

3.6. Para atuação nessa área é fundamental dominar o processo de construção de soluções digitais, por meio da utilização adequada das plataformas e tecnologias digitais.

3.7. Compreende-se por conteúdo digital toda peça capaz de informar, educar, formar ou orientar o público-alvo:

- a) Textos (posts, notícias, artigos, entrevista, etc.);
- b) Imagens (fotos, ilustrações, infográficos, banners, etc.);
- c) Apresentações;
- d) Áudios (podcast, spot);

3.8. e) Vídeos (colagem, reportagem, documentário, entrevista, etc.). Entende-se por plataformas/tecnologias digitais todo mecanismo capaz de tornar acessível um conteúdo digital:

- a) Website (minissite; hotsite; blog, portais, sites temáticos, páginas agregadoras, etc.);
- b) Plataformas digitais de mídias e redes sociais;
- c) E-mail;
- d) Realidades mistas (realidade aumentada, virtualidade aumentada, realidade virtual);
- e) Tecnologias mobile (RFID, mobile tagging, SMS, Bluetooth);
- f) Plataformas digitais de busca (Google, Yahoo, Bing, Wolfram/Alpha, etc.);
- g) Aplicativos, games e entretenimento digital;
- h) Tecnologias inteligentes de voz;
- i) Tecnologias de otimização de marketing em redes sociais e em sistemas de busca;
- j) Vídeo/TV digital;
- k) Totens touch screen;
- l) Apresentador virtual, passeio virtual, maquete digital, revista on-line e outros similares;
- m) Repositórios de conteúdos em formatos diversos.

3.9. Uma estratégia digital resulta da combinação do conjunto de conteúdos digitais produzidos para as diversas plataformas/tecnologias. Abaixo, alguns dos tipos de estratégias digitais que podem ser utilizadas individualmente ou combinada com outras.

- a) Presença digital;
- b) Cobertura e divulgação on-line de eventos;
- c) Apresentações;
- d) Otimização e marketing de mídias sociais;
- e) Otimização e marketing de busca;
- f) Ativação e viralização de conteúdo;
- g) Entretenimento

3.10. Uma estratégia de comunicação pode ser composta por uma ou mais estratégias digitais e indicará os conteúdos e as plataformas e tecnologias mais apropriadas para a consecução dos seus objetivos. A possibilidade de interação e a mensuração dos resultados online são as principais vantagens e estratégias digitais.

- 3.11.** Trabalhar num contexto que se transforma a cada dia, numa velocidade acelerada, requer um constante olhar sobre as inovações.
- 3.12.** No Brasil, o número de pessoas que utilizam plataformas e tecnologias digitais tem crescido de maneira considerável, o que tem motivado empresas e governos a tirar proveito dos benefícios que elas oferecem.
- 3.13.** Na área pública, essas plataformas e tecnologias têm sido utilizadas para prestar informações, mobilizar, engajar, educar e oferecer facilidades por meio dos serviços online disponibilizados aos cidadãos.
- 3.14.** Vive-se a era da colaboração e da participação social, em que tão importante quanto entregar conteúdo ou serviços ao cidadão, a exploração desses processos de cocriação junto ao público-alvo estabelece uma efetiva relação entre governo e sociedade.
- 3.15.** Para isso, estar presente e acompanhar os assuntos das redes sociais passou a ser vital para perceber os interesses dos cidadãos e levar a eles um conjunto de serviços que os auxiliem em seu pleno exercício da cidadania. Assim, é preciso adotar iniciativas que levem as informações até eles, criando um mecanismo de entrega de conteúdo qualificado por meio de plataformas como Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Wikipedia, dentre outras.
- 3.16.** Junto à atuação em redes sociais se faz necessária a correta mensuração das atividades nesses ambientes. O esforço aplicado na definição de métricas de sucesso (indicadores de desempenho) atrelado aos objetivos estratégicos de cada negócio é o maior valor que as empresas vêm buscando rumo a uma atuação mais estratégica, mensurável e que traduza melhor o retorno sobre o investimento e o engajamento nesse ambiente.
- 3.17.** No entanto, para que o meio seja utilizado de maneira eficiente na comunicação, é necessário criar estratégias inovadoras e consistentes, a partir de demandas dos diversos públicos, e mantê-los atualizados com relação a conteúdo e forma.
- 3.18.** A SECOM tem entre suas atribuições com orientar e apoiar os órgãos no desenvolvimento das melhores práticas em comunicação digital.
- 3.19.** Além disso, a SECOM gerencia as propriedades digitais do Portal Institucional da Prefeitura de São Paulo, que concentra informações de interesse da sociedade, com foco em utilidade pública e para informar a população sobre a atuação do Governo Municipal. Neste portal, é possível acompanhar notícias, obter informações sobre legislação e interagir com a Prefeitura.
- 3.20.** Diante disso, a contratação se faz necessária para que a SECOM possa desempenhar suas competências no que diz respeito à comunicação digital no âmbito do Poder Executivo Municipal.

4. CARACTERÍSTICAS DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

- 4.1.** Os produtos e serviços precificados, elencados no item 6, estão agrupados de acordo com sua finalidade e afinidade:
- a) Planejamento Estratégico;
 - b) Conteúdo;
 - c) Vídeo;
 - d) Fotografia;
 - e) Redes Sociais;
 - f) Gestão.

4.2. Os produtos e serviços precificados têm descrição composta dos seguintes elementos:

- a) Título
- b) Descritivo
- c) Entregável
- d) Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade
- e) Método de classificação da complexidade
- f) Grau de Complexidade
- g) Prazo de entrega

4.3. Cada demanda será customizada por meio da combinação de produtos e serviços, de modo a alcançar a especificação técnica exata do resultado esperado.

4.4. Não fazem parte do objeto da contratação serviços de hospedagem (*hosting*) de portais, sítios e aplicativos.

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).

5.1.1. Para a execução, a contratada deve, obrigatoriamente, possuir quantitativo suficiente de profissionais, além de estrutura administrativa habilitada, que deverá estar disponível para o cumprimento e execução dos produtos e serviços, objeto da contratação, e que poderão ser requisitados para alocação, nas dependências da contratante, de forma a atender as demandas com a qualidade e prazo exigidos.

5.2. A contratada deverá alocar a quantidade de prepostos necessária para garantir a melhor intermediação com a contratante. Os perfis definidos para essa atividade deverão atuar em caráter permanente, durante a execução deste contrato, com dedicação exclusiva e ficarão alocados nas dependências da contratante e, em casos excepcionais, nas instalações da contratada.

5.3. Será de responsabilidade da contratada prover aos profissionais mencionados no subitem 5.2, a infraestrutura necessária de equipamentos e suprimentos, constituída de microcomputadores, softwares, ferramentas tecnológicas e demais recursos, adequados e de última geração, de forma a garantir a perfeita execução dos produtos e serviços definidos neste Projeto Básico.

5.4. Os serviços contratados serão desenvolvidos nas instalações da CONTRATANTE ou, em casos necessários, nas instalações da CONTRATADA, na forma do que vier a ser decidido de comum acordo entre as partes, conforme previsto no Anexo II.

5.5 Para a execução dos serviços a licitante deve considerar a estimativa projetada para eventuais deslocamentos indicada abaixo:

Modalidade dos deslocamentos	Estimativa
Municipal, Regional, sendo 32 Prefeituras Regionais	2 diários

5.5.1. Correrão por conta da contratada as despesas com os deslocamentos de sua equipe dentro da Região Metropolitana de São Paulo, estimados nos termos do item 5.5 supra.

5.6. Todos os sistemas, aplicativos e tecnologias porventura desenvolvidos no decorrer do contrato devem ter suas documentações, códigos-fonte e protocolos entregues ao final do período de contratação à CONTRATANTE, para aceite definitivo dos serviços aqui pactuados e patrimonialização pela Prefeitura de São Paulo.

6. PRODUTOS E SERVIÇOS PRECIFICADOS

6.1. Planejamento Estratégico

6.1.1. Diagnóstico e saúde digital da marca

Descritivo: Elaboração de diagnóstico ou estudo da saúde da marca, isto é, análise da percepção da marca ou órgão no ambiente digital, redes sociais, blogs, portais e sites especializados, destacando quem são os influenciadores, os temas mais comentados, oportunidades e saúde da marca.

Entregável: Relatório mensal com diagnóstico da marca resumido. O estudo inclui os seguintes tópicos:

- a) Volume total de menções da marca nas redes sociais;
- b) Principais temas comentados;
- c) Análise de oportunidades de mercado detectadas;
- d) Análise da saúde do tema (por polarização - positivo/negativo);
- e) Análise da percepção do público (cidadãos e usuários) sobre o segmento de atuação em que a marca está inserida.

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade:

- a) Definição de período suficiente para encontrar padrões e tendências;
- b) Definição das fontes de informação e da quantidade de blogs, redes, grupos ou portais especializados a serem analisados;
- c) Obtenção de avaliação qualitativa no relatório a ser elaborado.

Método de classificação da complexidade: Número de influenciadores que serão analisados detalhadamente e quantidade de canais a serem analisados.

- a) Baixa: mapa de influenciadores, com recomendações de ativação.

Volume: 25 influenciadores. Até 5 canais digitais.

Prazo de entrega: até 10 dias úteis.

- b) Média: mapa de influenciadores, com recomendações de ativação.

Volume: 50 influenciadores. Até 10 canais digitais.

Prazo de entrega: até 15 dias úteis.

- c) Alta: mapa de influenciadores, com recomendações de ativação.

Volume: 100 influenciadores. Acima de 10 canais digitais.

Prazo de entrega: até 20 dias úteis.

6.1.2. Planejamento de Conteúdo para sites e redes sociais

Descritivo: Execução das seguintes atividades:

- a) Diretrizes editoriais para criação de infográficos;
- b) Diretrizes editoriais para criação e edição de fotos e vídeos;

c) Diretrizes editoriais para criação de títulos, chamadas, tratamento de textos e aplicação de políticas de tagueamento, definição de macrotemas.

Entregável: Arquivos texto mensais contendo as informações detalhadas do Planejamento de Conteúdo para sites e redes sociais e proposições que orientarão a produção de conteúdo do site/portal e redes sociais do órgão/tema;

Prazo de entrega: até vinte dias úteis.

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade: cumprimento do prazo de entrega, abrangência do planejamento, aderência às diretrizes de comunicação digital do Governo Municipal, aplicabilidade.

Método de classificação da complexidade: não se aplica.

6.2. Conteúdo

6.2.1. Conteúdo para site e portal

Descritivo: Produção e publicação de conteúdo para site e portal. Envolve a criação do texto e edição de imagens, tagueamento. Publicação também envolve conteúdos já existentes como vídeos, imagens, áudios e banners.

Entregável: conteúdo publicado e tagueado, bem com planilha eletrônica mensal com relatório de publicação de conteúdo.

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade:

a) Contemplar as fontes e insumos fornecidos pelo órgão/tema;

b) Entregar dentro do prazo estipulado;

c) Atender ou responder às necessidades e/ou problemática apontada pelo órgão/tema;

d) Não pode conter erros gramaticais, recomendações que ferem a legislação pública, aplicação equivocada das marcas, deixar de contemplar as orientações de Governo, tais como acessibilidade;

e) Utilizar fontes confiáveis.

Método de classificação da complexidade

a) Baixa: texto ou imagem com material oriundo de 1 (uma) fonte de informação.

Prazo de entrega: até 1 (um) dia após aprovação.

b) Média: texto ou imagem com material oriundo de 2 (duas) a 3 (três) fontes de informação.

Prazo de entrega: até 2 (dois) dias após a aprovação.

c) Alta: texto ou imagem com material oriundo de 4 (quatro) ou mais fontes de informação.

Prazo de entrega: até 3 (três) dias após a aprovação.

6.2.2. Elaboração de texto em língua portuguesa para ambientes digitais

Descritivo: Elaboração e revisão de textos jornalísticos ou institucionais direcionados ao público interno ou externo, a partir de consultas a fontes oficiais (autoridades e/ou técnicos de órgãos públicos nas diversas esferas e poderes), representantes do setor privado, especialistas, bem como relatórios e outros documentos governamentais, livros, websites, estudos acadêmicos, publicações de entidades setoriais, pesquisas estatísticas e outros conteúdos e publicações impressos ou eletrônicos.

Entregável: Arquivo texto com conteúdo solicitado.

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade:

- a) Contemplar as fontes e insumos fornecidos pelo órgão/tema;
- b) Entregar dentro do prazo estipulado;
- c) Atender ou responder às necessidades e/ou problemática apontada pelo órgão/tema;
- d) Não pode conter erros gramaticais nem recomendações contrárias à legislação;
- e) Utilizar fontes confiáveis.

Método de classificação da complexidade:

a) **Baixa:** até uma fonte (o texto pode ser escrito apenas com o material oriundo de uma fonte de informação, sem necessidade de consultas externas).

Prazo de entrega: até 2 (dois) dias.

b) **Média:** de duas a três fontes (o texto, consolidado, deverá ser escrito a partir de duas a três fontes de informação, bem como será exigida pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos).

Prazo de entrega: até 3 (três) dias.

c) **Alta:** 4 (quatro) ou mais fontes de informação. (o texto, consolidado, deverá ser escrito a partir de quatro fontes de informação, bem como será exigida pesquisa complementar para incorporação de conteúdos não fornecidos).

Prazo de entrega: até 3 (três) dias após a aprovação.

6.2.3. Edição de texto em língua portuguesa para ambientes digitais

Descritivo: Edição de textos com consultas em fontes oficiais, relatórios governamentais ou à especialistas.

Entregável: Arquivo texto com conteúdo solicitado.

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade:

- a) Contemplar as fontes e insumos fornecidos pelo órgão/tema;
- b) Entregar dentro do prazo estipulado;
- c) Atender ou responder as necessidades e/ou problemática apontada pelo órgão/tema;
- d) Não pode conter erros gramaticais, recomendações que ferem a legislação pública, aplicação equivocada das marcas, deixar de contemplar das orientações da prefeitura, tais como: acessibilidade;
- e) Utilizar fontes confiáveis.

Método de classificação da complexidade: não se aplica

Prazo de entrega: Até 1 dia útil.

6.3. Vídeo

6.3.1. Captação de Vídeo

Descritivo: Captação diária, interna e externa, de imagens em vídeo das ações da Prefeitura de São Paulo, atendendo solicitação da contratante. Estas captações poderão ocorrer de segunda a domingo, inclusive em feriados, no município de São Paulo e o custo para tanto deverá prever a equipe necessária para a produção do vídeo. O material bruto das gravações é de propriedade inalienável da Prefeitura de São Paulo para fins de registro histórico.

Entregável: Arquivo de texto contendo o roteiro aprovado pelo órgão, arquivo de vídeo em

alta resolução (full HD 1920x1080, com qualidade broadcast) para uso em TV e internet, cópia dos direitos autorais e uso de imagem.

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade: Qualidade técnica e editorial do material em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado.

Complexidade: não se aplica

Prazo de entrega:

a) Alta resolução – devidamente editada: até 3 (três) horas após a captação.

b) Baixa resolução – rápida: até 30 (trinta) minutos após a captação.

6.3.2. Vídeo Animação

Descritivo: Produção de vídeo com utilização de técnica de animação, elaborado a partir de briefing e roteiro previamente aprovados. Os profissionais envolvidos devem ceder o uso de direito autoral em arquivo texto. O custo deve prever direção de arte, edição e sonorização.

Entregável: Arquivo texto contendo o roteiro finalizado, arquivos de vídeo em alta resolução (HD) para uso em TV e Internet e autorização para uso de imagem, quando necessário.

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade: avaliação da criação em relação à pauta planejada e ao roteiro aprovado, qualidade técnica do material, qualidade editorial do material.

Método de classificação da complexidade: duração e técnica de elaboração: 2D ou 3D.

a) Baixa: 2D e duração de até 1 (um) minuto.

Prazo de entrega: até 3 (três) dias, após aprovação do roteiro.

b) Média: 3D e duração de até 1 (um) minuto.

Prazo de entrega: até 1 (uma) semana, após aprovação do roteiro.

6.3.3. Edição de vídeo

Descritivo: Edição de vídeo. O custo deve prever pós-produção (arte, sonorização), locutor standard e trilha branca em vídeos de até 5 (cinco) minutos.

Entregável: Arquivo de vídeo ajustado em alta resolução (HD) para uso em TV e internet.

Prazo de entrega: até 3 horas após captação.

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade: realização dos ajustes apontados.

Método de classificação da complexidade: não se aplica

6.3.4. Podcast

Descritivo: Captação diária, interna e externa, de áudio das ações da Prefeitura de São Paulo, atendendo solicitação da Contratante. Estas captações poderão ocorrer de segunda a domingo, inclusive em feriados, no Município de São Paulo.

Entregável: Arquivos de áudio em MP3 (MPEG 1/2 Audio Layer 3).

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade: avaliação do áudio em relação à qualidade técnica e editorial do material.

Método de classificação da complexidade: não se aplica.

Prazo de entrega: até 1 (uma) hora após a captação.

6.3.5. Edição de Áudio

Descritivo: Edição de reportagens e/ou boletins das ações do Município de São Paulo,

atendendo solicitação da Contratante.

Entregável: Arquivos de áudio em MP3 (MPEG 1/2 Audio Layer 3).

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade: avaliação do áudio em relação à qualidade técnica e editorial do material.

Método de classificação da complexidade: não se aplica.

Prazo de entrega: até 2 (duas) hora após a captação.

6.4. Fotografia

6.4.1. Foto Cobertura

Descritivo: Captação de imagem fotográfica diária, interna e externa das ações do Município de São Paulo, atendendo solicitação da Contratante. Estas captações poderão ocorrer de segunda a domingo, inclusive em feriados, na cidade de São Paulo.

Entregável: Arquivos digitais das fotos, em alta resolução, e relatório com descrição de todo o material produzido. Deverá ser observada a legislação vigente no que diz respeito a direitos autorais e de cessão de imagem. Os fotogramas e imagens são propriedade inalienável da Prefeitura de São Paulo, para fins de Registro histórico.

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade: avaliação da qualidade técnica do material.

Prazo de entrega: até 2 (duas) horas após a captação.

Método de classificação da complexidade: não se aplica.

6.5. Redes Sociais

6.5.1. Conteúdo para Redes Sociais

Descritivo: Produção e publicação de textos, posts para perfis nas redes sociais, a partir de pauta previamente aprovada. Envolve a criação do texto, criação e edição de imagens, tagueamento e publicação.

Entregável: Acompanhamento mensal com emissão d e listagem das tarefas realizadas e visão consolidada das tarefas realizadas, além de relatório semanais e consolidados mensais sobre a performance.

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade:

- a) Contemplar as fontes e insumos fornecidos pelo órgão/tema;
- b) Entregar dentro do prazo estipulado;
- c) Atender ou responder às necessidades e/ou problemática apontada pelo órgão/tema;
- d) Não pode conter erros gramaticais, recomendações que ferem a legislação;
- e) Aderência às diretrizes de comunicação digital da prefeitura;
- f) Utilizar fontes confiáveis.

Método de classificação da complexidade: Volume de produção de conteúdo.

- a) Baixa: Produção de 1 a 150 conteúdos.

Prazo de entrega: Mensal

- b) Média: Produção de 151 a 500 conteúdos.

Prazo de entrega: Mensal

- c) Alta: Produção de 501 a 1000 conteúdos.

Prazo de entrega: Mensal

6.5.2. Moderação e Gestão em redes sociais

Descritivo: Gerenciar equipes responsáveis e perfis nas redes sociais, incluindo conteúdo e analisando os itens que necessitem de algum tipo de ação específica, como resposta, monitoramento e exclusão. A moderação deve ser feita de forma permanente (24x7), com postagens, leitura e classificação (neutro, positiva e negativa) de todas as interações, além da articulação com outros interlocutores para construção de respostas quando necessário. As intervenções são pontuais e de rápida execução, sem necessidade de elaboração de projetos ou documentos mais elaborados.

Entregável: Ações listadas no descritivo e comprovadas em relatório entregue mensalmente.

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade: Tempestividade na interação e moderação; qualidade das interações; índice de falhas ou erros; dimensionamento de desempenho, verificando o volume de atuação mês a mês.

Método de classificação da complexidade: Quantidade de interações.

a) Baixa: Moderação de até 100 mil comentários mês.

Prazo de entrega: Mensal.

b) Média: Moderação de 101 mil comentários até 500 mil comentários mês.

Prazo de entrega: Mensal.

c) Alta: Moderação de 501 mil comentários até 1 milhão de comentários mês.

Prazo de entrega: Mensal.

6.5.3. Acompanhamento Online

Descritivo: Acompanhar de forma permanente (24x7) a imagem do órgão/tema nas redes sociais. O acompanhamento deve classificar todas as interações de usuários (neutro, positiva e negativa), indicar sua repercussão, reputação, evolução de sentimento, principais influenciadores (detratores e apoiadores) e demais informações estratégicas para a tomada de decisões. Situações que indiquem possíveis repercussões com alto volume devem gerar alerta, especialmente aquelas que possam gerar crise. O resultado deve ter clareza na apresentação dos dados. A análise deve explicar as razões pelas quais determinado tema está positivo/negativo, o que está gerando esse efeito e exemplos de posts/notícias que comprovem esta explicação.

Entregável:

a) Diagnóstico mensal da marca. O estudo inclui os seguintes tópicos:

i. Volume total de menções da marca nas redes sociais;

ii. Regionalização e origens das menções;

iii. Principais temas comentados;

iv. Análise dos principais influenciadores (detratores e apoiadores);

v. Análise de oportunidade para novas ações;

vi. Análise de rankings de assuntos mais e menos comentados;

vii. Análise da saúde dos temas (elogios ou críticas);

viii. Análise da percepção do público sobre o segmento de atuação em que a Contratante está inserida. O estudo deve permitir um detalhamento claro sobre a marca nas redes sociais, indicando a melhor maneira de trabalhá-lo.

b) Relatório mensal em arquivo de apresentação (primeiro dia útil após encerramento do mês) contendo as informações consolidadas de todos os relatórios diários, semanais e os

de finais de semana especificados abaixo, além do diagnóstico de estudo mensal da marca.

- c) Relatório diário até às 7h (corpo do e-mail) – deve trazer um resumo dos fatos do dia anterior com o que mais teve relevância, tendências de temas para o dia e o que tem potencial de continuar na pauta (por exemplo, algum tema de veículo ou imprensa que esteja repercutindo nas redes sociais);
- d) Alertas (corpo do e-mail) – organizar uma régua de corte de crise (por volumes de menções) e pesar o que merece ou não alertar. Devem apontar também alertas para temas positivos, ou seja, assuntos que venham repercutindo em alta escala positivamente;
- e) Relatório semanal em arquivo de apresentação (sexta-feira entre 12h e 14h) - recorte com visão geral dos principais temas e o que mais repercutiu positiva e negativamente para os itens monitorados. Deve versar também sobre a performance, com análise crítica e conclusões;
- f) Relatórios de fim de semana e feriados (corpo do e-mail) - até 7h do dia útil seguinte - um consolidado com as principais informações seguindo os mesmos parâmetros do relatório diário;

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade: atendimento dos prazos estipulados pelos entregáveis; qualidade das análises; alertas feitos de forma coerente e com relevância.

Método de classificação da complexidade: quantidade de menções.

a) Baixa: monitoramento de 1 (uma) a 100 (cem) mil menções por mês.

Prazo de entrega: conforme especificado nos entregáveis.

b) Média: monitoramento de 100.001 (cem mil e um) a 500 (quinhentos) mil menções por mês.

Prazo de entrega: conforme especificado nos entregáveis.

c) Alta: monitoramento de 500.001 (quinhentos mil e uma) a 1 (um) milhão de menções por mês.

Prazo de entrega: conforme especificado nos entregáveis.

6.6. Gestão

6.6.1. Gerenciamento

Descritivo: Execução de atividades gerenciais, tais como articulação e relacionamento com os principais porta-vozes do órgão e demais interlocutores para promoção das ações e programas do órgão junto aos diversos públicos de relacionamento em ambiente digital. Além de acompanhamento contínuo em reuniões estratégicas e eventos institucionais diversos. Implantação e uso de metodologia para gestão das Ordens de Serviço para todos os produtos e serviços.

Entregável: Relatório mensal, com ordens de serviço e descritivo das tarefas desempenhadas.

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade: Habilidade no gerenciamento, articulação e na capacidade de entrega.

Método de classificação da complexidade: Perfil e qualificação do(s) profissional(ais).

Alta complexidade: 01 profissional especializado (Master), conforme Anexo II do Projeto Básico.

Prazo de entrega: Mensal.

6.6.2. Coordenação de demandas

Descritivo: Gerenciar, articular, documentar e entender plenamente as necessidades do demandante, com o objetivo de transformá-las em um produto ou serviço especificado com qualidade. Deve garantir a qualidade técnica da entrega e a manutenção de todos os produtos e serviços executados no âmbito da contratação, tais como Estratégia de Comunicação para ambiente digital, Produção de Conteúdos, Relacionamento com públicos estratégicos, Design e ações especiais.

Entregável: Relatório mensal com listagem das tarefas realizadas.

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade: Indicador e métrica de mensuração de desempenho (qualidade e eficiência) – tempestividade no atendimento; qualidade na interação com o demandante e na documentação das atividades; cumprimento dos prazos; dimensionamento de desempenho, verificando o volume de atendimento mês a mês.

Método de classificação da complexidade: Perfil e qualificação do(s) profissional(ais).

Alta Complexidade: 02 profissionais especializados (Master), conforme Anexo II do Projeto Básico.

Prazo de entrega: Mensal.

6.6.3. Gestão de Banco de Dados

Descritivo: Todo o material captado, vídeos brutos e editados, áudios brutos e editados, imagens captadas e editadas conforme especificação técnica contida neste projeto básico, assim como o existente no acervo da Secretaria de Comunicação (com aproximadamente 15 TB) devem ser arquivados pela Contratada em um banco de dados em meio eletrônico protegido por cadastro de usuário e senha, que possa ser acessado via Internet, de forma indexada, com indicação de data da captação, local, assunto e decupagem, assim como em mídia externa, pendrive, HD externo e/ou DVD, atendendo à solicitação da Contratante.

O cadastro de usuários e senhas deve ser providenciado pela Contratada quando da celebração do contrato, até o máximo de 50 (cinquenta) usuários, atendendo à solicitação da Contratante;

O banco de dados deverá atender a um Acordo de Nível de Serviço - ANS (ou SLA - Service Level Agreement) de no mínimo 99,5%, incluindo paradas técnicas agendadas e avisadas com antecedência, isto é, os serviços ora descritos deverão estar disponíveis por 99,5% do período contratado, considerando a previsão de prestação de serviços em tempo real, todos os dias, inclusive sábados, domingos e feriados. Todo o material deverá ser disponibilizado para a Contratante sempre que solicitado e ao término da vigência do contrato.

Todas as despesas decorrentes da manutenção do banco de dados correrão por conta da Contratada, que se responsabilizará plenamente pela guarda de todo o acervo até o final da contratação.

Todo o material deverá ser disponibilizado para a Contratante sempre que solicitado e ao término da vigência do contrato.

Todas as despesas decorrentes da manutenção do banco de dados correrão por conta da Contratada, que se responsabilizará plenamente pela guarda de todo o acervo até o final da contratação.

Entregável: Relatórios mensais contendo indicadores de desempenho e movimentação.
Prazo de entrega: Até 1 (dia) ao término do contrato e/ou solicitação da Contratante.

Aspectos a serem considerados na avaliação de qualidade: gestão e disponibilidade do banco de dados.

Método de classificação da complexidade: não se aplica.

Tabela de quantidade estimativa dos produtos e serviços para o período de 12 (doze) meses:

Produto/Serviço		Unidade de medida	Quantidade (12 meses)
6.1. Planejamento Estratégico			
6.1.1	Diagnóstico e saúde digital da marca		
	A Baixa complexidade	unidade	12
	B Média complexidade	unidade	12
	C Alta complexidade	unidade	12
6.1.2	Planejamento de Conteúdos para sites e redes sociais	unidade	12
6.2. Conteúdo			
6.2.1	Conteúdo para site/portal		
	A Baixa complexidade	unidade	3100
	B Média complexidade	unidade	130
	C Alta complexidade	unidade	55
6.2.2	Elaboração de texto em língua portuguesa para ambientes digitais		
	A Baixa complexidade	unidade	730
	B Média complexidade	unidade	1625
	C Alta complexidade	unidade	200
6.2.3	Edição de texto em língua portuguesa para ambientes digitais	unidade	1500
6.3. Vídeo			
6.3.1	Captação de Vídeo		
	A Alta resolução	unidade	400
	B Baixa resolução	unidade	12
6.3.2	Vídeo Animação		
	A Baixa complexidade	unidade	46
	B Média complexidade	unidade	6
6.3.3	Edição de vídeo	unidade	365
6.3.4	Podcast	unidade	60
6.3.5	Edição de Áudio	unidade	30
6.4. Fotografia			
6.4.1.	Foto Cobertura	unidade	1095
6.5. Redes Sociais			
6.5.1	Conteúdo para redes sociais	unidade	12
6.5.2	Moderação e Gestão em redes Sociais	unidade	12

6.5.3	Acompanhamento online	unidade	12
6.6. Gestão			
6.6.1	Gerenciamento	unidade	12
6.6.2	Coordenação de demandas	unidade	12
6.6.3	Gestão de Banco de Dados	unidade	12

7.1.1 As quantidades apresentadas acima são estimativas e serão executadas em conformidade com a necessidade e conveniência da contratante que não se obriga a solicitar a sua execução integral.

7.1.2 A contratante pagará apenas pelos serviços efetiva e comprovadamente executados levando-se em consideração os valores unitários de cada item, constantes da Tabela de Preços Unitários da proposta comercial vencedora e que integrará o contrato a ser firmado.

7.2 As quantidades previstas serão executadas de forma não cumulativa, durante cada período de vigência contratual de 12 (doze) meses.

7.3 SUBCONTRATAÇÃO E CONTRATAÇÃO DE FORNECEDORES

É vedada à CONTRATADA a subcontratação do objeto deste contrato, bem como a cessão ou transferência, total ou parcial, dos direitos ou obrigações contratuais.

8. CRITÉRIOS DE MEDIÇÃO

8.1. Visando avaliar e garantir a qualidade dos serviços prestados pela CONTRATADA, os serviços serão medidos mensalmente, mediante a aplicação da pontuação apurada no indicador de desempenho AF do item 9, sobre os preços mensais unitários estabelecidos na Planilha de Preços Unitários (PPU), consoante a seguinte fórmula:

$VM = IS \times IAF$, onde:

VM = valor mensal final que remunerará cada item da Planilha de Preços;

IS = valor mensal estipulado na Planilha de Preços, correspondente à remuneração de cada serviço no período;

IAF = Indicador de desempenho pela Avaliação da Fiscalização;

8.2. A medição dar-se-á somente contra a apresentação de relatórios emitidos pela CONTRATADA, que deverão conter além da descrição das atividades previstas e efetivamente realizadas, também os recursos previstos e os efetivamente utilizados no período.

8.3. Além dos relatórios apresentados, deverão integrar todo o processo de medição, as memórias de cálculos para cada item de serviço contido na Planilha de Preços Unitários (PPU) e a Avaliação da Fiscalização (AF), na forma do item 9 desta especificação.

9. AVALIAÇÃO DA FISCALIZAÇÃO (AF)

9.1. A PMSP e a CONTRATADA formularão conjuntamente uma lista de possíveis erros, a serem registrados em livro eletrônico de ocorrência, relativos à produção do material e descumprimento de prazos. A lista poderá ser alterada em qualquer momento durante a execução do contrato, em conjunto com a CONTRATADA.

9.2. Com relação aos "aspectos a serem considerados na avaliação da qualidade" previstos nos subitens 6 do Anexo II:

Avaliação	Pontuação
Atendeu com excelência a qualidade	1
Atendeu com a qualidade esperada	0,9
Atendeu com ressalvas	0,8
Deixou a desejar	0,5

9.3. A avaliação será feita por amostragem de:

- a) no mínimo 10% das entregas realizadas para itens com estimativa de até 100 utilizações/ano;
- b) no mínimo 5% das entregas realizadas para itens com estimativa superior a 100 utilizações/ano.

9.3.1. A avaliação global de cada subitem será a média das avaliações do subitem.

9.3.1.1. O fator IAF, a ser aplicado a cada subitem, será o resultante da aplicação da tabela abaixo:

MÉDIA DO SUBITEM	IAF
Maior a 0,85	1,000
Entre 0,7 e 0,84	0,975
Menor de 0,69	0,950

10. LIQUIDAÇÃO E PAGAMENTO

10.1. Para a liquidação e pagamento de despesa referente à execução dos produtos e serviços (previamente autorizados pela contratante, a contratada deverá emitir nota fiscal, em nome do CNPJ da contratante, encaminhar relação das ordens de serviços contendo cada uma o seu número, o tipo da demanda, a especificação da demanda, tabela contendo a relação dos perfis alocados, número de serviços efetuados, valor da hora e totalizadores de valor parcial e total a serem faturados, conforme tabela de serviços da Proposta de Preços, descrição sucinta dos serviços executados, documentos de entrega apresentados, datas das entregas do serviço e as informações para crédito em conta corrente: nome e número do banco; nome e número da agência e número da conta, bem como a documentação a que se refere a Portaria SF n.º 92/2014 e alterações.

10.1.1. O(s) Gestor(es) do contrato só atestará(ão) a execução dos produtos e serviços e liberarão os documentos para pagamento quando cumprida pela contratada todas as condições pactuadas.

10.2. O pagamento será efetivado por meio de crédito em conta corrente mantida pela contratada no Banco do Brasil, conforme Decreto 51.197/10.

10.2.1. O pagamento dos produtos e serviços será feito em até 30 (trinta) dias após à apresentação dos documentos previstos no subitem 10.1.

10.2.2. Os pagamentos à contratada, pelos de produtos e serviços, conforme critérios de medição previstos no item 8 desde anexo e aplicação da avaliação da fiscalização, nos termos do item 9 deste mesmo anexo

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

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

10.4. Caso a contratada sejam optantes pelo Sistema Integrado de Pagamento de Impostos e Contribuições das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte: SIMPLES, deverão 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.

10.5. A nota fiscal correspondente e a documentação acompanhante, nos termos da Portaria SF n.º 92/2014 e alterações e deste contrato, deverá ser entregue pela contratada no Setor de Compras, Licitações e Contratos da SGM.

10.6. 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 ela providencie as medidas saneadoras. Nessa hipótese, o prazo para pagamento iniciar-se-á após a regularização da situação ou reapresentação do documento fiscal não acarretando nenhum ônus para a SECOM.

10.7. No caso de eventual atraso de pagamento, mediante pedido da contratada, o valor devido será atualizado financeiramente desde que elas não tenham concorrido de alguma forma para esse atraso, nos termos da Portaria n.º 5/12-SF, ou outra que vier a substituí-la.

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

10.9. Antes do pagamento, a contratante fará consulta de Regularidade Fiscal prevista no artigo 1.º, inciso IX, da Portaria SF n.º 92/2014, e alterações, bem como da regularidade fiscal de tributos mobiliários.

10.10. Se for constatada a irregularidade no tocante ao previsto no subitem 10.9, a contratada será notificada, por escrito, para que no prazo de 5 (cinco) dias regularize sua situação ou, no mesmo prazo, apresentem sua defesa, sob pena de rescisão contratual.

10.11. O prazo estipulado poderá ser prorrogado a juízo da contratante.

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

10.13. Os pagamentos efetuados para contratante não isentam a contratada de suas obrigações e responsabilidade assumidas.

11. HABILIDADES PROFISSIONAIS

11.1. Os profissionais responsáveis pela execução e entrega dos produtos e serviços, deverão preencher as seguintes características:

PERFIL 1 – com ensino superior completo, comprovado por meio de diploma, ou certificado de curso de nível superior reconhecido pelo Ministério da Educação, formado no mínimo 8 (oito anos) em Comunicação Social (jornalismo/publicidade/relações públicas), além de possuir conhecimentos e habilidades específicos para atendimento das atividades do objeto deste.

PERFIL 2 – com ensino superior completo, comprovado por meio de diploma, ou certificado de curso de nível superior reconhecido pelo Ministério da Educação, formado no mínimo 5 (cinco anos) em Comunicação Social (jornalismo/publicidade/relações públicas), além de

possuir conhecimentos e habilidades específicos para atendimento das atividades do objeto deste.

PERFIL 3 – com ensino superior completo, comprovado por meio de diploma, ou certificado de curso de nível superior reconhecido pelo Ministério da Educação, formado no mínimo há 5 (cinco) anos e com no mínimo 3 (três) anos de experiência em atividades de comunicação digital.

4

CONCORRÊNCIA N.º 02/SGM/SECOM/2017
ANEXO III – MODELO DE PROPOSTA

Nº	Produto/Serviço		Contrato Período 12 (doze) Meses			
			Unidade	Quantidade	Valor unitário	Total
6.1 Planejamento Estratégico						
6.1.1	Diagnóstico e saúde digital da marca					
	A	Baixa complexidade	unidade	12		
	B	Média complexidade	unidade	12		
	C	Alta complexidade	unidade	12		
6.1.2	Planejamento de conteúdos para sites e redes sociais		unidade	12		
6.2 Conteúdo						
6.2.1	Atualização do site/portal					
	A	Baixa complexidade	unidade	3100		
	B	Média complexidade	unidade	130		
	C	Alta complexidade	unidade	55		
6.2.2	Elaboração de texto em língua portuguesa para ambientes digitais					
	A	Baixa complexidade	unidade	730		
	B	Média complexidade	unidade	1625		
	C	Alta complexidade	unidade	200		
6.2.3	Edição de texto em língua portuguesa para ambientes digitais			1500		
6.3	Vídeo					
6.3.1	Captação de Vídeo					
	A	Alta resolução	unidade	400		
	B	Baixa resolução	unidade	12		
6.3.2	Video Animação					
	A	Baixa complexidade	unidade	46		
	B	Média complexidade	unidade	6		
6.3.3	Edição de vídeo		unidade	365		
6.3.4	Podcast		unidade	60		
6.3.5	Edição de Áudio		unidade	30		
6.4	Fotografia					
6.4.1	Foto Cobertura		unidade	1095		

6.5	Redes Sociais				
6.5.1	Conteúdo para redes sociais	unidade	12		
6.5.2	Moderação e Gestão em redes Sociais	unidade	12		
6.5.3	Acompanhamento online	unidade	12		
6.6	Gestão				
6.6.1	Gerenciamento	unidade	12		
6.6.2	Coordenação de demandas	unidade	12		
6.6.3	Gestão de Banco de Dados	unidade	12		
TOTAL GERAL					

Composição dos Preços
Demonstração Mensal de Custos e Impostos

ITEM	DESCRIÇÃO Itens Obrigatórios	%	Valor Total Mensal
I	DESPESAS COM PESSOAL		
II	ENCARGOS / OBRIGAÇÕES SOCIAIS		
III	INSUMOS		
IV	TRIBUTOS		
V	DEMAIS COMPONENTES DO CUSTO		
		100%	

I. DESPESAS COM PESSOAL

Categoria Profissional	Valor Total Mensal

II. ENCARGOS / OBRIGAÇÕES SOCIAIS

Descrição	Valor Total Mensal

III. INSUMOS

Descrição	Valor Total Mensal
Material de consumo / escritório	
Material permanente	
Outros (especificar)	

IV. TRIBUTOS

Descrição	Valor Total Mensal

V. DEMAIS COMPONENTES DO CUSTO

Descrição	Valor Total Mensal
Despesas Administrativas	
Despesas Operacionais	
Outros (especificar)	
Lucro	

Local e data

Nome da licitante - CNPJ

Nome do Representante Legal Cargo - Carteira de Identidade

Observações:

- 1) Estas planilhas são explicativas, servindo de base para elaboração das propostas;
- 2) Custos indiretos e taxas de administração a critério de cada fornecedor;
- 3) Os impostos devem ser preenchidos pela licitante com base no regime de lucro presumido.

CONCORRÊNCIA N.º 02/SGM/SECOM/2017
ANEXO V - VALOR REFERENCIAL

Nº	Produto/Serviço				
			Quantidade	Valor unitário	Total
6.1	Planejamento Estratégico				
6.1.1	Diagnóstico e saúde digital da marca				
	A	Baixa complexidade	12	R\$ 5.607,57	R\$ 67.290,84
	B	Média complexidade	12	R\$ 9.493,32	R\$ 113.919,84
	C	Alta complexidade	12	R\$ 13.561,74	R\$ 162.740,88
6.1.2.	Planejamento de conteúdos para sites e redes sociais				
	-	-	12	R\$ 21.912,97	R\$ 262.955,64
6.2	Conteúdo				
6.2.1	Atualização do site/portal				
	A	Baixa complexidade	3100	R\$ 93,17	R\$ 288.827,00
	B	Média complexidade	130	R\$ 177,27	R\$ 23.045,10
	C	Alta complexidade	55	R\$ 242,09	R\$ 13.314,95
6.2.2.	Elaboração de texto em língua portuguesa para ambientes digitais				
	A	Baixa complexidade	730	R\$ 325,95	R\$ 237.943,50
	B	Média complexidade	1625	R\$ 457,24	R\$ 743.015,00
	C	Alta complexidade	200	R\$ 572,86	R\$ 114.572,00
6.2.3	Edição de texto em língua portuguesa para ambientes digitais				
	-	-	1500	R\$ 406,38	R\$ 609.570,00
6.3	Vídeo				
6.3.1	Captação de Vídeo				
	A	Alta Resolução	400	R\$ 1.902,53	R\$ 761.012,00
	B	Baixa Resolução	12	R\$ 3.065,85	R\$ 36.790,20
6.3.2	Vídeo Animação				
	A	Baixa complexidade	46	R\$ 2.225,71	R\$ 102.382,66
	B	Média complexidade	6	R\$ 3.616,73	R\$ 21.700,38
6.3.3	Edição de vídeo		365	R\$ 812,53	R\$ 296.573,45
6.3.4	Podcast		60	R\$ 1.370,00	R\$ 82.200,00
6.3.5	Edição de Áudio		30	R\$ 616,50	R\$ 18.495,00
6.4	Fotografia				
6.4.1	Foto Cobertura		1095	R\$ 1.167,84	R\$ 1.278.784,80

6.5	Redes Sociais				
6.5.1	Conteúdo para redes sociais				
	A	Baixa complexidade	12	R\$ 10.926,67	R\$ 131.120,04
	B	Média complexidade	12	R\$ 12.553,33	R\$ 150.639,96
	C	Alta complexidade	12	R\$ 14.053,33	R\$ 168.639,96
6.5.2	Moderação e Gestão em redes Sociais				
	A	Baixa complexidade	12	R\$ 9.760,00	R\$ 117.120,00
	B	Média complexidade	12	R\$ 11.386,67	R\$ 136.640,04
	C	Alta complexidade	12	R\$ 12.220,00	R\$ 146.640,00
6.5.3	Acompanhamento online				
	A	Baixa complexidade	12	R\$ 7.153,33	R\$ 85.839,96
	B	Média complexidade	12	R\$ 8.356,67	R\$ 100.280,04
	C	Alta complexidade	12	R\$ 9.123,33	R\$ 109.479,96
6.6	Gestão				
6.6.1	Gerenciamento				
	A	Alta complexidade	12	R\$ 10.427,03	R\$ 125.124,36
6.6.2	Coordenação de demandas				
	A	Alta complexidade	12	R\$ 19.287,40	R\$ 231.448,80
6.6.3	Gestão de Banco de Dados		12	R\$ 7.338,12	R\$ 88.057,44
TOTAL GERAL					R\$ 6.826.163,80