Anexo 1.A

Procedimento de Seleção Interna para Direcionamento de Atividades às Agências de Comunicação Digital Contratadas pela Petrobras

1. A distribuição de demandas entre as agências contratadas seguirá a mecânica proposta neste documento, com o objetivo de:

a) Qualificar os produtos/serviços entregues por meio da escolha das melhores propostas decorrentes de seleção interna;

b) Assegurar o cumprimento de prazo de acordo com a capacidade de entrega das contratadas;

c) Potencializar a qualidade das entregas, considerando a expertise e desempenho apresentado pelas contratadas na execução de demandas/temas específicos;

d) Garantir o equilíbrio na distribuição dos serviços autorizados pela PETROBRAS, assegurando que cada empresa contratada execute no mínimo 30% do volume total autorizado durante a vigência do contrato.

2. A escolha de agências para o desenvolvimento das ações de comunicação digital será feita de acordo com os princípios da economicidade, eficiência e razoabilidade.

3. A mecânica de distribuição está separada em dois grupos: Serviços Essenciais Contínuos e Serviços Essenciais Sob Demanda.

3.1. **Serviços Essenciais Contínuos**

Dada a dinâmica dos serviços continuados, que abrangem atividades essenciais para a manutenção e atualização da estratégia de presença digital da marca PETROBRAS, a distribuição será da seguinte forma:

- **Item 6.1.1 (SERVIÇO DE COORDENAÇÃO E INTEGRAÇÃO DE PROJETOS):** conforme definido na Especificação Técnica, o serviço será executado simultaneamente pelas 2 (duas) empresas CONTRATADAS. Cada empresa é responsável por realizar integralmente todas as entregas especificadas, limitando-se aos processos nos quais estiver envolvida durante a vigência do contrato.
- **Demais Itens – Definição Semestral:** semestralmente, a Petrobras realizará a definição dos itens de Serviços Essenciais Contínuos sob responsabilidade de cada agência contratada, considerando a seguinte separação entre os itens:
    - **Agência 1:** itens 6.1.2 – Serviço de Análise e Inteligência de Dados, 6.1.3 – Serviço de Produção Ágil de Conteúdos Digitais, 6.1.4 – Gestão de Redes Sociais, 6.1.5 – Gestão de influência e 6.1.6 – Gestão de Mídia Paga em Redes Sociais.

PÚBLICA

- **Agência 2:** itens 6.1.7 – Gestão de Mídia Paga em Buscadores, 6.1.8 – Monitoramento de Marca, Reputação e Temas de Interesse, 6.1.9 – Monitoramento, Testagem e Verificação de Tecnologia e 6.1.10 – Gestão de Programa de Influenciadores Internos.

- **Critérios de Distribuição:** a distribuição será baseada em especialização, desempenho, capacidade operacional e histórico de entregas das agências.
- **Formalização:** a escolha e justificativa da distribuição devem ser registradas em documento formal, tendo a aprovação compartilhada de, pelo menos, dois gestores de comunicação digital da Petrobras, sendo arquivadas em repositório digital corporativo e compartilhadas com as agências contratadas por meio de correio eletrônico.
- **Mobilização:** quando houver troca dos serviços essenciais contínuos executados, as agências terão 30 dias para mobilizarem a equipe necessária para atendimento.

3.2. Serviços Essenciais Sob Demanda

3.2.1. Para a distribuição dos serviços sob demanda, serão considerados os seguintes critérios para a seleção de agência:

- **Escolha Direta:** aplicada a todos os itens de Serviços Essenciais Sob Demanda, exceto os seguintes itens da ET: itens 6.2.2.2 – Elaboração de Proposta de Ação, Campanha ou Projeto, 6.2.3.2 – Concepção Criativa de Ação, Campanha ou Projeto, 6.2.8.1 – Criação de Projeto Visual para Canal Digital, 6.2.8.6 – Página Web Especial e 6.2.8.10 – Estratégia de Criação ou Revisão de Canal Digital e 6.2.8.12 – Estratégia de Conteúdo para Sites.
- **Concorrência Interna:** aplicada exclusivamente aos seguintes itens da ET: 6.2.2.2 – Elaboração de Proposta de Ação, Campanha ou Projeto, 6.2.3.2 – Concepção Criativa de Ação, Campanha ou Projeto, 6.2.8.1 – Criação de Projeto Visual para Canal Digital, 6.2.8.6 – Página Web Especial e 6.2.8.10 – Estratégia de Criação ou Revisão de Canal Digital e 6.2.8.12 – Estratégia de Conteúdo para Sites. A concorrência será realizada com avaliação por comissão técnica designada.

3.2.2. **Escolha Direta:** a escolha direta de agência será feita de forma compartilhada por, pelo menos, dois gestores de comunicação digital da Petrobras, mediante aplicação dos seguintes critérios/justificativas:

I - escolha da agência que já executou ação de comunicação digital similar e que possua familiaridade com o tema/desafio proposto baseada em seu histórico de atuação;

II - escolha da agência que estiver em melhores condições técnico operacionais para desenvolver a ação de comunicação digital, com base no volume de demandas em andamento, avaliações anteriores ou no desempenho da contratada em outras ações comparada ao desempenho da outra agência contratada;

III – reaproveitamento e/ou adaptação de proposta de ação de comunicação digital desenvolvida anteriormente pela agência;

IV – agência que apresente, por iniciativa própria, ação de interesse da PETROBRAS;

V – garantia de execução de, no mínimo, 30% do total de serviços autorizados pela PETROBRAS durante a vigência do contrato.

3.2.2.1. Os critérios utilizados para a escolha da agência por meio de escolha direta deverão ser indicados no documento de formalização da demanda, de modo a justificar a decisão.

3.2.2.2. A agência escolhida para o desenvolvimento do serviço deverá apresentar propostas de solução digital para aprovação da PETROBRAS, com base no briefing/demanda e, se necessário, realizar reunião para esclarecimento e detalhamento das características, necessidades e objetivos de comunicação.

3.2.3. **Concorrência Interna:** para demandas que se enquadrem neste item, será realizado procedimento de concorrência interna entre as agências contratadas.

- **Etapas do Processo:**
    1. **Briefing:** Envio do briefing detalhado para todas as agências participantes, contendo objetivos, orçamento e prazos.
    2. **Apresentação de Propostas:** As agências terão prazo acordado para apresentar propostas de solução digital, que devem ser inseridas na ferramenta de gestão de demandas.
    3. **Avaliação:** Comissão de Avaliação composta por membros indicados pela Petrobras analisará as propostas, atribuindo notas conforme critérios de planejamento, criação, diretrizes de linguagem e execução.
    4. **Seleção:** A proposta que atingir a maior pontuação (mínimo de 70 pontos) será selecionada. Em caso de empate, prevalecem os critérios de criação, planejamento, mídia, execução e mensuração de resultados nesta ordem.
    5. **Formalização do Resultado:** O resultado será comunicado por e-mail corporativo às agências participantes. Não cabe recurso da decisão.

3.2.3.1. Para a realização da Concorrência Interna de projeto/solução digital, será constituída uma Comissão de Avaliação composta por membros indicados pelo(s) gestor(es) de comunicação digital da Petrobras.

3.2.3.2. Será disponibilizado para as agências contratadas briefing que deverá:

I – conter todos os subsídios para que as agências possam elaborar suas propostas de solução digital para as necessidades de comunicação, em igualdade de condições; e

II – compor, na forma de anexo, a documentação da ação de comunicação digital inserida em ferramenta de gestão e controle.

3.2.3.3. A Comissão de Avaliação poderá sugerir que as propostas apresentadas pelas agências sejam integradas, para aperfeiçoar a ação de comunicação digital, ou compartilhadas, com vistas a otimizar sua execução e contribuir para o alcance dos objetivos de comunicação.

3.2.3.4. As agências contratadas, se de comum acordo, poderão solicitar à Petrobras a possibilidade de unirem esforços para proposição conjunta de linhas criativas e ou de estratégias, caso julguem ser essa a melhor alternativa para atendimento da necessidade de comunicação apresentada no briefing, sem prejuízo da qualidade, tempestividade, exequibilidade e eficiência da solução digital proposta.

3.2.3.5. A Comissão de Avaliação analisará as propostas com base em critérios e atributos, conforme as especificidades de cada briefing de comunicação. A metodologia

de avaliação das campanhas será composta por quesitos que receberão notas de 1 (um) a 5 (cinco), conforme exemplos a seguir:

a) Planejamento – briefing, lições aprendidas, análise de mercado, pesquisas e conceito criativo.

b) Criação – criatividade, atratividade, mensagem, persuasão e integração.

c) Mídia – definição de públicos, canais e verba de ativação.

d) Execução – correção, viabilidade orçamentária, viabilidade de produção e desdobramento.

e) Mensuração de Resultados – proposta de indicadores e acompanhamento de resultados.

3.2.3.6. As notas recebidas pelas agências para cada bloco citado acima serão somadas. O formulário permite uma nota máxima de 100 pontos e uma mínima de 20 pontos.

3.2.3.7. Será desclassificada a proposta da agência que não atingir a nota mínima de 70 pontos.

3.2.3.8. Em caso de empate, a agência escolhida será aquela que obtiver maior pontuação nos itens relacionados abaixo por ordem de relevância:

a) Criação;

b) Planejamento;

c) Mídia;

d) Execução;

e) Mensuração de Resultados.

3.2.3.9. Persistindo o empate, a decisão caberá aos gestores de comunicação digital da Petrobras, de forma compartilhada, pautados por indicativos de pontos fortes e fracos de cada proposta elaborados pela Comissão de Avaliação.

3.2.3.10. Caso nenhuma das propostas seja considerada adequada, será solicitado às agências que apresentem novas propostas em prazo determinado.

3.2.3.11. A análise da Comissão de Avaliação será formalizada por meio de documento eletrônico, assinado por seus membros e encaminhado ao Gerente de Comunicação Digital, com a indicação das propostas de solução digital que melhor atendam às necessidades de comunicação.

3.2.3.12. O resultado será informado via e-mail corporativo às agências e não caberá às agências participantes a apresentação de recurso da decisão.

3.2.3.13. As Concorrências Internas poderão ser realizadas por ação/evento, temática de atuação ou projeto estruturante, conforme decisão da PETROBRAS, com vistas a atribuir maior eficiência e racionalidade na execução contratual.

3.2.3.14. A critério da PETROBRAS, parte das propostas das agências que perderem a Concorrência Interna poderá ser incorporada à proposta da agência vencedora, sem ônus para a PETROBRAS.

3.2.3.15. Nos casos de Concorrência Interna para o item 6.2.2.2 – Elaboração de Proposta de Ação, Campanha ou Projeto, somente a agência vencedora da seleção será remunerada pelo item 6.2.3.2 – Concepção Criativa de Ação, Campanha ou Projeto e, quando autorizados, pela execução dos demais serviços neles previstos para implementação da solução proposta.

3.2.4. De forma compartilhada por pelo menos dois gestores de comunicação digital da PETROBRAS, poderá ser dispensado o procedimento de Concorrência Interna, e ser feita a escolha direta da(s) agência(s), pautado em análise e proposição técnica, nos seguintes casos:

I – ação de comunicação digital que decorra de proposta de iniciativa da(s) agência(s) contratada(s), conjunta ou isoladamente, motivada pela análise de fatos, notícias de repercussão geral, ambiente concorrencial ou identificação de ações de oportunidades, acompanhada de diagnóstico e defesa técnica para sua implementação;

II - ação de comunicação digital com estratégia, peças ou linha criativa proposta pela Petrobras;

III – reaproveitamento e/ou adaptação de ação de comunicação digital (linha criativa, peças e/ou estratégia) de agência contratada, aprovada anteriormente, mesmo que a ação não tenha sido efetivamente desenvolvida; e

IV – situações peculiares e/ou imprevisíveis que requeiram urgência na realização da ação de comunicação digital, onde não haja prazo hábil para realização dos procedimentos de Concorrência Interna, sem prejuízo no atendimento das necessidades de comunicação.

3.2.5. Novos casos de dispensa de Concorrência Interna não previstos poderão ser propostos, com a devida justificativa, pelos gestores de comunicação digital, para aprovação do Gerente de Comunicação Digital.

3.2.6. A implementação de uma solução de comunicação digital poderá ser transferida entre agências, caso verifique-se que a vencedora/escolhida da seleção demonstre incapacidade de execução, considerando a necessidade de atendimento dos objetivos de comunicação, prazo, qualidade, criação ou outras circunstâncias determinantes.

3.2.7. A qualquer momento, os critérios acima poderão ser revistos por iniciativa da PETROBRAS.