O Turismo Social do Sesc é outra frente de atuação, oferecendo aos comerciários pacotes de viagens completos para os melhores destinos do Brasil.

Diariamente, o SESC-DF desenvolve programações diversificadas para o comerciário e sua família. Em qualquer uma das oito Unidades Operacionais, sempre haverá ações sendo promovidas nas diversas áreas de atuação – educação, saúde, cultura, lazer e assistência - buscando-se o bem-estar e a melhoria da qualidade de vida das pessoas.

A Gerência de Comunicação e Marketing - CCOM do SESC-DF identificou, por meio de pesquisa realizada nas unidades operacionais, que a maior parte do público encontra-se na faixa etária entre 24 e 45 anos, e as áreas de maior conhecimento quanto à atuação são as de cultura, esporte e lazer.

No ano de 2023, o Sesc DF veiculou uma campanha publicitária propondo um novo posicionamento para a marca. É comum as pessoas confundirem a atuação do Sesc com a do poder público - afinal, ambos prestam serviços para a população e, muitas vezes, nas mesmas áreas.

A proposta do Sesc é oferecer serviços gratuitos ou pagos, mas sempre acessíveis ao público. Além de acessíveis, os atendimentos na saúde, no lazer, na cultura e em todas as áreas do Sesc são pautados pela busca da excelência: o Sesc acredita que o serviço público deve ser acessível às pessoas e entregue com qualidade indiscutível. Esta é a percepção que queremos que as pessoas tenham.

A campanha apresentou, assim, o conceito institucional "Sesc. Tem tudo e muito mais", uma assinatura que procura pontuar os diversos serviços que oferecemos à população do DF.

## **MISSÃO**

Contribuir para o bem-estar humano dos empregados do setor de comércio de bens, serviços e turismo do Distrito Federal, em especial daqueles de menor poder aquisitivo, através do atendimento nas áreas de Educação, Saúde, Alimentação, Cultura, Ação Social,

Esporte, Turismo Social e Lazer e, em caráter complementar, atender os segmentos mais carentes e vulneráveis da sociedade, por meio de projetos específicos.

## **VISÃO**

Ser reconhecido pela excelência e inovação na prestação de serviços sociais à clientela do SESC no Distrito Federal.

## **VALORES**

- Agir com ética e profissionalismo;
- Ser responsável;
- Valorizar o trabalho em equipe;
- Atender aos clientes com educação e presteza;
- Respeitar o meio ambiente.

## **OBJETIVOS ESTRATÉGICOS PARA 2024:**

Assegurar que a receita própria cubra pelo menos 50% das despesas correntes

Atingir o NPS em 6,5 na avaliação geral do Sesc

Ampliar em 20% o número de participação do público jovem (12 a 25 anos) matriculado nas unidades do SESC-DF

Aumentar em 30% a meta de atendimento e buscar zerar a vacância nas atividades sistemáticas

Garantir que ao menos 80% dos sistemas operacionais consigam atender de forma eficiente e ágil os clientes internos e externos

Alcançar 80% da base de clientes assíduos, por meio dos canais de

comunicação, divulgando os serviços.

## **ESTRUTURA ORGANIZACIONAL**

A Administração Regional do SESC-DF é composta pelo Conselho Regional, órgão deliberativo, e pelo Departamento Regional, órgão executivo. A Presidência do Conselho Regional é exercida pelo Presidente da Federação do Comércio, conforme art.23-A e art.28, inciso II, do Regulamento do SESC, aprovado pelo Decreto nº. 61.836, de 5 de dezembro de 1967, alterado pelo Decreto nº. 5.725, de 16 de março de 2006.

O Departamento Regional é dirigido por um Diretor Regional, indicado e formalmente designado pelo Presidente do Conselho Regional, conforme estabelecido no art. 27, §§ 1º e 2º do Regulamento do SESC.

As Divisões são dirigidas por chefes de Divisão; as Assessorias, por Chefes de Assessoria; as Gerências por Gerentes de Área; e os Centros de Atividades e as Unidades Operacionais, que são geridos por Gerentes e Diretor Pedagógico.

## **DESAFIO DE COMUNICAÇÃO**

A constante inovação e rápida transformação presente nos meios digitais tornam acompanhar tendências e se adaptar ao comportamento da população nesses meios um desafio necessário a fim de manter a relevância da instituição e dos conteúdos produzidos, além da aderência e identificação com o público-alvo. Esse desafio se intensifica no contexto do SESC-DF, que possui 8 unidades operacionais, 6 grandes áreas de atuação e oferece inúmeros serviços e atividades em cada uma delas. Desta forma, a divulgação de serviços, unidades e programações é bastante complexa.

Manter todas as áreas, atividades, unidades e programações com destaque, além de transformar as informações em um conteúdo interessante e de acordo com a linguagem de cada rede específica só é possível através de um planejamento cuidadoso que combine as pautas, acompanhe as tendências e se utilize de muita criatividade. Além disso, é essencial explorar diferentes plataformas para manter contato com os públicos da instituição, que podem variar bastante, como por exemplo: credenciados que devem ser fidelizados e idealmente transformados de clientes em brand lovers (promotores da marca); frequentadores de diferentes

unidades, os quais precisam receber informações sobre funcionamento e programações constantemente; não credenciados que precisam passar por um funil de conteúdo visando o credenciamento; etc.

## **1. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO – GERAL E ESPECÍFICOS**

A estratégia de comunicação a ser apresentada deve considerar a unidade do Sesc Taguatinga Sul/DF, compreendendo todos os seus serviços e atividades sistemáticas.

É desejada a proposição de estratégias nas quais diferentes plataformas sejam sugeridas, bem como outras táticas e inovações que possam constar na proposta.

Seguem informações sobre a unidade:

### **UNIDADE SESC TAGUATINGA SUL**

- Área Total (m<sup>2</sup>): 17863
- Área Utilizada (m<sup>2</sup>) : 2221

### **INSTALAÇÕES**

- Lanchonete
- Salas para esporte: musculação, ginástica e dança
- Vestiários
- Parque aquático infantil
- 1 piscina semiolímpica
- Recreação livre
- 4 churrasqueiras
- 2 campos de futebol de grama sintética
- 1 quiosque multiuso
- Complexo de tênis composto por 4 quadras e 1 paredão
- Salas múltiplas funções
- Área médica (Clínica Geral, Endocrinologista, Urologia, Psicologia e Nutrição Esportiva)
- Boutique esportiva
- Tenda Acústica Tensionada
- Gibiteca
- Sala de ciências
- Quadra poliesportiva

- Central de Atendimento ao cliente

Diariamente, recebemos em nossa unidade cerca de 700 pessoas.

### DESENVOLVIMENTO FÍSICO ESPORTIVO E LAZER– DFEL

**Unidade: Sesc Taguatinga Sul**

**Mês: Fevereiro**

MODALIDADES	TURMAS	ALUNOS	%	CAPACIDADE INSTALADA
MUSCULAÇÃO		1189	99,08	1200
NATAÇÃO	42	793	105,73	750
HIDROGINÁSTICA	16	495	103,13	480
PACOTE FITNESS/ PILATES/CICLISMO	1	112	93,33	120
TENIS	59	624	105,76	590
SESC OLIMPICO NATAÇÃO	1	19	95,00	20
CLUBE DE CORRIDA	1	5	25,00	20
PILATES	5	81	117,39	69
BALLET	11	70	48,28	145
KID + SESC	2	26	65,00	40
<b>TOTAL</b>	<b>138</b>	<b>3414</b>	<b>99,42</b>	<b>3434</b>

**Tabela 1 - Dados Unidade Taguatinga Sul, fevereiro 2024**

Com capacidade Instalada de 3.434, dentre esses: 981 comerciários; 1.148 dependentes de comerciários; 367 usuários; 537 conveniados; 114 funcionários e 210 gerontologia.

Temos 48,50% dos matriculados do sexo masculino e 51,50% do sexo feminino considerando valores gerais.

Quanto às idades dos matriculados em nossas atividades da unidade de Taguatinga Sul, a distribuição ocorre da seguinte forma:

- 03 a 10 anos – 267
- 11 a 20 anos – 342
- 21 a 30 anos – 375
- 31 a 40 anos – 580
- 41 a 50 anos – 624

- 51 a 60 anos – 568
- 61 a 70 anos – 442
- 71 a 80 anos – 132
- 81 a 90 anos – 25
- 91 a 99 – 02

Para se candidatar às vagas das modalidades, é necessário ter carteirinha vigente do SESC-DF, preencher o Questionário de Prontidão para atividade física, realizar exame de pele para atividades aquáticas e apresentar atestado de saúde cardiológico no caso de usuários acima de 70 anos.

Tabela de preços e de disponibilidade em tempo real das atividades podem ser encontradas no portal [www.sescdf.com.br](http://www.sescdf.com.br) e canais de comunicação do Sesc-DF.

## **2. PÚBLICOS-ALVO**

Credenciados e potenciais novos clientes.

## **3. PRAÇAS**

Taguatinga Sul/DF e região de acordo com justificativa.

## **4. PERÍODO**

Até 3 meses de Campanha.

## **5. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO**

O valor total do investimento deverá ser de no máximo 1 milhão de reais.

## **ANEXO IV – APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇO**

### **1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

- 1.1. **Proposta de Preços – Envelope “E”** - devidamente preenchida apenas com as informações constantes no modelo Anexo V deste termo de referência.
- 1.2. O percentual de desconto a ser concedido ao CONTRATANTE, incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de Estimativa de Preço, constante do Anexo VI deste termo de referência.
- 1.3. o prazo de validade da proposta não será inferior a 90 (noventa) dias, contados da data marcada para o seu recebimento, ficando estabelecido que, na omissão, será considerado esse prazo.
- 1.4. 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.

### **2. JULGAMENTO DA PROPOSTA DE PREÇOS**

- 2.1. As Propostas de Preços das licitantes classificadas no julgamento das Propostas Técnicas serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas no Edital.
- 2.2. Os envelopes com as Propostas de Preços das licitantes desclassificadas ficarão sob a guarda da Comissão Permanente de Licitação.
- 2.3. A Comissão Especial ou Permanente de Licitação verificará o correto preenchimento pela licitante, das informações apresentadas na sua Proposta de Preços, conforme modelo do Anexo V deste termo de referência.
- 2.4. Será desclassificada qualquer Proposta de Preços que apresente condições adicionais para a entrega dos serviços, não inclua todas as informações solicitadas neste Anexo.
- 2.5. A avaliação da proposta de preço será realizada por meio da atribuição de notas ao quesito a ser valorado, conforme tabela a seguir:

QUESITO	NOTAS (N)	NOTA MÁXIMA DO QUESITO
Percentual de desconto a ser concedido ao CONTRATANTE, incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de Estimativa de Preços Unitários dos Serviços, constante do Anexo VI deste termo de referência.	Desconto igual a 0%: $N = 0,0$ Desconto linear de 0,0% a 3%. $N = (3 \times \text{Desconto concedido pela licitante}) \times 100$	Pontuação Máxima: 9
	Desconto linear de 3,1% a 7%. $N = (3 \times \text{Desconto concedido pela licitante}) \times 100$	Pontuação Máxima: 21
	Desconto linear de 7,1% a 12%. $N = (2,5 \times \text{Desconto concedido pela licitante}) \times 100$	Pontuação Máxima: 30
<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA DA PROPOSTA DE PREÇOS</b>		<b>30 (TRINTA) PONTOS</b>

- 2.6. Na apreciação das Propostas de Preços será certo que cada licitante receberá um máximo de **30 (trinta) pontos**.
- 2.7. A avaliação das propostas de Preços de cada licitante será determinada pela pontuação máxima atribuída ao quesito baseado no cálculo do desconto concedido pela licitante, conforme estabelecido na tabela precedente.
- 2.8. Não se considerará, como critério de classificação e nem de desempate das propostas, qualquer oferta de vantagem não prevista no edital.
- 2.9. Quaisquer tributos, custos e despesas diretos ou indiretos omitidos da proposta ou incorretamente cotados, serão considerados como inclusos nos preços, não sendo considerados pleitos de acréscimos, a esse ou a qualquer título, devendo os serviços ser fornecidos ao Sesc-DF sem ônus adicionais.
- 2.10. A apresentação da proposta implicará na plena aceitação, por parte da licitante, das condições estabelecidas neste edital e seus anexos.
- 2.11. Não serão admitidos cancelamentos, retificações de preços ou alterações nas condições estabelecidas, uma vez abertas as propostas. Os erros, equívocos e omissões havidas nas cotações de preços serão de inteira responsabilidade do respectivo proponente.

- 2.12. Em conformidade com o subitem 2.8.5 do Anexo II, caso persista o empate após a aplicação do desempate por meio dos critérios técnicos, a decisão será determinada com base no critério do maior desconto concedido pelas licitantes. Este desconto, expresso em termos percentuais, será utilizado como critério de desempate em segunda instância, assegurando uma seleção objetiva e fundamentada.

**ANEXO V – MODELO DE PROPOSTAS DE PREÇO**

À Comissão Permanente de Licitação

Concorrência nº **xx/2024** – Sesc-AR/DF

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

a. O percentual de desconto de .....% (.....por cento), a ser concedido ao CONTRATANTE, será aplicado de maneira linear sobre os valores listados na Planilha de Estimativa presente no Anexo VI deste termo de referência. Este desconto foi estabelecido considerando os preços praticados no mercado e abrange todos os custos diretos e indiretos, incluindo frete, tributos e/ou taxas, impostos e encargos sociais, seguro e demais custos necessários para a completa execução do objeto. A seguir, apresenta-se a tabela de Preços ajustada após a aplicação do mencionado desconto sobre os valores médios unitários de cada serviço a ser executado:

<b>TABELA DE PREÇOS – SERVIÇOS DIGITAIS</b>					
<b>ITEM</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>UN</b>	<b>QUANT</b>	<b>VALOR MÉDIO UNITÁRIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
1	Criação e produção de ícone - Baixa complexidade	UND	2		
2	Criação e produção de ícone - Média complexidade	UND	2		
3	Adaptação ou replicação de tela - Baixa complexidade	UND	2		
4	Adaptação ou replicação de tela - Média complexidade	UND	2		
5	Adaptação ou replicação de tela - Alta complexidade	UND	2		

6	Elemento Gráfico para Propriedade Digital - Baixa	UND	2		
7	Elemento Gráfico para Propriedade Digital - Alta	UND	2		
8	Roteirização de apresentação - Baixa complexidade	UND	2		
9	Roteirização de apresentação - Média complexidade	UND	2		
10	Roteirização de apresentação - Alta complexidade	UND	2		
11	Diagramação de Apresentação - Baixa complexidade	UND	2		
12	Diagramação de Apresentação - Média complexidade	UND	2		
13	Diagramação de Apresentação - Alta complexidade	UND	2		
14	Diagnóstico e Matriz Estratégica - Baixa complexidade	UND	2		
15	Diagnóstico e Matriz Estratégica - Média complexidade	UND	2		
16	Diagnóstico e Matriz Estratégica - Alta complexidade	UND	2		
17	Diagnóstico de TI	UND	2		
18	Diagnóstico de Conteúdo	UND	2		
19	Planejamento de Conteúdo	UND	2		
20	Gestão da Rede de Influenciadores Digitais - Baixa Complexidade	UND	2		
21	Gestão da Rede de Influenciadores Digitais - Média Complexidade	UND	2		
22	Gestão da Rede de Influenciadores Digitais - Alta Complexidade	UND	2		

23	Planejamento Estratégico de Comunicação Digital	UND	1		
24	Arquitetura de Propriedade Digital - Baixa complexidade	UND	1		
25	Arquitetura de Propriedade Digital - Média complexidade	UND	1		
26	Arquitetura de Propriedade Digital - Alta complexidade	UND	1		
27	Criação/Adequação de Layout de Propriedade Digital	UND	2		
28	Projeto Editorial	UND	2		
29	Plano de Tagueamento de Propriedade Digital - Baixa complexidade	UND	2		
30	Plano de Tagueamento de Propriedade Digital - Média complexidade	UND	2		
31	Plano de Tagueamento de Propriedade Digital - Alta complexidade	UND	2		
32	Migração de Conteúdo - Baixa complexidade	UND	2		
33	Migração de Conteúdo - Média complexidade	UND	2		
34	Migração de Conteúdo - Alta complexidade	UND	2		
35	Migração de Conteúdo - Altíssima complexidade	UND	2		
36	Desenvolvimento de Estudo de Usabilidade	UND	1		
37	Escopo Funcional de Módulo	UND	1		
38	Escopo Técnico de TI	UND	1		
39	Escopo Funcional de Propriedade Digital - Baixa Complexidade	UND	1		
40	Escopo Funcional de Propriedade Digital - Média Complexidade	UND	1		
	Escopo Funcional de Propriedade Digital -				

41	Alta Complexidade	UND	1		
42	Relatório de Análise de Propriedade Digital	UND	2		
43	Relatório “Relatar Erros”	UND	2		
44	Relatório de Business Intelligence (BI) de Propriedade Digital (Site/Portal e Blog)	UND	2		
45	Relatório de Desempenho de Redes Sociais	UND	2		
46	Relatório de Análise de Ação de Comunicação em Propriedade Digital e suas Respectivas Redes - Baixa complexidade	UND	2		
47	Relatório de Análise de Ação de Comunicação em Propriedade Digital e suas Respectivas Redes - Média complexidade	UND	2		
48	Relatório de Análise de Ação de Comunicação em Propriedade Digital e suas Respectivas Redes - Alta complexidade	UND	2		
49	Relatório Estratégico Gerencial de Monitoramento	UND	2		
50	Relatório de monitoramento	UND	2		
51	Relatório Gerencial Consolidado de Propriedade Digital	UND	1		
52	Montagem e Criação de Capa/Página de Site/Portal - Baixa complexidade	UND	2		
53	Montagem e Criação de Capa/Página de Site/Portal - Média complexidade	UND	2		
54	Montagem e Criação de Capa/Página de Site/Portal - Alta complexidade	UND	2		
55	Atualização de Página Principal de Site/Portal - Baixa complexidade	UND	2		
56	Atualização de Página Principal de Site/Portal - Média complexidade	UND	2		
57	Atualização de Página Principal de	UND	2		

	<b>Sítio/Portal - Alta complexidade</b>				
58	<b>Pauta - Baixa Complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>		
59	<b>Pauta - Média Complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>		
60	<b>Pauta - Alta Complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>		
61	<b>Edição de Texto em Língua Estrangeira - Baixa Complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>		
62	<b>Edição de Texto em Língua Estrangeira - Média Complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>		
63	<b>Edição de Texto em Língua Estrangeira - Alta Complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>		
64	<b>Elaboração de Texto em Língua Estrangeira - Baixa Complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>		
65	<b>Elaboração de Texto em Língua Estrangeira - Média Complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>		
66	<b>Elaboração de Texto em Língua Estrangeira - Alta Complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>		
67	<b>Edição de Texto em Língua Portuguesa - Baixa Complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>		
68	<b>Edição de Texto em Língua Portuguesa - Média Complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>		
69	<b>Edição de Texto em Língua Portuguesa - Alta Complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>		
70	<b>Elaboração de Texto em Língua Portuguesa - Baixa Complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>		
71	<b>Elaboração de Texto em Língua Portuguesa - Média Complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>		
72	<b>Elaboração de Texto em Língua Portuguesa - Alta Complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>		
73	<b>Pesquisa Iconográfica</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>		
74	<b>Capacitação para Publicação de Conteúdo - Baixa Complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>		
75	<b>Capacitação para Publicação de Conteúdo - Média Complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>		

76	Capacitação para Publicação de Conteúdo - Alta Complexidade	UND	2		
77	Publicação de Conteúdo	UND	2		
78	Banner - Baixa Complexidade	UND	2		
79	Banner - Média Complexidade	UND	2		
80	Banner - Alta Complexidade	UND	2		
81	Adaptação de Banner - Baixa Complexidade	UND	2		
82	Adaptação de Banner - Média Complexidade	UND	2		
83	Adaptação de Banner - Alta Complexidade	UND	2		
84	Disparo de Mensagens Instantâneas - Baixíssima complexidade	UND	2		
85	Disparo de Mensagens Instantâneas - Baixa complexidade	UND	2		
86	Disparo de Mensagens Instantâneas - Média complexidade	UND	2		
87	Disparo de Mensagens Instantâneas - Alta complexidade	UND	2		
88	Disparo de Mensagens Instantâneas - Altíssima complexidade	UND	2		
89	Disparo de mensagens – Desenvolvimento do canal de informação	UND	2		
90	Disparo de mensagens – Desenvolvimento de chatbot para whatsapp	UND	2		
91	Disparo de mensagens - Envio de Informação Mensais	UND	2		
92	Disparo de mensagens - Integração	UND	2		
93	Disparo de mensagens - Relatórios e Entrega	UND	2		
94	Disparo de mensagens - Treinamento e Transferência de Conhecimento	UND	2		

95	Disparo de mensagens - Estudos, Análises e Diagnósticos	UND	2		
96	Disparo de mensagens - Programa de Proteção de Dados	UND	2		
97	Disparo de mensagens - Estudos, Análises e Diagnósticos	UND	2		
98	Transmissão ao Vivo para Ambiente Digital	UND	2		
99	Vídeo Reportagem - Baixa Complexidade	UND	2		
100	Vídeo Reportagem - Média Complexidade	UND	2		
101	Vídeo Reportagem - Alta Complexidade	UND	2		
102	Vídeo Reportagem - Altíssima Complexidade	UND	2		
103	Vídeo Depoimento - Baixa Complexidade	UND	2		
104	Vídeo Depoimento - Média Complexidade	UND	2		
105	Vídeo Premium - Baixa Complexidade	UND	2		
106	Vídeo Premium - MédiaComplexidade	UND	2		
107	Vídeo Premium - Alta Complexidade	UND	2		
108	Vídeo Premium - Altíssima Complexidade	UND	2		
109	Vídeo Colagem	UND	2		
110	Legendagem de Vídeo - Baixa complexidade	UND	2		
111	Legendagem de Vídeo - Média complexidade	UND	1		
112	Legendagem de Vídeo - Alta complexidade	UND	1		
113	Legendagem de Vídeo - Altíssima complexidade	UND	1		
114	Reedição de Vídeo - Baixa Complexidade	UND	2		
115	Reedição de Vídeo - Média Complexidade	UND	2		
116	Reedição de Vídeo - Alta Complexidade	UND	2		

117	Transcrição de Vídeo - Baixa Complexidade	UND	2		
118	Transcrição de Vídeo - Média Complexidade	UND	2		
119	Transcrição de Vídeo – Alta Complexidade	UND	2		
120	Corte de Vídeo	UND	2		
121	Troca de Vinheta	UND	2		
122	Criação de Vinheta	UND	2		
123	Libras em Vídeo	UND	2		
124	Audiodescrição em Vídeo - Baixa complexidade	UND	2		
125	Audiodescrição em Vídeo - Média complexidade	UND	2		
126	Audiodescrição em Vídeo - Alta complexidade	UND	1		
127	Conteúdo para Redes Sociais - Baixa complexidade	UND	1		
128	Conteúdo para Redes Sociais - Média complexidade	UND	1		
129	Conteúdo para Redes Sociais - Alta complexidade	UND	1		
130	Manual de Boas Práticas para Indexação de Conteúdo	UND	1		
131	Elaboração de Manual Textual - Baixa Complexidade	UND	1		
132	Elaboração de Manual Textual - Média Complexidade	UND	1		

133	Elaboração de Manual Textual - Alta Complexidade	UND	1		
134	Elaboração de Manual Visual (Guia de Estilo) - Baixa Complexidade	UND	1		
135	Elaboração de Manual Visual (Guia de Estilo) - Média Complexidade	UND	1		
136	Elaboração de Manual Visual (Guia de Estilo) - Alta Complexidade	UND	1		
137	Elaboração de Manual Visual (Guia de Estilo) - Expresso	UND	1		
138	Diagramação de Manual - Baixa	UND	1		
139	Diagramação de Manual - Média	UND	1		
140	Diagramação de Manual - Alta	UND	1		
141	Diagramação de Manual – Expresso	UND	1		
142	Criação de Item Novo em Manual Visual	UND	2		
143	Edição de Página em Manual Visual - Baixa Complexidade	UND	2		
144	Edição de Página em Manual Visual - Média Complexidade	UND	2		
145	Projeto Gráfico de Manual	UND	2		
146	Atualização de Manuais Orientadores - Baixa Complexidade	UND	2		
147	Atualização de Manuais Orientadores - Média Complexidade	UND	2		
148	Atualização de Manuais Orientadores - Alta Complexidade	UND	2		
149	Atualização de Manuais Orientadores - Altíssima Complexidade	UND	2		
150	Disparo de E- mail Marketing – Boletim Eletrônico	UND	2		

151	Disparo de E- mail Marketing	UND	2		
152	Gestão e Manutenção de Departamentos (Sublistas) – E-mail Marketing	UND	2		
153	Atendimento Técnico - Baixa Complexidade	UND	2		
154	Atendimento Técnico - Média Complexidade	UND	2		
155	Atendimento Técnico - Alta Complexidade	UND	1		
156	Podcast	UND	2		
157	Reedição de Áudio	UND	2		
158	Fotografia Still - Baixa Complexidade	UND	2		
159	Fotografia Still - Média Complexidade	UND	1		
160	Fotografia Still - Alta Complexidade	UND	1		
161	Plano tático de projeto	UND	2		
162	Plano de inbound marketing	UND	1		
163	Planejamento de conteúdo para sites e portais	UND	1		
164	Planejamento para redes sociais	UND	1		
165	Planejamento para gestão de crise	UND	1		
166	Planejamento de campanha/ação digital	UND	1		
167	Plano de escopo e matriz estratégica	UND	1		
168	Diagnóstico digital da marca	UND	1		
169	Planejamento de régua de relacionamento	UND	1		
170	Estudo e criação de brand persona	UND	1		
171	Diagnóstico de SEO	UND	1		
172	Diagnóstico de acessibilidade	UND	1		
173	Plano de projeto de desenvolvimento	UND	1		

174	Benchmarking	UND	1		
175	Guia gráfico de ux/ui	UND	1		
176	Peças de mídia	UND	2		
177	E-mail marketing	UND	1		
178	Infográfico Baixa Complexidade	UND	1		
179	Infográfico Média Complexidade	UND	1		
180	Infográfico Alta Complexidade	UND	1		
181	Perfil, capa e post para redes sociais Baixíssima complexidade	UND	1		
182	Perfil, capa e post para redes sociais Baixa complexidade	UND	2		
183	Perfil, capa e post para redes sociais Média complexidade	UND	2		
184	Vídeo gravação de eventos Baixa complexidade	UND	1		
185	Vídeo gravação de eventos Média complexidade	UND	1		
186	Vídeo gravação de eventos Alta complexidade	UND	1		
187	Vídeo bumper (youtube) Baixa complexidade	UND	1		
188	Vídeo bumper (youtube) Média complexidade	UND	1		
189	Vídeo bumper (youtube) Alta complexidade	UND	1		
190	Vídeo animação (motion ou cartelado) Baixa complexidade	UND	1		
191	Vídeo animação (motion ou cartelado) Média complexidade	UND	1		
192	Vídeo animação (motion ou cartelado) Alta complexidade	UND	1		
193	Vídeo animação (motion ou cartelado) Altíssima complexidade	UND	1		

194	Vídeo campanha Baixa Complexidade	UND	1		
195	Vídeo campanha Média Complexidade	UND	1		
196	Vídeo campanha Alta Complexidade	UND	1		
197	Vídeo campanha Altíssima Complexidade	UND	1		
198	Tutoriais Baixa complexidade	UND	1		
199	Tutoriais Média complexidade	UND	1		
200	Tutoriais Alta complexidade	UND	1		
201	Videocasts	UND	1		
202	Edição de podcasts Baixíssima complexidade	UND	1		
203	Edição de podcasts Baixa complexidade	UND	1		
204	Edição de podcasts Média complexidade	UND	1		
205	Edição de podcasts Alta complexidade	UND	1		
206	Edição de podcasts Altíssima complexidade	UND	1		
207	Roteirização de vídeo e podcasts Baixíssima Complexidade	UND	1		
208	Roteirização de vídeo e podcasts Baixa Complexidade	UND	1		
209	Roteirização de vídeo e podcasts Média Complexidade	UND	1		
210	Roteirização de vídeo e podcasts Alta Complexidade	UND	1		
211	Adaptação de conteúdo para novos canais	UND	1		
212	Gestão de conteúdo entregável	UND	1		
213	Redação de mensagem para disparo	UND	1		
214	Moderação de redes sociais - conteúdo com vertente de atendimento Baixa Complexidade	UND	1		

215	Moderação de redes sociais - conteúdo com vertente de atendimento Média Complexidade	UND	1		
216	Moderação de redes sociais - conteúdo com vertente de atendimento Alta Complexidade	UND	1		
217	Conteúdo para SEO - Baixa Complexidade	UND	1		
218	Conteúdo para SEO - Média Complexidade	UND	1		
219	Conteúdo para SEO - Alta Complexidade	UND	1		
220	Inventário de conteúdo	UND	1		
221	Atualização/adequação de conteúdos existentes - Baixa complexidade	UND	1		
222	Atualização/adequação de conteúdos existentes - Média complexidade	UND	1		
223	Atualização/adequação de conteúdos existentes - Alta complexidade	UND	1		
224	Cadastro de produtos para e-commerce	UND	1		
225	Tradução de texto em língua estrangeira - Baixa Complexidade	UND	1		
226	Tradução de texto em língua estrangeira - Média Complexidade	UND	1		
227	Tradução de texto em língua estrangeira - Alta Complexidade	UND	1		
228	Tradução simultânea	UND	1		
229	Gravação off língua estrangeira	UND	1		
230	Hotsite - Baixa Complexidade	UND	1		
231	Hotsite - Média Complexidade	UND	1		
232	Hotsite - Alta Complexidade	UND	1		
233	Landing page - Baixa Complexidade				

		UND	1		
234	Landing page - Média Complexidade	UND	1		
235	Landing page - Alta Complexidade	UND	1		
236	Site - Baixa Complexidade	UND	1		
237	Site - Média Complexidade	UND	1		
238	Site - Alta Complexidade	UND	1		
239	Blog	UND	1		
240	Portal	UND	1		
241	Aplicativos móveis (mobile)	UND	1		
242	Chatbots	UND	1		
243	E-commerce	UND	1		
244	Análise de campanhas	UND	1		
245	Análise descritiva	UND	1		
246	Desenvolvimento de modelos preditivos	UND	1		
247	Estudos de públicos/netnografia	UND	1		
248	Análises léxicas	UND	1		
249	Implantação de plataforma de marketing automation	UND	1		
250	Implantação de data management platform (dmp)	UND	1		
251	Implantação de ferramenta de bi	UND	1		
252	Implantação de plataforma de web analytics	UND	1		
253	Construção e modelagem de banco de dados	UND	1		
254	Gestão de plataforma de marketing automation	UND	1		
255	Gestão de banco de dados de clientes e prospects	UND	1		
256	Planejamento de mídia digital	UND	2		
	Gestão de mídia digital (recorrente Mensal)				

257		UND	2		
258	Criação de audiências customizadas para dmp e dsp	UND	2		
259	Realidade Virtual - Baixa Complexidade	UND	2		
260	Realidade Virtual - Média Complexidade	UND	2		
261	Realidade Virtual - Alta Complexidade	UND	2		
262	Vídeo 360º	UND	2		
263	Banco de imagens, vídeos e trilhas	UND	1		
<b>VALOR TOTAL GERAL</b>					

2. Declaramos ainda que:

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

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

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

b) nos preços dos Serviços, 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 de mão de obra; equipamentos (hardware), programas (software); tributos (impostos e taxas); seguros; e demais obrigações financeiras, de qualquer natureza, envolvidas na execução do objeto do contrato e não será pleiteado nenhum ressarcimento relacionado a esses custos;

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

d) manteremos, por nós e por nossos prepostos, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer informações que nos sejam fornecidas.

3. O percentual apresentado será fixo e irrevogável durante a vigência do Contrato.

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

5. Conforme citado anteriormente, segue abaixo, tabela de Preços considerando o referido desconto de .....% (.....por cento) aplicado sobre os valores médios unitários de cada serviço a ser praticado:

Por fim, informamos os seguintes dados:

**Razão Social :**

**CNPJ:**

**Telefone:**

**E-mail:**

**Endereço da licitante:**

**Dados Bancários:**

**Banco:**

**Agência nº:**

**Conta Corrente nº:**

Cidade-UF, de 2024

---

(nome e número da identidade do declarante/ Assinatura)

(este documento deverá ser impresso em papel timbrado da licitante)

**ANEXO VI – PLANILHA DE ESTIMATIVA DE PREÇOS**

ITEM	DESCRIÇÃO	UN	QUANT	VALOR MÉDIO UNITÁRIO	VALOR TOTAL ESTIMADO
1	Criação e produção de ícone - Baixa complexidade	UND	2	R\$ 396,00	R\$ 792,00
2	Criação e produção de ícone - Média complexidade	UND	2	R\$ 1.129,51	R\$ 2.259,02
3	Adaptação ou replicação de tela - Baixa complexidade	UND	2	R\$ 1.365,28	R\$ 2.730,56
4	Adaptação ou replicação de tela - Média complexidade	UND	2	R\$ 1.959,93	R\$ 3.919,86
5	Adaptação ou replicação de tela - Alta complexidade	UND	2	R\$ 3.223,44	R\$ 6.446,88
6	Elemento Gráfico para Propriedade Digital - Baixa	UND	2	R\$ 2.770,88	R\$ 5.541,76
7	Elemento Gráfico para Propriedade Digital - Alta	UND	2	R\$ 7.811,22	R\$ 15.622,44
8	Roteirização de apresentação - Baixa complexidade	UND	2	R\$ 5.462,50	R\$ 10.925,00
9	Roteirização de apresentação - Média complexidade	UND	2	R\$ 10.175,75	R\$ 20.351,50
10	Roteirização de apresentação - Alta complexidade	UND	2	R\$ 15.223,00	R\$ 30.446,00
11	Diagramação de	UND	2	R\$ 17.837,50	R\$ 35.675,00

	<b>Apresentação - Baixa complexidade</b>				
12	<b>Diagramação de Apresentação - Média complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>	<b>R\$ 7.664,57</b>	<b>R\$ 15.329,14</b>
13	<b>Diagramação de Apresentação - Alta complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>	<b>R\$ 16.451,60</b>	<b>R\$ 32.903,20</b>
14	<b>Diagnóstico e Matriz Estratégica - Baixa complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>	<b>R\$ 19.482,42</b>	<b>R\$ 38.964,84</b>
15	<b>Diagnóstico e Matriz Estratégica - Média complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>	<b>R\$ 31.552,46</b>	<b>R\$ 63.104,92</b>
16	<b>Diagnóstico e Matriz Estratégica - Alta complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>	<b>R\$ 39.502,18</b>	<b>R\$ 79.004,36</b>
17	<b>Diagnóstico de TI</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>	<b>R\$ 27.524,56</b>	<b>R\$ 55.049,12</b>
18	<b>Diagnóstico de Conteúdo</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>	<b>R\$ 12.500,00</b>	<b>R\$ 25.000,00</b>
19	<b>Planejamento de Conteúdo</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>	<b>R\$ 15.935,95</b>	<b>R\$ 31.871,90</b>
20	<b>Gestão da Rede de Influenciadores Digitais - Baixa Complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>	<b>R\$ 19.881,00</b>	<b>R\$ 39.762,00</b>
21	<b>Gestão da Rede de Influenciadores Digitais - Média Complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>	<b>R\$ 43.911,63</b>	<b>R\$ 87.823,26</b>
22	<b>Gestão da Rede de Influenciadores Digitais - Alta Complexidade</b>	<b>UND</b>	<b>2</b>	<b>R\$ 70.169,40</b>	<b>R\$ 140.338,80</b>
23	<b>Planejamento Estratégico de Comunicação Digital</b>	<b>UND</b>	<b>1</b>	<b>R\$ 45.212,00</b>	<b>R\$ 45.212,00</b>
24	<b>Arquitetura de Propriedade Digital -</b>	<b>UND</b>	<b>1</b>	<b>R\$ 14.757,16</b>	<b>R\$ 14.757,16</b>

	Baixa complexidade				
25	Arquitetura de Propriedade Digital - Média complexidade	UND	1	R\$ 22.874,63	R\$ 22.874,63
26	Arquitetura de Propriedade Digital - Alta complexidade	UND	1	R\$ 34.574,38	R\$ 34.574,38
27	Criação/Adequação de Leiaute de Propriedade Digital	UND	2	R\$ 18.565,87	R\$ 37.131,74
28	Projeto Editorial	UND	2	R\$37.043,63	R\$74.087,26
29	Plano de Tagueamento de Propriedade Digital - Baixa complexidade	UND	2	R\$ 10.016,00	R\$ 20.032,00
30	Plano de Tagueamento de Propriedade Digital - Média complexidade	UND	2	R\$ 16.238,75	R\$ 32.477,50
31	Plano de Tagueamento de Propriedade Digital - Alta complexidade	UND	2	R\$ 23.742,00	R\$ 47.484,00
32	Migração de Conteúdo - Baixa complexidade	UND	2	R\$ 13.617,12	R\$ 27.234,24
33	Migração de Conteúdo - Média complexidade	UND	2	R\$ 22.997,50	R\$ 45.995,00
34	Migração de Conteúdo - Alta complexidade	UND	2	R\$ 34.227,63	R\$ 68.455,26
35	Migração de Conteúdo - Altíssima complexidade	UND	2	R\$ 51.338,54	R\$ 102.677,08
36	Desenvolvimento de Estudo de Usabilidade	UND	1	R\$ 27.747,60	R\$ 27.747,60
37	Escopo Funcional de Módulo	UND	1	R\$ 24.123,41	R\$ 24.123,41
38	Escopo Técnico de TI	UND	1	R\$ 40.758,94	R\$ 40.758,94
	Escopo Funcional de				

39	Propriedade Digital - Baixa Complexidade	UND	1	R\$ 22.478,08	R\$ 22.478,08
40	Escopo Funcional de Propriedade Digital - Média Complexidade	UND	1	R\$ 20.134,00	R\$ 20.134,00
41	Escopo Funcional de Propriedade Digital - Alta Complexidade	UND	1	R\$ 30.492,00	R\$ 30.492,00
42	Relatório de Análise de Propriedade Digital	UND	2	R\$ 9.733,70	R\$ 19.467,40
43	Relatório “Relatar Erros”	UND	2	R\$ 7.940,64	R\$ 15.881,28
44	Relatório de Business Intelligence (BI) de Propriedade Digital (Sítio/Portal e Blog)	UND	2	R\$ 33.333,50	R\$ 66.667,00
45	Relatório de Desempenho de Redes Sociais	UND	2	R\$ 11.292,50	R\$ 22.585,00
46	Relatório de Análise de Ação de Comunicação em Propriedade Digital e suas Respectives Redes - Baixa complexidade	UND	2	R\$ 22.496,00	R\$ 44.992,00
47	Relatório de Análise de Ação de Comunicação em Propriedade Digital e suas Respectives Redes - Média complexidade	UND	2	R\$ 35.620,32	R\$ 71.240,64
48	Relatório de Análise de Ação de Comunicação em Propriedade Digital e suas Respectives Redes - Alta complexidade	UND	2	R\$ 56.650,10	R\$ 113.300,20
49	Relatório Estratégico Gerencial de Monitoramento	UND	2	R\$ 23.643,21	R\$ 47.286,42
50	Relatório de monitoramento	UND	2	R\$ 36.339,83	R\$ 72.679,66

51	Relatório Gerencial Consolidado de Propriedade Digital	UND	1	R\$ 29.687,54	R\$ 29.687,54
52	Montagem e Criação de Capa/Página de Site/Portal - Baixa complexidade	UND	2	R\$ 14.130,40	R\$ 28.260,80
53	Montagem e Criação de Capa/Página de Site/Portal - Média complexidade	UND	2	R\$ 23.156,88	R\$ 46.313,76
54	Montagem e Criação de Capa/Página de Site/Portal - Alta complexidade	UND	2	R\$ 34.433,13	R\$ 68.866,26
55	Atualização de Página Principal de Sítio/Portal - Baixa complexidade	UND	2	R\$ 2.100,00	R\$ 4.200,00
56	Atualização de Página Principal de Sítio/Portal - Média complexidade	UND	2	R\$ 4.193,75	R\$ 8.387,50
57	Atualização de Página Principal de Sítio/Portal - Alta complexidade	UND	2	R\$ 5.862,75	R\$ 11.725,50
58	Pauta - Baixa Complexidade	UND	2	R\$ 3.071,44	R\$ 6.142,88
59	Pauta - Média Complexidade	UND	2	R\$ 4.984,75	R\$ 9.969,50
60	Pauta - Alta Complexidade	UND	2	R\$ 6.715,63	R\$ 13.431,26
61	Edição de Texto em Língua Estrangeira - Baixa Complexidade	UND	2	R\$ 1.500,00	R\$ 3.000,00
62	Edição de Texto em Língua Estrangeira -	UND	2	R\$ 1.511,97	R\$ 3.023,94

	Média Complexidade				
63	Edição de Texto em Língua Estrangeira - Alta Complexidade	UND	2	R\$ 2.115,02	R\$ 4.230,04
64	Elaboração de Texto em Língua Estrangeira - Baixa Complexidade	UND	2	R\$ 2.256,23	R\$ 4.512,46
65	Elaboração de Texto em Língua Estrangeira - Média Complexidade	UND	2	R\$ 3.449,83	R\$ 6.899,66
66	Elaboração de Texto em Língua Estrangeira - Alta Complexidade	UND	2	R\$ 4.666,35	R\$ 9.332,70
67	Edição de Texto em Língua Portuguesa - Baixa Complexidade	UND	2	R\$ 1.176,51	R\$ 2.353,02
68	Edição de Texto em Língua Portuguesa - Média Complexidade	UND	2	R\$ 1.511,45	R\$ 3.022,90
69	Edição de Texto em Língua Portuguesa - Alta Complexidade	UND	2	R\$ 2.008,37	R\$ 4.016,74
70	Elaboração de Texto em Língua Portuguesa - Baixa Complexidade	UND	2	R\$ 1.903,42	R\$ 3.806,84
71	Elaboração de Texto em Língua Portuguesa - Média Complexidade	UND	2	R\$ 2.469,42	R\$ 4.938,84
72	Elaboração de Texto em Língua Portuguesa - Alta Complexidade	UND	2	R\$ 5.637,00	R\$ 11.274,00
73	Pesquisa Iconográfica	UND	2	R\$ 3.853,73	R\$ 7.707,46
74	Capacitação para Publicação de Conteúdo - Baixa Complexidade	UND	2	R\$ 11.376,39	R\$ 22.752,78

75	Capacitação para Publicação de Conteúdo - Média Complexidade	UND	2	R\$ 17.445,85	R\$ 34.891,70
76	Capacitação para Publicação de Conteúdo - Alta Complexidade	UND	2	R\$ 23.626,00	R\$ 47.252,00
77	Publicação de Conteúdo	UND	2	R\$ 2.315,31	R\$ 4.630,62
78	Banner - Baixa Complexidade	UND	2	R\$ 1.298,40	R\$ 2.596,80
79	Banner - Média Complexidade	UND	2	R\$ 2.041,00	R\$ 4.082,00
80	Banner - Alta Complexidade	UND	2	R\$ 2.951,74	R\$ 5.903,48
81	Adaptação de Banner - Baixa Complexidade	UND	2	R\$ 1.061,48	R\$ 2.122,96
82	Adaptação de Banner - Média Complexidade	UND	2	R\$ 2.078,79	R\$ 4.157,58
83	Adaptação de Banner - Alta Complexidade	UND	2	R\$ 2.590,38	R\$ 5.180,76
84	Disparo de Mensagens Instantâneas - Baixíssima complexidade	UND	2	R\$ 24.073,50	R\$ 48.147,00
85	Disparo de Mensagens Instantâneas - Baixa complexidade	UND	2	R\$ 40.066,67	R\$ 80.133,34
86	Disparo de Mensagens Instantâneas - Média complexidade	UND	2	R\$ 19.000,00	R\$ 38.000,00
87	Disparo de Mensagens Instantâneas - Alta complexidade	UND	2	R\$ 25.000,00	R\$ 50.000,00
88	Disparo de Mensagens Instantâneas - Altíssima	UND	2	R\$ 40.950,00	R\$ 81.900,00

	complexidade				
89	Disparo de mensagens – Desenvolvimento do canal de informação	UND	2	R\$ 32.400,00	R\$ 64.800,00
90	Disparo de mensagens – Desenvolvimento de chatbot para whatsapp	UND	2	R\$ 138.640,00	R\$ 277.280,00
91	Disparo de mensagens - Envio de Informação Mensais	UND	2	R\$ 34.848,00	R\$ 69.696,00
92	Disparo de mensagens - Integração	UND	2	R\$ 32.000,00	R\$ 64.000,00
93	Disparo de mensagens - Relatórios e Entrega	UND	2	R\$ 26.700,00	R\$ 53.400,00
94	Disparo de mensagens - Treinamento e Transferência de Conhecimento	UND	2	R\$ 19.800,00	R\$ 39.600,00
95	Disparo de mensagens - Estudos, Análises e Diagnósticos	UND	2	R\$ 25.000,00	R\$ 50.000,00
96	Disparo de mensagens - Programa de Proteção de Dados	UND	2	R\$ 25.000,00	R\$ 50.000,00
97	Disparo de mensagens - Estudos, Análises e Diagnósticos	UND	2	R\$ 25.000,00	R\$ 50.000,00
98	Transmissão ao Vivo para Ambiente Digital	UND	2	R\$ 22.043,76	R\$ 44.087,52
99	Vídeo Reportagem - Baixa Complexidade	UND	2	R\$ 44.540,83	R\$ 89.081,66
100	Vídeo Reportagem - Média Complexidade	UND	2	R\$ 55.441,04	R\$ 110.882,08
101	Vídeo Reportagem - Alta Complexidade	UND	2	R\$ 92.328,25	R\$ 184.656,50

102	Vídeo Reportagem - Altíssima Complexidade	UND	2	R\$ 142.457,31	R\$ 284.914,62
103	Vídeo Depoimento - Baixa Complexidade	UND	2	R\$ 28.832,94	R\$ 57.665,88
104	Vídeo Depoimento - Média Complexidade	UND	2	R\$ 42.501,60	R\$ 85.003,20
105	Vídeo Premium - Baixa Complexidade	UND	2	R\$ 68.080,31	R\$ 136.160,62
106	Vídeo Premium - MédiaComplexidade	UND	2	R\$ 89.651,96	R\$ 179.303,92
107	Vídeo Premium - Alta Complexidade	UND	2	R\$ 153.237,76	R\$ 306.475,52
108	Vídeo Premium - Altíssima Complexidade	UND	2	R\$ 209.754,86	R\$ 419.509,72
109	Vídeo Colagem	UND	2	R\$ 52.327,26	R\$ 104.654,52
110	Legendagem de Vídeo - Baixa complexidade	UND	2	R\$ 7.326,00	R\$ 14.652,00
111	Legendagem de Vídeo - Média complexidade	UND	1	R\$ 6.296,64	R\$ 6.296,64
112	Legendagem de Vídeo - Alta complexidade	UND	1	R\$ 8.417,55	R\$ 8.417,55
113	Legendagem de Vídeo - Altíssima complexidade	UND	1	R\$ 11.303,12	R\$ 11.303,12
114	Reedição de Vídeo - Baixa Complexidade	UND	2	R\$ 13.226,75	R\$ 26.453,50
115	Reedição de Vídeo - Média Complexidade	UND	2	R\$ 12.000,00	R\$ 24.000,00
116	Reedição de Vídeo - Alta Complexidade	UND	2	R\$ 27.853,63	R\$ 55.707,26
117	Transcrição de Vídeo - Baixa Complexidade	UND	2	R\$ 1.991,51	R\$ 3.983,02

118	Transcrição de Vídeo - Média Complexidade	UND	2	R\$ 4.269,42	R\$ 8.538,84
119	Transcrição de Vídeo – Alta Complexidade	UND	2	R\$ 5.892,27	R\$ 11.784,54
120	Corte de Vídeo	UND	2	R\$ 5.497,80	R\$ 10.995,60
121	Troca de Vinheta	UND	2	R\$ 3.000,00	R\$ 6.000,00
122	Criação de Vinheta	UND	2	R\$ 8.383,21	R\$ 16.766,42
123	Libras em Vídeo	UND	2	R\$ 8.290,40	R\$ 16.580,80
124	Audiodescrição em Vídeo - Baixa complexidade	UND	2	R\$ 3.866,50	R\$ 7.733,00
125	Audiodescrição em Vídeo - Média complexidade	UND	2	R\$ 6.372,21	R\$ 12.744,42
126	Audiodescrição em Vídeo - Alta complexidade	UND	1	R\$ 8.243,64	R\$ 8.243,64
127	Conteúdo para Redes Sociais - Baixa complexidade	UND	1	R\$ 43.310,17	R\$ 43.310,17
128	Conteúdo para Redes Sociais - Média complexidade	UND	1	R\$ 72.850,00	R\$ 72.850,00
129	Conteúdo para Redes Sociais - Alta complexidade	UND	1	R\$ 93.350,00	R\$ 93.350,00
130	Manual de Boas Práticas para Indexação de Conteúdo	UND	1	R\$ 20.980,40	R\$ 20.980,40

131	Elaboração de Manual Textual - Baixa Complexidade	UND	1	R\$ 14.616,48	R\$ 14.616,48
132	Elaboração de Manual Textual - Média Complexidade	UND	1	R\$ 21.888,66	R\$ 21.888,66
133	Elaboração de Manual Textual - Alta Complexidade	UND	1	R\$ 30.362,27	R\$ 30.362,27
134	Elaboração de Manual Visual (Guia de Estilo) - Baixa Complexidade	UND	1	R\$ 18.235,49	R\$ 18.235,49
135	Elaboração de Manual Visual (Guia de Estilo) - Média Complexidade	UND	1	R\$ 27.554,43	R\$ 27.554,43
136	Elaboração de Manual Visual (Guia de Estilo) - Alta Complexidade	UND	1	R\$ 36.197,68	R\$ 36.197,68
137	Elaboração de Manual Visual (Guia de Estilo) - Expresso	UND	1	R\$ 10.950,00	R\$ 10.950,00
138	Diagramação de Manual - Baixa	UND	1	R\$ 7.573,67	R\$ 7.573,67
139	Diagramação de Manual - Média	UND	1	R\$ 13.616,20	R\$ 13.616,20
140	Diagramação de Manual - Alta	UND	1	R\$ 20.277,60	R\$ 20.277,60
141	Diagramação de Manual - Expresso	UND	1	R\$ 8.241,71	R\$ 8.241,71
142	Criação de Item Novo em Manual Visual	UND	2	R\$ 3.802,10	R\$ 7.604,20
143	Edição de Página em Manual Visual - Baixa Complexidade	UND	2	R\$ 2.625,66	R\$ 5.251,32

144	Edição de Página em Manual Visual - Média Complexidade	UND	2	R\$ 4.532,07	R\$ 9.064,14
145	Projeto Gráfico de Manual	UND	2	R\$ 13.068,66	R\$ 26.137,32
146	Atualização de Manuais Orientadores - Baixa Complexidade	UND	2	R\$ 7.857,10	R\$ 15.714,20
147	Atualização de Manuais Orientadores - Média Complexidade	UND	2	R\$ 7.417,50	R\$ 14.835,00
148	Atualização de Manuais Orientadores - Alta Complexidade	UND	2	R\$ 11.867,92	R\$ 23.735,84
149	Atualização de Manuais Orientadores - Altíssima Complexidade	UND	2	R\$ 19.545,00	R\$ 39.090,00
150	Disparo de E- mail Marketing – Boletim Eletrônico	UND	2	R\$ 19.359,50	R\$ 38.719,00
151	Disparo de E- mail Marketing	UND	2	R\$ 15.373,20	R\$ 30.746,40
152	Gestão e Manutenção de Departamentos (Sublistas) – E-mail Marketing	UND	2	R\$ 11.065,19	R\$ 22.130,38
153	Atendimento Técnico - Baixa Complexidade	UND	2	R\$ 16.172,95	R\$ 32.345,90
154	Atendimento Técnico - Média Complexidade	UND	2	R\$ 23.404,77	R\$ 46.809,54
155	Atendimento Técnico - Alta Complexidade	UND	1	R\$ 38.750,17	R\$ 38.750,17
156	Podcast	UND	2	R\$ 5.600,00	R\$ 11.200,00
157	Reedição de Áudio	UND	2	R\$ 2.035,28	R\$ 4.070,56
158	Fotografia Still - Baixa	UND	2	R\$ 4.198,62	R\$ 8.397,24

	Complexidade				
159	Fotografia Still - Média Complexidade	UND	1	R\$ 7.740,96	R\$ 7.740,96
160	Fotografia Still - Alta Complexidade	UND	1	R\$ 12.076,76	R\$ 12.076,76
161	Plano tático de projeto	UND	2	R\$ 22.777,99	R\$ 45.555,98
162	Plano de inbound marketing	UND	1	R\$ 24.197,19	R\$ 24.197,19
163	Planejamento de conteúdo para sites e portais	UND	1	R\$ 27.994,99	R\$ 27.994,99
164	Planejamento para redes sociais	UND	1	R\$ 33.840,00	R\$ 33.840,00
165	Planejamento para gestão de crise	UND	1	R\$ 28.487,19	R\$ 28.487,19
166	Planejamento de campanha/ação digital	UND	1	R\$ 35.747,19	R\$ 35.747,19
167	Plano de escopo e matriz estratégica	UND	1	R\$ 28.773,99	R\$ 28.773,99
168	Diagnóstico digital da marca	UND	1	R\$ 32.969,80	R\$ 32.969,80
169	Planejamento de régua de relacionamento	UND	1	R\$ 18.741,23	R\$ 18.741,23
170	Estudo e criação de brand persona	UND	1	R\$ 23.920,19	R\$ 23.920,19
171	Diagnóstico de SEO	UND	1	R\$ 30.466,80	R\$ 30.466,80
172	Diagnóstico de acessibilidade	UND	1	R\$ 24.015,61	R\$ 24.015,61
173	Plano de projeto de desenvolvimento	UND	1	R\$ 28.701,19	R\$ 28.701,19
174	Benchmarking	UND	1	R\$ 19.941,19	R\$ 19.941,19

175	Guia gráfico de ux/ui	UND	1	R\$ 28.192,60	R\$ 28.192,60
176	Peças de mídia	UND	2	R\$ 10.461,60	R\$ 20.923,20
177	E-mail marketing	UND	1	R\$ 4.562,62	R\$ 4.562,62
178	Infográfico Baixa Complexidade	UND	1	R\$ 4.027,55	R\$ 4.027,55
179	Infográfico Média Complexidade	UND	1	R\$ 7.799,66	R\$ 7.799,66
180	Infográfico Alta Complexidade	UND	1	R\$ 13.424,34	R\$ 13.424,34
181	Perfil, capa e post para redes sociais Baixíssima complexidade	UND	1	R\$ 1.045,08	R\$ 1.045,08
182	Perfil, capa e post para redes sociais Baixa complexidade	UND	2	R\$ 1.594,63	R\$ 3.189,26
183	Perfil, capa e post para redes sociais Média complexidade	UND	2	R\$ 3.426,50	R\$ 6.853,00
184	Vídeo gravação de eventos Baixa complexidade	UND	1	R\$ 13.358,60	R\$ 13.358,60
185	Vídeo gravação de eventos Média complexidade	UND	1	R\$ 26.980,66	R\$ 26.980,66
186	Vídeo gravação de eventos Alta complexidade	UND	1	R\$ 36.485,50	R\$ 36.485,50
187	Vídeo bumper (youtube) Baixa complexidade	UND	1	R\$ 7.439,80	R\$ 7.439,80
188	Vídeo bumper (youtube) Média complexidade	UND	1	R\$ 15.731,25	R\$ 15.731,25
189	Vídeo bumper (youtube) Alta complexidade	UND	1	R\$ 24.375,94	R\$ 24.375,94
190	Vídeo animação (motion ou cartelado) Baixa	UND	1	R\$ 19.558,60	R\$ 19.558,60

	complexidade				
191	Vídeo animação (motion ou cartelado) Média complexidade	UND	1	R\$ 42.126,96	R\$ 42.126,96
192	Vídeo animação (motion ou cartelado) Alta complexidade	UND	1	R\$ 67.225,82	R\$ 67.225,82
193	Vídeo animação (motion ou cartelado) Altíssima complexidade	UND	1	R\$ 112.476,67	R\$ 112.476,67
194	Vídeo campanha Baixa Complexidade	UND	1	R\$ 46.985,20	R\$ 46.985,20
195	Vídeo campanha Média Complexidade	UND	1	R\$ 43.960,14	R\$ 43.960,14
196	Vídeo campanha Alta Complexidade	UND	1	R\$ 104.235,97	R\$ 104.235,97
197	Vídeo campanha Altíssima Complexidade	UND	1	R\$ 144.333,33	R\$ 144.333,33
198	Tutoriais Baixa complexidade	UND	1	R\$ 22.296,60	R\$ 22.296,60
199	Tutoriais Média complexidade	UND	1	R\$ 42.265,04	R\$ 42.265,04
200	Tutoriais Alta complexidade	UND	1	R\$ 57.931,29	R\$ 57.931,29
201	Videocasts	UND	1	R\$ 9.550,00	R\$ 9.550,00
202	Edição de podcasts Baixíssima complexidade	UND	1	R\$ 4.443,88	R\$ 4.443,88
203	Edição de podcasts Baixa complexidade	UND	1	R\$ 8.897,29	R\$ 8.897,29
204	Edição de podcasts Média complexidade	UND	1	R\$ 13.829,77	R\$ 13.829,77
205	Edição de podcasts Alta	UND	1	R\$ 18.028,08	R\$ 18.028,08

	complexidade				
206	Edição de podcasts Altíssima complexidade	UND	1	R\$ 23.712,50	R\$ 23.712,50
207	Roteirização de vídeo e podcasts Baixíssima Complexidade	UND	1	R\$ 3.020,03	R\$ 3.020,03
208	Roteirização de vídeo e podcasts Baixa Complexidade	UND	1	R\$ 910,00	R\$ 910,00
209	Roteirização de vídeo e podcasts Média Complexidade	UND	1	R\$ 1.165,00	R\$ 1.165,00
210	Roteirização de vídeo e podcasts Alta Complexidade	UND	1	R\$ 1.445,00	R\$ 1.445,00
211	Adaptação de conteúdo para novos canais	UND	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
212	Gestão de conteúdo entregável	UND	1	R\$ 19.344,23	R\$ 19.344,23
213	Redação de mensagem para disparo	UND	1	R\$ 1.078,88	R\$ 1.078,88
214	Moderação de redes sociais - conteúdo com vertente de atendimento Baixa Complexidade	UND	1	R\$ 27.480,00	R\$ 27.480,00
215	Moderação de redes sociais - conteúdo com vertente de atendimento Média Complexidade	UND	1	R\$ 60.704,58	R\$ 60.704,58
216	Moderação de redes sociais - conteúdo com vertente de atendimento Alta Complexidade	UND	1	R\$ 125.128,00	R\$ 125.128,00

217	Conteúdo para SEO - Baixa Complexidade	UND	1	R\$ 1.865,00	R\$ 1.865,00
218	Conteúdo para SEO - Média Complexidade	UND	1	R\$ 2.691,25	R\$ 2.691,25
219	Conteúdo para SEO - Alta Complexidade	UND	1	R\$ 5.049,00	R\$ 5.049,00
220	Inventário de conteúdo	UND	1	R\$ 22.371,40	R\$ 22.371,40
221	Atualização/adequação de conteúdos existentes - Baixa complexidade	UND	1	R\$ 965,00	R\$ 965,00
222	Atualização/adequação de conteúdos existentes - Média complexidade	UND	1	R\$ 1.821,99	R\$ 1.821,99
223	Atualização/adequação de conteúdos existentes - Alta complexidade	UND	1	R\$ 3.225,85	R\$ 3.225,85
224	Cadastro de produtos para e- commerce	UND	1	R\$ 7.270,72	R\$ 7.270,72
225	Tradução de texto em língua estrangeira - Baixa Complexidade	UND	1	R\$ 2.425,45	R\$ 2.425,45
226	Tradução de texto em língua estrangeira - Média Complexidade	UND	1	R\$ 5.622,43	R\$ 5.622,43
227	Tradução de texto em língua estrangeira - Alta Complexidade	UND	1	R\$ 13.947,00	R\$ 13.947,00
228	Tradução simultânea	UND	1	R\$ 9.250,06	R\$ 9.250,06
229	Gravação off língua estrangeira	UND	1	R\$ 12.635,06	R\$ 12.635,06
230	Hotsite - Baixa Complexidade	UND	1	R\$ 30.461,07	R\$ 30.461,07
231	Hotsite - Média Complexidade	UND	1	R\$ 49.934,72	R\$ 49.934,72

232	Hotsite - Alta Complexidade	UND	1	R\$ 72.449,54	R\$ 72.449,54
233	Landing page - Baixa Complexidade	UND	1	R\$ 25.646,33	R\$ 25.646,33
234	Landing page - Média Complexidade	UND	1	R\$ 48.190,70	R\$ 48.190,70
235	Landing page - Alta Complexidade	UND	1	R\$ 66.461,16	R\$ 66.461,16
236	Site - Baixa Complexidade	UND	1	R\$ 61.357,93	R\$ 61.357,93
237	Site - Média Complexidade	UND	1	R\$ 104.527,78	R\$ 104.527,78
238	Site - Alta Complexidade	UND	1	R\$ 160.046,30	R\$ 160.046,30
239	Blog	UND	1	R\$ 48.310,00	R\$ 48.310,00
240	Portal	UND	1	R\$ 241.200,00	R\$ 241.200,00
241	Aplicativos móveis (mobile)	UND	1	R\$ 167.880,00	R\$ 167.880,00
242	Chatbots	UND	1	R\$ 68.716,67	R\$ 68.716,67
243	E-commerce	UND	1	R\$ 83.333,33	R\$ 83.333,33
244	Análise de campanhas	UND	1	R\$ 29.379,30	R\$ 29.379,30
245	Análise descritiva	UND	1	R\$ 28.741,80	R\$ 28.741,80
246	Desenvolvimento de modelos preditivos	UND	1	R\$ 51.817,32	R\$ 51.817,32
247	Estudos de públicos/netnografia	UND	1	R\$ 49.921,49	R\$ 49.921,49
248	Análises léxicas	UND	1	R\$ 40.627,74	R\$ 40.627,74
249	Implantação de plataforma de marketing automation	UND	1	R\$ 30.016,80	R\$ 30.016,80
250	Implantação de data management platform (dmp)	UND	1	R\$ 32.084,00	R\$ 32.084,00
251	Implantação de ferramenta de bi	UND	1	R\$ 45.416,80	R\$ 45.416,80

252	Implantação de plataforma de web analytics	UND	1	R\$ 26.102,51	R\$ 26.102,51
253	Construção e modelagem de banco de dados	UND	1	R\$ 36.550,00	R\$ 36.550,00
254	Gestão de plataforma de marketing automation	UND	1	R\$ 20.072,90	R\$ 20.072,90
255	Gestão de banco de dados de clientes e prospects	UND	1	R\$ 23.170,52	R\$ 23.170,52
256	Planejamento de mídia digital	UND	2	R\$ 17.966,80	R\$ 35.933,60
257	Gestão de mídia digital (recorrente Mensal)	UND	2	R\$ 22.844,58	R\$ 45.689,16
258	Criação de audiências customizadas para dmp e dsp	UND	2	R\$ 27.246,67	R\$ 54.493,34
259	Realidade Virtual - Baixa Complexidade	UND	2	R\$ 51.750,00	R\$ 103.500,00
260	Realidade Virtual - Média Complexidade	UND	2	R\$ 67.525,00	R\$ 135.050,00
261	Realidade Virtual - Alta Complexidade	UND	2	R\$ 111.474,68	R\$ 222.949,36
262	Vídeo 360º	UND	2	R\$ 65.266,67	R\$ 130.533,34
263	Banco de imagens, vídeos e trilhas	UND	1	R\$ 27.800,00	R\$ 27.800,00
<b>VALOR TOTAL GERAL</b>				<b>R\$ 10.618.718,04</b>	