



## COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS

### PROJETO BÁSICO

*Elaborado com base no modelo da Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República (Modalidade Concorrência Tipo Técnica e Preço).*

#### 1 OBJETO

1.1 O objeto da presente concorrência é a contratação de empresa prestadora de serviços de comunicação corporativa, referentes à realização de assessoria em planejamento de comunicação, no relacionamento com a imprensa, na comunicação institucional e na produção de conteúdo multimídia.

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

1.1.2 O planejamento previsto no subitem 1.1 objetiva subsidiar a proposição estratégica das ações de comunicação corporativa para alcance dos objetivos de comunicação e superação dos desafios apresentados e deve prever, sempre que possível, indicadores e métricas para aferição, análise e otimização de resultados.

1.1.3 Os serviços previstos no subitem 1.1 não abrangem atividades com natureza distinta da comunicação corporativa da Comissão de Valores Mobiliários, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas.

1.2 Será contratada 1 (uma) empresa prestadora de serviços de comunicação corporativa doravante denominada licitante ou CONTRATADA.

1.3 O objeto da licitação tem a natureza predominantemente intelectual, de caráter continuado, sem fornecimento de mão de obra em regime de dedicação exclusiva.

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

#### 2 REGIME DE EXECUÇÃO, MODALIDADE E TIPO DE CONTRATAÇÃO

2.1 Os produtos e serviços constantes deste Projeto Básico serão executados e entregues continuamente, mediante demanda, na forma de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário.

2.2 A empresa será contratada por meio de licitação, na modalidade concorrência, do tipo Técnica e Preço, sob a égide da Lei nº 8.666/1993 e da Instrução Normativa MP nº 05/2017.

2.3 Subsidiariamente devem ser observadas as regras estabelecidas na Lei nº 12.232/2010, aplicáveis a este objeto, nos termos do Acórdão nº 6.227/2016-TCU-2ª Câmara e na Instrução Normativa SECOM nº 4/2018.

#### 3 JUSTIFICATIVAS

3.1 A Assessoria de Comunicação Social (ASC) da Comissão de Valores Mobiliários (CVM) identificou a necessidade de continuidade da contratação de empresa especializada na prestação de serviços de comunicação corporativa pelos motivos expostos a seguir:

3.2 O planejamento e a execução das atividades de comunicação da CVM requerem um assessoramento nas áreas específicas de comunicação institucional, jornalística, online, de eventos e de relações públicas,

para promover uma eficiente e moderna comunicação com os mais diversos públicos atinentes à nossa missão, e bem assim, construir uma imagem institucional da Autarquia.

3.3 A Assessoria de Comunicação Social da CVM recebe demandas diárias por informações, dos mais diversos tipos e para públicos distintos, de forma ininterrupta. Além disso, a Autarquia tem atuado no sentido de promover e reforçar a comunicação junto aos seus públicos de interesse, por meio da interação com profissionais da imprensa, para a proposição de temáticas de relevância pública. Portanto, para atender essas demandas e promover essa interação, considera fundamental a contratação de empresa especializada que detenha experiência, *know how* e técnicas modernas e eficazes de comunicação e relacionamento.

3.4 E ainda, a contratação de serviços especializados faz-se necessária devido ao grande volume e complexidade das informações que precisam ser analisadas, sistematizadas e divulgadas para cada público de interesse específico.

3.5 O conteúdo da comunicação institucional, divulgado pela Assessoria de Comunicação Social, deve também ser apresentado aos distintos públicos na forma de produção multimídia que propicie as condições ideais de recepção, entendimento e consolidação da mensagem.

3.6 A grande diversificação de públicos e entes com quem a CVM interage, tanto nacionais quanto internacionais, exige uma comunicação estruturada, com caráter técnico e especializado, garantindo agilidade na execução das ações de comunicação.

3.7 Há necessidade de se possuir uma estrutura organizada e flexível de atendimento e interação com os diversos veículos de comunicação e profissionais de imprensa com a finalidade de sistematizar e padronizar as atividades no que se refere ao relacionamento com os veículos de comunicação. Essa necessidade surge em função da rápida ampliação do acesso à informação pela população, especialmente com o advento da internet e da atuação dos diversos veículos de comunicação que difundem notícias no meio online, e ainda pelo crescimento global da audiência e circulação de todos os tipos de mídias.

3.8 Entende-se que o serviço de comunicação social deve ser prestado de forma contínua, pois é essencial para o adequado funcionamento da Autarquia, dando expressão aos princípios constitucionais, tais como o da publicidade e, mais recentemente, o da transparência. As atividades devem ser desenvolvidas sem descontinuidade, de forma diária, pois a interrupção ensejaria prejuízos e transtornos à CVM, cortando o canal de comunicação com a sociedade, impedindo a obtenção de acesso mais célere às decisões e informações da CVM.

3.9 Os serviços de comunicação a serem contratados, hoje indispensáveis em assessorias de comunicação, estão inspirados em uma base conceitual de inteligência em comunicação planejada e integrada que envolve todos esses serviços de comunicação, de modo dinâmico, coeso e contínuo. Segundo esse conceito, as atividades desenvolvidas estão interligadas, o produto é composto por diversos elementos, e todos devem estar alinhados, sob risco de se causar ruído na mensagem a ser transmitida ao cliente final – o cidadão, o que pode gerar danos à imagem da Autarquia.

3.10 A contratação de empresa especializada na área de comunicação, que detenha experiência e domine técnicas modernas e eficazes de comunicação e relacionamento, é essencial para manter a capacidade e a eficiência das ações da Assessoria de Comunicação Social da CVM. Atualmente, a Assessoria de Comunicação Social não possui em seu quadro servidores efetivos com formação em Comunicação Social, tornando imprescindível a presente contratação para atender o volume de tarefas indispensáveis à necessária efetividade das ações de comunicação de interesse público da Autarquia.

3.11 A Assessoria de Comunicação Social da CVM sublinha, por fim, a necessidade de contratação de empresa especializada que apresente as melhores condições de prestar os serviços e fornecer os produtos que contribuam, da forma mais efetiva possível, para que a CVM atinja seus objetivos estratégicos particularmente no que diz respeito à área de comunicação, expressos no Planejamento Estratégico da CVM. No marco do Objetivo Estratégico nº 1 (“Ser reconhecida pela sociedade como uma instituição essencial, dotada de credibilidade e capaz de regular de maneira eficiente o funcionamento do mercado, proteger os investidores e contribuir positivamente para o desenvolvimento do país.”), o reconhecimento obtido pela CVM junto ao seu público externo deve ser mantido por meio do aprimoramento contínuo da capacidade de divulgação das ações relacionadas ao cumprimento de sua missão institucional. Ou seja, nos termos do ponto 1.5: “*Aperfeiçoamento contínuo dos canais de comunicação com a sociedade*”.

## 4 CARACTERÍSTICAS DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

4.1 As demandas serão atendidas por meio da combinação dos produtos e serviços mais adequados para apoiar a Comissão de Valores Mobiliários na superação de seus desafios e alcance dos seus objetivos de comunicação, abrangendo

a) Produtos e Serviços Essenciais que contemplam a expertise básica da CONTRATADA na execução do objeto do contrato, sendo os itens previamente especificados e precificados pela CONTRATANTE, com os respectivos quantitativos estimados de execução, nos Apêndices I e II;

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

- a) Assessoria de Imprensa, Comunicação Interna e Produção de Conteúdo;
- b) Design Aplicado à Produção de Conteúdo;

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

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

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

4.3 No interesse da CONTRATANTE, poderá ocorrer deslocamentos de profissionais a serviço e, nessa hipótese, a CONTRATADA proverá os meios de transporte, hospedagem e alimentação dos técnicos designados, sendo reembolsada, mediante prestação de contas.

4.3.1 Estima-se a necessidade de 6 (seis) viagens anuais, conforme demanda da Assessoria de Comunicação Social da Autarquia. Para tal, a CONTRATADA deverá prever despesas de 6 (seis) passagens aéreas por ano, para (a) trechos (idas e voltas) compreendidos entre Rio de Janeiro e São Paulo e (b) trechos (idas e voltas) compreendidos entre Rio de Janeiro e Brasília.

4.3.2 São previstas 6 (seis) diárias por ano.

4.4 Todo deslocamento vinculado às ações relacionadas à execução contratual deverá estar previsto na Ordem de Serviço e devidamente aprovado pelo fiscal do contrato.

4.5 Para autorização das despesas, na Ordem de Serviço deverão constar as seguintes informações:

- i) finalidade do deslocamento;
- ii) os aeroportos de destino e de saída (itinerário);
- iii) os horários aproximados de saída e de chegada;
- iv) local do evento;
- v) identificação do (s) funcionário (s);
- vi) quantidade de dias do evento;
- vii) horários previstos para o início e término do evento;
- viii) preço estimado das passagens; e
- ix) previsão da quantidade de diárias;

4.6 Para as passagens aéreas, fica definida a utilização de classe econômica para qualquer profissional e para qualquer trecho.

4.7 Nos deslocamentos excepcionais por intermédio de outros meios de transporte, que não o aéreo, a CONTRATANTE poderá aprovar a locomoção com base na apresentação, pela CONTRATADA, de orçamentos prévios e prestação de contas em regras similares às das passagens aéreas.

4.8. A execução de qualquer produto, serviço ou despesa que envolva o desembolso de recursos deverá ser prévia e expressamente autorizada pelo CONTRATANTE.

## **5 EXECUÇÃO CONTRATUAL**

5.1 A execução contratual dar-se-á por meio da prestação de serviços e fornecimento de produtos, demandados previamente pela CONTRATANTE, via Ordem de Serviço (OS), observado o disposto nos Anexos V e V-A da Instrução Normativa MP nº 5/2017. O detalhamento do processo de execução contratual e de demandas por meio de Ordem de Serviço será efetuado em Manual de Procedimentos editado pela CONTRATANTE.

5.1.1 As Ordens de Serviço (OS) serão enviadas por e-mail ao preposto da CONTRATADA pelo fiscal do contrato e, nas suas ausências, pelo seu substituto.

5.2 Para a execução, a CONTRATADA deve obrigatoriamente possuir, além de estrutura administrativa habilitada, quantitativo suficiente de profissionais que deverão estar disponíveis para a execução dos produtos e serviços, objeto da contratação.

5.2.1 A execução contratual dos produtos e serviços essenciais especificados no Apêndice I dar-se-á por meio de equipe de profissionais de comunicação da CONTRATADA.

5.2.2 A equipe de profissionais de comunicação a ser disponibilizada pela CONTRATADA deverá ser composta, preferencialmente, dos perfis profissionais descritos no Apêndice I.

5.3 O modelo de prestação é presencial e não presencial, exigindo que certas atividades sejam desempenhadas na sede da CVM, conforme condições estabelecidas no Projeto Básico e, sempre que necessário, a critério da CONTRATANTE.

5.3.1 A execução pela contratada de produtos e serviços nas dependências do CONTRATANTE resulta da necessidade de maior proximidade entre as equipes e de um atendimento contínuo não passível de ser prestado à distância pela contratada.

5.3.2 Os serviços, quando presenciais, serão executados nas dependências da sede da CVM (Rio de Janeiro/RJ – Rua Sete de Setembro, 111 – 29º andar).

5.3.3 Os serviços, quando prestados remotamente, deverão ser efetuados no ambiente virtual da CVM, entendido este como o conjunto de recursos e ferramentas virtuais que permitam a adequada prestação do serviço e entrega dos produtos.

5.3.4 A prestação dos serviços ocorrerá de segunda-feira a sexta-feira, dentro da faixa de horário das 9h às 20h.

5.3.4.1 Excepcionalmente, a CVM poderá solicitar à CONTRATADA a prestação de serviços fora desse horário, devido a uma atividade que, por circunstâncias excepcionais, não possa ser realizada no horário padrão.

5.3.4.2 O trabalho poderá ser realizado em turnos, sob a fiscalização da CVM, respeitando-se a legislação trabalhista vigente para cada perfil profissional.

5.3.5 Não haverá remuneração adicional à CONTRATADA em virtude da prestação de serviços fora do horário padrão.

5.3.6 Os serviços devem ser executados segundo as normas, melhores práticas e padrões estabelecidos pela Administração Pública e pela CVM.

5.4 Será de responsabilidade da CONTRATADA prover, aos profissionais disponibilizados, dentro e fora de suas dependências, a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de acesso à internet de banda larga (com e sem fio), microcomputadores, *softwares*, equipamentos de

videoconferência, telefones móveis, ferramentas tecnológicas e demais recursos, de forma a garantir a perfeita execução dos produtos e serviços definidos.

5.5 No caso de prestação dos serviços em suas dependências, a CONTRATANTE proverá a infraestrutura básica para a prestação dos serviços como espaço físico, mobiliário e equipamentos e recursos comuns, de acordo com sua disponibilidade, cabendo à CONTRATADA prover eventual necessidade extra.

5.6 Para serviços de design gráfico, a CONTRATADA deverá prover licenças para uso de softwares especializados mesmo durante a execução dos serviços nas dependências da CONTRATANTE.

5.7 Situações não previstas neste instrumento quanto ao uso de equipamentos e recursos da CONTRATANTE serão definidas por esta em conformidade com as suas políticas e a legislação vigentes.

5.8 Com base nos requisitos técnicos, de formação e de experiência exigidos nesta contratação, a CONTRATANTE aprovará os profissionais designados para atuar na execução do contrato, bem como, de acordo com a qualidade do serviço prestado, solicitará a substituição de profissionais da equipe por outros.

5.9 Em virtude da natureza da atividade da Autarquia, os profissionais vinculados à CONTRATADA deverão atender, preferencialmente, às necessidades da Autarquia e, em qualquer caso, não poderão desempenhar função para outros clientes da CONTRATADA que venha a configurar conflito de interesse ou que possa dar margem a eventual ou aparente quebra da cláusula de sigilo e de confidencialidade.

5.10 A CONTRATADA deverá apresentar, antes da prestação dos serviços, a comprovação de qualificação dos profissionais, conforme apresentado no Projeto Básico.

5.11 A CONTRATADA deverá apresentar o *Curriculum Vitae* de cada profissional a prestar serviços para a CVM, constando, entre outros dados, a experiência profissional com comprovação da formação acadêmica.

5.12 A comprovação deste subitem far-se-á através de declaração por escrito dos profissionais, constando, dentre outros dados, o nome das empresas ou instituições nas quais desempenharam as respectivas funções e cópias dos certificados, no que couber.

5.13 É facultado a CVM efetuar diligências para comprovar as informações prestadas.

5.14 Para a comprovação da experiência profissional, das capacitações e da formação, a CONTRATADA deverá apresentar Carteira de Trabalho, certificados, diplomas, dentre outros documentos hábeis, caso solicitado pela CONTRATANTE.

5.15 A qualificação profissional dos prestadores de serviço colocados à disposição da CONTRATANTE deverá ser comprovada pela CONTRATADA em até 2 (dois) dias antes da data formalmente estabelecida pela CONTRATANTE (em contrato ou pelo fiscal) para efetivo início da prestação dos serviços.

5.16 Caso os requisitos de qualificação não sejam atendidos conforme previsto, a CONTRATADA será notificada e deverá providenciar a imediata substituição do prestador de serviço indicado, ficando a prestação de serviço interrompida até a efetiva substituição.

5.16 A CONTRATANTE poderá determinar a substituição de profissionais cuja atuação ou comportamento seja prejudicial, inconveniente, insatisfatório à disciplina da repartição ou ao interesse do serviço público ou cujo desempenho na realização de suas funções seja considerado, a critério exclusivo da CVM, insatisfatório. A CONTRATADA terá um dia útil, a contar da comunicação feita pela CVM, para providenciar substituto temporário e cinco dias úteis para providenciar o substituto definitivo, que deverá ser aprovado pela CVM, nos termos do item 5.8.

5.16.1 A substituição constante de profissionais da empresa por ineficiência na execução das atividades será considerada inexecução parcial do Contrato, ficando sujeita às sanções previstas neste Projeto Básico.

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

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

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

5.20 A CONTRATADA deverá manter suporte administrativo inerente às atividades a serem executadas, garantido um serviço de alto padrão, sem nenhum custo adicional para a CVM.

5.20.1 O especificado no item anterior diz respeito a:

- Gerenciamento do contrato;
- Gerenciamento do pessoal, local e remotamente;
- Controle das atividades desenvolvidas pelos profissionais;
- Elaboração de relatório de atividades executadas no mês, descritas no Apêndice I deste Projeto Básico, a ser enviado à CONTRATANTE mensalmente, em modelo a ser definido pela CONTRATANTE;
- Gerenciamento das Ordens de Serviço;
- Treinamento e capacitação de pessoal, local e remotamente
- Gerenciamento de contingência na manutenção da execução ininterrupta dos serviços;
- Gerenciamento e política de segurança a ser adotada pela CONTRATADA para garantir o cumprimento das sistemáticas de segurança existentes na CVM para manter o sigilo e a integridade das informações acessadas pelos profissionais; e
- Gerenciamento do conhecimento dos serviços executados para o seu repasse em caso de substituição.

5.21 Após a assinatura do Contrato, será realizada reunião de alinhamento com representantes da CONTRATANTE e da CONTRATADA, com o objetivo de identificar as expectativas, nivelar o entendimento acerca das condições estabelecidas na contratação e esclarecer eventuais dúvidas sobre a execução do objeto contratual.

5.21.1 A data e o horário da reunião de alinhamento inicial serão definidos pela CONTRATANTE, em comum acordo com a CONTRATADA, devendo ocorrer nos 5 (cinco) primeiros dias de vigência contratual.

## **6 VALOR ESTIMADO E RECURSOS ORÇAMENTÁRIOS**

6.1 O valor estimado da contratação decorrente do presente certame está estimado em **R\$ 2.578.656,24 (dois milhões, quinhentos e setenta e oito mil, seiscentos e cinquenta e seis reais e vinte e quatro centavos)**, pelos primeiros 12 (doze) meses.

6.2 A previsão de recursos orçamentários para a execução dos serviços durante o exercício de 2022 consta da Lei Orçamentária Anual - ano da LOA, nas seguintes funcionais programáticas:

### **Programa 0032 - Gestão e Manutenção do Poder Executivo**

#### **AÇÃO: 2000 – Administração da Unidade**

#### **Plano Orçamentário: 0000- Administração da Unidade**

#### **Fonte 0174**

6.2.1 Se a CONTRATANTE optar pela prorrogação do contrato que vier a ser assinado, serão consignadas nos próximos exercícios, na Lei Orçamentária Anual, as dotações necessárias ao atendimento dos pagamentos previstos.

6.2.1.1 Na prorrogação, a CONTRATANTE poderá renegociar os preços praticados com a CONTRATADA, em decorrência deste certame, com base em pesquisa de preços, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração, no decorrer da execução do contrato.

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

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

6.4 No interesse da CONTRATANTE, a CONTRATADA fica obrigada a aceitar os acréscimos ou supressões que se fizerem necessários nos serviços, nas mesmas condições contratuais, até o limite de 25% (vinte e cinco por cento) do valor inicial atualizado do contrato, conforme disposto nos §§ 1º e 2º do art. 65 da Lei nº 8.666/1993.

## **7 ESTIMATIVA ANUAL DE EXECUÇÃO**

7.1 As quantidades anuais dos Produtos e Serviços Essenciais, previstas no Apêndice II, representam apenas estimativas e serão executadas à medida da necessidade e conveniência da CONTRATANTE, que poderá readequá-las, ocasionando distribuição diferente da previamente estabelecida, desde que justificada a alteração e respeitado o valor estabelecido no subitem 6.1, quanto ao valor de investimento para a contratação.

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

7.1.2 Nos produtos e serviços definidos como de execução continuada mensal, entende-se que a quantidade equivalente a um produto é de 12 por ano.

## **8 PAGAMENTO**

8.1 Para pagamento pela execução dos produtos e serviços previamente autorizados pela CONTRATANTE, a CONTRATADA deverá apresentar os seguintes documentos:

### a) Produtos e Serviços Essenciais:

a1) nota fiscal ou fatura emitida, sem rasura, em letra legível, em nome e CNPJ da CONTRATANTE, da qual constará o número do contrato, descrição dos produtos e serviços executados, número da respectiva Ordem de Serviço e as informações para crédito em conta corrente (nome e número do banco, nome e número da agência e número da conta); Nos casos em que obrigatória, deverá ser apresentada a Nota Fiscal Eletrônica (NF-e) ou Nota Fiscal de Serviços Eletrônica (NFS-e), conforme regime tributário aplicável à transação e fato gerador, e ao domicílio tributário da CONTRATADA, ou outro critério legalmente aceitável;

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

### b) Despesas com deslocamentos de profissionais a serviço:

b1) nota fiscal individual, emitida conforme exigências da alínea 'a1', relacionando os meios de transporte contratados, com os respectivos CNPJ, razão social e valores, bem como a quantidade de diárias necessárias para cobertura das demais despesas envolvidas no deslocamento;

b2) prestação de contas com os documentos e nos termos listados no item 8.13 deste Projeto Básico.

8.2 A emissão da Nota Fiscal por parte da CONTRATADA só deverá ser efetuada após apresentação de relatório com as ações executadas no período de faturamento, seguida da aprovação pelo Fiscal do contrato das ações executadas (atesto), e autorização para emissão de Nota Fiscal ou fatura já no valor correto, a respectiva apresentação da Nota Fiscal/fatura e pagamento, conforme recomenda a IN SEGES/MP nº 5/2017.

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

8.3.1 As notas fiscais emitidas pela CONTRATADA devem ter em seu corpo a seguinte declaração, assinada por funcionário da empresa de comunicação corporativa responsável pela documentação:

*“Atestamos que todos os produtos e serviços descritos no presente documento, prestados por fornecedores especializados foram entregues/realizados conforme autorizados pela CONTRATANTE, sendo observados ainda os procedimentos previstos no contrato quanto à regularidade de contratação e de comprovação de execução.”*

8.3.2 A CONTRATADA assumirá, com exclusividade, todos os tributos (impostos e taxas) que forem devidos em decorrência da execução dos produtos e serviços do objeto deste contrato, observado o previsto no item 8.16.

8.4 O pagamento dos produtos e serviços será feito em até 30 (trinta) dias após a apresentação dos documentos previstos no subitem 8.1 e será efetivado por meio de crédito em conta corrente mantida pela CONTRATADA.

8.5 Os pagamentos à CONTRATADA serão realizados pelos valores decorrentes de:

- a) prestação efetivamente realizada de Produtos e Serviços Essenciais;
- b) reembolso de despesas com deslocamentos de profissionais a serviço.

8.6 Para pagamento dos Produtos e Serviços Essenciais, dispostos na alínea 'a' do subitem anterior, serão praticados os preços da planilha constante da planilha 1 do Apêndice II, sobre os quais incidirão de forma linear o desconto constante da Proposta de menor preço, da presente concorrência.

8.7 O reembolso das despesas com deslocamentos de profissionais a serviço no decorrer da execução contratual será realizado a partir de uma prestação de contas apresentada pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

8.8 Todo deslocamento vinculado às ações relacionadas à execução contratual deverá estar previsto na Ordem de Serviço e devidamente aprovado pelo fiscal do contrato.

8.8.1 Para autorização das despesas, na Ordem de Serviço deverão constar as seguintes informações:

- i) finalidade do deslocamento;
- ii) os aeroportos de destino e de saída (itinerário);
- iii) os horários aproximados de saída e de chegada;
- iv) local do evento;
- v) identificação do (s) funcionário (s);
- vi) quantidade de dias do evento;
- vii) horários previstos para o início e término do evento;
- viii) preço estimado das passagens; e
- viii) previsão da quantidade de diárias;

8.8.2 A Ordem de Serviço poderá ser formalizada pelo Fiscal via correio eletrônico;

8.9 Caberá à CONTRATADA tomar todas as providências necessárias para aquisição das passagens aéreas, bem como para o pagamento das diárias, nos termos definidos neste Projeto Básico:

8.9.1 Para as passagens aéreas, fica definida a utilização de classe econômica para qualquer profissional e para qualquer trecho.

8.9.2 Para a aquisição das passagens aéreas, deverá a CONTRATADA efetuar pesquisa de mercado com no mínimo 3 (três) opções de voos cujos horários de chegada e de saída e itinerário estejam de acordo com o solicitado pela CONTRATANTE, com escolha do menor preço ou da melhor relação custo/benefício.

8.9.2.1 Caso não haja possibilidade de apresentar 3 (três) cotações, consideradas as especificidades dos deslocamentos, a contratada deverá justificar o fato, por escrito, ao CONTRATANTE.

8.9.2.2 As cotações deverão ser datadas e efetuadas junto a empresas distintas que não pertençam a um mesmo grupo societário e poderão ser realizadas nos sítios das respectivas companhias aéreas.

8.9.3 As cotações deverão ser efetuadas com, pelo menos, 10 (dez) dias de antecedência, sendo a impossibilidade justificada pela CONTRATADA.

8.9.4 A escolha do voo deve recair prioritariamente em percursos de menor duração, evitando-se, sempre que possível, trechos com escalas e conexões.

8.9.5 Para as passagens aéreas, fica definida a utilização de classe econômica para qualquer profissional e para qualquer trecho.

8.9.6 Os horários de partida e de chegada do voo devem estar compreendidos no período entre 7hs e 21hs, salvo a inexistência de voos que atendam a esses horários.

8.9.6.1 Nos casos em que o evento iniciar no início da manhã, é possível iniciar o deslocamento no dia anterior.

8.9.6.2 Deve-se priorizar o horário de chegada do voo que anteceda em no mínimo 3hs o início previsto dos trabalhos, evento ou missão.

8.9.7 As passagens aéreas deverão ser adquiridas pela CONTRATADA no prazo máximo 24 horas após o recebimento da Ordem de Serviço pelo preposto.

8.9.8 Para diárias, será utilizado o valor referente ao nível “D” de indenização (demais cargos, empregos e funções, deslocamentos para Brasília, Rio de Janeiro e São Paulo) de servidores públicos federais, conforme Anexo I Decreto nº 5.992/2006 (redação dada pelo Decreto nº nº11.117, de 2022).

8.9.9 As diárias deverão ser repassadas integralmente ao funcionário da empresa, com escopo de suprir as necessidades de hospedagem, alimentação e locomoção urbana.

8.9.10 O pagamento dos valores devidos a título de diárias deverá ocorrer por meio de depósito em conta corrente vinculada ao profissional disponibilizado, previamente ao deslocamento dos funcionários.

8.9.11 Será considerada diária integral o dia da partida, e meia diária o dia do retorno. No caso de retorno no mesmo dia será considerada meia diária.

8.10 Na hipótese de cancelamento de viagem anteriormente programada e comunicada, cabe ao Fiscal do Contrato informar ao Preposto da CONTRATADA, com a maior brevidade possível, para que o empregado restitua à empresa as diárias, se recebidas antecipadamente.

8.11 A prestação de contas dos deslocamentos de profissionais a serviço deverá ser feita por meio de relatório de viagem a ser apresentado pela CONTRATADA à CONTRATANTE.

8.12 O relatório de viagem deverá ser apresentado em português, com a caracterização de “reembolso” dos valores em reais, devidamente assinado pelo representante da empresa (identificado pelo nome e cargo).

8.13 O faturamento do ressarcimento das diárias e passagens deverá ser feito dentro do mês de ocorrência, em nota fiscal individual, separada da fatura mensal, acompanhada dos seguintes documentos:

- a) comprovante de pagamento dos bilhetes de passagens;
- b) canhotos de embarque (ida e volta) utilizados na viagem;
- c) cotações de preços de passagens do trecho solicitado;
- d) comprovação de compra da passagem de menor preço;
- d) Comprovante de pagamento das diárias;
- e) Relatórios das atividades executadas na viagem.

8.14 As Notas Fiscais somente serão emitidas pela CONTRATADA após avaliação prévia e aprovação, pelo Fiscal do Contrato, do valor a ser cobrado e dos demais documentos listados no item 8.13.

8.15 Conforme procedimento previsto em Contrato, o Fiscal deverá encaminhar a Nota Fiscal para pagamento em conjunto com todos os comprovantes enviados pela CONTRATADA e todos os demais documentos que contemplem as justificativas eventualmente necessárias.

8.16 O valor a ser reembolsado à CONTRATADA será o montante da despesa com passagens e diárias acrescido do valor resultante das incidências tributárias e de taxas sobre aquele valor, conforme legislação vigente à época.

8.17 Para o pagamento, adota-se o critério de pagamento conforme gastos efetivos da CONTRATADA, até o limite total estimado para o ano.

8.18 Nos deslocamentos excepcionais por intermédio de outros meios de transporte, que não o aéreo, a CONTRATANTE poderá aprovar a locomoção com base na apresentação, pela CONTRATADA, de orçamentos prévios e prestação de contas em regras similares às das passagens aéreas.

8.19 Serão considerados para fins de reembolso de despesas, os deslocamentos de profissionais a serviço, realizados fora da cidade sede da CONTRATANTE e fora da base da CONTRATADA.

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

8.21 Para pagamento das despesas com deslocamento de profissionais a serviço estão previstos os seguintes quantitativos:

8.21.1 Estima-se a necessidade de 6 (seis) viagens anuais, conforme demanda da Assessoria de Comunicação Social da Autarquia. Para tal, a CONTRATADA deverá prever despesas de 6 (seis) passagens aéreas por ano, para (a) trechos (idas e voltas) compreendidos entre Rio de Janeiro e São Paulo e (b) trechos (idas e voltas) compreendidos entre Rio de Janeiro e Brasília.

8.21.1.1 A estimativa anual com gastos referentes ao pagamento de viagens é de R\$ 10.513,68 (dez mil e quinhentos e treze reais e sessenta e oito centavos).

8.21.2 São previstas 6 (seis) diárias por ano.

8.21.2.1 O valor unitário da diária será de R\$ 381,14 (trezentos e oitenta e um reais e quatorze centavos). O valor anual para os gastos com diárias será de R\$ 2.286,84 (dois mil duzentos e oitenta e seis reais e oitenta e quatro centavos).

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

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

8.24 Os pagamentos mediante a emissão de qualquer modalidade de ordem bancária só serão efetivados se a CONTRATADA efetuar cobrança de forma a permitir o cumprimento das exigências legais, principalmente no que se refere às retenções tributárias.

8.25 Caso a CONTRATADA seja optante pelo Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte – SIMPLES, deverá apresentar, juntamente com a nota fiscal, a devida comprovação, a fim de evitar a retenção na fonte dos tributos e contribuições, conforme legislação em vigor.

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

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

8.27 No caso de eventual atraso de pagamento, mediante pedido da CONTRATADA, o valor devido será atualizado financeiramente, desde que a CONTRATADA não tenha concorrido de alguma forma para esse atraso. Para tanto, fica convencionado que o índice de compensação financeira será calculado mediante aplicação da seguinte fórmula:

$$EM = I \times N \times VP$$

Sendo:

EM = Encargos Moratórios;

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

VP = Valor da parcela a ser paga;

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

$$I = \frac{TX}{365} \quad I = \frac{6}{100} \quad I = 0,00016438$$

TX = Percentual da taxa anual = 6%

8.27.1 A compensação financeira será incluída na nota fiscal seguinte à da ocorrência.

8.28 Antes da efetivação dos pagamentos será realizada a comprovação de regularidade da CONTRATADA, mediante consulta *on-line*, no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores – SICAF e no sítio do Tribunal Superior do Trabalho.

8.28.1 Se a CONTRATADA cadastrada no SICAF estiver com a documentação obrigatória vencida, deverá apresentar à CONTRATANTE Certificado de Regularidade de Situação do Fundo de Garantia do Tempo de Serviço - FGTS, Certidão Conjunta Negativa de Débitos Relativos a Tributos Federais e à Dívida Ativa da União, expedida por órgãos da Secretaria da Receita Federal do Brasil e da Procuradoria Geral da Fazenda Nacional e certidões negativas de débitos expedidas por órgãos das Secretarias de Fazenda do Estado e do Município.

8.28.2 Constatada a irregularidade, a CONTRATADA será notificada, por escrito, para que no prazo de 5 (cinco) dias regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresente sua defesa, sob pena de rescisão contratual.

8.28.3 O prazo estipulado poderá ser prorrogado a juízo da CONTRATANTE.

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

8.30 Os pagamentos efetuados pela CONTRATANTE não isentam a CONTRATADA de suas obrigações e responsabilidades assumidas.

## 9 REAJUSTE

9.1 O preço dos Produtos e Serviços Essenciais poderá ser reajustado, sendo observada a periodicidade anual, contada da data limite para apresentação da proposta ou do último reajuste, com base na variação comprovada dos preços ocorrida no período.

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

9.1.2 É vedada a inclusão de benefícios não previstos na proposta inicial, exceto quando se tornarem obrigatórios por força de instrumento legal, Acordo, Convenção ou Dissídio Coletivo de Trabalho, observado o Art. 6º da Instrução Normativa MP nº 5/2017.

9.2 O reajuste se dará de acordo com a lei vigente, em especial o Decreto nº 1.054/1994, alterado pelo Decreto nº 1.110/1994, a Lei nº 9.069/1995, e a Lei nº 10.192/2001, ou em conformidade com outra norma que vier a ser editada pelo Poder Público, com base na variação do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), publicado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), ocorrida no período, ou por outro índice que o venha a substituir, utilizando-se da seguinte fórmula:

$$R = V \times \frac{I - I_0}{I_0}$$

<b>R</b>	Valor do reajuste procurado

<b>V</b>	Valor contratual do produto ou serviço a ser reajustado
<b>I</b>	Índice relativo à data do reajuste
<b>Io</b>	Índice inicial ou índice de preços na data da entrega da Proposta

9.3 No caso de atraso ou não divulgação do índice de reajustamento, a CONTRATANTE pagará à CONTRATADA a importância calculada pela última variação conhecida, liquidando a diferença correspondente tão logo seja divulgado o índice definitivo. Fica a CONTRATADA obrigada a apresentar memória de cálculo referente ao reajustamento de preços do valor remanescente, sempre que este ocorrer.

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

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

9.6 Na ausência de previsão legal quanto ao índice substituto, as partes elegerão novo índice oficial, para reajustamento do preço do valor remanescente, por meio de termo aditivo.

9.7 O reajuste será realizado por apostilamento.

## **10 OBRIGAÇÕES DA CONTRATADA E DA CONTRATANTE**

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

10.1.1 Operar como organização completa e fornecer serviços de elevada qualidade.

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

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

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

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

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

10.1.7 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.

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

10.1.8.1 Prover aos profissionais envolvidos na execução contratual, 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.

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

- 10.1.9 Não manter, durante a vigência do contrato a ser firmado, nenhuma forma de prestação de serviços de comunicação corporativa, com empresa incompatível com a área de atuação da CONTRATANTE, devendo, na assinatura do contrato, apresentar declaração de inexistência de contrato vigente que possa gerar conflito de interesses com as atividades finalísticas da CONTRATANTE.
- 10.1.10 Manter, por si e por seus prepostos, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer informações que lhe sejam fornecidas, sobretudo quanto à estratégia de atuação da CONTRATANTE.
- 10.1.10.1 A infração a esse dispositivo poderá implicar a rescisão do contrato e sujeitará a CONTRATADA às penas da Lei nº 9.279/1996, e às indenizações das perdas e danos previstos na legislação ordinária.
- 10.1.11 Não divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto do contrato a ser firmado, que envolvam o nome da CONTRATANTE, sem sua prévia e expressa autorização.
- 10.1.12 Assinar Termo de Compromisso relativo à confidencialidade e ao sigilo, conforme modelo definido pela CONTRATANTE, se comprometendo, por si e seus prepostos, a não repassar o conhecimento das informações confidenciais, responsabilizando-se por todas as pessoas que vierem a ter acesso às informações, por seu intermédio, e obrigando-se, assim, a ressarcir a ocorrência de qualquer dano ou prejuízo oriundo de eventual quebra de sigilo das informações fornecidas.
- 10.1.13 Cumprir todas as leis e posturas, federais, estaduais e municipais pertinentes e responsabilizar-se por todos os prejuízos decorrentes de infrações a que houver dado causa.
- 10.1.14 Cumprir a legislação trabalhista e securitária com relação a seus empregados.
- 10.1.15 Assumir, com exclusividade, todos os tributos (impostos e taxas) que forem devidos em decorrência do objeto do contrato a ser firmado, bem como as contribuições devidas à Previdência Social, os encargos trabalhistas, prêmios de seguro e de acidentes de trabalho, os encargos que venham a ser criados e exigidos pelos Poderes Públicos e outras despesas que se fizerem necessárias ao cumprimento do objeto pactuado.
- 10.1.16 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.
- 10.1.17 Apresentar, quando solicitado pela CONTRATANTE, a comprovação de estarem sendo satisfeitos todos os seus encargos e obrigações trabalhistas, previdenciários e fiscais.
- 10.1.18 Responder perante a CONTRATANTE por eventuais prejuízos e danos decorrentes de sua demora, omissão ou erro, na condução dos serviços objeto do contrato a ser firmado.
- 10.1.19 Responsabilizar-se por quaisquer ônus decorrentes de omissões ou erros na elaboração de estimativa de custos e que redundem em aumento de despesas para a CONTRATANTE.
- 10.1.20 Responsabilizar-se pelo ônus resultante de quaisquer ações, demandas, custos e despesas decorrentes de danos causados por culpa, dolo ou omissão de seus empregados e prepostos, bem como obrigar-se por quaisquer responsabilidades decorrentes de ações administrativas ou judiciais que lhe venham a ser atribuídas por força de lei, relacionadas com o cumprimento do contrato a ser firmado.
- 10.1.21 Em caso de ação trabalhista envolvendo os serviços prestados, adotar as providências necessárias no sentido de preservar a CONTRATANTE e de mantê-la a salvo de reivindicações, demandas, queixas ou representações de qualquer natureza e, não o conseguindo, se houver condenação, reembolsar à CONTRATANTE as importâncias que esta tenha sido obrigada a pagar, dentro do prazo improrrogável de 10 (dez) dias úteis a contar da data do efetivo pagamento.
- 10.1.22 Responder por qualquer ação administrativa ou judicial movida por terceiros com base na legislação de proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços objeto do contrato a ser firmado.
- 10.1.23 Prestar esclarecimentos à CONTRATANTE sobre eventuais atos ou fatos desabonadores noticiados que envolvam a CONTRATADA, independentemente de solicitação.
- 10.1.24 Não caucionar ou utilizar o contrato a ser firmado como garantia para qualquer operação financeira.
- 10.1.25 Adotar, na execução dos serviços, boas práticas de sustentabilidade ambiental, de otimização de recursos, de redução de desperdícios e de redução da poluição, conforme disposto no art. 3º da Lei nº

8.666/1993, regulamentada pelo Decreto nº 7.746/2012.

10.1.26 Observar as condições para fornecimento de produtos e de serviços à CONTRATANTE estabelecidas no Edital que deu origem ao contrato a ser firmado.

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

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

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

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

a) cumprir os compromissos financeiros assumidos com a CONTRATADA;

b) fornecer e colocar à disposição da CONTRATADA os elementos e informações que se fizerem necessários à execução dos produtos e serviços;

c) proporcionar condições para a boa execução dos produtos e serviços;

d) notificar a CONTRATADA, formal e tempestivamente, sobre as irregularidades observadas no cumprimento do contrato a ser firmado;

e) notificar a CONTRATADA, por escrito e com antecedência, sobre multas, garantida a defesa, penalidades e quaisquer débitos de sua responsabilidade;

f) efetuar os pagamentos nas condições e preços pactuados.

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

## **11 FISCALIZAÇÃO E ACEITAÇÃO**

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

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

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

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

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

11.5 A autorização, pela CONTRATANTE, dos serviços executados pela CONTRATADA não a desobrigará de sua responsabilidade quanto à perfeita execução técnica e comprovação dos serviços.

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

11.7 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.

11.8 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.

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

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

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

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

## **12 DA GARANTIA DOS SERVIÇOS**

12.1 O adjudicatário prestará garantia de execução do contrato, nos moldes do art. 56 da Lei nº 8.666, de 1993, em valor correspondente a 5% (cinco por cento) do valor total do contrato.

## **13 CRITÉRIOS DE SELEÇÃO DO FORNECEDOR**

13.1 As exigências de habilitação jurídica e de regularidade fiscal e trabalhista são as usuais para a generalidade dos objetos, conforme disciplinado em edital.

13.2 Os critérios de qualificação econômica a serem atendidos pelo fornecedor estão previstos no edital.

13.3 Os critérios de qualificação técnica a serem atendidos pelo fornecedor serão:

13.3.1 Declaração(ões), atestado(s) ou certidão (ões) expedida(s) por pessoa(s) jurídica(s) de direito público ou privado, que ateste(m) que a licitante prestou à(s) declarante(s) produtos e serviços compatíveis com o objeto desta concorrência, nos termos do Apêndice I deste Projeto Básico, nos últimos 36 (trinta e seis) meses.

13.3.1.1 a (s) declaração(ões), atestado(s) ou certidão(ões) previstas na alínea 'a' deverão ser apresentadas em papel timbrado de, no mínimo, 2 (dois) clientes diferentes, assinados, com telefone de identificação dos representantes dos respectivos declarantes.

13.3.1.2. para cumprimento da presente exigência a licitante deverá comprovar que tenha executado serviços de comunicação para o mercado financeiro ou de capitais por período não inferior a 3 (três) anos, na execução dos produtos e serviços essenciais, previstos no Apêndice I deste Projeto Básico. Para comprovação da experiência mínima de 3 (três) anos, será aceito o somatório de atestados, desde que de períodos distintos.

13.3.2. Comprovação de possuir em seu quadro profissional, na data prevista para entrega dos Documentos de Habilitação e das Propostas Técnica e de Preços, profissional com formação de nível superior ou outra devidamente reconhecida por entidade competente, relacionada ao objeto da licitação, e com experiência comprovada de 2 (dois) anos em Mercado de Valores Mobiliários, Financeiro e/ou de Capitais, e de 8 (oito) anos de atuação em órgãos/entidades públicos e/ou agências/empresas/organizações/veículos de comunicação de abrangência nacional, sendo que a experiência será comprovada mediante Carteira de Trabalho, contrato de prestação de serviço, ou instrumento equivalente.

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

13.3.2.2 o profissional indicado pela licitante para fins de comprovação da capacitação técnico-profissional deverá compor a equipe a execução dos serviços objeto da licitação, admitindo-se a

substituição por profissional de experiência equivalente ou superior, desde que aprovada pela CONTRATANTE.

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

13.3.4 Os atestados de capacidade técnico-operacional deverão se referir a serviços prestados no âmbito da atividade econômica principal ou secundária da licitante especificadas no contrato social vigente ou instrumento equivalente.

## **14 APÊNDICES**

14.1 Integram este Anexo os seguintes apêndices:

Apêndice I: Produtos e Serviços Essenciais;

Apêndice II: Planilha de Estimativa de Quantidades e Custos;

Apêndice III: Apresentação e Julgamento das Propostas Técnicas

Apêndice III-A: *Briefing*

Apêndice IV: Apresentação e Julgamento das Propostas de Preços

Apêndice IV-A: Modelo de Proposta de Preços

Apêndice V: Modelo de Ordem de Serviço

## **APÊNDICE I ESPECIFICAÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS**

**1. Produtos e serviços essenciais/produtos continuados mensais.**

1.1 Assessoria de imprensa, comunicação interna e produção de conteúdo

**Descritivo:** O serviço de Assessoria de Imprensa, Comunicação Interna e Produção de Conteúdo consiste em subsidiar a área de comunicação social da Autarquia, mediante o planejamento, criação, edição e implantação de produtos de comunicação social, em âmbito interno e externo, com o intuito de melhorar a atuação da Autarquia, fortalecer sua imagem corporativa, por intermédio das seguintes atividades:

Atendimento diário e tempestivo às demandas da imprensa em relação aos assuntos pertinentes à CVM, fornecendo informações e auxiliando na preparação de reportagens e entrevistas que tenham como tema a CVM, suas ações, programas e serviços;

Acompanhamento de entrevistas concedidas pelos servidores da CVM, além do relacionamento diário com a imprensa;

Monitoramento da execução de follow-up para os veículos de comunicação, com o objetivo de reforçar e/ou confirmar a divulgação;

Acompanhamento diário das publicações da mídia eletrônica e impressa, selecionando e analisando as notícias de relevância para a autarquia;

Proposição e implementação de plano de relacionamento com a mídia para o desenvolvimento de um canal direto com os principais interlocutores dos veículos;

Estimulação dos meios jornalísticos do país para publicar informações de interesse público sobre a CVM;

Produção de textos e edição de artigos para serem oferecidos aos órgãos de comunicação;

Seleção de veículos de divulgação adequados a cada mensagem, considerados os assuntos, a área geográfica e os públicos de interesse;

Estímulo à realização e coordenação de entrevistas jornalísticas e coletivas à imprensa;

Orientação de representantes da CVM com fontes de informações seguras e confiáveis e preparação de suas apresentações oficiais externas;

Viabilização da melhor forma de contato com a imprensa para cada assunto a ser abordado (press kits, releases, entrevistas coletivas, contatos informais, artigos e outros);

Preparação de porta-vozes, com definição de responsabilidades e grau de autonomia para cada assunto;

Identificação de temas/pautas, apuração, redação e edição de conteúdo em linguagem jornalística, incluindo reportagens em formato de TV, rádio, mídia impressa e ambientes digitais, visando a informar segmentos específicos de público e o conjunto da sociedade sobre ações, produtos e serviços da CVM e seus resultados;

Planejamento e gerenciamento de eventos e promoções com repercussões jornalísticas;

Organização e acompanhar eventos jornalísticos internos e externos.

Assessoramento e apoio na contratação e desenvolvimento de pesquisas de opinião inerentes à comunicação, necessárias à execução da estratégia de divulgação aprovada;

Assessoramento e apoio no planejamento e geração de ações para organização e promoção de eventos de assessoria de imprensa, de relações públicas, de comunicação on-line;

Assessoramento e realização dos serviços de editoração para trabalhos específicos da Assessoria de Comunicação, tais como jornais, folders, informativos, periódicos, dentre outros;

Elaboração e desenvolvimento das ações de comunicação em apoio às iniciativas de Relações Públicas Internas e Externas;

Assessoramento e apoio ao planejamento e execução de teleconferências e outras modalidades de eventos com transmissão via satélite e dos demais serviços destinados ao atendimento das necessidades de comunicação da Autarquia;

Assessoramento, orientação, apoio e acompanhamento de implementação de ações de relações públicas e institucionais junto às instituições públicas e privadas, em nível federal, estadual e municipal, assegurando a integração da Autarquia;

Produção e divulgação para os públicos interno e externo de conteúdos de comunicação social (criação de material/publicações voltadas para os mais variados públicos; redação de textos para Internet, Intranet e redes sociais, produção e redação de informativos, boletins, comunicados e similares;)

Manutenção/atualização de informações nos portais de comunicação externa e interna da CVM;

Planejamento e execução de divulgações de normas e decisões da CVM, em conjunto com as áreas técnicas, identificando os assuntos a serem abordados junto aos veículos de comunicação;

Disponibilização de cadastro atualizado de contatos de jornalistas e/ou formadores de opinião (mailing), estratificado por temas definidos pela CONTRATANTE, detalhando veículo de atuação, endereços eletrônicos (inclusive mídias sociais), telefones e localização e potencial alcance de público.

Acompanhamento de porta-vozes, sempre que necessário e/ou solicitado;

Proposição periódica de soluções, produtos e serviços de comunicação, de acordo com as atividades e necessidades da autarquia;

Elaboração de planejamento e criação/execução de posts para as mídias sociais institucionais. Realização do gerenciamento de páginas e perfis institucionais. Monitoramento de aspectos, inclusive, de análise de performance. Verificação de oportunidades, inclusive, quando necessário, providenciando ajustes estratégicos e interações com o público nos canais institucionais. Verificação de potenciais perfis e parcerias institucionais.

**Entregável:** Relatório mensal contendo: i) estatística numérica sobre os atendimentos/contatos realizados, bem como principais veículos envolvidos e teor dos conteúdos abordados; ii) conteúdos elaborados para utilização da CONTRATANTE em seus veículos de comunicação interna, internet e redes sociais.

**Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade:** (a) aderência das respostas à imprensa e ao conteúdo produzido para a comunicação interna ao posicionamento estratégico, ao discurso institucional e às mensagens-chave da CVM; (b) amplitude das informações repassadas e utilizadas para produção dos conteúdos.

**Método de classificação da complexidade:** por tipo e quantidade de perfil profissional.

**Prazo de entrega:** execução continuada mensal.

**Complexidade:**

Baixa	Mínimo de 1 (um) Profissional de Comunicação Júnior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação) com, no mínimo, 1 ano (um) de experiência na área de Comunicação. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação. Habilidade na apuração de informações, elaboração de relatórios, monitoramento de <i>clipping</i> e realização de <i>follow-up</i> com jornalistas.
Média	Mínimo de 1 (um) Profissional de Comunicação Pleno: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 1 (um) ano de experiência em Mercado de Valores Mobiliários, Financeiro e/ou de Capitais, 5 (cinco) anos de experiência na área de Comunicação, com atuação em assessorias de órgãos públicos, agências/empresas ou em veículos de comunicação, e atuação em órgãos públicos, agências, e/ou repórter, e/ou editor assistente. Conhecimento técnico das ferramentas disponíveis para redação de textos e de <i>softwares</i> usados para geração de <i>mailing</i> e divulgação e, ainda, conhecimentos de inglês. Conhecimento de mercado financeiro e de capitais.
Alta	Mínimo de 1 (um) Profissional de Comunicação Sênior: nível superior (cursos reconhecidos pelo Ministério da Educação), com, no mínimo, 2 (dois) anos de experiência em Mercado de Valores Mobiliários, Financeiro e/ou de Capitais, 8 (oito) anos de atuação em assessorias de imprensa de órgãos públicos, agências, empresas ou em veículos de comunicação de

abrangência nacional. Experiência em coordenação das atividades de Comunicação, redação e edição de textos, discursos e artigos, além das demais atividades envolvidas no atendimento, tais como: definir divulgações e programas de relacionamento com jornalistas. Responsável pela consolidação e apresentação de relatórios. Disponibilidade para viagens. Conhecimento do idioma inglês. Desejáveis conhecimentos em espanhol. Conhecimento de mercado financeiro e de capitais.

## 1.2 Design Aplicado à Produção de Conteúdo

**Descritivo:** O serviço de design consiste na criação de peças gráficas, em ações online e offline, prestando suporte à produção de conteúdo e planejamento, que inclui:

Elaboração de material visual para boletins e outras publicações da autarquia, de circulação interna e externa;

Diagramação e editoração de conteúdo dessas mesmas publicações;

Execução de tratamento de imagens, sempre que necessário, para publicações em meio físico ou eletrônico;

Diagramação e editoração de relatórios mensais, semestrais e anuais;

Confecção de cartões de visita;

Layout de material para coletivas, eventos, fóruns e demais realizações da autarquia;

Criação de banners para o site e para campanhas em geral;

Criação gráfica do visual de páginas virtuais, com as devidas aplicações de imagens e textos;

Colaboração na manutenção do website institucional da autarquia, sempre que for necessária a intervenção de um programador visual para o bom funcionamento daquele canal de comunicação;

Manutenção da boa qualidade da comunicação visual dos produtos a ele confiados, incluindo o website.

**Entregável:** a) Relatório mensal dos materiais produzidos e (b) cópia digital dos produtos.

**Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade:**

- Aplicabilidade do projeto.
- Qualidade estética.
- Pertinência ao tema.
- Aderência às diretrizes da CVM.

**Características consideradas na classificação da complexidade:** por tipo e quantidade de perfil profissional

**Prazo de entrega:** execução continuada mensal.

**Complexidade:**

Baixa	Mínimo de 1 (um) DESIGNER GRÁFICO JÚNIOR: a atividade deverá ser exercida por profissional formado em Publicidade e Propaganda, Design ou Desenho Industrial, com, no mínimo, 2 (dois) anos de experiência, com atuação na área e ser usuário ativo das variadas técnicas e ferramentas de desenho, tais como CorelDraw, Illustrator, Photoshop e InDesign.
Média	Mínimo de 1 (um) DESIGNER GRÁFICO PLENO: a atividade deverá ser exercida por profissional formado em Publicidade e Propaganda, Design ou

	Desenho Industrial, com, no mínimo, 4 (quatro) anos de experiência, com atuação na área e ser usuário ativo das variadas técnicas e ferramentas de desenho, tais como CorelDraw, Illustrator, Photoshop e InDesign.
Alta	Mínimo de 1 (um) DESIGNER GRÁFICO SÊNIOR: a atividade deverá ser exercida por profissional formado em Publicidade e Propaganda, Design ou Desenho Industrial, com, no mínimo, 6 (seis) anos de experiência, com atuação na área e ser usuário ativo das variadas técnicas e ferramentas de desenho, tais como CorelDraw, Illustrator, Photoshop e InDesign.

**APÊNDICE II**  
**PLANILHA DE ESTIMATIVA DE QUANTIDADES E DE CUSTOS**

Tabela 1: *Preços máximos dos produtos*

<b>Produtos essenciais</b>			
Assessoria de Imprensa, Comunicação Interna e Produção de Conteúdo			
Complexidade	Quantidade anual	Valor Unitário (R\$)	Valor Global (R\$)
Baixa	-		
Média	-		
Alta	60	36.013,33	2.160.799,80
Design aplicado à Produção de Conteúdo			
	Quantidade anual	Valor Unitário (R\$)	Valor Global (R\$)
Baixa	-		

Média	24	16.877,33	405.055,92
Alta	-		
<b>Subtotal</b>			<b>2.565.855,72</b>

Tabela 2: *Estimativa de gastos com viagem*

Tipo	Quantidade	Valor unitário (R\$)	Valor Global (R\$)
Passagem	6	1.752,28	10.513,68
Diária	6	381,14	2.286,84
<b>Subtotal</b>			<b>12.800,52</b>

<b>Total Geral (R\$)</b>	<b>2.578.656,24</b>
--------------------------	---------------------

## 1. APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA TÉCNICA

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

QUESITOS	SUBQUESITOS
1. Plano de Comunicação Corporativa	I. Raciocínio Básico
	II. Estratégia de Comunicação Corporativa
	III. Solução de Comunicação Corporativa
	IV. Plano de Implementação
2. Capacidade de Atendimento	
3. Relatos de Soluções de Comunicação Corporativa	

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

1.2 Quesito 1 - Plano de Comunicação Corporativa - Via Não Identificada: para apresentação do Plano, a licitante deverá levar em conta as seguintes orientações:

- a) em caderno único, orientação retrato e com espiral preto colocado à esquerda;
- b) capa e contracapa em papel A4, branco, com 90 gr/m<sup>2</sup>, ambas em branco;
- c) conteúdo impresso em papel A4, branco, com 75 gr/m<sup>2</sup>, orientação retrato;
- d) espaçamento de 3 cm na margem esquerda e 2 cm na direita, a partir das respectivas bordas;
- e) títulos, entretítulos, parágrafos e linhas subsequentes sem recuos;
- f) espaçamento simples entre as linhas e, opcionalmente, duplo após títulos e entretítulos e entre parágrafos;
- g) alinhamento justificado do texto;
- h) texto e numeração de páginas em fonte Arial, cor preta, tamanho 12 pontos, observados os subitens 1.2.1, 1.2.2 e 1.2.3;
- i) numeração de todas as páginas, no centro inferior, pelo editor de textos, a partir da primeira página interna, em algarismos arábicos;
- j) sem identificação da licitante.

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

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

a) poderão ser editados em cores;

b) os dados e informações deverão ser editados na fonte Arial e poderão ter tamanho de 08 a 12 pontos;

c) as páginas em que estiverem inseridos poderão ser:

c1) apresentadas em papel A3 dobrado. Nesse caso, para fins do limite máximo previsto no subitem 1.2.6, cada folha de papel A3 será computada como 02 (duas) páginas de papel A4;

c2) impressas na orientação paisagem.

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

I - ser editados em cores;

II - ter fontes e tamanhos de fonte habitualmente utilizados nesses recursos;

III - ter qualquer tipo de formatação de margem;

IV - ser apresentados em papel A3 dobrado.

1.2.3.1 As páginas em que estiverem inseridos os gráficos, tabelas e planilhas desse subquesto poderão ser impressas na orientação paisagem.

1.2.4 Os exemplos de ações e/ou materiais integrantes do subquesto Solução de Comunicação Corporativa deverão ser apresentados separadamente do caderno de que trata a alínea 'a' do subitem 1.2.

1.2.4.1 Esses exemplos deverão adequar-se às dimensões do Invólucro nº 2, cabendo à licitante atentar para o disposto nas alíneas 'c' do subitem 13.1.1.2 do Edital.

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

1.2.6 Os textos do Raciocínio Básico, da Estratégia de Comunicação Corporativa e da relação prevista na alínea 'a' do subitem 1.3.3 estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas.

1.2.7 Os textos, gráficos, quadros, tabelas e planilhas integrantes do Plano de Implementação estão limitados, no conjunto, a 15 (quinze) páginas, cabendo às licitantes atentar especialmente para o disposto no Edital.

1.2.8 Poderão ser utilizadas páginas isoladas com a finalidade de indicar o Plano de Comunicação Corporativa e seus subquestos. Essas páginas não serão computadas no limite de páginas previsto no subitem 1.2.6 e devem seguir as especificações do subitem 1.2, no que couber.

1.3 A licitante deverá apresentar o Plano de Comunicação Corporativa – Via Não Identificada com base no *Briefing* (Apêndice III-A), observadas as seguintes disposições:

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

a) análise das características e especificidades da CONTRATANTE e do seu papel no contexto no qual se insere;

b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação corporativa identificadas;

c) compreensão da relação da CONTRATANTE com seus diferentes públicos;

d) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*.

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

a) explicitação e defesa das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes da CONTRATANTE no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse, vinculadas à

temática do *Briefing*.

b) proposição e defesa dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; como fazer, quais recursos próprios de comunicação utilizar; que outros recursos ou instrumentos de comunicação corporativa utilizar; diretrizes editoriais e de conteúdo a serem adotadas; quais públicos; que ações, instrumentos ou materiais utilizar; e quais efeitos e resultados esperados.

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

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

a) relação de todas as ações e/ou materiais de comunicação corporativa que a licitante julga necessários para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*, com o detalhamento de cada uma;

b) exemplos das ações e/ou materiais de comunicação corporativa que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para ilustrar sua proposta, observadas as condições estabelecidas no subitem 1.3.3.3.

1.3.3.1 O detalhamento mencionado na alínea ‘a’ do subitem 1.3.3 deve contemplar a especificação, dinâmica ou mecanismo de cada ação e/ou instrumento de comunicação corporativa, a explicitação de sua finalidade, seu público-alvo e suas funções táticas no âmbito da estratégia proposta.

1.3.3.2 Se a proposta da licitante prever número de ações e/ou materiais de comunicação corporativa superior ao limite estabelecido no subitem 1.3.3.3, que podem ser apresentadas fisicamente como exemplos, a relação mencionada na alínea ‘a’ do subitem 1.3.3 deverá ser elaborada em dois blocos: um para as ações e/ou materiais apresentados como exemplos e outro para o restante.

1.3.3.3 Os exemplos de ações e/ou materiais de comunicação corporativa de que trata a alínea ‘b’ do subitem 1.3.3 estão limitados a 10 (dez), independentemente do seu tipo ou de sua característica e poderão ser apresentados sob a forma de:

a) textos, roteiros, *storyboards*, leiautes impressos e/ou montados (‘boneca’);

b) *storyboards* animados ou *animatics*;

c) ‘monstros’ ou leiautes eletrônicos.

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

1.3.3.5 No *storyboard* animado ou no *animatic* poderão ser inseridas fotos e imagens estáticas, além de trilha sonora, voz de personagens e locução. Não podendo ser inseridas imagens em movimento.

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

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

1.3.3.7.1 Nessas mídias de apresentação (CD, DVD ou *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.

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

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

1.3.3.10 Para fins de cômputo das ações e/ou materiais de comunicação corporativa que poderão ser apresentadas fisicamente como exemplos, até o limite de 10 (dez), devem ser observadas as seguintes

regras:

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

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

a) cronograma de produção, implementação, manutenção e conclusão das ações e/ou materiais de comunicação corporativa, com os respectivos públicos e períodos;

1.3.4.1 Todas as ações e/ou materiais de comunicação corporativa que integrarem a relação prevista na alínea ‘a’ do subitem 1.3.3, deverão estar contempladas no Plano de Implementação.

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

I - ter a identificação da licitante;

II - ser datado;

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

1.5 Quesito 2 – Capacidade de Atendimento: a licitante deverá apresentar as informações que constituem o quesito em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, ou A3 dobrado, numerado sequencialmente a partir da primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.5.1 O caderno específico mencionado no subitem 1.5 não poderá apresentar informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Corporativa – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste.

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

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

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

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

d) sistemática operacional de atendimento, meios e processos a serem adotados no relacionamento com a CONTRATANTE, considerada a prestação dos serviços tanto nas dependências da CONTRATADA como nas dependências da CONTRATANTE.

1.6 Quesito 3 – Relatos de Soluções de Comunicação Corporativa: a licitante deverá apresentar os documentos, as informações e as ações e/ou materiais de comunicação corporativa que constituem o quesito, em caderno específico, orientação retrato, em formato A4, numerado sequencialmente a partir da

primeira página interna, rubricado em todas as páginas e assinado na última por quem detenha poderes de representação da licitante, na forma de seus atos constitutivos, devidamente identificado.

1.6.1 Os documentos, as informações e as ações e/ou materiais dos relatos mencionados no subitem precedente não poderão ter informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que conste do Plano de Comunicação Corporativa – Via Não Identificada, que possibilite a identificação da autoria deste, antes da abertura do Invólucro nº 3.

1.6.2 A licitante deverá apresentar 2 (dois) relatos, cada um com o máximo de 5 (cinco) páginas, em que serão descritas soluções de comunicação corporativa 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 corporativa solicitadas ou aprovadas pela CONTRATANTE, no âmbito de seus contratos;

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

1.6.2.1 A validação deverá ser feita em documento apartado dos relatos, o qual não entrará no cômputo do número de páginas de que trata o subitem 1.6.2. No documento de validação constará, além do ateste dos relatos, o número do contrato, o nome empresarial do cliente, o nome do signatário, seu cargo/função e sua assinatura.

1.6.2.2 Os Relatos de Soluções de Comunicação Corporativa, de que trata o subitem 1.6.2 devem ter sido implementados a partir de 01/08/2019.

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

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

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

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

2.1 As Propostas Técnicas das licitantes serão analisadas quanto ao atendimento das condições estabelecidas neste Apêndice.

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

### **2.2.1 Quesito 1 - Plano de Comunicação Corporativa**

#### **2.2.1.1 Subquesito 1 - Raciocínio Básico**

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

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

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

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

#### 2.2.1.2 Subquesto 2 - Estratégia de Comunicação Corporativa

a) a adequação das recomendações a serem observadas pelos porta-vozes da CONTRATANTE às suas atividades, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;

b) o alcance e as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação corporativa da CONTRATANTE no seu relacionamento com a imprensa, formadores de opinião e demais públicos de interesse;

c) a consistência técnica da apresentação e defesa dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Corporativa pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre a 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 Corporativa proposta e os efeitos e resultados esperados.

#### 2.2.1.3 Subquesto 3 – Solução de Comunicação Corporativa

a) o alinhamento das ações e/ou materiais de comunicação corporativa com a estratégia proposta;

b) a pertinência das ações e/ou materiais propostos com a natureza da CONTRATANTE e com o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no *Briefing*;

c) a adequação das ações e/ou materiais propostos ao perfil dos respectivos públicos e sua compatibilidade com os recursos próprios de comunicação da CONTRATANTE;

d) a multiplicidade de interpretações favoráveis que as ações e/ou materiais comportam;

e) a funcionalidade das ações e/ou materiais propostos.

#### 2.2.1.4 Subquesto 4 – Plano de Implementação

a) a adequação do cronograma de produção, implementação, manutenção e conclusão das ações e/ou materiais de comunicação corporativa, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no *Briefing*.

#### 2.2.2 Quesito 2 - Capacidade de Atendimento

a) o porte e a tradição dos clientes em sua comunicação corporativa e o período de atendimento a cada um;

b) a experiência dos profissionais da licitante em comunicação corporativa e a adequação das quantificações e qualificações desses profissionais às necessidades da CONTRATANTE;

c) a adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento à CONTRATANTE na execução do contrato;

d) a funcionalidade do relacionamento operacional entre a CONTRATANTE e a licitante.

#### 2.2.3 Quesito 4 – Relatos de Soluções de Comunicação Corporativa

a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação corporativa em cada relato;

b) a demonstração de que a solução de comunicação corporativa contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;

c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos;

d) a qualidade da execução das ações e/ou materiais de comunicação corporativa desenvolvidos pela licitante para seu cliente;

e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.

2.3 A pontuação da Proposta Técnica está limitada a 100 (cem) e será apurada segundo a metodologia a seguir.

2.3.1 Para estabelecimento da pontuação de cada quesito e subquesto deverá ser avaliado o grau de atendimento das Propostas Técnicas ao disposto neste Apêndice.

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

<b>QUESITOS</b>		<b>PONTUAÇÃO MÁXIMA</b>
1. Plano de Comunicação Corporativa		<b>65%</b>
<b>SUBQUESITOS</b>	I. Raciocínio Básico	5%
	II. Estratégia de Comunicação Corporativa	20%
	III. Solução de Comunicação Corporativa	25%
	IV. Plano de Implementação	15%
2. Capacidade de Atendimento		<b>20%</b>
- Relação dos principais clientes	Presença de clientes integrantes do Poder Executivo Federal – 4%	
	Apenas clientes com atuação nacional – 0%	
	Presença de clientes com atuação nacional e regional – 2%	
	Apenas clientes com atuação regional – 0%	
- Quantificação e qualificação dos profissionais	Mais de 03 profissionais com pós-graduação – 1%	
	Até 03 profissionais com pós-graduação – 0%	
	Presença de profissionais com experiência superior a 05 anos – 2%	
	Presença de profissionais com experiência de, no mínimo, 08	

	anos, com, no mínimo, 02 anos de atuação no mercado de valores mobiliários, financeiro e/ou de capitais – 5%
- Infraestrutura, instalações e recursos colocados à disposição da CONTRANTE	Atende – 3%
	Atende parcialmente – 1%
	Não atende – 0%
- Sistemática operacional de atendimento	Atende – 3%
	Atende parcialmente – 1%
	Não atende – 0%
3. Relatos de Soluções de Comunicação Corporativa	<b>15%</b>
<b>PONTUAÇÃO TOTAL</b>	<b>100%</b>

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

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

2.3.4 A Subcomissão Técnica reavaliará a pontuação atribuída a um quesito ou subquesito sempre que a diferença entre a maior e a menor pontuação for superior a 20% (vinte por cento) da pontuação máxima do quesito ou do subquesito, com o fim de restabelecer o equilíbrio das pontuações atribuídas, em conformidade com os critérios objetivos previstos no Edital.

2.3.4.1 Persistindo a diferença de pontuação prevista após a reavaliação do quesito ou subquesito, os membros da Subcomissão Técnica, autores das pontuações consideradas destoantes, deverão registrar em ata as razões que os levaram a manter a pontuação atribuída ao quesito ou subquesito reavaliado, que será assinada por todos os membros da Subcomissão e passará a compor o processo desta licitação.

2.4 Será desclassificada a Proposta Técnica que incorrer em qualquer uma das situações abaixo descritas:

a) apresentar qualquer informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da autoria do Plano de Comunicação Corporativa – Via Não Identificada, antes da abertura do Invólucro nº 3;

b) não alcançar, no total, 80 (oitenta) pontos;

c) obtiver pontuação zero em qualquer um dos quesitos ou subquesitos.

2.4.1 Poderá ser desclassificada a Proposta Técnica que não atender às demais exigências do Edital, a depender da gravidade da ocorrência, podendo ser relevados aspectos puramente formais que não

comprometam a lisura e o caráter competitivo da concorrência.

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

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

### **APÊNDICE III-A BRIEFING**

O TEMA APRESENTADO NESTE BRIEFING TEM CARÁTER EXEMPLIFICATIVO, SENDO O OBJETIVO PRINCIPAL DE SUA APRESENTAÇÃO A AVERIGUAÇÃO DA CAPACIDADE TÉCNICA DE CADA CONCORRENTE, QUANTO À CAPACIDADE DE DIAGNOSTICAR UM

# DESAFIO DE COMUNICAÇÃO E PROPOR ALTERNATIVAS PARA SUA SOLUÇÃO DE MANEIRA CORRETA E EFETIVA.

## 1. Situação Geral

A Comissão de Valores Mobiliários (CVM) foi criada em 07/12/1976 pela Lei 6.385/76, com o objetivo de fiscalizar, normatizar, disciplinar e desenvolver o mercado de valores mobiliários no Brasil.

A CVM é uma entidade autárquica em regime especial, vinculada ao Ministério da Economia, com personalidade jurídica e patrimônio próprios, dotada de autoridade administrativa independente, ausência de subordinação hierárquica, mandato fixo e estabilidade de seus dirigentes, e autonomia financeira e orçamentária.

Em 2013, a CVM reformulou sua estratégia institucional e lançou o seu atual Plano Estratégico, reafirmando valores e propósito e definindo os Objetivos Estratégicos com projeção para 2023. O Plano sofreu uma revisão em 2019.

### *Propósito*

Zelar pelo funcionamento eficiente, pela integridade e pelo desenvolvimento do mercado de capitais, promovendo o equilíbrio entre a iniciativa dos agentes e a efetiva proteção dos investidores.

### *Valores*

Valorização permanente do corpo funcional, com foco na sua capacitação, comprometimento, motivação e meritocracia.

Ambiente de trabalho que preze a coordenação, cooperação e constante diálogo entre as diferentes áreas e níveis hierárquicos.

Busca permanente de estruturas organizacional, física e tecnológica adequadas, suportadas por uma autonomia administrativa, orçamentária e financeira.

Educação financeira como instrumento essencial para o fortalecimento do mercado de capitais.

Atuação coordenada com instituições públicas e privadas, nacionais e internacionais, na busca de maior eficiência das atividades de regulação, registro, supervisão, fiscalização, sanção e educação.

Atuação técnica, independente, célere e transparente, pautada pela ética, eficiência, equilíbrio e segurança jurídica das decisões.

Atuação regulatória com foco no atendimento das necessidades do mercado e sua evolução, em consonância com padrões internacionais, e pautada na participação da sociedade, inclusive por meio das audiências públicas.

Atuação pautada na proteção do investidor, na exigência de ampla divulgação de informação, no monitoramento dos riscos de mercado e na estabilidade financeira, inclusive com o apoio da autorregulação.

### *Mandatos legais da CVM*

#### Desenvolvimento do mercado

Estimular a formação de poupança e a sua aplicação em valores mobiliários; promover a expansão e o funcionamento eficiente e regular do mercado de ações; e estimular as aplicações permanentes em ações do capital social de companhias abertas sob controle de capitais privados nacionais (Lei 6.385/76, art. 4º, incisos I e II).

#### Eficiência e funcionamento do mercado

Assegurar o funcionamento eficiente e regular dos mercados da bolsa e de balcão; assegurar a observância de práticas comerciais equitativas no mercado de valores mobiliários; e assegurar a observância, no

mercado, das condições de utilização de crédito fixadas pelo Conselho Monetário Nacional (Lei 6.385/76, art. 4º, incisos III, VII e VIII).

### Proteção dos investidores

Proteger os titulares de valores mobiliários e os investidores do mercado contra emissões irregulares de valores mobiliários; atos ilegais de administradores e acionistas controladores das companhias abertas, ou de administradores de carteira de valores mobiliários; e o uso de informação relevante não divulgada no mercado de valores mobiliários. Evitar ou coibir modalidades de fraude ou manipulação destinadas a criar condições artificiais de demanda, oferta ou preço dos valores mobiliários negociados no mercado (Lei 6.385/76, art. 4º, incisos IV e V).

### Acesso à informação adequada

Assegurar o acesso do público a informações sobre os valores mobiliários negociados e as companhias que os tenham emitido, regulamentando a Lei e administrando o sistema de registro de emissores, de distribuição e de agentes regulados (Lei 6.385/76, art. 4º, inciso VI, e art. 8º, incisos I e II).

### Fiscalização e sanção

Fiscalizar permanentemente as atividades e os serviços do mercado de valores mobiliários, bem como a veiculação de informações relativas ao mercado, às pessoas que dele participam e aos valores nele negociados, e impor penalidades aos infratores das Leis 6.404/76 e 6.385/76, das normas da própria CVM ou de leis especiais cujo cumprimento lhe incumba fiscalizar (Lei 6.385/76, art. 8º, incisos III e V, e art. 11).

### *Objetivos Estratégicos*

Ser reconhecida pela sociedade como uma instituição essencial, dotada de credibilidade e capaz de regular de maneira eficiente o funcionamento do mercado, proteger os investidores e contribuir positivamente para o desenvolvimento do país. (\*)

Dispor de instalações seguras, sustentáveis, modernas, adequadamente dimensionadas e dotadas de alta tecnologia.

Ter um corpo funcional comprometido, motivado, multidisciplinar e especializado, fruto de uma política de recursos humanos formalizada, transparente, legitimada e baseada na meritocracia.

Possuir uma estrutura organizacional que lhe assegure capacidade de realizar suas atividades de modo a acompanhar a evolução do mercado, dimensionando permanentemente as áreas de acordo com suas necessidades.

Ter uma atuação célere, técnica e independente pautada na constante coordenação, cooperação e diálogo entre as diversas áreas e níveis hierárquicos.

Ter efetiva autonomia para definir um orçamento que garanta o cumprimento de suas atividades e objetivos estratégicos e ter processos eficientes que permitam aproveitar plenamente os recursos financeiros disponíveis.

Adotar técnicas de gerenciamento e otimização de processos, que devem ser constantemente mapeados, padronizados e preponderantemente eletrônicos.

Possuir estrutura tecnológica capaz de atender as atividades finalísticas, de apoio e de gestão.

Produzir pesquisas, análises e conhecimento capazes de oferecer subsídios para a tomada de decisões estratégicas e operacionais.

Possuir regulação em linha com as melhores práticas internacionais e ser reconhecida pela sua capacidade de acompanhar tempestivamente as necessidades do mercado, promovendo o necessário equilíbrio entre as iniciativas dos participantes e a proteção dos investidores.

Dispor de uma supervisão de mercado eficiente, com uso intensivo de tecnologia e de maneira integrada com outros órgãos reguladores e autorreguladores.

Ter processos investigativos e sancionadores céleres, eficientes e que produzam o efeito pedagógico necessário à efetiva inibição de irregularidades.

Ter um papel de liderança na área de educação financeira, contribuindo para uma melhor compreensão pelos investidores dos benefícios e dos riscos associados aos produtos financeiros.

Ter uma atuação institucional proativa nos fóruns internacionais, assumindo papel relevante e influenciando a discussão de temas inseridos no mercado de capitais.

Participar de forma efetiva das decisões estratégicas governamentais relacionadas ao mercado de capitais, com atuação institucional próxima à Administração Central e aos Poderes Legislativo e Judiciário.

(\*) *Esse objetivo estratégico configura também a visão da entidade.*

## **2. Situação específica**

O mercado de capitais regulado pela CVM está cada vez mais fortalecido, dinâmico e complexo, exigindo da Autarquia constante atualização e inovação regulatória e tecnológica.

Os mercados regulados pela CVM cresceram tanto em volume quanto em complexidade. A indústria de fundos de investimentos, que em 2009 apresentava patrimônio líquido total de aproximadamente R\$ 1,9 trilhão, registrou, em dezembro de 2018, R\$ 4,6 trilhões – sendo atualmente a quarta maior do mundo.

O número de negócios em Bolsa avançou de 228 milhões em 2014 para 307 milhões em 2018. Já o volume financeiro de negociações com derivativos cresceu de R\$ 48 trilhões em 2014 para R\$ 95 trilhões em 2018, sendo o terceiro maior do mundo, com projeção de R\$ 111 trilhões para 2019. Vale mencionar que o papel da tecnologia tem sido cada vez mais importante no mercado de capitais.

O crescimento de produtos como os *Initial Coin Offerings* (ICOs), uso do Blockchain, entre outros, impõe aos reguladores um desafio constante de atualização e alinhamento às melhores práticas em TI, seja como consumidora ou provedora de serviços ao mercado.

Nos últimos três anos, também o mercado de investidores individuais se expandiu, quintuplicando de tamanho, após uma década de estagnação, passando de 600 mil contas para bolsa para 3 milhões de contas de investidores individuais.

Os principais desafios impostos à CVM nesse cenário são os seguintes: Aumentar a participação do mercado de capitais como fonte competitiva de financiamento, desincentivar desvios de conduta a partir do emprego efetivo dos mecanismos de sanção e promover a redução dos custos de observância dos participantes do mercado.

Pesquisa recente, levada a cabo pela CVM, com 5 mil participantes, mostrou que 40% deles começaram a investir nos últimos cinco anos, especialmente por meio de plataformas digitais. Além disso, a pesquisa mostrou que muitos investidores já acessam produtos mais sofisticados, como criptomoedas, derivativos e até mesmo investimentos no exterior. O público que atendeu a pesquisa é predominantemente masculino, sendo um indicativo do perfil do público investidor. Porta voz da CVM indica como desafio também para a Autarquia “atrair e engajar mais o público feminino para esse meio”.

Cabe sublinhar, ainda, que a CVM, historicamente, é pouco conhecida do público em geral. Tornar sua atuação mais conhecida da sociedade, de maneira mais ampla, constitui um desafio também da área de comunicação social. Somada a isso, a emergência dos investidores individuais lança igualmente um desafio de comunicação para a Autarquia. Que canais de comunicação estabelecer com esse público diretamente envolvido com o mercado de capitais? Como atingi-lo? Que mensagem levar para esse público?

Nesse contexto, a comunicação efetiva desponta como o primeiro passo para dar resposta aos desafios e para a implantação bem-sucedida do plano estratégico da Autarquia. Em decorrência de expectativas e necessidades distintas, são adotados mecanismos específicos de divulgação para os públicos interno e externo.

### **Público interno**

Comunicados Internos (publicação na Intranet)

Boletins Informativos

E-mails

Marketing

Palestras

Reuniões

Workshops

### **Público externo**

Reuniões com stakeholders

Comunicados ao Mercado (publicação no site)

Comunicados à Imprensa

Relatório Anual

Relatório de Gestão

Redes sociais

### **3. Desafio de comunicação**

Considerando as informações acima, a licitante deverá elaborar um Plano de Comunicação com estratégias para o posicionamento de imagem da CVM enquanto reguladora do mercado de capitais e garantidora de um ambiente concorrencial justo, que, por um lado, estimule as atividades e os investimentos, e, por outro, proteja o meio ambiente e a sociedade. O desafio consiste em propor ações de comunicação para ampliar o diálogo com a sociedade em geral, com base na situação específica descrita acima, e posicionar a Autarquia de forma positiva dentro da discussão. Deve ser levada em conta a importância da comunicação ampla para esclarecer dúvidas e incertezas associadas a essa atividade.

A proposta deverá contemplar o uso das diversas ferramentas de comunicação social e apresentar soluções com clareza, didatismo e metodologias de avaliação. Dessa forma, é necessário:

- a) Demonstrar a compreensão do papel institucional da CVM;
- b) Contribuir para o fortalecimento da imagem da CVM junto à sociedade e demais públicos-alvo, por meio da proposição de soluções de comunicação estratégicas e dirigidas;
- c) Apresentar diagnóstico, com análise de riscos e de oportunidades de comunicação, propondo soluções de prevenção e gestão de possíveis crises;
- d) Apresentar ações integradas, de modo a garantir eficiência no relacionamento e atendimento à imprensa, na comunicação interna e na produção de conteúdo multimídia.

### **4. Objetivos de comunicação - Geral e Específicos**

O objetivo geral do Plano de Comunicação, a partir do princípio da transparência que norteia a Administração Pública, é informar a sociedade e posicionar a CVM enquanto reguladora do setor. O objetivo específico é divulgar aos diferentes públicos-alvo informações sobre as ações da CVM relativas ao cenário apresentado na situação geral e específica, esclarecendo o assunto de forma objetiva e transparente, frente aos diferentes posicionamentos sobre o tema e aos possíveis riscos para a imagem da Autarquia.

### **5. Públicos-alvo**

Os públicos-alvo são os seguintes: imprensa, mercado, investidor individual, público em geral.

## **6. Praças**

A CVM é uma autarquia federal e as ações de comunicação devem atingir os públicos-alvo em todo o País.

## **7. Período**

O plano de comunicação deverá prever um cronograma de execução de 180 (cento e oitenta) dias.

## **8. Pesquisa e outras informações**

A CVM disponibiliza informações institucionais sobre sua organização e atuação em seu portal, no endereço [www.cvm.gov.br](http://www.cvm.gov.br), e em suas redes sociais (facebook: @cvmgovbr; twitter: @cvmgovbr )

# **APÊNDICE IV**

## **APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS**

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

1.1 A licitante deverá apresentar sua Proposta de Preços:

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

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

- a) percentual de desconto;
- b) conjunto de declarações;
- c) informações sobre a licitante.

1.2.1 O percentual de desconto, a ser concedido à CONTRATANTE, incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, constante do Apêndice II, não poderá ser inferior a 3% (três por cento).

1.2.1.1 Nos preços unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, elencados no Apêndice II, estão incluídos todos os custos internos da licitante, diretos e indiretos, tais como: despesas com planejamento e apresentações; encargos sociais e trabalhistas de mão de obra; equipamentos (*hardware*), programas

(*software*); impostos; taxas; seguros; e demais obrigações financeiras, de qualquer natureza, envolvidas na execução do objeto do contrato.

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

1.3.1 Caso a licitante fixe um prazo de validade inferior ao exigido no subitem 1.3 ou, ainda, esteja com o prazo de validade de sua proposta expirado na sessão de abertura dos invólucros com as Propostas de Preços, a Comissão Especial de Licitação realizará com ela diligência nos termos do §3º do art. 43 da Lei nº 8.666/1993, como forma de prorrogar o referido prazo.

1.3.1.1 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.

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

## **2. JULGAMENTO DAS PROPOSTAS DE PREÇOS**

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

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

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

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

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

2.6 O Preço Proposto pela Licitante (PPL), nos termos da alínea 'a' do subitem 1.2 deste Apêndice, será considerado na identificação do Índice de Preços (IP) da licitante, obtido pela aplicação da fórmula **IP = (PPL/MPD)**, utilizando-se duas casas decimais, sendo que:

**IP** = Índice de Preços;

**PPL** = Percentual Proposto pela Licitante no quesito Percentual de Desconto (serviços essenciais);

**MPD** = Maior Percentual de Desconto, dentre aqueles propostos pelas licitantes no PPL;

2.7 O Índice de Preços (IP) de cada licitante será considerado no julgamento final da concorrência, conforme disposto no Edital.

### **APÊNDICE IV-A**

#### **MODELO DE PROPOSTA DE PREÇOS**

À

Comissão Especial de Licitação

### Concorrência nº XX / 2021 – Comissão de Valores Mobiliários

1. Declaramos que, caso esta licitante venha a ser contratada pela Comissão de Valores Mobiliários, como resultado da concorrência em epígrafe, adotaremos os seguintes preços na execução do contrato:

a) percentual de desconto de .....% (.....**por cento**), incidente de forma linear sobre os valores elencados na Planilha de Estimativa Anual de Execução e Preços Unitários dos Produtos e Serviços Essenciais, constante no Apêndice II, do Anexo I do Edital.

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 da Comissão de Valores Mobiliários;

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

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

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

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

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

e) estamos cientes de que a Comissão de Valores Mobiliários procederá à retenção de tributos e contribuições nas situações previstas em lei;

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

3. Por fim, informamos os seguintes dados:

Nome empresarial:
Endereço:
CEP:
CNPJ:

Inscrição Estadual ou Municipal:

local e data

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

**APÊNDICE V**  
**MODELO DE ORDEM DE SERVIÇO**

ORDEM DE SERVIÇO (OS)			
(IN SEGES/MP nº 5, de 26.5.2017, Anexo V-A)			
Concorrência CVM nº XXX/2021			
IDENTIFICAÇÃO DO PEDIDO			
Nº da OS		Unidade Requisitante	
Data da emissão		Serviço	
Contrato nº		Processo nº	
IDENTIFICAÇÃO DA CONTRATADA			

Razão Social			CNPJ		
Tel.:			Email		
DEFINIÇÃO/ESPECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS					
Nº	Produto	Unidade de medida	Quantidade	Valor Unitário R\$	Valor Global R\$
IDENTIFICAÇÃO DOS RESPONSÁVEIS					
Responsável pela solicitação e recebimento do serviço					
Local e data					



Documento assinado eletronicamente por **João Carlos Mançal Monteiro, Superintendente**, em 22/07/2022, às 14:49, com fundamento no art. 6º do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



Documento assinado eletronicamente por **Eduardo Abi-Nader Simão, Superintendente Administrativo-Financeiro Substituto**, em 22/07/2022, às 15:33, com fundamento no art. 6º do Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [https://sei.cvm.gov.br/conferir\\_autenticidade](https://sei.cvm.gov.br/conferir_autenticidade), informando o código verificador **1561672** e o código CRC **E8C16D0D**.

*This document's authenticity can be verified by accessing [https://sei.cvm.gov.br/conferir\\_autenticidade](https://sei.cvm.gov.br/conferir_autenticidade), and typing the "Código Verificador" **1561672** and the "Código CRC" **E8C16D0D**.*

---