

DIÁRIO OFICIAL DA UNIÃO

Publicado em: 25/04/2022 | Edição: 76 | Seção: 1 | Página: 18

Órgão: Ministério das Comunicações/Gabinete do Ministro

PORTARIA MCOM Nº 5.218, DE 7 DE ABRIL DE 2022

Dispõe sobre o procedimento para contratação e sobre a fase de execução dos contratos de serviços de comunicação digital dos órgãos e entidades do Poder Executivo Federal.

O MINISTRO DE ESTADO DAS COMUNICAÇÕES, no exercício da competência que lhe é outorgada pelo art. 87, parágrafo único, inciso II, da Constituição Federal, e tendo em vista o disposto no art. 26-C, inciso IV, da Lei nº 13.844, de 18 de junho de 2019, com fundamento no art. 6º, inciso XIV, do Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, resolve:

CAPÍTULO I

DISPOSIÇÕES GERAIS

Art. 1º Dispor sobre o procedimento para contratação e sobre a fase de execução dos contratos para prestação de serviços de comunicação digital.

§ 1º O disposto no caput aplica-se aos órgãos e entidades do Sistema de Comunicação de Governo do Poder Executivo Federal - SICOM, nos termos da Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e, de forma complementar, da Instrução Normativa SEGES/MP nº 05, de 26 de maio de 2017, observadas, no que couber, as regras estabelecidas pela Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010.

§ 2º Nas licitações de serviços de comunicação digital das empresas públicas, das sociedades de economia mista e de suas subsidiárias, aplica-se o disposto na Lei nº 13.303, de 30 de junho de 2016, conforme expressamente previsto em seu art. 28, caput e, de forma complementar, os ditames desta Portaria.

Art. 2º Considera-se comunicação digital, para efeito desta Portaria, o conceito trazido pela Portaria MCOM nº 3.948, de 26 de outubro de 2021, consoante ao que dispõe o parágrafo único do art. 3º do Decreto nº 6.555, de 2008.

CAPÍTULO II

DA LICITAÇÃO

Seção I

Das disposições gerais

Art. 3º Os serviços de comunicação digital serão contratados com empresas especializadas no segmento que sejam estabelecidas no país, devidamente cadastradas, com situação regular no Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores - SICAF e que satisfaçam as condições e disposições estabelecidas no edital do órgão ou entidade contratante.

Parágrafo único. Nas licitações e contratações de serviços de comunicação digital será observado o princípio da segregação de funções.

Art. 4º A licitação será processada de acordo com a modalidade concorrência, conforme o art. 22 da Lei nº 8.666, de 1993, adotando-se os tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço".

Parágrafo único. A escolha do tipo de licitação "melhor técnica" ou "técnica e preço" pelo órgão ou entidade contratante, além de observar os termos dos arts. 23, 39 e 46 da Lei nº 8.666, de 1993, deverá objetivar, obrigatoriamente, a identificação da licitante que reúna, de fato e de direito, os atributos que a configurem como a proposta mais vantajosa para a administração, com base nos princípios constitucionais da eficiência e da economicidade.

Art. 5º O serviço de comunicação digital, devido às suas peculiaridades, detém natureza intelectual, intangível e indivisível, não se enquadra no conceito de bens e serviços comuns.

Art. 6º A prestação de serviços de comunicação digital terá duração de até 12 (doze) meses, observando-se o art. 57, caput, da Lei nº 8.666, de 1993.

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

§ 2º A justificativa mencionada no parágrafo anterior será realizada por meio de apontamento de forma a dar embasamento à necessidade permanente da Administração Pública e à observância do princípio da economicidade, considerado o histórico do órgão ou entidade contratante em relação ao serviço de comunicação digital.

Art. 7º A execução contratual será realizada mediante demanda do órgão ou entidade contratante, nos termos de execução indireta, sob o regime de empreitada por preço unitário.

Art. 8º Considerada a natureza intangível dos serviços de comunicação digital e o fato destes não serem completamente previsíveis pela Administração Pública, o órgão ou entidade contratante adotará unidade de medida que permita a mensuração dos resultados para subsidiar o pagamento da contratada, afastada a remuneração da empresa com base na quantidade de horas de serviço ou por postos de trabalho.

Seção II

Dos modelos de edital

Art. 9º A Secretaria Especial de Comunicação Social prestará apoio e subsídios, nos termos do art. 6º, inciso XIV, do Decreto nº 6.555, de 2008 e do art. 20, inciso V, do Decreto nº 10.747, de 13 de julho de 2021, e disponibilizará modelos de projeto básico, termo de referência e de editais para contratação de serviços de comunicação digital aos órgãos e entidades integrantes do SICOM.

§ 1º Os modelos de edital da Secretaria Especial de Comunicação Social adotam a modalidade "concorrência" e os tipos "melhor técnica" ou "técnica e preço", com base no art. 46 da Lei nº 8.666, de 1993, e serão adequados pelos órgãos e entidades contratantes de acordo com as suas especificidades.

§ 2º A opção pelo tipo de licitação "melhor técnica" ou "técnica e preço" é uma discricionariedade do órgão ou entidade contratante, que justificará e fundamentará a sua escolha e utilizará o respectivo modelo de edital disponibilizado pela Secretaria Especial de Comunicação Social ou pela Advocacia-Geral da União, conforme as características do tipo de sua contratação e exigências do órgão jurídico.

§ 3º Os modelos de edital da Secretaria Especial de Comunicação Social estão disponibilizados em sua página na internet e serão atualizados, sempre que necessário, com base nas ocorrências das licitações dos órgãos e entidades integrantes do SICOM e nos dispositivos legais relativos à matéria.

Seção III

Do objeto

Art. 10. O edital de licitação para a contratação de serviços de comunicação digital terá como objetos as atividades pertinentes ao conceito definido na Portaria MCOM nº 3.948, de 2021, a saber:

I - prospecção, planejamento, implementação, manutenção e monitoramento de soluções de comunicação digital;

II - criação e execução técnica de ações e peças de comunicação digital;

III - criação, implementação e desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação digital, destinadas a expandir os efeitos de mensagens e conteúdos do órgão/entidade, em seus canais proprietários e em outros ambientes, plataformas ou ferramentas digitais, em consonância com novas tecnologias;

IV - moderação de conteúdo e de perfis em redes sociais; e

V - monitoramento e estratégia de comunicação nos canais digitais com base na inteligência dos dados colhidos.

§ 1º Não será permitida a inclusão de produtos e serviços de natureza não compatível com o objeto da contratação ou sem vínculo com a ação de comunicação digital.

§ 2º É vedada a subcontratação de outra agência de comunicação digital para a execução dos serviços compreendidos no objeto do contrato assinado.

Seção IV

Das características dos produtos e serviços

Art. 11. A adoção de unidades de medida prevista no art. 8º se dará por meio do estabelecimento, pelo órgão ou entidade contratante, de catálogo dos produtos e serviços necessários à execução do objeto do contrato.

Art. 12. Os itens constantes do catálogo de produtos e serviços serão estrategicamente combinados pela contratada, com vistas a formatar a melhor solução de comunicação digital para superar os desafios no atingimento dos objetivos de comunicação do órgão ou entidade contratante, dada a natureza intelectual do serviço prestado pela contratada, no decorrer da execução contratual.

Art. 13. O catálogo de produtos e serviços contemplará as especificações técnicas de cada item, com os respectivos preços unitários máximos e as quantidades estimadas de execução, de acordo com o perfil de atuação do órgão ou entidade contratante, observadas as orientações relativas à matéria disposta na Instrução Normativa SEGES/MP nº 5, de 2017.

Art. 14. A especificação técnica dos produtos e serviços conterá as seguintes informações:

I - título;

II - descritivo;

III - entregas;

IV - aspectos a serem considerados na avaliação da atividade;

V - características consideradas na descrição do produto ou serviço;

VI - complexidade;

VII - prazo de entrega; e

VIII - outras informações que possam melhor caracterizá-los.

§ 1º As especificações constantes do catálogo de produtos e serviços serão aperfeiçoadas pelo órgão ou entidade contratante no decorrer da execução contratual, sempre que identificada a necessidade de melhor alinhamento com as práticas experimentadas na execução contratual, devendo estas serem justificadas e efetivadas por meio de termo aditivo ao contrato, assegurada a vantajosidade e manutenção das condições iniciais da proposta.

§ 2º O aperfeiçoamento das especificações realizado pelos órgãos e entidades integrantes do SICOM ou quaisquer impugnações relativas ao edital ou ao certame serão encaminhados à Subsecretaria de Gestão e Normas, nos termos do art. 20, inciso V, do Decreto nº 10.747, de 2021, com vistas a, se for o caso, subsidiar o aprimoramento dos modelos de edital para contratação de serviços de comunicação digital disponibilizados.

Art. 15. Para estabelecer os preços unitários máximos dos produtos e serviços, no âmbito do certame, o órgão ou entidade contratante realizará pesquisa de preços, com base no catálogo de produtos e serviços elaborado e devidamente quantificado, de modo a propiciar a adequada cotação, observados os termos previstos na Instrução Normativa SEGES/ME nº 73, de 5 de agosto de 2020.

§ 1º As cotações encaminhadas ao órgão ou entidade contratante, no caso de pesquisas direta com fornecedores, deverão estar datadas, assinadas e rubricadas em todas as folhas, para composição do processo licitatório.

§ 2º Para subsidiar a análise dos orçamentos cotados, o órgão ou entidade contratante buscará, se disponível, as referências dos preços praticados pela Administração Pública em outros contratos, e, também, no painel de preços disponibilizado pelo Ministério da Economia, relativamente aos produtos e

serviços a serem licitados.

Art. 16. O quantitativo dos produtos e serviços será estimado com base no histórico de atuação, nas necessidades atuais e perspectivas futuras do órgão ou entidade contratante, podendo ser readequado no decorrer da execução contratual, dentro dos limites previstos nos §§ 1º e 2º do art. 65 da Lei nº 8.666, de 1993, mediante termo aditivo, desde que devidamente justificado.

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

Art. 17. A execução técnica dos produtos e serviços se dará por ordem e conta do órgão ou entidade contratante.

Parágrafo único. O catálogo de produtos e serviços com as especificações técnicas dos itens, com os preços máximos a serem aceitos no âmbito do certame e com as estimativas anuais de execução, estará contemplado no projeto básico do edital.

Seção V

Da proposta técnica

Art. 18. O conteúdo a ser apresentado pelas licitantes em cada quesito e subquesito que compõe a proposta técnica e os atributos a serem considerados no julgamento técnico, com os parâmetros de pontuação estão dispostos no Anexo II.

Parágrafo único. Os critérios de pontuação para o julgamento da proposta técnica serão fixados pelo órgão ou entidade contratante em função das especificidades de sua atuação e das informações integrantes do briefing, observado o modelo disposto no Anexo I.

Art. 19. As licitantes apresentarão sua proposta técnica com base nos desafios e objetivos de comunicação estabelecidos pelo órgão ou entidade contratante no briefing e considerarão os itens constantes do catálogo de produtos e serviços previstos no projeto básico do edital.

Art. 20. O julgamento do quesito referente ao plano de comunicação digital, bem como dos seus respectivos subquesitos, será realizado com base em proposta técnica com autoria não identificada, conforme estabelecido no edital do órgão ou entidade contratante.

Seção VI

Da proposta de preços

Art. 21. Os critérios de apresentação e julgamento da proposta de preços serão fixados pelo órgão ou entidade contratante no edital e em função das especificidades do seu perfil de atuação, observados os modelos disponibilizados pela Secretaria Especial de Comunicação Social.

Seção VII

Do edital

Art. 22. A elaboração do edital obedecerá às exigências do art. 40 da Lei nº 8.666, de 1993, da Instrução Normativa SEGES/MP nº 5, de 2017, e, de forma complementar, das regras estabelecidas pela Lei nº 12.232, de 2010, aplicáveis, no que couber, ao objeto.

Art. 23. O edital disporá sobre:

I - o reembolso, ou não, à contratada de despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, bem como suas regras, fundamentações e condições; e

II - o limite máximo, na forma de percentual incidente sobre o valor contratual, destinado ao pagamento das despesas previstas no inciso I, conforme o caso.

Art. 24. O julgamento das propostas técnicas e de preços e o julgamento final do certame será efetuado com base nos mecanismos especificados no instrumento convocatório, de acordo com o tipo de licitação, "melhor técnica" ou "técnica e preço", observado o art. 46 da Lei nº 8.666, de 1993 e o Anexo II.

Art. 25. O edital deverá, ainda, prever critérios objetivos para identificação/definição da licitante vencedora, contemplando regras claras para os casos de empate no julgamento das propostas técnicas e de preços, bem como no julgamento final do certame, de acordo com o tipo de licitação escolhido pelo órgão ou entidade contratante "melhor técnica" ou "técnica e preço" e o Anexo II.

Subseção I

Das disposições sobre a proposta técnica

Art. 26. O edital determinará que:

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

II - é vedada a aposição, em qualquer parte da via não identificada do plano de comunicação digital, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possibilite a identificação da licitante;

III - é vedada a aposição no invólucro referente à capacidade de atendimento e aos relatos de soluções de comunicação digital, assim como nos documentos nele contidos, de informação, marca, sinal, etiqueta ou qualquer outro elemento que possa identificar o plano de comunicação digital apócrifo ou que possibilite a identificação da autoria, em qualquer fase do certame;

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

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

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

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

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

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

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

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

XII - os conteúdos do plano de comunicação digital terão formatos compatíveis com suas características e adequar-se-ão às dimensões do invólucro fornecido pelo órgão ou entidade contratante;

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

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

b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital constantes da proposta;

XIV - as licitantes apresentarão o orçamento disposto na alínea "b" do inciso anterior, com base:

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

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

XV - cada relato de soluções de comunicação digital será formalmente referendado pelo respectivo cliente; e

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

Art. 27. O edital ainda conterà:

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

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

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

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

Subseção II

Das disposições sobre a proposta de preços

Art. 28. No tocante à proposta de preços, o edital estabelecerá que o pagamento da contratada será efetuado com base na tabela de preços dos produtos e serviços, resultante da aplicação dos valores constantes da proposta vencedora no certame, oriundos da negociação sobre os preços máximos estabelecidos no edital, pelo órgão ou entidade contratante.

Subseção III

Da habilitação

Art. 29. No tocante à habilitação, o edital determinará que:

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

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

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

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

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

Subseção VI

Do processamento e julgamento da licitação

Art. 30. A licitação será processada e julgada por comissão especial de licitação, com exceção da análise e julgamento das propostas técnicas, que serão realizados por subcomissão técnica.

Art. 31. O processamento e o julgamento da licitação obedecerão aos seguintes procedimentos mínimos:

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

a) os documentos de habilitação;

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

c) as propostas de preços.

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

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

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

V - rubrica pela comissão especial de licitação e por comissão criada pelas licitantes dos documentos que constituem os conteúdos dos invólucros mencionados no inciso IV, com posterior fechamento dos invólucros/malotes;

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

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

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

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

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

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

XII - publicação na imprensa oficial do resultado do julgamento técnico, indicando as licitantes desclassificadas e as classificadas, em ordem decrescente de pontuação, e abertura de prazo, se for o caso, para eventuais recursos;

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

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

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

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

XVII - homologação do certame e adjudicação do objeto.

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

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

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

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

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

Art. 32. Os membros da comissão especial de licitação guardarão sigilo sobre as informações relativas ao processo licitatório, até sua divulgação ao público, e não se utilizarão de informações às quais tenham acesso em razão do exercício de suas atividades, de modo a obter, para si ou para outrem, vantagem de qualquer natureza.

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

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

Subseção VII

Da subcomissão técnica

Art. 33. A subcomissão técnica, de caráter temporário, é constituída exclusivamente para examinar e julgar as propostas técnicas, em consonância ao que dispõe o § 1º, do art. 10, da Lei nº 12.232, de 2010.

Parágrafo único. A subcomissão técnica, no âmbito de sua atuação, possui as mesmas prerrogativas da comissão de licitação, sendo responsável, à vista das características peculiares do objeto a ser licitado, pelo julgamento técnico, de modo a assegurar a moralidade, a imparcialidade e a impessoalidade na análise de todos os quesitos que compõem a proposta técnica.

Art. 34. A constituição da subcomissão técnica obedecerá aos seguintes critérios:

I - será constituída por pelo menos 3 (três) membros que possuam formação em comunicação, publicidade ou marketing ou que atuem em uma dessas áreas;

II - pelo menos 1/3 (um terço) de seus membros não poderá manter nenhum vínculo funcional ou contratual, direto ou indireto, com o órgão ou entidade contratante responsável pela licitação;

III - nenhum dos membros sem vínculo terá relação de parentesco, até terceiro grau, com outro membro e/ou com servidor do órgão ou entidade responsável pela licitação e/ou com servidor que atue nas áreas intervenientes ao processo de contratação; e

IV - nenhum dos membros possuirá vínculo contratual ou funcional, direto ou indireto, com qualquer das licitantes.

§ 1º Caso a formação originária dos candidatos indicados não corresponda às áreas determinadas pela Lei nº 12.232, de 2010, o órgão ou entidade responsável pela licitação poderá:

I - exigir que o servidor, empregado e/ou funcionário tenha atuado em comunicação ou em publicidade ou em marketing por, no mínimo, 3 (três) anos, de forma cumulativa; ou

II - utilizar, para fins de experiência, os cursos de pós-graduação, MBA, mestrado ou doutorado, nas áreas de comunicação, publicidade ou marketing.

§ 2º Os candidatos indicados sem vínculo, informarão:

I - antes da publicação da relação de sorteio, que não possuem relação de parentesco até terceiro grau com servidor do órgão ou entidade contratante que atue nas áreas intervenientes ao processo de contratação;

II - antes de iniciar os trabalhos de julgamento das propostas, se, dentre as licitantes que entregaram propostas técnicas, que não possuem nenhuma ligação, direta ou indireta, com qualquer das licitantes; e

III - caso tenha sido servidor do órgão ou entidade, se há o interstício mínimo de 1 (um) ano do seu desligamento.

§ 3º Para efeitos de aplicação desta Portaria, considera-se vínculo contratual ou funcional indireto, a vinculação aos processos, aos procedimentos e/ou as atividades relacionadas com o cerne principal do órgão ou entidade contratante ou aquelas que subsidiam a cadeia produtiva de empresa do ramo de ações relativas à comunicação institucional.

§ 4º O órgão ou entidade contratante instruirá, se assim entender, processo específico para formalização dos procedimentos necessários à formação da subcomissão técnica que, para tanto, será formalizado em tempo hábil à realização do sorteio de que trata o § 2º do art. 10 da Lei nº 12.232, de 2010.

§ 5º Nas pequenas unidades administrativas e sempre que for comprovadamente impossível o cumprimento do disposto neste artigo, a subcomissão técnica será, excepcionalmente, substituída pela comissão de licitação ou, inexistindo esta, por servidor formalmente designado pela autoridade competente, que possuirá conhecimentos na área de comunicação, publicidade ou marketing.

CAPÍTULO III

Dos Contratos

Seção I

Das disposições gerais

Art. 35. A definição do objeto do contrato dos serviços de comunicação digital e de suas cláusulas dar-se-á em estrita vinculação ao estabelecido no instrumento convocatório.

Art. 36. O contrato vedará a subcontratação de fornecedores especializados pela contratada para a execução dos produtos e serviços, vinculados à expertise básica da contratada na execução do objeto do contrato.

Seção II

Da execução do contrato

Art. 37. A execução do contrato dos serviços de comunicação digital prestados por intermédio de empresa especializada, dar-se-á em total conformidade com os termos e as condições estabelecidas na licitação e no respectivo instrumento contratual.

Art. 38. Os produtos e serviços serão demandados pelo órgão ou entidade contratante via Ordem de Serviço - OS, observado o disposto nos Anexos V e V-A da Instrução Normativa SEGES/MP nº 5, de 2017.

Parágrafo único. O órgão ou entidade contratante detalhará, em manual de procedimentos, o processo de execução contratual.

Art. 39. A contratada possuirá obrigatoriamente, além de estrutura administrativa habilitada, quantitativo suficiente de profissionais que estarão disponíveis para a execução dos produtos e serviços objeto da contratação e que poderão, excepcionalmente, ser alocados nas dependências do órgão ou entidade contratante, por tempo determinado, de forma a atender as demandas com a qualidade e os prazos exigidos.

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

§ 2º Serão estabelecidas especificações diferenciadas, devido à sua característica presencial, e os perfis técnicos necessários aos profissionais que ficarão responsáveis pela execução de produtos e serviços nas dependências do órgão ou entidade contratante.

§ 3º O órgão ou entidade contratante providenciará a infraestrutura básica, quanto ao espaço físico e mobiliário, para prestação dos produtos e serviços executados em suas dependências.

Art. 40. A contratada proverá a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos aos profissionais envolvidos na execução contratual, dentro ou fora de suas dependências, de forma a garantir a perfeita execução contratual.

Art. 41. A contratada alocará a quantidade de prepostos necessária para garantir a melhor intermediação com o órgão ou entidade contratante.

Art. 42. Quando previsto o reembolso de despesas com deslocamentos de profissionais a serviço, o órgão ou entidade contratante exigirá da contratada os comprovantes dos meios de transporte utilizados e os demonstrativos das despesas com hospedagem e alimentação, acompanhados da prestação de contas e do relatório de viagem.

Parágrafo único. As despesas relativas à hospedagem e alimentação serão reembolsadas pelo órgão ou entidade contratante por meio de pagamento de diárias, de acordo com os valores estabelecidos na legislação vigente para a concessão de diárias no âmbito da Administração Pública Federal, nas viagens de servidores e colaboradores eventuais a serviço.

Art. 43. A vigência dos contratos poderá ser prorrogada na forma da legislação que trata das licitações e contratos administrativos, desde que expressamente prevista no instrumento convocatório e no contrato.

§ 1º Para a prorrogação do contrato, o órgão ou entidade contratante realizará nova pesquisa de preços para subsidiar renegociação dos preços praticados com a contratada, em decorrência do certame, com vistas a obter maior vantajosidade para a Administração Pública.

§ 2º O órgão ou entidade 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.

Seção III

Da fiscalização dos contratos

Art. 44. O órgão ou entidade contratante nomeará gestor e fiscal para acompanhar e fiscalizar a execução do contrato e registrará em relatório todas as ocorrências, as deficiências, as irregularidades ou as falhas porventura observadas na execução dos serviços.

Parágrafo único. Observadas as especificidades dos contratos de comunicação digital, o órgão ou entidade contratante, conforme o caso, segregará as funções relativas à gestão e à fiscalização do contrato de acordo com a divisão estabelecida na Instrução Normativa SEGES/MP nº 5, de 2017.

Art. 45. As ocorrências acerca da execução contratual serão registradas durante toda a vigência contratual, cabendo ao gestor e fiscal, observadas suas atribuições, a adoção das providências necessárias ao fiel cumprimento das cláusulas contratuais.

Art. 46. As situações que exigirem decisões e providências que ultrapassem a competência do fiscal serão registradas e encaminhadas ao gestor do contrato que as enviará ao superior em tempo hábil para a adoção de medidas saneadoras e sanções administrativas especificadas no contrato.

Art. 47. Serão estabelecidos desde o início da prestação dos serviços mecanismos para acompanhamento e controle da execução do contrato, para subsidiar futuras contratações e decisões relativas à aplicação de sanções administrativas, prorrogação ou rescisão contratual.

Seção IV

Da avaliação de desempenho da contratada

Art. 48. O órgão ou entidade contratante avaliará os serviços prestados pela empresa contratada periodicamente.

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

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

Art. 49. O questionário de avaliação de desempenho ficará à disposição dos órgãos de controle interno e externo.

Art. 50. A avaliação será considerada pelo órgão ou entidade contratante para:

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

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

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

CAPÍTULO IV

DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 51. A Secretaria Especial de Comunicação Social editará, conforme o caso, orientações complementares com vistas ao cumprimento desta Portaria.

Art. 52. Esta Portaria entra em vigor uma semana após a data de sua publicação.

FÁBIO FARIA

ANEXO I

ROTEIRO PARA ELABORAÇÃO DE BRIEFING

< Roteiro recomendado para elaboração do briefing. O presente documento deve conter as informações necessárias para subsidiar as licitantes na elaboração de suas propostas técnicas.>

< Cabe ao órgão contratante avaliar os conteúdos a serem contemplados, em cada situação específica.>

SERVIÇOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL
1. SITUAÇÃO GERAL
<ul style="list-style-type: none"> - Perfil, missão, valores, cultura, funções e áreas de atuação do contratante e demais informações institucionais relevantes. - Mudanças institucionais e operacionais relevantes pelas quais passou, está passando ou deverá passar. - Imagem, reputação ou conceito que o contratante tem no mercado, junto à sociedade e a seus públicos de interesse. - Principais características, imagem e reputação de produtos, serviços, programas ou ações sociais. - Mercado, atual e potencial, segmentos sociais ou de público com os quais se relaciona.
<ul style="list-style-type: none"> - Regiões em que o contratante, produto, serviço, programa ou ação social tem maior presença ou potencial de penetração. - Formas de distribuição do produto, serviço, programa ou ação social, os canais mais utilizados, distribuição geográfica, restrições operacionais, tecnológicas, éticas ou políticas para uso de outros canais. - Principais concorrentes diretos e indiretos. - Pontos fortes e fracos (institucionais e/ou mercadológicos) em relação aos principais concorrentes, que sejam relevantes para as ações de comunicação digital do contratante. - Diferenciais mercadológicos, vantagens competitivas dos concorrentes. - Demais informações relevantes a respeito do objeto temático da ação de comunicação digital.
2. DESAFIO DE COMUNICAÇÃO

- Descrição de um desafio concreto e importante para o contratante, que as ações de comunicação digital devam contribuir para sua superação. As ameaças e oportunidades que se configuram em face do cenário e interferem no alcance dos seus objetivos institucionais ou negociais.
3. OBJETIVOS DE COMUNICAÇÃO - GERAL E ESPECÍFICOS
- Os objetivos de comunicação devem estar diretamente vinculados à ação de comunicação digital que contribuirá, direta ou indiretamente, para a superação do desafio de comunicação, como por exemplo: posicionar, reposicionar, valorizar, destacar, lançar, informar, divulgar, disseminar, reafirmar, esclarecer, desmistificar, orientar, estimular, motivar, sensibilizar etc.
4. PÚBLICOS-ALVO
- Públicos externos e internos a serem atingidos pela ação de comunicação digital - prioritários e secundários. - Perfil sociodemográfico: idade, sexo, escolaridade, classe social, ocupação, nível de renda, localização. - Perfil psicológico: atitudes e comportamentos em relação ao produto, serviço, programa ou ação social. - Razões de uso do produto, serviço, programa ou ação social: por que utiliza, que benefícios espera e que fatores influenciam sua decisão de compra/uso/adesão.
5. PRAÇAS
- Locais, regiões ou cidades prioritárias para atingimento dos públicos-alvo.
6. PERÍODO
- Sazonalidade do produto, serviço, programa ou ação social. Informar que a licitante deve indicar o período das ações, de acordo com a sua Estratégia de Comunicação Digital.
7. VERBA REFERENCIAL PARA INVESTIMENTO
- Valor do investimento a ser considerado pelas licitantes para desenvolvimento de sua proposta. Deve ser condizente com os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing e, ainda, possibilitar que as licitantes demonstrem a sua qualificação técnica.
8. PESQUISAS E OUTRAS INFORMAÇÕES
- Estudos, pesquisas, relatórios e documentos relevantes que contribuam para o conhecimento do contratante e entendimento do desafio de comunicação. - Fontes complementares de informação, tais como portal na internet, manuais etc.
9. RECURSOS PRÓPRIOS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL
- Recursos de comunicação de propriedade do contratante que podem ser utilizados nas ações de comunicação digital, tais como: sítios e portais na Internet, perfis em redes sociais, canais virtuais de relacionamento/atendimento ao público/cliente, aplicativos e serviços acessados por dispositivos eletrônicos etc.
10. ESFORÇOS ANTERIORES DE COMUNICAÇÃO DIGITAL
- Esforços realizados em anos recentes por intermédio de ações de comunicação digital, relativos ao tema do briefing. - Conceitos ou slogans que o contratante utilizou e/ou ainda utiliza na comunicação com seus públicos. - Resultados desses esforços de comunicação digital para a imagem do contratante ou de seus produtos, serviços, programas ou ações sociais.

ANEXO II

APRESENTAÇÃO E JULGAMENTO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS

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

< Cabe ao contratante adequar no seu edital os conteúdos e critérios abaixo dispostos, bem como as respectivas pontuações máximas, em função das particularidades de sua atuação e das informações integrantes do briefing.>

SERVIÇOS COMUNICAÇÃO DIGITAL	
Quesitos e Subquesitos	
Conteúdos a serem apresentados pelas licitantes	Atributos a serem considerados no julgamento
QUESITO 1 - PLANO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL	
SUBQUESITO 1 - RACIOCÍNIO BÁSICO	Pontuação: mínimo de 5% da pontuação máxima

<p>Apresentação em que a licitante descreverá:</p> <p>a) análise das características e especificidades do contratante e do seu papel no contexto no qual se insere;</p> <p>b) diagnóstico relativo às necessidades de comunicação digital identificadas; e</p> <p>c) compreensão do desafio e dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.</p>	<p>a) a acuidade demonstrada na análise das características e especificidades do contratante e do contexto de sua atuação;</p> <p>b) a pertinência dos aspectos relevantes e significativos apresentados, relativos às necessidades de comunicação digital identificadas; e</p> <p>c) a assertividade demonstrada na análise e compreensão do desafio de comunicação a ser superado pelo contratante e no entendimento dos objetivos de comunicação estabelecidos no briefing.</p>
<p>SUBQUESITO 2 - ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO DIGITAL</p>	<p>Pontuação: mínimo de 20% da pontuação máxima</p>
<p>Apresentação e defesa da estratégia proposta pela licitante para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing, compreendendo:</p> <p>a) explicitação e defesa da linha temática e conceitual que fundamenta a Solução de Comunicação Digital.</p> <p>b) proposição e defesa das fases e dos pontos centrais da proposta, especialmente: o que fazer; quando fazer; quais recursos próprios de comunicação digital utilizar; que outros ambientes, meios, plataformas ou ferramentas digitais utilizar; diretrizes editoriais de conteúdo e tagging a serem adotadas; quais públicos atingir e quais efeitos e resultados esperados.</p>	<p>a) a adequação da linha temática e conceitual que fundamenta a solução proposta à natureza e às atividades do contratante, bem como ao desafio e aos objetivos de comunicação;</p> <p>b) as possibilidades de interpretações positivas para a comunicação digital do contratante no relacionamento com seus públicos;</p> <p>c) a consistência técnica da apresentação e defesa das fases e dos pontos centrais da Estratégia de Comunicação Digital pela licitante e sua capacidade de articular os conhecimentos sobre o contratante, o desafio e os objetivos de comunicação estabelecidos no briefing;</p> <p>d) a pertinência das relações de causa e efeito entre a Estratégia de Comunicação Digital proposta e os efeitos e resultados esperados;</p> <p>e) a exequibilidade da Estratégia de Comunicação Digital, considerada a verba referencial estabelecida no briefing.</p>
<p>SUBQUESITO 3 - SOLUÇÃO DE COMUNICAÇÃO DIGITAL</p>	<p>Pontuação: mínimo de 25% da pontuação máxima</p>
<p>Apresentação das ações e/ou peças de comunicação digital de acordo com a estratégia proposta, contemplando:</p> <p>a) relação de todas as ações e/ou peças de comunicação digital que a licitante julga necessárias para superar o desafio e alcançar os objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing, com o detalhamento de cada uma;</p> <p>b) exemplos das ações e/ou peças de comunicação digital que apresentem características visuais, constantes da relação prevista na alínea anterior, que a licitante julga mais adequadas para corporificar e ilustrar objetivamente sua proposta.</p>	<p>a) o alinhamento das ações e/ou peças de comunicação digital com a estratégia proposta;</p> <p>b) a pertinência da proposta com a natureza do CONTRATANTE e com o desafio e objetivos de comunicação estabelecidos no Briefing;</p> <p>c) a adequação das ações e/ou peças de comunicação digital ao perfil dos segmentos de público-alvo;</p> <p>d) a compatibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital com os recursos próprios, ambientes, plataformas ou ferramentas a que se destinam;</p> <p>e) a originalidade da proposta e a multiplicidade de interpretações favoráveis que comporta;</p> <p>f) a harmonia e o equilíbrio visual da solução proposta e a usabilidade, navegabilidade, acessibilidade e funcionalidade das ações;</p> <p>g) a exequibilidade das ações e/ou peças de comunicação digital, com base no investimento disponível.</p>
<p>SUBQUESITO 4 - PLANO DE IMPLANTAÇÃO</p>	<p>Pontuação: mínimo de 15% da pontuação máxima</p>

<p>A licitante deverá apresentar e defender um plano para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital constantes de sua proposta, contemplando:</p> <p>a) cronograma de produção, implementação, ativação, continuidade, manutenção e conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos públicos e períodos;</p> <p>b) orçamento para desenvolvimento das ações e/ou peças de comunicação digital, com os respectivos valores (absolutos e percentuais) dos investimentos alocados em sua execução técnica.</p>	<p>a) a adequação do cronograma de implementação, ativação, continuidade, manutenção, conclusão das ações e/ou peças de comunicação digital, considerado o grau de complexidade de sua execução técnica e as especificidades do desafio e dos objetivos de comunicação apresentados no briefing;</p> <p>b) o grau de eficiência, a economicidade e a otimização dos recursos na utilização da verba referencial estabelecida no Briefing, demonstrados no orçamento para desenvolvimento da proposta;</p> <p>c) a consistência técnica demonstrada na proposição e defesa do plano de mídia, se for o caso;</p> <p>d) a consistência do conhecimento dos hábitos de consumo de comunicação dos segmentos de públicos-alvo da solução de comunicação digital, se for o caso.</p>
<p>QUESITO 2 - CAPACIDADE DE ATENDIMENTO</p>	
<p>SUBQUESITO 1 - RELAÇÃO DOS PRINCIPAIS CLIENTES</p>	<p>Pontuação: máximo de 10% da pontuação máxima</p>
<p>Relação nominal dos seus principais clientes à época da licitação, para os quais desenvolveu soluções de comunicação digital, com a especificação do início de atendimento e do objeto do contrato ou do serviço prestado a cada um deles.</p>	<p>O porte dos clientes e o período de atendimento a cada um.</p>
<p>SUBQUESITO 2 - QUALIFICAÇÃO E EXPERIÊNCIA DOS PROFISSIONAIS</p>	<p>Pontuação: máximo de 6% da pontuação máxima</p>
<p>Qualificação, sob a forma de currículo resumido (no mínimo, nome, formação acadêmica, experiência e premiações) dos profissionais que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato, discriminando-se as respectivas áreas de atuação.</p>	<p>A experiência dos profissionais da licitante em comunicação digital e a adequação das qualificações desses profissionais às necessidades do contratante.</p>
<p>SUBQUESITO 3 - INFRAESTRUTURA</p>	<p>Pontuação: máximo de 2% da pontuação máxima</p>
<p>Infraestrutura, instalações e recursos materiais da licitante que estarão à disposição para apoiar o atendimento ao contratante na execução do contrato.</p>	<p>A adequação da infraestrutura, das instalações e dos recursos materiais que poderão apoiar o atendimento ao contratante na execução do contrato</p>
<p>SUBQUESITO 4 - SISTEMÁTICA OPERACIONAL DE ATENDIMENTO</p>	<p>Pontuação: máximo de 2% da pontuação máxima</p>
<p>Sistemática operacional de atendimento, meios e processos a serem adotados no relacionamento com o contratante, considerada a prestação de serviços tanto nas dependências da contratada como nas dependências do contratante.</p>	<p>A funcionalidade do relacionamento operacional entre o contratante e a licitante.</p>
<p>QUESITO 3 - RELATOS DE SOLUÇÕES DE COMUNICAÇÃO DIGITAL</p>	<p>Pontuação: máximo de 15% da pontuação máxima</p>
<p>Descrição de relatos de soluções de comunicação digital, observadas as condições previstas no edital, propostas pela licitante e implementadas por seus clientes na superação de desafios de comunicação. Apresentação das ações e/ou materiais de comunicação digital que compõem os relatos, observadas as condições previstas no edital.</p>	<p>a) a evidência de planejamento estratégico por parte da licitante na proposição da solução de comunicação digital em cada relato;</p> <p>b) a demonstração de que a solução de comunicação digital contribuiu para o alcance dos objetivos de comunicação do cliente;</p> <p>c) a complexidade do desafio de comunicação apresentado no relato e a relevância dos resultados obtidos;</p> <p>d) a qualidade da execução e do acabamento das ações e/ou peças de comunicação digital desenvolvidas pela licitante para seu cliente;</p> <p>e) o encadeamento lógico e a clareza da exposição do relato pela licitante.</p>

Este conteúdo não substitui o publicado na versão certificada.